

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



“LA TELENOVELA EN TELEVISIÓN AZTECA”

T E S I S

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A N :

ALBERTO MARTÍNEZ CRUZ
Y
OSVALDO GRANADOS RAMÍREZ

Asesora:

Lic. Soledad Robina Bustos

México, D. F.

Septiembre 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Esta tesis no habría tenido un final feliz a no ser por un grupo de personas que me han acompañado desde siempre y espero que sigan estando allí por muchos años más.

A ti madre, antes que nada darte las gracias por haberme dado la vida, sin ella no estaría aquí concluyendo algo que empezó como un sueño y que hoy es toda una realidad: mi titulación. No es un logro personal, es también tuyo, ya que en cada una de estas hojas, tú esfuerzo, tus sufrimientos y tú fortaleza forman el contenido de mi tesis. Es cierto cuando se dice que madre solo hay una, y tú eres el ejemplo de ese predicamento. Madre eres la mejor del mundo.

A ti padre, por que tu ausencia me ha servido para valorarte y respetarte cada día que pasa. Guardaré siempre de tí, la imagen de un hombre bonachón, lleno de vida y de carácter fuerte. No tengo con que pagar todo lo que has hecho por mí. Gracias por tu comprensión y tus palabras de aliento.

A mis hermanos, Angélica, Manuel y Juan ojala algún día la vida nos conceda estar juntos como cuando éramos pequeños, para que no existan las envidias, los reclamos y los enojos. Por que aún cuando somos hermanos y llevamos la misma sangre somos tan diferentes. Los quiero mucho recuérdelo siempre.

A mis sobrinas, Paola Karina, Andrea, Samantha, Tania y Ángela Sofía; que el camino que tomen sea el que ustedes decidan seguir, no el que les imponga la sociedad. Me siento orgulloso de ser tío de unas hermosas mujeres, y ojala para cuando lean esto, se acuerden de mí y recuerden que siempre las voy a querer y apoyar.

A mis amigos, Osvaldo Granados, Luis Milla, Alberto Larios, Laura Elena Lira, Carlos Montero y Khen khey Olloqui, con ustedes he pasado los mejores momentos de mi vida, mi primera fiesta, mi primera borrachera, mi primer día fuera de casa, mi primera excursión, mi primero en todo. Los momentos de soledad me han servido para valorarlos y ¿saben un cosa? los quiero mucho, son como mis otros hermanos. Ojala pueda seguir contando con su amistad por siempre.

A DIOS, por darme salud y dejarme seguir viviendo. Guía siempre mi camino.

A las telenovelas, por que esa historias con tintes rosas contadas por televisión pueden ser tema de análisis e investigación en una tesis ¿o no?

Alberto Martínez Cruz

A mi madre

A quien más quiero y a quien más le debo por el simple hecho de haberme dado la vida.

Gracia a ti “Riky” por tus preocupaciones cuando me desvelaba estudiando o haciendo tareas, por tus ánimos para que no decayera el mío cuando más me desmoralizaba. Por preguntarme a diario si tenía o no dinero para irme a la facultad aún cuando trabajaba. Por siempre presumirme con tus amigas y toda la familia. Por tus palabras cariñosas y llenas de amor y ternura; gracias por decirme “gordis”, “gordito” o “canijo gordo”.

Ma, te debo un monumento porque eres la mejor madre del mundo.

A mi padre

A quien siempre le admiraré lo trabajador que ha sido y lo paciente y comprensivo para con quien lo necesita

Gracias papá por el orgullo que has mostrado siempre de mi, por ser un rey mago a diario porque cuando me levantaba lo primero que veía era un regalo, tu ayuda. Por decirme que no me desesperara cuando no tenía trabajo y que tú siempre me darías lo que necesitara como siempre ha sido. Por tus complicidades para que no dejara de divertirme.

Pa, a pesar de todo, eres el mejor padre que pude haber tenido.

A mis hermanos

Porque juntos siempre podemos hacer muchas cosas y no nos hemos dado cuenta.

A ti Laura, José Luis, Claus y Alex por la ayuda tan grande que nos hemos dado en todos los aspectos y que quizá poco conscientes estamos de ello. Porque nosotros no sólo somos hermanos, nos decimos “hermanos” y actuamos como hermanos; aunque ello implique regaños y reclamos, porque eso también es ser hermanos.

A mis amigos

Porque el apego, la diversión y el ocio también son parte fundamental de la vida, y más de la nuestra.

A ti Luis Milla, Alberto Larios, Alberto Martínez, Carlos Montero y Ken Key Olloqui, gracias porque con cada uno de ustedes he pasado quizá los mejores momentos de mi vida. Y porque la diversión, pero también la comprensión y nuestras pláticas eternas, siempre nos ayudaron. Cómo olvidar, Luis y Larios, su ayuda desde Puerto Vallarta mientras yo estaba en México haciendo esta tesis; cabrones, son mis mejores amigos.

ÍNDICE		
Introducción		1
Capítulo I.	Antecedentes de la telenovela	7
1.1	El folletín o novela por entregas	10
1.2	La historieta romántica o fotonovela	13
1.3	La radionovela	16
Capítulo II.	Televisa y la telenovela	22
2.1	La telenovela mexicana	24
2.2	La telenovela mexicana en el mundo	34
2.3	La evolución temática de la telenovela	42
Capítulo III.	La telenovela del Canal 13 a Televisión Azteca	56
3.1	La telenovela en Televisión Azteca	62
3.2	La telenovela latinoamericana	80
3.3	Las co-producciones de Televisión Azteca	
	en las telenovelas	92
Capítulo IV.	La telenovela hoy	98
4.1	La telenovela como género impulsor de la televisión mexicana	100
4.2	La evolución temática abordada por Televisión Azteca y Televisa en las telenovelas	112
4.3	Televisión Azteca y la telenovela hoy	137
Conclusiones		153
Anexos		157
Bibliografía		165
Hemerografía		167

INTRODUCCIÓN

Lágrimas, amor, desamor, anhelos, son sólo algunos de los elementos que aderezan a las telenovelas que se transmiten por televisión. Personajes, producción, dirección, personalidades del espectáculo, escenografía y sobre todo un guión que presenta ciertos espacios de la vida, son características importantes en la telenovela; es decir, casos y situaciones anclados en la vida real, son aspectos de este género tan controvertido.

Las telenovelas son parte de la historia del televidente, ya que los obstáculos, las intrigas, las falsedades, las alegrías y los amores de los personajes forman parte del existir diario del espectador. No es mentira cuando se dice que el telespectador se involucra con su valor, coraje, temeridad, espíritu heroico e imaginación dentro de la trama.

Hablar de telenovelas es remitirnos invariabilmente a Televisa, ya que esta empresa desde que incursionó en este género en 1958 con la historia “Senda prohibida”, no ha dejado de producirlas, por lo que desde siempre se ha vuelto un referente en cualquier estudio de la televisión o en particular de la telenovela como es el caso de esta tesis.

La incursión de Televisión Azteca en el mundo de las telenovelas en 1993 representó en su momento la innovación en la producción de historias, sin embargo, años más tarde, por diferentes causas que a lo largo de este trabajo se expndrán, volvió a la fórmula que a Televisa le ha dado tanto éxito por décadas.

Desde entonces, la historia de la telenovela ha constituido la zona más dinámica de la producción televisiva en América Latina, y en muchos casos genera los mayores réditos.

La producción de telenovelas en México es actualmente responsabilidad de las cadenas mexicanas de televisión Televisa y Televisión Azteca. Las ganancias que dejaban las producciones de melodramas fue lo que motivó primero a Televisa y luego a Televisión Azteca a iniciar la producción y realización de historias melodramáticas.

Abordada desde la perspectiva de Televisa, la telenovela casi siempre ha tenido la misma temática: reforzar valores sociales, los cuales están envueltos en una supuesta

modernidad, pero que en realidad no dejan de ser convencionales. De esta manera y bajo esta característica los melodramas producidos por Televisa se han colocado en millones de hogares.

Televisa bajo estos lineamientos presenta historias con un mensaje de “buena moral”, transmite argumentos aptos para toda la familia, y, según productores y guionistas, la idea de esa empresa es llegar a todo público sin ofender a nadie, por lo tanto cuando una telenovela se encuentra fuera de esa línea es censurada por el departamento encargado de revisar los libretos, al grado de recortar la historia o sacarla del aire.

En general, Televisa presenta un modelo esencialmente melodramático con una carga sentimentalista, maniqueísta y moralista, aún cuando se narren historias cercanas al género policiaco, drama social, histórico o comedia.

Desde 1993 año en que irrumpió Canal 13 en la televisión mexicana, hasta conformarse en Televisión Azteca en 1998, esta televisora con 12 años en el mundo de las telenovelas propuso una forma nueva de contar historias en televisión. Los temas de corte policiaco, narcotráfico, corrupción política, inmigrantes o de índole religioso fueron algunos conceptos que impregnaron su esencia y realismo en las historias de Televisión Azteca. El productor percusor de esta temática fue Epigmenio Ibarra quien comentó en repetidas ocasiones que aún cuando sus historias tuvieran tintes realistas nunca dejaría de lado el factor amor.

Desde la primera historia “El peñón del Amaranto” en 1993, hasta la miniserie “Ni una vez más” en 2005, Televisión Azteca a través de sus escritores y productores se propuso presentar a su teleauditorio historias apegadas a la realidad. Sin embargo, a últimas fechas el factor *rating* ha motivado la realización de historias con argumentos y personajes inverosímiles como “El amor no es como lo pintan” (2000) o “Los Sánchez” (2004).

La temática que abordó Televisión Azteca en sus telenovelas causó revuelo no solamente entre los televidentes, sino que rebasó límites y su presencia llegó a las esferas políticas y religiosas, instancias nunca antes tocadas en televisión y mucho menos puestas en entredicho. Así, por ejemplo, por su alto grado de realismo al

momento de representar un hecho político fue que en su momento algunos sectores de la iglesia católica y círculos de la política nacional intentaron presionar a la Secretaría de Gobernación para que vetara la telenovela “Nada personal”, la cual hacía el retrato casi perfecto de la corrupción política mexicana, según el escritor Bernardo Romero.

El público televidente acostumbrado a lo que ofrecía Televisa mostró un poco de desconcierto ante la propuesta de Televisión Azteca, quien no sólo hacía uso de situaciones sociales o políticas, sino que las escenas y el uso de un lenguaje denominado fuerte eran igualmente, complementos importantes en sus historias.

Jorge Meléndez, colaborador del periódico “El Universal”, en una declaración hecha el 3 de marzo del 2000 con respecto a los valores que la televisión transmite por medio de las telenovelas dijo que “como el PRI o el presidencialismo, las telenovelas mexicanas y aún más las producidas por Televisa, han sido durante años, una fantasía que no tiene que ver con la realidad, los buenos siempre ganan, las pobres mujeres se casan con ricos, la familia es una suma de virtudes angelicales, la esposa tiene que aceptar lo que el esposo le diga, los chavos jamás se alebrestarán y si lo hacen, después pedían llorosamente disculpas; la religión volvía al buen camino a los descastados y, un larguísimo etcétera”.

A la televisión se le han realizado a lo largo de su historia cambios atractivos, ya sea en la aparición de nuevas historias o de verdaderos fracasos. Sin embargo, aunque hoy la telenovela es considerada como una realidad que se encuentra fuera del existir humano, no dejará de ser importante en la vida social de millones de televidentes. Por ello la dedicación que Televisión Azteca, muestra en la realización de telenovelas, no en balde tres horas y media de melodramas y tres de miniseries invaden los hogares mexicanos.

No solamente los canales locales tienen entre sus programación telenovelas, para beneplácito de los amantes de las telenovelas existen por televisión de paga canales dedicados única y exclusivamente a transmitir telenovelas las 24 horas del día.

Porque la telenovela es un género popular y controvertido capaz de generar las mas altas ganancias y de crear grandes expectativas pero a través de la fantasía plasmada en sus temáticas entre las diversas clases sociales, esta tesis pretende conocer la

importancia de la telenovela en Televisión Azteca y en la televisión mexicana en general. Asimismo, se compararán los temas de los mayores productores de América Latina como Brasil, Colombia y Venezuela.

La telenovela ha sido calificada por intelectuales como el escritor Martín Barbero como un género cuyo problema radica, principalmente, en que se ha abusado tanto de la misma historia que solemos descartarlas y sin embargo, se puede asegurar que entre los aficionados a la televisión no existe persona alguna que no sepa o haya visto el final o la trama de la telenovela de moda.

Los problemas que tienen que enfrentar una viuda, una madre soltera, una mujer abandonada, o la juventud (según la televisión); así como los conflictos entre padres e hijos, reconciliaciones, odios, llantos, se conjugan para hacer de la ficción algo real o por lo menos muy cercano a la gente y sus vivencias. Escritores y productores han explotado esos temas en repetidas ocasiones y lo curioso es que aún cuando ya se ha presentado al televidente, todavía existe el asombro ante lo trivial de las historias.

Ante esta situación aparentemente inexplicable, tenemos como punto de partida que no todo está dicho en cuestión de telenovelas, por lo que éste trabajo es una aportación más para la comprensión de este género, especialmente en Televisión Azteca.

En el capítulo I de esta tesis se abordan los antecedentes inmediatos de la telenovela. Igualmente, se detallan cada uno de ellos con base en el momento de su aparición: folletín o novela por entregas, novela o historieta romántica, la radionovela y la telenovela propiamente dicha.

El folletín como primer antecedente de la telenovela fue el propiciador de toda una industria, aparecía en principio en los periódicos franceses e ingleses; posteriormente llegó a América Latina. Estos folletines estaban conformados de 16 a 30 páginas, de letras grandes y de la fragmentación en episodios que después darían paso a las novelas o historietas románticas.

La precursora de las novelas o historietas románticas en México fue la escritora Yolanda Vargas Dulché, la característica principal de la historieta romántica fue

fragmentar la historia en episodios con ingredientes de suspenso hasta llegar al desenlace. Los personajes no tenían un pasado, sólo vivían el presente y el futuro.

La radionovela contenía personajes que el público conocía por lo menos a través de las revistas y la misma radio, seguía la misma línea de la historieta romántica, se fragmentaba la historia en episodios de hasta 50 capítulos. Los personajes no estaban plasmados en una hoja con diálogos en tinta, los actores ahora eran de carne y hueso y se ambientaban con música y ruidos. Una característica principal fue dejar al radioescucha en suspenso en cada capítulo transmitido.

En el capítulo II se aborda la internacionalización de las telenovelas y cómo Televisa las ha colocado en varios países, lo que ha originado que se tengan que traducir en inglés, turco, francés, alemán, ruso, portugués, italiano, entre otros idiomas. También se explica la temática que Televisa ha desarrollado en el género.

El capítulo III abarca desde la aparición del Canal 13 en la televisión mexicana, hasta su conformación como Televisión Azteca, que junto con su desarrollo y evolución, a la par se dio el de la telenovela. Asimismo, se explica cómo la telenovela latinoamericana repercutió en la realización de melodramas en esta televisora; y cómo las coproducciones fueron un factor importante en la producción de telenovelas dentro de esa televisora.

Por último, en el capítulo IV se plantea la evolución que ha tenido la temática de la telenovela en Televisión Azteca y se analizará la propuesta con la que inició según sus productores y guionistas. “Hacer telenovelas reales donde no se trate al público como a un retrasado mental, sino como a un ser pensante donde vea reflejada su realidad, no la de un personaje y un entorno que no existe” afirmó en su momento Martín Luna, vicepresidente de producción y programación de Azteca 13, ahora actual presidente de Azteca Digital.

Analizar la temática de la telenovela en Televisión Azteca, es la finalidad de este trabajo, por supuesto retomando lo hecho por Televisa. Asimismo, comparar los temas de los mayores productores en América Latina (Brasil, Colombia y Venezuela) con la televisión mexicana.

Igualmente, esta tesis pretende ser un vehículo para la comprensión del tiempo y dedicación a este género; ya sea por lo económico (que es el principal) o para concientizar a la sociedad sobre algún tema de índole social, aspectos que en Televisión Azteca encontraron el medio para un mayor tratamiento, ya que por lo novedoso de las temáticas, llevó a un buen número de televidentes a cambiar de canal.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DE LA TELENOVELA

Los antecedentes más lejanos del género conocido como telenovela se encuentran en la novela sentimental inglesa originada en el siglo XVIII, en donde prevaleció el refinamiento y la elevada orientación afectiva en los trabajos realizados. Esto más tarde llegaría a México con el nombre de folletín o novela por entregas.

En dicho contexto se dieron los primeros textos del escritor Samuel Richardson y su obra “Pamela” (1740), considerada por algunos como la primera novela. Más adelante aparecieron otros escritores como Jacobo Rousseau y su obra “La nueva Eloísa” (1761), Laurence Sterne con “Sentimental Journey” y la obra “Pablo y Virginia” de Bernardino de Saint-Pierre.

En esas novelas se describe un apasionado amor y atracción entre el hombre y la mujer más allá de la atracción física. Este tipo de escritores presentaron la lucha de la mujer en un mundo lleno de convencionalismos. Por ejemplo, en el caso de “Pamela”, se narraban las aventuras de Pamela Andraws, una linda chica empleada como trabajadora doméstica que después de ser asediada por un hombre, logró casarse con el hijo de su patrón y así mejoró su situación social y económica.

En el siglo XIX en países como Estados Unidos e Inglaterra, se publicaron en revistas y periódicos algunas historias que eran contadas en capítulos y que fueron muy solicitadas, a éstas se les llamaron folletines o novelas por entregas.

La moda de la novela sentimental formó parte del movimiento romántico y su forma se mantuvo dentro de lo dignamente aceptable a pesar de los excesos emocionales que involucraban. Tanto en los siglos XIX y XX, la novela por entregas se caracterizó por su emotividad y su deliberada atracción por producir el llanto en los lectores.

Otro antecedente ligado a las telenovelas fue la historieta romántica, la cual surgió como una promoción de los dueños de los periódicos. Las obras al igual que en las novelas

sentimentales, se centraban en mostrar héroes del sexo femenino. Estas historias eran una mezcla de romance, acción, drama y suspenso que solía terminar en una escena de intriga que dejaba al lector en duda sobre el desenlace. En el caso de los Estados Unidos este tipo de trabajo influyó en las series norteamericanas de los años 20's que aparecieron en la radio. Más tarde estos programas abrieron el camino para las radionovelas, emisiones que se basarían en hechos reales para conformar sus historias, y que incluirían aspectos importantes del acontecer familiar.

“Las radionovelas difícilmente habrían sido como se conocieron de no haber sido por la influencia que los anunciantes (principalmente de productos del hogar) desempeñaron en su realización. Cantor Pingree y Robert Allen coinciden en este hecho en la revisión que hacen de los orígenes de estos programas”¹

Desde el folletín hasta las telenovelas de hoy se desarrolló un relato con dos aspectos “uno progresivo, el cual nos cuenta el avance de la obra justiciera del héroe y, el otro regresivo que nos reconstruye la historia de los personajes quienes aparecerán en el transcurso del relato. También se presentan dos asuntos con una sola dirección: el momento cuando los malos triunfan y aparentan ser buenos y honestos, mientras los buenos son víctimas sufren y pasan malos ratos, pero al llegar el tiempo esperado se descubre la verdad y los malvados se dan a conocer”².

Esta acción de descubrir la verdad, como lo afirma el escritor Martín Barbero, no se produce en los folletines en un instante y de una vez, como en el meloteatro, sino sucesiva y progresivamente en un largo recorrido hacia atrás hasta la escena primitiva donde se esconde el secreto de la maldad.

Así, vemos cómo el melodrama con su estructura abierta, la serialización de los episodios y la fuente de suspenso al final de cada uno de ellos, se ha podido aprovechar para colocarse en las diferentes formas técnicas de cada medio creando un propio estilo en cada uno de ellos, desde el folletín hasta la telenovela.

¹ Verón, Eliseo. Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales. Editorial Gedisha, 1997. Barcelona, España. Pág. 33

² Verón, Eliseo. Op. Cit Pág. 33

De esta manera la puerta se había abierto para las telenovelas iniciadas en Estados Unidos. Sin embargo, la evolución de estos programas dentro de la televisión mexicana cobró una singularidad que se ha extendido al resto de Latinoamérica con notable aceptación, cuya característica principal es presentar una historia en la que una mujer sufre a través de 180 capítulos todo tipo de vejaciones y en el último episodio obtiene su recompensa, un final feliz para toda la vida.

1.1 Folletín o novela por entregas

El folletín o novela por entregas es el antecedente inmediato de las telenovelas, atrajeron la atención del público lector por sus descripciones fantásticas de amores imposibles y de enredos.

La novela por entregas se publicaba en periódicos de Inglaterra y Francia desde el siglo XVIII. Los escritores más destacados dentro de esta modalidad fueron: Balzac, Henry James y Charles Dickens.

En el folletín el actor aparece en el centro de la ficción, la narrativa es a través de una serialización de episodios y la continuidad es discontinua, hasta lograr el final feliz. “Este fue el gran invento de Sherezade, en ‘Las mil y una noches’ y esta estructura discontinua fue redescubierta en el siglo pasado con la novela de folletín que adoptó el típico golpe de efecto del final de acto teatral como culminación al final de cada entrega periodística, para abrir el apetito del lector hacia la nueva entrega”³. Para el escritor Martín Barbero, el folletín es el primer medio de comunicación dirigido a las masas.

El capítulo que se leía en el diario incitaba al lector desde el primer párrafo a inmiscuirse en una historia de intriga, romance y suspenso para que al otro día siguiera la trama, y así sucesivamente hasta el final.

Con la traducción de “Lazarillo de Tormés”, primer obra difundida en fragmentos (del 15 de agosto de 1836 al 4 de noviembre del mismo año) en el diario francés “Sincle” se inició esa modalidad de publicación, que hasta 1850 alcanzó una inusitada difusión.

Exponentes del folletín fueron escritores como Charles Dickens con la obra “Oliver Twist”, Eugenio Sue con “El judío errante” y los “Misterios de París”; y Alexandre Dumas con las obras “Los tres mosqueteros” y “El Conde de Montecristo”.

Los escritores lograron llevar a la gente en un “barco de los sueños” como lo denominó el escritor italiano Vitorino Brunori en su libro “Sueños y mitos de la literatura de

³ Íbidem. Pág. 38.

masas”, él se refería de la siguiente manera: “en el barco de sueños estaba invitada la gente a navegar por emociones fuertes, asimismo éstos sentirían la felicidad por dispensar generosas recompensas a los humillados y ofendidos y por lavar todo ultraje infringiendo los más terribles castigos a los desalmados”.

La novela de folletín pretendió en la medida en que lo permitían las altas tasas de analfabetismo de la época, crear un gran público interclasista e intergrupalo. Su sistema de difusión oral no era muy distinto al practicado en los monasterios medievales con las Sagradas Escrituras, donde un lector ilustrado leía en voz alta el texto para beneficio de una amplia comunidad de oyentes.

En España y México se leyeron tantos folletines que contribuyeron a limitar el analfabetismo, así surgieron escritores como Enrique Pérez con su obra “El mártir de Galgota” y Manuel Payno con “El pistol del diablo”, entre otros.

Este tipo de narración se le encontró por primera vez en México dentro de un periódico llamado “Variedades”; en este diario se escribían críticas literarias, reseñas teatrales, recetas culinarias, y no pocas veces noticias de política disfrazadas de literatura.

En México tuvo una gran aceptación en los lectores ya que en ésta publicación se jugaba con la realidad, se recreó la sensación de vivir tales escenas, el público vivió y se identificó con cada una de ellas como si sucediera en la vida real, es decir, la gente tenía la sensación de leer el relato de su propia vida.

El éxito del folletín se debió en primer lugar a que tenía una estructura que sin llegar a ser un libro con portada y prólogo, tenía de 16 a 30 páginas y estaba dirigido a un público poco inmerso en la cultura oral. Este aspecto fue primordial para hacerles desear a leer, otro punto fueron las letras grandes y claras y los amplios espacios, lo que hacía una lectura rápida y fácil.

Un segundo atractivo del folletín lo constituyó la fragmentación de la lectura, es decir, se realizaba una división de la historia en episodios, sin perder el sentido de la obra. Debido a esa separación o división de la narración en episodios el folletín terminó por

despegarse del diario en cuanto vehículo de difusión y se desarrolló como una novela por entregas.

Una tercera característica fue que permitió al lector adentrarse en la narración, conocer a los personajes, determinar cómo se desarrollaría el drama y la sensación de saber que pasaría en el próximo capítulo. Es por la duración como el folletín logró confundirse con la vida, disponiendo al lector a meterse en la narración, a incorporarse a ella mediante cartas individuales o colectivas que incidían sobre lo que pasaba en el relato.

En el folletín se plasmó el mundo mísero y pobre, las mujeres y niños maltratados, los barrios bajos y las cárceles.

A raíz del éxito de este tipo de publicación algunos escritores como Antonio Castro Leal, con el fin de dar una mayor veracidad a sus textos, se sumergió en el mundo de las cárceles y de los bajos barrios para poder plasmar esa realidad en el folletín.

El folletín en su momento agitó, denunció y perturbó, pero al mismo tiempo logró dar una solución, un final con paz; el malo recibía su merecido, un castigo reservado; el bueno y conservador tenía su recompensa y la paz que no sólo llegó a los personajes, sino igualmente al lector.

Con el folletín se construyó por primera vez una narración donde se manifestó la continuidad, se separó a los héroes de los villanos, se destruyó la ambigüedad y se exigió al público o lector a tomar partida en la narración.

Justo Sierra junto con otros escritores mexicanos como Pantaleón Tovar, María del Carmen Millán y José Tomás Cuellar aprovecharon el ambiente de la Nueva España y algunos puntos de la sociedad mexicana urbana para mezclarlos con los sentimientos, pasiones y emociones dadas de esa época y plasmarlas en sus escritos. Ya desde entonces la mujer fue tomada como prototipo de la doncella pura, inocente, virgen y capaz de albergar en su corazón un amor silencioso, fiel e incondicional.

En suma al folletín se le imprimió un toque especial para poder captar público, quien se interesaría por leer el siguiente episodio, en donde se le mantendría a la expectativa de los peores incidentes, y el final de los personajes alcanzarían siempre un desenlace feliz.

1.2 Novela o historieta romántica

A raíz del éxito del folletín se pensó en plasmar las novelas por entregas en las tiras cómicas, lo que más tarde daría lugar al nacimiento de la historieta romántica, un precursor más de la telenovela.

La novela o historieta romántica surgió a finales del siglo XIX en Estados Unidos como resultado de las técnicas de impresión que más tarde dieron pauta para experimentar con nuevas formas de expresión. A este aspecto se agregó el inminente número de inmigrantes llegados de América del Sur, quienes debido a su escaso dominio del idioma inglés y de la lectura, se encontraron más aptos a la advertencia de imágenes, lo que favoreció el desarrollo de la prensa gráfica y por ende de la novela o historieta romántica.

El folletín sirvió de inspiración a los publicistas de las fábricas francesas de cigarrillos “El buen tono” quienes para hacer publicidad pensaron en incluir en las cajetillas de cigarros reproducciones de historias narradas gráficamente, así se dio el primer precedente de la llamada historieta romántica. La narración incluida en las cajetillas de tabacos fue el primer relato en episodios y también el precursor del género melodramático. A éstos escritos se les conocía también como “La historia de una mujer” y el objetivo que buscó fue otorgar al lector un mensaje moral a través de personajes sacados del pueblo como “la criada” o “la indita”.

Los iniciadores de la historieta en México fueron víctimas de la producción a destajo, obligados a imitar las fórmulas norteamericanas sin tener un reconocimiento, ellos se calificaron como artesanos de la publicidad y la prensa.

En 1934 apareció por primera vez en México la historieta romántica en forma de cuadernillo independiente del periódico. En ese mismo año surgieron los “famous funnies” en Estados Unidos, los cuales reproducían las tiras cómicas presentadas en los periódicos.

En nuestro país este tipo de historieta tomó por nombre el de “Paquín” o “Poquitos” y en un principio reprodujo algunas series de los periódicos norteamericanos. Esta

repentina moda de fantasía, aventura y acción tuvo indiscutible influencia en la televisión.

En México los escritores de historietas románticas fueron. José Cruz, Ramón Valdiosera, Alfonso Tirado, Gabriel Vargas y Yolanda Vargas Dulché, entre otros. Algunos de éstos crearon técnicas nuevas de expresión como la cinenovela y más tarde la fotonovela y el fotomontaje, lugar donde el melodrama encontró la forma de manifestarse.

Estas circunstancias y la demanda del realismo proclamada por el público debido a la auge de la televisión, tuvieron una trascendencia notable y definitiva en el esplendor de la vida cotidiana familiar. Así, por ejemplo, a las profesiones se les adjudicó intrigas, un juego de melodramas arrancó con gran éxito y se trató de mantener el interés con los problemas amorosos de una bella adolescente. El melodrama americano fue “rosa” y no se permitió la violencia, ni agresiones de ningún tipo, simplemente se nutrió de un personaje femenino catalizador de incidencias amorosas.

Elementos en la historieta romántica fueron la comicidad, las aventuras y el romanticismo.

Con la comicidad la intención fue generar la risa en el lector, las series se presentaron en forma de caricaturas, los personajes principales fueron niños o animales y los temas giraban dentro de un ambiente familiar. Estaba dirigido al consumo de todo el público y fue el pionero de las tiras cómicas.

Con las aventuras se pretendía narrar todo tipo de historietas de héroes de la selva, de la aviación, de guerra y de detectives con gabardinas largas. Se desarrolló después de la Segunda Guerra Mundial y por primera vez el personaje principal era un hombre blanco, guapo y fuerte que poseía poderes especiales. Su labor era establecer el orden y la paz en aquellos lugares exóticos, selváticos y lejanos como el África o el Oriente. Estas series se distinguían por el triunfo del bien sobre el mal.

Por último, con el romanticismo se narraban conflictos amorosos, románticos, engaños, amores imposibles e infidelidades. La mayoría de las historias eran contadas de forma

exagerada para exaltar las emociones de los lectores. La figura central fue femenina, quien sufría las causas y consecuencias del mal.

De esta forma en México la historieta romántica tuvo una fuerte influencia de la escritora Yolanda Vargas Dulché, quien a través de la revista “Lágrimas, risas y amor” y con un personaje central femenino logró captar la atención de los lectores quienes se involucraron con las adversidades de personajes como “Rubí”, “Yesenia” o “María Isabel”. Ésta revista tuvo tanto éxito que se distribuyó a toda Latinoamérica y Estados Unidos.

En estas publicaciones se explotó al máximo lo melodramático y las tragedias se representaron de una forma exagerada para provocar en el lector todo tipo de emociones e incrementar su interés, como lo cita el escritor Armand Matterlart, “la historieta romántica no se conforma con encerrar al lector en el ámbito del amor y con operar la reducción de la esfera de los sentimientos, las pasiones que ligan un sexo al otro, sino que también lo reduce a la esfera del sensacionalismo, a la búsqueda patente de la eficacia emocional prescribe soluciones, fórmulas narrativas y descripciones que subyugan al lector y narcotiza sus facultades de reflexión crítica y objetiva”⁴.

La moda de novela sentimental o historieta romántica formó parte del movimiento y su forma se mantuvo dentro de lo dignamente aceptable a pesar de los excesos emocionales que involucraban.

La historieta romántica se caracterizó por su emocionalismo y su deliberada atracción por producir el llanto en los lectores. Más tarde éstas abrirían el camino para las radionovelas, emisiones que se basarían en hechos reales para conformar sus historias, y que incluyeron aspectos importantes del acontecer familiar.

⁴ Matterlart, Armand. Los medios de comunicación de masas. Editorial Ed Cid, 1977. Pág. 247.

1.3 Radionovela

A partir del desarrollo que registró la industria de la radio en Estados Unidos, y para que se consolidara como vehículo publicitario para las grandes firmas de fabricantes, los anunciantes necesitaban asegurar que millones de personas fueran radioescuchas de programas en horarios específicos y en forma regular.

Las agencias de publicidad vinculadas a esta tarea estuvieron de acuerdo en aceptar dicha aventura y se dedicaron a desarrollar programas susceptibles de ser sintonizados por la población durante la semana.

Las productoras motivaron a las empresas a que se publicitaran en la radio, acción que en poco tiempo se convirtió en un negocio lucrativo. Las agencias de publicidad se volvieron más importantes y poco a poco desarrollaron departamentos independientes vinculados a la radio. De esta forma se convirtieron en las responsables de la programación radial, actuaron como compañías productoras y proveían de programas a las estaciones de radio. La única función de la estación de radio consistió en proveer las facilidades técnicas para la transmisión de los programas. Actores, escritores y productores más que trabajar para las estaciones de radio se emplearon en las agencias de publicidad.

Una manera de atraer público a las emisoras se dio gracias al cine y a la lealtad que se le guardaba a ciertos actores. Sin embargo, este aspecto de contratar actores con trayectoria encontró una desventaja, la cual consistió en la paga del talento artístico, ya que estos esperaban ingresos acordes con su popularidad para trabajar en la radio.

Entonces se pensó en otra estrategia de programación, la cual se basó en el interés por los personajes y la historia más que por la popularidad de las estrellas. El primer programa en seguir esa línea fue el serial norteamericano “Amos and Andy” el cual resultó muy importante para que los anunciantes se convencieran de que dicha estrategia era buena para trabajarse y al mismo tiempo explotarse.

“Amos and Andy” mostró el interés de la audiencia por los programas tipo seriales, donde se va siguiendo la historia del programa en episodios. Esta serie convirtió a la

ciudad de Chicago en el centro de las producciones de dramas radiales. Las agencias de publicidad y algunas productoras descubrieron en Chicago un gran potencial de actores disponibles para trabajar por una paga más baja en comparación a la que solicitaban actores de otros lugares.

Esta experiencia sentó las bases de las radionovelas y de las telenovelas posteriormente. Las estaciones radiales reconocieron en los radioescuchas su interés y lealtad por los programas seriales, sobre todo cuando éstos se referían a situaciones de la vida real.

Un hecho mas que preparó el surgimiento de las radionovelas ocurrió cuando a principios de los años 30's del siglo pasado, los anunciantes se mostraron inconformes en patrocinar los programas destinados al público femenino, por lo que se ofrecieron generosos descuentos para hacer más atractiva la inversión. Esto llamó la atención de grandes empresas como Colgate-Palmolive-Peet y Procter and Gamble, quienes ya anunciaban algunos de sus productos por anunciarse en la radio.

Debido al incremento de programas patrocinados y a que los anuncios más recurrentes eran de jabón, el término “soap opera” (opera de jabón) fue acuñado para las series que se transmitieron dentro de esa forma de publicidad.

Como buena parte del público de las series transmitidas eran mujeres, las cuales permanecían la mayor parte del tiempo en sus hogares, esta audiencia se definió cada vez mas como el “público blanco” de los anunciantes en razón de su creciente número.

Sobre cuál fue la primera radionovela trasmitida y quién fue su creador, no es posible citar un solo título y un solo nombre sin temor a cometer un error. Sin embargo, los nombres de Frank Hummert, Anne Achenhurts, Irma Phillips y Elaime Carrington parecen ser los más atinados sobre la creación de esta clase de programas.

Lo reiterativo en los temas en las radionovelas fue una de las características que se pudieron desarrollar gracias a que las amas de casa eran los principales radioescuchas de estos programas y que gustaban de personajes que sufrieran y que al final obtuvieran la felicidad para siempre.

Con las aportaciones al género de diversos escritores, además de los implementos que se dieron, poco a poco las radionovelas se convirtieron en artículo básico en la programación diaria. Para los patrocinadores el negocio de la publicidad en la programación diurna se mantuvo como algo rentable.

El número de hora patrocinado para las radionovelas era sustancialmente mayor al tiempo destinado para otro tipo de seriales. Cuando las radionovelas estaban en su punto más alto se produjeron hasta 64 programas al día tan solo en la ciudad de Chicago en los Estados Unidos.

En 1940 las radionovelas empezaron a decaer por el desgaste natural que causó en el auditorio, aunque surgieron nuevos títulos, la preferencia se mantuvo en las emisiones de más tiempo. Para 1950, época de transición entre la radio y la televisión, las radionovelas se encontraban aún en un lugar privilegiado, aunque el número de programas al aire se fue a la baja.

A pesar del entusiasmo que despertó la televisión, algunos expertos mantenían sus dudas sobre el éxito que podrían tener los melodramas en televisión. Pensaban que las telenovelas nunca atraerían al público de la radio por el simple hecho de que al escuchar las radionovelas era una actividad integrada a los quehaceres de las amas de casa.

Sin embargo, el enorme potencial de la televisión como forma de entretenimiento fue rápidamente demostrado. En las grandes ciudades, por ejemplo, se dieron bajas en algunas actividades más o menos cotidianas como la asistencia a restaurantes, eventos deportivos o reuniones sociales.

La compañía Procter and Gamble fue un anunciante regular en los inicios de la radio, y a finales de ese año la empresa patrocinó el primer melodrama televisivo: “The first Hundred Years” en Estados Unidos. En la temporada de 1951-1952 la cadena CBS introdujo como parte de su política de expansión tres programas televisados: “Search of tomorrow”, “Love of life” y una adaptación de la novela “The egg and I”. Los dos primeros resultaron ser del gusto de los espectadores y ayudaron notablemente a establecer a la CBS como líder en el campo de las telenovelas.

Para 1952 ocurrió la primera transición de una radionovela a la televisión y fue el serial “The guiding light”, emisión que se transmitió en los dos medios de comunicación, radio y televisión. La empresa Procter and Gamble figuró como el patrocinador de ambos programas, mismos que se mantuvieron hasta 1956.

A pesar de que estos ejemplos denotaban la real competencia que la televisión empezó a brindarle a la radio, las radionovelas aún se transmitían. Sin embargo, pese a los esfuerzos de escritores, compañías comercializadoras y cadenas radiofónicas la radionovela iba en decadencia, por ejemplo, en el año de 1960 en Estados Unidos en la cadena ABC las radionovelas fueron eliminadas de la programación, NBC solo mantenía una al aire y CBS siete emisiones más.

Los años 1960-1961 marcaron finalmente la conclusión de las radionovelas en las cadenas norteamericanas precursoras de esa modalidad. La cadena CBS intentó darle un nuevo aire a esos seriales, pero su intento no prosperó y para noviembre de 1961 concluyeron todas sus radionovelas. En adelante la televisión tomaría el liderazgo en todo lo referente a los melodramas.

En el caso de México, la influencia de lo acontecido en Estados Unidos con esos programas fue innegable. La presencia de la radio antes que la televisión preparó buena parte de los programas que después vendrían por televisión, y en el caso de los melodramas, no fue la excepción.

Como en la unión americana, los patrocinadores existían en el país debido a la expansión de las grandes firmas. En México las compañías Colgate-Palmolive y Procter and Gamble utilizaron igualmente sus estrategias de publicidad a través de los canales y programas de radio.

La idea fue la misma: producir y patrocinar programas gracias a la compra de tiempo de las cadenas radiales. Así aparecieron diversos programas de distinta índole que intentaron atraer la atención del público. Algunos ejemplo son: “El colegio del amor” patrocinado por la brillantina Glostora; “La doctora corazón, desde su clínica de almas”, patrocinado por Vick Vapo Rub; “Revista Monte Carlo” y “Mi álbum musical”, ambos de la empresa cigarrera El Águila. Todos estos programas fueron transmitidos por la

cadena radiofónica XEW. Otros programas como los radioteatros también estaban al aire, entre ellos “Arriba el telón” y “Suspenso Colgate” por la cadena radiofónica XEQ.

Las radionovelas tuvieron que adaptarse a la realidad y gusto del auditorio mexicano, ya que las copias que se pretendían establecer de los programas norteamericanos no tenían la mejor propuesta. Carlos Monsiváis, apuntó que “las radionovelas empiezan en América Latina como una derivación de las norteamericanas, pero de ahí se da muy pronto una divergencia: las radionovelas norteamericanas no eran necesariamente de melodrama, eran más bien de aventura. Las series que tenían más éxito eran “Dick Tracy”, “La sombra”, “Doctor Savage”; las de terror y las sentimentales pasaban a un segundo plano”.

En Cuba y México las radionovelas de terror y aventuras pasaron a un segundo plano inmediatamente, lo que tuvo éxito fue la radionovela sentimental por la fuerza de la tradición del melodrama y porque no tenía una industria de los comics tan poderosa como la de los Estados Unidos que apoyara la relación del lector con la del oyente.

Las agencias de publicidad organizaron equipos de trabajo en sus departamentos donde se preparó al personal que se involucraría en tales programas. Los escritores más talentosos fueron enviados por las mismas compañías publicitarias a diversas ciudades norteamericanas para su preparación.

Así se pudieron conjugar las técnicas y habilidades del pías vecino con las historias y narrativas de México. En consecuencia aparecieron escritoras del género no sólo para radio sino también para la televisión, entre ellas, Caridad Bravo Adams, Delia Fiallo, Fernanda Villeli e Inés Rodena. El resultado fueron las primeras radionovelas mexicanas: “Secreto de confesión”, “Un ángel en el fango”, “Anita de Montemar”, “Ave sin nido”, “El derecho de nacer” y “Chuho el roto”.

Con la llegada de la televisión en la década de los 50’s, al igual como sucedió en los Estados Unidos, se experimentó con nuevos programas y se intentó trasladar algunos programas de la radio al nuevo medio de comunicación. Sin embargo, antes de trasladar un programa de la radio a la televisión existieron los teleteatros.

“Los teleteatros fueron una de las primeras fórmulas para hacer una programación radial, por ejemplo, el conductor Ángel Garasa tuvo uno semanalmente, llamado “Fernando Soler y sus comediantes”, uno más fue “El teatro de Manolo Fábregas”; “Teatro Colgate de los viernes” y “Teatro Bon Soir” eran estelares del canal 2 de Televisión”⁵.

Como se puede ver, algunos de ellos incluían el nombre del patrocinador en el título del programa. No tardó mucho para que los teleteatros dieran paso a las telenovelas cuando de las radionovelas se logró transferir la idea a la televisión.

Algunos consideran que el programa que abrió la puerta de las telenovelas fue ‘Ángeles de la calle’. Este programa se transmitía semanalmente los sábados y era patrocinado por la Lotería Nacional, aunque en el momento de su aparición, en 1951, lo que más figuraba eran los teleteatros (de ahí que algunos lo consideren como tal) algunos historiadores de la televisión la consideran como la primera telenovela grabada de México. Otros mencionan el caso de “Senda prohibida”, original de la escritora Fernanda Villeli, como la primera telenovela que se transmitió en la televisión mexicana en el año de 1958

⁵ Carrandi, Gabino. Testimonio de la televisión mexicana. Editorial Diana. 1986. México. Pág. 171

CAPÍTULO II

TELEVISA Y LAS TELENÓVELAS

Televisa ha mantenido en sus telenovelas esquemas dramáticos tradicionales, con rasgos de repetición, por ejemplo, “María Mercedes” (1992), “Marimar” (1994) o “María la del barrio” (1995). Asimismo parodia con los géneros ya sean de terror, infantil o cómico; igualmente se hace una caracterización de lo social o cultural desde una perspectiva a veces irreal. Se observa pues un desarrollo narrativo lento y lineal que garantiza la claridad de un planteamiento dramático con grandes conflictos y grandes soluciones.

Durante ya cerca de cinco décadas Televisa ha introducido en sus telenovelas varios recursos y tecnologías de las más variadas, pero a la vez se da una enorme carencia de tramas originales, ya que las segundas o terceras versiones se vuelven cosa común. Se diversifican los estilos de los productores quienes buscan su fórmula exitosa particular y toman caminos muy distintos para ganar público. Así se dan telenovelas semicómicas como la de los productores Valentín Pimstein y Emilio Larrosa.

En México, Televisa se ha encargado de que el modelo de televisión con mayores niveles de espectadores a lo largo de 47 años sea la telenovela. Gracias a ella “la producción nacional de televisión cuenta con un ligero dominio (el 50.3 por ciento), sobre la extranjera; el 87 por ciento de las telenovelas que se transmiten son mexicanas contra 13 por ciento importadas”⁶. La predilección masiva por el melodrama es histórico, aunque eso no es suficiente para comprender por la telenovela mexicana se detuvo en el tiempo, no sólo en cuanto a su presentación formal, sino en la reiteración temática donde el sentimentalismo no da lugar a mutaciones nacionales y globales, así lo demuestran las producciones de Televisa.

La temáticas que prevalecen en las telenovelas de Televisa son la búsqueda del verdadero amor, diferencia de clases sociales, ambición, reencuentro de parejas, engaños entre esposos, chantaje, luchas por herencias, machismo, encontrar verdaderos

⁶ Cruz, Osiel. El Universal. Finanzas. Pág. 7. 15 de Noviembre de 1998.

padres, asesinatos, recuperación de la salud, superación personal, religiosidad, hechicería, amor al país y, en último lugar, las luchas políticas.

Televisa a través de sus productores asignan un papel determinado y estereotipado a los padres, amantes, suegros, adolescentes y villanos bajo la representación de una sexualidad socialmente aceptada. Asimismo, no existe telenovela sin sacerdote o guías espirituales que en los últimos años pasaron de confesores ocasionales a conciencias responsables de preservar los valores de la comunidad espectadora.

El mundo de la telenovela va en constante crecimiento pero no hay nada nuevo. Sin embargo, la sorpresa que generó el éxito de los melodramas mexicanos en Europa Oriental, aún continúa sin explicarse satisfactoriamente si hubo identificación, catarsis o simple diversión novedosa.

La fórmula tradicional de hacer telenovelas abordada por Televisa seguirá vigente a través de sus actores y actrices jóvenes junto con productores que después del primer éxito no sueltan su técnica y la sobreexplotan hasta el cansancio. Esto se mantendrá hasta que nazca la corriente empeñada en meter la realidad contemporánea a las tramas, que las aleje del conflicto rosa. Sin embargo, el futuro del género está hoy en manos del espectador quien por primera vez tiene opciones reales en competencia, ya sea a través de la televisión nacional o por cable.

2.1 La telenovela mexicana

Música y comedia llenaron la televisión en 1958, cuando surgió un nuevo género que con muy pocos recursos impactó en los hogares y consiguió que las amas de casa, principalmente, se sentaran frente al televisor a vivir las inclemencias de la protagonista y a sufrir el drama de la naciente telenovela mexicana.

Eran tiempos difíciles, el cine aún tenía acaparada la atención de los mexicanos y cambiar una buena película por un ‘experimento televisivo’ podría no gustarle al público, sobre todo por tratarse de un drama meramente casero y con muy bajo presupuesto.

Sin embargo, se hizo realidad por la pasión de unos cuantos que creyeron en ese experimento. ¿Pero cómo nació la idea de llevar a la pantalla historias cargadas de sufrimiento, engaño y amor en la que sus protagonistas arrancaban suspiros y lloraban sin parar? “Al igual que en la epístola de San Pablo, pronto se comprobó que el amor todo lo puede, todo lo cree, todo lo espera, todo lo sufre y todo lo soporta, porque el amor, como elemento principal de la telenovela...nunca deja de ser”⁷

En 1958 un grupo de publicistas de la empresa Colgate-Palmolive trabajaron en la idea de llevar una historia de la radio a la televisión, buscaron el melodrama ideal que captara la atención del televidente que hasta entonces sólo se había preocupado por reír con los programas cómicos y cantar con los musicales de Televisión.

La primera telenovela que se llevó a las pantallas caseras fue a la invitación que Teresa Medina, primera asesora literaria de Colgate-Palmolive, le hiciera a Fernanda Villeli, quien se dedicó a adaptar la radionovela “Senda prohibida” (1958) para dar ese primer paso a la televisión.

Así el 12 de junio de 1958 se transmitió la primera telenovela “Senda prohibida” En esa historia participaron los actores Silvia Derbez, Alicia Montoya, Augusto Benedico y Emilio Brillas.

⁷ Castillo, Marco. Reforma. Suplemento 40 años de hacer drama. Pág. 5. 31 de Julio de 1998

En ese primer proyecto figuraron nombres como el de José Luis Lemus, Jesús Gómez Obregón, Álvaro Bauer, Antonio Galindo, Manuel Olvera, Héctor Pardo, Héctor González de la Barrera y Sergio del Villar; todos publicistas de Colagate-Palmolive quienes junto con Teresa Medina iniciaron la tarea de convencer a Emilio Azcárraga Vidaurreta, dueño de Televisión, para que apoyara la propuesta.

Mientras Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente del corporativo Televisión, se encontraba en Europa, en México se transmitía la telenovela “Senda prohibida”. A su regreso se percató que la telenovela era todo un suceso y solicitó que se cambiaran las telenovelas del canal 4, en donde se empezaron a transmitir al canal 2.

Este fue el primer paso para que el público dejara de escuchar sólo voces a través de la radio para ver historias de amor interpretadas por sus artistas favoritos en la televisión. La denominada caja de cristal con las telenovelas por delante logró que éstas en pocos meses alcanzaran niveles insospechados de audiencia.

Fue así como se inició un proceso de transmutación de la radio a la televisión; hacer telenovelas era como trabajar en teatro, ya que las primeras historias se transmitían en vivo, puesto que aún no existía el videotape. Aspecto que cambió después de que se transmitieron las primeras cinco telenovelas: “Senda prohibida” (1958), “Gutierritos” (1958), “Más allá de la angustia” (1958), “Un paso al abismo” (1958) y “Teresa” (1959).

También fue la época en la que los productores de televisión aún no ‘nacían’, por lo tanto, los patrocinadores tomaban las decisiones en cuanto a la dirección escénica, de cámaras, iluminación y, sobre todo, la historia y el elenco a interpretarlas.

En los estudios de aquel tiempo no se podían tener varias cámaras, a lo mucho llegaban a dos en cada estudio, ya que se trataban de foros muy pequeños. Poco a poco comenzaron a popularizarse los nombres de Mimi Bechalani, Estela Calderón, Caridad Bravo Adams, Felix B. Caignet y Yolanda Vargas Dulché, entre otros, que con su pluma hicieron del melodrama televisivo una necesidad para los miles de espectadores y es que esencialmente, el gran secreto del éxito de una telenovela es el amor ese amor por entregas, amenazado eternamente por la adversidad, en la que el alma es la arena

donde –de lunes a viernes- se libra una intensa lucha entre el bien y el mal y en la que después de 180 o 270 capítulos el bien triunfa sobre el mal.

En 1958, en un México muy diferente al de hoy, en el que los televisores eran una preciada posesión de pocos privilegiados, los dramas seriados empezaron a conquistar al teleauditorio. Otro tipo de mujeres eran las heroínas, otras las características de sus conflictos y otras muy distintas las maneras de enamorar, seducir o impactar a un público que también era diferente del actual. Sin embargo, a pesar de darse en un contexto tan cambiante, el romance entre espectadores y teledramas ha logrado mantenerse durante ya cerca de cinco décadas.

La telenovela mexicana en su estructura contiene un personaje o un héroe que no es más que un hombre común, el mundo en el que se desenvuelve aunque ficticio es semejante al real, el cual emerge a la luz de la pantalla y despierta interés prácticamente desde su primer capítulo. A medida que la historia avanza, la lista de personajes, situaciones y escenarios, crece tanto como la naturaleza humana y también la curiosidad del público.

Actualmente son pocos los minutos que los miembros de una familia se dedican entre sí, pero muchas las horas que le conceden a las telenovelas, los noticieros o los partidos de fútbol. Las conversaciones giran en torno al programa del día anterior, los líderes de opinión ya no son seres sin rostro, las crecientes opciones de programación se vuelven una obligación para muchos quedarse cada noche en casa.

Es así como millones de telespectadores de todas las clases sociales, sexos, religiones y regiones estuvieron atentos al televisor para presenciar el final de telenovelas muy exitosas como “Cuna de lobos” (1986); “Los ricos también lloran” (1979), “Mirada de mujer” (1997) o “La madrastra” (2005).

Los melodramas mexicanos se han ganado la simpatía del público y ningún otro programa los ha podido desplazar en preferencia, la prueba está en ver cómo en la televisión mexicana durante ya 47 años no han cesado de transmitirse y fabricarse teledramas. Género que ha conquistado televidentes en todo el mundo. La telenovela se ha podido colocar en miles de hogares por sus esquemas de operación, es decir,

reproduce y refuerza los valores sociales más arraigados en la comunidad, lo que asegura un público masivo, especialmente de estratos sociales bajos y medios.

La telenovela mexicana ha sido calificada por escritores “como una degradación cultural, por su contenido sentimental exagerado, donde a través de ella es posible ver cómo se manejan temores, fantasías, deseos, frustraciones especialmente de las clases bajas y medias. Existen pocos fenómenos culturales tan evidenciables como las telenovelas, que entrelazan las demandas sociales y las dinámicas culturales a las lógicas del mercado en la sociedad”⁸.

En la telenovela se pone ciertos aspectos del diario vivir humano como son los sentimientos, celos, odios, familia y escuela, entre otros. Estos elementos los exagera con el finalidad de identificar al público con algún personaje o situación, sin embargo, omite otros como el ambiente político, económico y social del personaje.

Durante 47 años la telenovela ha tenido un papel activo en la formación de la cultura popular mexicana. Dentro de los foros de televisión se han gestado figuras cuyas carreras se deben por completo a este género, ya sea en los terrenos de la actuación, la producción o el guionismo. La telenovela ha cobrado vida propia y ha alimentado a toda una industria: la televisión.

Desde el 12 de junio de 1958, fecha en que se transmitió la primera telenovela en la televisión mexicana, no se han dejado de transmitir melodramas, se han intentado todos los caminos: la comedia, la farsa, terror, ciencia ficción, histórica e infantil. Un aspecto que ha predominado en todas las historias, independientemente de la temática que se aborde, es el romance entre la pareja protagónica.

La telenovela mexicana ha evolucionado principalmente en el aspecto técnico, ya que se introdujo el color y el apuntador electrónico, lo que permitió al actor grabar sin memorizar las páginas de los libretos y recibir al mismo tiempo indicaciones del director sobre movimientos escénicos o matices de actuación, aunque se hayan marcado en un ensayo previo.

⁸ Barbero, Martín. *Televisión y Melodrama*. Editorial Tercer Mundo. 1992, Colombia. Pág. 14.

La principal evolución en las telenovelas según la escritora Fernanda Villeli es que, al convertirse en fuente de divisas, ya que se venden a más de cien países, permitió que las producciones se realicen en locaciones naturales, aspecto que no solo benefició a esta industria sino que igualmente contribuyó al desarrollo del turismo en el país.

Por las mismas razones de costos las primeras telenovelas de pocos capítulos llevaban un elenco corto, en la actualidad éstas tienen un mínimo de 160 capítulos y se contrata, además de los exclusivos de la empresa, a actores internacionales.

Actualmente Televisa entra a los mercados internacionales con superproducciones de buena calidad, ya que creció junto con la tecnología universal y preparó un personal muy hábil para lograr los mejores efectos de sonido, música e iluminación. Así lo han demostrado telenovelas como “El vuelo del águila” (1994), “El maleficio” (1983), “Pueblo chico infierno grande” (1997); “Serafín” (1999), “Rebelde” (2004) y “Sueños y caramelos” (2005).

Igualmente se encuentran la duración de las telenovelas al aire, la primera duró cerca de 35 capítulos de media hora cada uno y se transmitía de lunes a viernes, es decir, se mantuvo en pantalla poco más de un mes. Después aumentaron los capítulos hasta hacer telenovelas de 40 o 50 episodios o de incluso 608 capítulos como fue el caso del melodrama “Mundo de juguete” (1974).

Se habla mucho del desarrollo de la telenovela, tanto en su producción como en su temática, pero este progreso sólo se ha manifestado en la realización, porque en cuanto a los temas cabe preguntarse lo siguiente: ¿hasta que punto han cambiado los temas de las telenovelas? ¿En realidad los televidentes se han apropiado de los melodramas como ‘el espacio donde se aprende’ o ‘el lugar que refleja su realidad’?

Los grupos que conforman las clases bajas y medias, principalmente, están desmoralizadas de la vida bajo presión y muchas veces son controladas a través del discurso de la televisión, un relato a su vez exigido por las masas y es aquí donde se aprovechan los más poderosos para ofrecer un lenguaje en donde el pobre siempre tendrá una recompensa, no importa que tanto tenga que sufrir.

Como la telenovela es parte del discurso de la televisión y nuestra sociedad cambia constantemente en sus costumbres, actitudes, problemas sociales y crisis económicas, los guionistas han adaptado esos cambios a la telenovela, aunque no de una manera tan abierta como por ejemplo el aborto o el desempleo y sus consecuencias.

La escasez de escritores ha hecho repetir “Las rosas salvajes” o las versiones de “Corazón salvaje”; se insiste una y otra vez en estos argumentos. No importa si la escenografía cambia y los diálogos se actualizan un poco, la esencia de la telenovela es la misma.

En su momento se dijo que Televisión Azteca empezaba a hacer una nueva televisión. Por ejemplo, sus telenovelas con discursos apegados a la realidad social, económica y política del país crearon un escenario creíble para el público televidente.

En sentido contrario, con sus provocaciones y rompimientos, el equipo de Televisión Azteca logró en solo unos años la posibilidad de presentar telenovelas divergentes, que esencialmente conceden al público los estímulos para reclamar o rechazar valores. La revista Nexos (No. 239), publicó en Noviembre de 1997, cuatro meses antes de que concluyera la telenovela “Mirada de mujer” (1997) que los niveles de audiencia superaban en mucho a su competidora “María Isabel” (1997) de Televisa.

Con telenovelas como “Nada personal” (1996) o “Demasiado corazón” (1997), Televisión Azteca logró seducir a los espectadores con un producto que a lo largo de mucho tiempo fue visto como un espectáculo recreativo y cultural insípido. Fueron en su momento telenovelas innovadoras que iban más allá de una oferta y tema, sembraron en los telespectadores dudas razonables durante la transmisión, en vez de conformarlos con el beso antes de la palabra fin.

Ahora los actores y televidentes tenían otra opción de trabajar y ver, respectivamente, ya no era solo Televisa. Televisión Azteca abrió sus puertas a nuevos valores. El presidente de ésta televisora Ricardo Salinas Pliego expresó al respecto “hay mucho talento en México; se pueden crear figuras con rapidez y confío en que en un país con

85 millones de habitantes (2001) lo encontraremos. El reto es desarrollar el talento, no piratearlo”⁹.

Con Televisión Azteca se abrió una nueva opción de ver televisión. Esta cadena televisiva emprendió métodos y técnicas novedosas para hacer un trabajo creativo y fresco, que salió de lo convencional y comercial de Televisa, y en las telenovelas encontró el material ideal para abrir paso a aquello novedoso, el cual presentó con calidad, con historias apegadas a la realidad, los cuales reflejaron pensamientos y problemas cotidianos.

El factor *rating*, ha sido a últimas fechas un elemento propiciador de telenovelas hechas “al vapor”, así como de constantes *remakes* o refritos y que para sorpresa de muchos han superado el éxito de la primera versión como lo fue en Televisa “La Usurpadora” (1998) una fiel copia de “El hogar que yo robe” (1981), o “El privilegio de amar” (1998) una remozada versión de la telenovela venezolana “Cristal”(1986); y en Televisión Azteca “Yo soy Bety, la fea” telenovela colombiana que a la pantalla mexicana llegó con el nombre de “El amor no es como lo pintan” (2000).

Según el Instituto de Opinión Pública y Estadística (IBOPE), la telenovela de mayor audiencia hasta 2004 había sido “El premio mayor” (1995) con 51 puntos de *rating*, seguida de “La Usurpadora” (1998) con 48 puntos y “Mirada de mujer” (1997) con 39 puntos; y la menor audiencia ha sido la telenovela de Televisión Azteca “Tentaciones” (1998) con 2.4 puntos de *rating*.

Ante esta situación, Televisión Azteca y Televisa han erigido una nueva lucha “la guerra por el *rating*” acción que ha repercutido en sacar del aire una telenovela o recortarla abruptamente por los bajos niveles de audiencia.

Productores de telenovela como José Rendón y Epigmenio Ibarra –ambos trabajaron en Televisión Azteca- coincidieron en señalar que “el *rating* ha sido utilizado como instrumento hacedor de malas historias para telenovelas, ahora el único fin es comercial, y la constante repetición de fórmulas con temas bastante refriteados”¹⁰.

⁹ Hernández, Jesús. El Financiero. Finanzas. Pág. 14. 13 de Septiembre de 2001.

¹⁰ Álvarez, Ethel. Reforma. Gente. Pág. 1. 21 de Febrero de 2004.

Algunas telenovelas de las que se han hecho dos o tres versiones son:

Primera versión	Segunda versión	Tercera versión
Tu o nadie (1985)	Acapulco cuerpo y alma (1995)	
Esmeralda (1982)	Topacio (1985)	Esmeralda (1997)
La mentira (1965)	El amor nunca muere (1982)	La mentira (1998)
Cristal (1986)	El privilegio de amar (1998)	
El hogar que yo robé (1981)	La Usurpadora (1998)	
Rina (1977)	María Mercedes (1992)	
La venganza (1977)	Marimar (1994)	
Los ricos también lloran (1979)	María la del barrio (1995)	
Teresa (1959)	El cuarto mandamiento (1967)	Teresa (1989)
Rubí (1968)	Rubí (2004)	
Viviana (1978)	Camila (1998)	Salomé (2001)
Vivir un poco (1985)	Para toda la vida (1995)	La madrastra (2005)
Corazón salvaje (1966)	Corazón salvaje (1977)	Corazón salvaje (1993)
Andrea Celeste (1981)	Chispita (1982)	Luz Clarita (1996)
Monte calvario (1986)	Te sigo amando (1996)	
Senda prohibida (1958)	Amor prohibido (1979)	
Gutierritos (1958)	Gutierritos (1965)	Un original y 20 copias (1978)
Soledad (1980)	Bendita mentira (1996)	
Gotita de gente (1978)	Gotita de amor (1998)	
Dómenica Montero (1978)	La dueña (1995)	
María Isabel (1966)	María Isabel (1997)	
La leona (1961)	Una mujer marcada (1979)	Si dios me quita la vida (1995)
Yesenia (1970)	Yesenia (1987)	
La sonrisa del diablo (1970)	La sonrisa del diablo (1992)	

Señora Isabel (1996)	Mirada de mujer (1997)	
Señora de cárdenas (1996)	El amor de mi vida (1998)	
Amor en silencio (1988)	Háblame de amor (1999)	
Perla negra (1995)	Perla (1998)	

Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, “la guerra por los 16.5 millones de telehogares y un presupuesto de 13 mil 440 millones de pesos de publicidad en televisión; Televisa y Televisión Azteca se valen de todo: hacer cambios de programación e imitar las series de mayor éxito de cada televisora. La lucha por el *rating* es una batalla por millones de dólares que se comercializan entre un pequeño grupo de empresas que pueden acceder a la televisión”¹¹.

Pertenecer atentos al final de la telenovela de moda es ya un rito, dice Álvaro Cueva colaborador del periódico “Milenio Diario” “sí hay otras opciones en la televisión pero la pasión por ver melodramas, involucrarse en éstos, aplaudirlos o agredirlos, es más fuerte que soportar media hora de caricaturas, la rutina de los noticieros, el mal humor de las comedias o la falta de sabor de la mayoría de las series importadas”¹²

La telenovela hoy no es más que un negocio como lo menciona Jesús Hernández colaborador del periódico El Financiero, “el negocio de las telenovelas no está en hacer feliz a nadie, ni en que se hable bien de éstas, sino en que el público las mantenga en pantalla por lo menos 30 segundos, tiempo suficiente para estimular las cifras del *rating*”¹³

En su momento agrupaciones cívicas en lugar de discutir sobre conflictos sociales y estrategias políticas cuestionaron a los personajes de los melodramas escritos por Bernardo Romero como “Mirada de mujer” (1997), “Tentaciones” (1998) o “El amor de mi vida” (1998), mandaron cartas de protesta acerca del posible aborto de uno de los

¹¹ Cacho, Yalín. El Financiero. Negocios. Pág 10. 25 de Enero de 2004

¹² Cueva, Álvaro. Milenio. Hey. Pág. 4. 25 de Enero de 2005

¹³ Hernández, Jesús. El Financiero. Negocios. Pág. 23. 22 de Febrero de 2004.

personajes y organizaron debates universitarios con respecto al comportamiento de “María Inés” (Angélica Aragón) en la telenovela “Mirada de mujer”.

Fue tal el éxito de la telenovela “Mirada de mujer” por Televisión Azteca en 1997 que, por ejemplo, publicistas de radio hicieron campañas utilizando los nombres de algunos personajes de ese melodrama como “Ignacio San Millán” o “Alejandro Salas”; los editores de revistas aumentaron tirajes cuando inventaban notas exclusivas sobre una posible secuela de ese fenómeno, llamado “Mirada de mujer. El regreso” (2003) que finalmente si se dio en el año 2003, pero que representó un rotundo fracaso.

“Nada personal” (1996) y “Mirada de mujer”(1997), representaron un parteaguas en el mundo de la telenovela, sus temáticas alarmaron a sectores que difícilmente eran tratados en una telenovela: la iglesia y el medio político. Televisión Azteca, aunque “novata” en el rubro de la telenovelas si se compara con la larga trayectoria de Televisa en este tipo de producciones se puede afirmar que en estos momentos representa una opción real y competitiva para ver melodramas seriados.

Sin embargo, desde 1958 año en que irrumpió en la televisión la primera telenovela (Senda prohibida 1958) no han dejado de producirse y son tantos los títulos que se han presentado en la pantalla chica, que se podría afirmar que nunca dejará de realizarse. Aunque los temas ya se han vuelto trillados y pareciera que se disfruta el misma telenovela de hace más de cuarenta años, este género promete seguir vigente por mucho tiempo más.

2.2 La telenovela mexicana en el mundo

La exportación de melodramas coloca a México como número uno en el mundo, más de cuatro décadas han pasado desde la primera telenovela “Senda Prohibida” (1958) hasta “La esposa virgen” (2005), que aún cuando no estaba al aire ya estaba vendida a más de 100 países. Cerca de cinco décadas después, muchos dólares han pasado, y sin embargo, contra lo que se pudiera pensar “Rosa Salvaje” (1987) se ha podido vender incluso en Libia o Uganda, en el África Central.

Aparte de la consabida comercialización de espacios en al pantalla chica, la mayor parte de la inversión realizada en las telenovelas se supera mediante su venta en un mercado potencial de más de 97 países. En la lista figuran prácticamente la mayoría de los países americanos, algunos europeos, africanos y asiáticos.

En Televisa, este negocio rara vez sabe de gratitudes; por eso es que mientras la cantante y actriz Thalía fue nombrada por el fallecido Emilio Azcárraga Milmo como su embajadora en Filipinas, Singapur y tierras aledañas gracias a sus telenovelas como “María Mercedes” (1992), “Marimar” (1994) y “María la del barrio” (1995), la protagonista de “Los ricos también lloran” (1979), Verónica Castro, tuvo que sufrir el destierro del veto en Televisa porque en 1995 Televisión Azteca transmitió la telenovela “Verónica, el rostro del amor” (1986), donde ella era la protagonista, aunque la producción fue realizada en Argentina.

La telenovela es el producto de exportación por excelencia para las televisoras mexicanas. Tan es así que Televisa gasta gran parte de sus recursos para crear y comercializar su producto en el extranjero por medio de su empresa filial Protele, actualmente denominada Televisa Internacional.

Para Televisa Protele fue un magnífico vínculo en el extranjero. Desde que esta empresa se creó el 27 de agosto de 1965, se han colocado en las pantallas chicas del mundo más de 2 mil series en más de 100 países, que no incluyen ni a Latinoamérica (excepto Puerto Rico) ni Estados Unidos, donde los números alcanzan niveles todavía mayores. Según la productora Carla Estrada, la exportación es una actividad muy rentable para las televisoras, por ejemplo, en Venezuela se paró la actividad laboral por ver el final de la

telenovela “Te sigo amando” (1996) que además ganó 16 premios de parte de la Fundación Mara de aquel país”

Otro ejemplo es Verónica Castro quien con la telenovela “Los ricos también lloran” (1979) se comprobó que las historias y los actores de los melodramas mexicanos encuentran un total aceptación desde Argentina hasta Centroamérica en el continente Americano, o en países europeos, sobre todo del este, como Rusia. Su personaje de “Mariana” en “Los ricos también lloran” marcó un éxito en la historia de la telenovela mexicana y la dio a conocer entre el público mundial; en España la llamaron “La reina de la telenovela”, en China provocó tumultos, en Rusia le hicieron una estatua y en Italia Verónica Castro tiene una muñeca con su imagen.

Productores, directores y adaptadores de telenovelas coinciden en señalar que los años ochenta fueron la década de la consolidación melodramática a nivel exportación, producción, historia y actores.

Las telenovelas que más éxito han tenido en el mundo hasta 2005 son:

Telenovela	Año	Productor	Actores
Rosa salvaje	1987	Valentín Pimstein	Verónica Castro y Guillermo Capetillo
Los ricos también lloran	1979-1980	Valentín Pimstein	Verónica Castro y Rogelio Guerra
María Mercedes	1992	Valentín Pimstein	Thalía y Arturo Peniche
Marimar	1994	Valentín Pimstein	Thalía y Eduardo Capetillo
Maria la del barrio	1995	Angelli Nesma	Thalía y Fernando Colunga
Bajo un mismo rostro	1994	Humberto Zurita y Christian Bach	Christian Bach y Roberto Blandón
Alondra	1995	Carla Estrada	Ana Colchero y Gonzalo Vega

Corazón Salvaje	1994	José Rendón	Edith González y Eduardo Palomo
Simplemente María	1990	Valentín Pimstein	Victoria Rufo y Manuel Saval
Acapulco cuerpo y alma	1995	José Alberto Castro	Patricia Manterola y Saúl Lizaso
Imperio de cristal	1996	Carlos Sotomayor	Kate del Castillo y Ari Telch
Bendita mentira	1996	Nícandro Díaz	Angélica María y Mariana Levy
La dueña	1996	Florinda Meza	Angélica Rivera y Francisco Gattorno
Alguna vez tendremos alas	1997	Florinda Meza	Kate del Castillo y Humberto Zurita
Luz Clarita	1997	Mapat L. de Zataráin	Daniela Luján y Verónica Merchant
Cañaveral de pasiones	1996	Humberto Zurita	Daniela Castro y Juan Soler
Esmeralda	1997	Salvador Mejía	Leticia Calderón y Fernando Colunga
La Usurpadora	1998	Salvador Mejía	Gabriela Spanic y Fernando Colunga
Rosalinda	1999	Salvador Mejía	Thalía y Fernando Carrillo
El privilegio de amar	2000	Carla Estrada	Adela Noriega y Ernesto Laguardia
Amigas y rivales	2001	Emilio Larrosa	Angélica Vale y Gabriel Soto
Amor real	2002	Carla Estrada	Adela Noriega y Fernando Colunga
Amarte es mi pecado	2003	Ernesto Alonso	Yadhira Carrillo y Sergio Sendel
Rubí	2004	José Alberto Castro	Bárbara Morí y

			Eduardo Santamarina
La madrastra	2005	Salvador Mejía	Victoria Rufo y César Évora

Fuente: Hernández, Jesús. El Financiero. Agenda del espectador. 28 de Marzo de 2005. Pág. 50.

En cuanto a las producciones extranjeras producidas en inglés para su comercialización en el mercado internacional: “The Guilt”, “Forever” y “The Shadow” fueron las más exitosas.

A 40 años de existencia, Televisa Internacional (antes Protele), dirigida por Carlos Castro Acosta, ha vendido un promedio de 68 telenovelas por año. El proceso de comercialización no es muy diferente al de cualquier otro producto, salvo que en vez de venderse por unidades, se comercializa por hora.

En Televisa cada telenovela que sale al aire en México, se comienza a vender al exterior dos meses después de que inicia transmisiones aquí, sin importar que no se hayan concluido las grabaciones de todos sus capítulos.

Televisa ha comercializado todas sus telenovelas en el extranjero, y en la historia de Protele sólo han existido dos telenovelas que no se exportaron: “La Paloma”, que salió del aire, tras la muerte de uno de sus protagonistas, y “El secreto de Alejandra” protagonizada por María Sorté, que sólo se transmitió en México en un lapso de tres semanas por falta de *rating*.

De acuerdo con un artículo de Jesús Hernández publicado en el periódico El Financiero fechado el 28 de marzo de 2005, el país que más telenovelas ha comprado a Televisa Internacional es Puerto Rico (112 telenovelas), buena parte de las ganancias de los melodramas se encuentra en las ex repúblicas soviéticas y en el norte de África; mientras que las regiones de Indonesia y Asia Oriental apenas están ingresando en las listas de marketing de Televisa Internacional, antes Protele.

En cuanto a la adquisición de telenovelas mexicanas, hasta 2004 después de Puerto Rico sigue Marruecos con 50; Omán, Siria y Turquía, 47; Armenia, Baherin, la República de Djibouti, la ex república soviética Georgia, Kuwait, Libia, Mauritania, Qatar, Arabia Saudita, Sudán, Túnez, Estados Árabes Unidos y Yemen, con 46.

Con 46 telenovelas: Kasakistán, Kisijistán y Líbano; Azerbaijón, Egipto, Irak, Jordania y Uzbekistán con 44. Estos son algunos ejemplos de cómo la telenovela mexicana realizada por Televisa ha logrado introducirse en países tan lejanos como lo son los de medio oriente.

Rusia, por ejemplo, ha comprado 40 telenovelas y Filipinas 41. Le siguen Bielorrusia (26), Canadá (20), China (21), Estonia (38), Irán (42), Latvia(33), Lituania (31), Turkmenistán (24), Uganda (8), Ucrania (34), y Angola (14).

En Europa, Italia y Grecia son los países que más telenovelas mexicanas adquieren con 37 cada uno, seguidos de Portugal (20), España (16), Polonia y Rumania (15), así como Suecia (13), Alemania (10) y Francia (5). Inglaterra sólo ha comprado “Los ricos también lloran” (1979), y Luxemburgo “Cuando llega el amor” (1989) y “Mi pequeña Soledad” (1990).

Pese a la falta de relaciones diplomáticas con Sudáfrica, Televisa logró vender en ese país la telenovela “Bodas de Odio” (1983), mientras que Vietnam adquirió los melodramas “Marimar” (1994), “Maria Mercedes” (1992), “Maria la del barrio” (1995), y la telenovela hablada en inglés con actores mexicanos “The guilt” (1995).

Tal ha sido el éxito de las telenovelas de Televisa en el mundo que en el año de 2001 Emilio Azcárraga entregó en las instalaciones de esa televisora un reconocimiento a los protagonistas de la telenovela “Los ricos también lloran” (1979), por los resultados obtenidos con sus transmisiones en más de 40 países. Producida en 1979 por Valentín Pimstein, la seria estelarizada por Verónica Castro y Rogelio Guerra no sólo mantuvo cautivos a mas de 12 millones de mexicanos, también abrió a la empresa Televisa infinidad de mercados internacionales al ser traducida a diversos idiomas como el inglés, portugués, italiano, turco, chino y ruso.

“Los ricos también lloran” (1979) fue la primera telenovela que se transmitió en la entonces naciente Comunidad de Estados Independientes y fue tal el impacto, que el propio Presidente Boris Yeltsin recibió a Verónica Castro. Este suceso se repitió cuando en 1995 se transmitió el melodrama mexicano “Simplemente María” (1989) y Victoria Rufo fue recibida por el gabinete ruso.

Algunos sectores intelectuales de la sociedad rusa catalogaron a las telenovelas mexicanas como un claro “ejemplo de la decadencia moral de Occidente”. Sin embargo, después de Puerto Rico, las ex repúblicas soviéticas son las que más melodramas importan.

Quien fuera el primer presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Vidaurreta, siempre defendió la postura de las telenovelas, más aún cuando esta era atacada. En una entrevista realizada por el periódico El Nacional en 1993 y publicada el 7 de noviembre de 1995, mencionaba que “históricamente se considera que la cultura existe nada más en los libros, que ésta significa muchas cosas excepto novelas, porque estas carecen de calidad y hasta vergüenza da hablar de ellas. Lo importante en éste caso es que la gente que enciende un aparato receptor lo hace de manera voluntaria, entonces puede escoger lo que le de la gana. Lo que vale es cuando uno se enfrenta a un auditorio de millones de personas y éstas deciden sintonizar algo que, además de alegría, les ofrece entretenimiento sano y que les brinda satisfacción interna. Eso es la televisión, y entre muchos esfuerzos realizados el más importante de ellos dentro de Televisa, curiosamente se llama ‘Los ricos también lloran’ para que vean que yo siendo, habiendo nacido rico, también lloro, ¿verdad?”¹⁴

Productores de telenovelas como Carla Estrada y Valentín Pimstein de Televisa, y Elisa Salinas y Epigmenio Ibarra de Televisión Azteca, aseguran que el mejor negocio en la telenovela está en la exportación a países tan lejanos como Omán y Azerbaiján.

Tan sólo en 1997, de acuerdo al periódico Reforma Televisa facturó más de 350 millones de pesos sólo por venta de sus programas en América Latina, sin contar Europa, Asia, y África donde también son un éxito. Carlos Castro, director general de

¹⁴ Salazar, Alejandro. El Nacional. Espectáculos. Pág. 37. 7 de Noviembre de 1995.

Protele informó en Espacio 2004 (la semana de encuentro entre universitarios y personal que labora en Televisa) que en 1967 Televisa empezó exportando 2 mil 300 horas de su programación y que en 2001, vendió 105 mil horas, y que de cada mil horas vendidas al extranjero, 800 son telenovelas.

Hasta 1993, Televisa era la única televisora mexicana que exportaba sus producciones, pero desde 1997 Televisión Azteca hizo lo propio. Al principio únicamente lo hacía a nivel Latinoamérica, sin embargo, a partir del año 2000 comenzó a exportar sus telenovelas a países de Europa y Asia. El principal problema al que se enfrentó esta televisora al momento de comercializar sus telenovelas en el extranjero fue que sus producciones estaban hechas para el público mexicano más que para el mercado internacional, por lo que se encontraba una barrera para la comprensión de ciertos temas en la televisión de determinado país.

La estrategia de comercialización de Televisión Azteca se basa en contratos de compra-venta por telenovelas e intercambios con televisoras sudamericanas. Mientras que Televisa ofrece su programación a sus televisoras afiliadas a cambio de 15% de lo que éstas facturan por comerciales. A las televisoras de cable se las vende por una cuota mínima garantizada.

Tener representación en todas las televisoras del mundo es la consigna de Televisa, cuyos directivos, para conseguirlo han implementado las más variadas estrategias, desde la co-producción de telenovelas con sus homólogas de otros países, por ejemplo, “El amor tiene cara de mujer” (1971) que fue realizada en Argentina o “Leonela”(1994), que tuvo como sede Perú; hasta la creación de empresas encargadas de realizar telenovelas en idioma inglés.

Así nació la compañía Moning Glory, producto de una sociedad entre Televisa y la empresa norteamericana, Twentieth Century Fox. De esta manera se llevaron a cabo las grabaciones de telenovelas, entre otras de: “The cristal empire” (1994), “The Shadow” (1996) y “Acapulco Bay” (1995), versiones anglosajonas de “Imperio de cristal” de Carlos Sotomayor, “La sombra del otro” de José Rendón y “Acapulco, cuerpo y alma” de José Alberto Castro.

“El precio de una telenovela se estipula de acuerdo al número de capítulos, a la cantidad de programas que la empresa interesada compre anualmente, al territorio donde se pretende transmitir y al formato en el que se soliciten los capítulos”¹⁵.

Según varias publicaciones periodísticas, en 2001 una televisora alemana compró la telenovela “Azul” (1996) en 25 mil dólares por capítulo. El precio fue fijo y alto porque fue la única venta significativa de Televisa en ese país, afirmaron ejecutivos de Televisa Internacional.

Otro ejemplo fue la telenovela “La usurpadora” (1998) que el 1 de Febrero de 1999 estableció el record más alto de audiencia para la cadena de televisión hispana Univisión, por encima de estaciones anglosajonas del sur de California. Según el diario Los Angeles Times, la telenovela superó a siete de las más importantes cadenas de Estados Unidos. Ese día el canal 34 de Univisión atrajo a más del 10% del teleauditorio a las 20 horas, lo que significó cerca de 530 mil hogares y con ello sobrepaso a Crosby, 20/20, una película de éxito de NBC y los premios TV Guide.

Desde 1968 que Telesistema Mexicano, hoy Televisa, exportó la primera telenovela “Gutierritos”(1958) gracias al videotape, se ha convertido en el más importante abastecedor de telenovelas en América Latina, Estados Unidos, Asia, Europa y África.

De este modo las telenovelas se encuentran entre las preferencias del público nacional e internacional junto al cine y los deportes. Ocupan el primer lugar en cantidad de horas por día, se transmiten en los horarios más cotizados a nivel publicitario, incluso, y de acuerdo con Enríque Krauze, la telenovela mexicana “Los ricos también lloran” (1979) ha sido capaz de interrumpir guerras durante sus transmisiones en Europa central.

Incluso las telenovelas mexicanas han sido utilizadas para activar las clases de español en países de Asia y África, pero de cualquier manera se subtitulan y/o doblan a más de 15 idiomas.

¹⁵ Garay, Alejandra. Reforma. Gente. Pág. 1. 21 de Febrero de 1999.

2.3 Las telenovelas y su evolución temática

La temática abordada por Televisa en sus telenovelas mantiene esquemas dramáticos tradicionales, con rasgos “rosas”, es decir, sus temas conllevan una línea de repente irreal, que muchas de las veces tiene poco que ver con la realidad. Es decir, se tratan historias idealizadas y que sólo en la imaginación de muchos televidentes pueden ocurrir.

Conforme avanza la telenovela ésta va recogiendo conflictos y cambios en los protagonistas, focaliza las relaciones familiares y de pareja, y las relaciona con problemas o acontecimientos que no trascienden de los primarios. Las bondades y las maldades de los personajes centrales se fundamenta en distintos casos en términos de una psicopatología individual condicionada por su inserción histórica.

Los personajes en las telenovelas de Televisa tienen tres efectos sobre el telespectador:

“El primero es el derivado de la presencia del personaje como una presencia hogareña, como un familiar más, en virtud de su carácter habitual en el espacio doméstico. A diferencia de lo que ocurre entre la pantalla del cine, el televisor impone una distancia corta y coloca al personaje en la iconosfera íntima del telespectador, en el interior de su propio hábitat.

“El segundo está asociado a las necesidades de la estereotipación caracterológica del personaje como un arquetipo estable y reconocible fácilmente por el público, mediante situaciones y efectos recurrentes, como los que eran usuales en el viejo teatro de melodrama y en la novela de folletín.

“El tercero deriva de que los protagonistas de éstas dilatadas ficciones serializadas se caracterizan por un flojo biográfico continuo, es decir, los personajes evolucionan y se transforman sin trascender”¹⁶

¹⁶ Verón, Eliseo. Op. Cit. Pág. 34.

Esta estructura utilizada por Televisa impone, como es sabido, graves problemas a los escritores que se encuentran ante flujos imprevisibles a veces determinados por las respuestas del mercado. A veces tienen que matar a un personaje antes de tiempo, e incluso, resucitar con extraños artificios a un personaje muerto (que en realidad partió de viaje sin avisar), pues, su presencia es reclamada imperativamente por las protestas del público.

Diferentes autores como Martín Barbero y Eliseo Verón, coinciden y afirman que la suma de estas tres características permiten una eficaz identificación-proyección, de un modo inusitado, grandes pasiones y dramas que le hacen sentirse superior, en una operación de autoennoblecimiento o autosublimación.

El telespectador vive en realidad una proyección, de modo que se siente solidario y se identifica con el personaje positivo, en quien ve a su semejante, digno de su simpatía, mientras que libera sus frustraciones y sus ansias destructivas a través del personaje malvado, del trasgresor moral.

No podemos olvidar el hecho, por demás evidente, de que las telenovelas de Televisa han seguido la línea del folletín con el manejo de la telenovela familiar: las constantes aventuras secretas del padre y la madre, las rivalidades entre hermanos o parientes y las situaciones de ficción con la temática del incesto.

A pesar de la evolución del género y del surgimiento de nuevas temáticas, las tramas exitosas en general, ubican la acción dramática en el interior del seno familiar, para reinventar con más naturalismo las líneas básicas de esa familia irreal.

“El telespectador de este tipo de telenovelas, pone en duda la suficiencia de las imágenes y por ello gran parte de la historia sucede fuera de campo, en una invisible región mítica, de allí que la expresión excesiva y límite de las lágrimas se convierta en capacidad de demostrar lo invisible”¹⁷. Los personajes lloran y escuchan, como los espectadores, es decir, las lágrimas son una forma de hablarse. El melodrama de las

¹⁷ Íbidem. Pág. 22

telenovelas arranca de ahí, es la respuesta a la evidencia de las imágenes desde que apareció la televisión.

La heroína doméstica de la telenovela es la encarnación de la lealtad, de sentimientos nobles, del amor incondicional a sus hijos y a su hogar, víctima de innumerables intrigas, fiel a la verdad y a los valores religiosos. Es una mujer que de cara a las circunstancias más adversas encuentra la voluntad y la valentía suficientes para sobrellevarlas, además se las ingenia para ayudar a los suyos. En otras palabras su vocación es el sacrificio. Qué telenovela en Televisa no lleva en su temática éstas características, sea como fuese la heroína: sirvienta, secretaria, madre de familia, ejecutiva o estudiante.

Los personajes están diseñados con base a rasgos puros. De ahí su clasificación como obra cerrada por parte del investigador español Tomás López Pumajero siguiendo la definición de Humberto Eco, “los personajes están contruidos con base a rasgos arquetípicos y estereotipados que hacen posible una decodificación rápida, prescindiendo del lector erudito. Estos rasgos semánticos puros se orientan básicamente en dos direcciones: lo masculino y todos aquellos rasgos asociados a la masculinidad, y lo femenino. Al agotar las posibilidades combinatorias del relato se agotan también los rasgos en uno y otro personaje”¹⁸

Así vemos telenovelas como: “Morelia” (1995), “Nunca te olvidaré” (1999) o “Guadalupe”(1985), donde los personajes se feminizan y masculinizan de acuerdo a una serie de rasgos que están socialmente aceptados: las mujeres son víctimas y los hombres victimarios; los hombres persiguen el poder (“El privilegio de amar” -1998- o “Pasión y Poder” -1988-) y las mujeres la felicidad y el amor; las mujeres los sentimientos “nobles” y los hombres el sexo.

Así hay mujeres ambiciosas e interesadas que por este rasgo se inscriben dentro del dominio de la masculinidad y hay hombres que lo hacen todo por su amada y que se ubican dentro del ámbito de la feminidad, por ejemplo, las telenovelas “Teresa” (1989) y “Gutierritos”(1958).

¹⁸ López Pumajero, Tomás. Aproximación a la telenovela. Editorial Cátedra, Signo e Imagen. 1987, España. Pág. 116

Los capítulos diarios que llegan cada noche a los hogares mexicanos se insertan como punto de referencia importante en la cotidianidad de las familias. Así lo han demostrado telenovelas que, según los índices de *rating* han roto los esquemas y familias enteras las seguían día a día como: “Los ricos también lloran” (1979); “La usurpadora” (1998); “Tú o nadie” (1983); o “Cuna de Lobos” (1985) y más recientemente “La madrastra” (2005).

Al sentarse frente al televisor, la familia reunida en la sala vive las emociones de la familia que aparece en la pantalla, funde los dos espacios, el imaginario y el real. Seguir diariamente las telenovelas se transforma en una actividad ritualizada que ocupa el pensamiento de los espectadores al convertirse en un hábito cotidiano, la fidelidad a la historia se fortalece aún más.

La productora Carla Estrada afirma que “para los espectadores las reglas prefijadas establecen el campo donde pueden implicarse en el mundo imaginario de la narrativa participar en aquel y hasta actuar en ésta. Las reglas del juego conocidas por todos, limitan la confusión entre las esferas de la ficción y las de la realidad”¹⁹. Sin embargo, se ha visto que la ficción supera la realidad y actores que han representado un papel de villano, sufren agresiones por parte del público, como consecuencia de su comportamiento con los buenos de la telenovela.

Esta misma productora agrega que sus telenovelas se escribieron paralelamente a la transmisión de los capítulos anteriores, ya que tienen en cuenta la receptividad del público integrando su reacción al proceso de creación de la narrativa siguiente.

Espejo de lo que muchos mexicanos quisieran ser o tener, así como historias rosas que nos transportan a mundos irreales, o, un espacio para escapar de los problemas es lo que ofrece Televisa vía sus telenovelas.

La evolución que Televisa ha experimentado en la temática de sus telenovelas ha tenido altas y bajas. Las primeras producciones melodramáticas pasaban al aire casi sin censura, aspecto que varió dependiendo de los distintos regímenes gubernamentales. Así por ejemplo, en 1977 la telenovela “Rina” protagonizada por Ofelia Medina tuvo

¹⁹ García, Sandra. El Nacional. Espectáculos. Pág. 37, 15 de Marzo de 1994.

que enfrentar la censura y con esto algunos problemas, como un horario nocturno hoy denominado “horario estelar” (21 a 22 horas) por tratar temas como la impotencia, las prácticas demoníacas y el deseo sexual en la edad madura. 20 años después algo similar sucedió con la telenovela “El secreto de Alejandra” que al tratar el tema del tráfico de órganos salió del aire a tres semanas de su transmisión.

Actores como Ofelia Medina, Ana Ofelia Murguía y Héctor Gómez Cruz argumentaron que: “la manera de hacer telenovelas en esta empresa esta muy viciada, pero no hay otra alternativa y hasta este momento no hay otro producto en Televisa. En sí, todos los equipos de producción están trabajando en una forma viciada, ya que no están buscando la calidad sino únicamente un espejismo que se llama *rating* y quién sabe si lo encuentren”²⁰

Para muchos, en Televisa, falta una reestructuración, una capacitación, desde guionistas, productores, directores ideas y hasta propósitos. El fracaso de algunas telenovelas no se da sólo por la extendida práctica actual de hacer segundas versiones de viejos éxitos; lo que sucede es que no son segundas, ya que hay terceras, cuartas y hasta una quinta adaptación.

Cinco son las productoras que han marcado la forma de hacer telenovelas en Televisa, y que hasta la fecha muchos productores han seguido esa fórmula. Sus historias han sido transformadas una y otra vez, todas bajo el lineamiento de la primera obra. Una de ellas es

Estela Calderón, persona que manejaba la telenovela desde el punto de vista burocrático. Ella había trabajado mucho en oficinas y describía a los burócratas, a los oficinistas; fue quien escribió “Gutierritos” (1958), primera telenovela en exportarse y donde el protagonista era un hombre y no una mujer, como siempre se había manejado.

Otra de ellas es Mimi Bechelani, quien hacía sus historias, con base en lo que conocía, vivía y sabía. Al estar ella en un orfanato, describía siempre a la protagonista como un personaje fiel y fuerte que luchaba por llegar a sus metas, sin importar que fuera pobre,

²⁰ Castillo, Marco. Reforma. Suplemento 40 años de hacer drama. Pág. 10. 28 de agosto de 1998

para ello se valdría de lo que fuera: “Teresa” (1959), “Amor sublime”(1967), “Añoranza” (1979) y “Aventura” (1970).

Caridad Bravo Adams fue una escritora que trabajó en Cuba, llegó a México, y escribió telenovelas como “Bodas de odio” (1983), “La mentira” (1965), “Corazón salvaje” (1966), “Nunca te olvidaré” (1999). Es considerada como una escritora romántica y de la que más versiones se han hecho de sus obras.

En Marissa Garrido, los temas de sus telenovelas tienen que ver con lo social, así lo refleja en telenovelas como “El juicio de los hijos” (1967), “La razón de vivir” (1966), “Pasión y poder” (1988) e “Imperio de cristal” (1994).

Fernanda Villeli llevó a la pantalla la primera telenovela, idea basada en una radionovela “Senda prohibida” (1958). Conjugó temas de amor “El amor tiene cara de mujer” (1971), de fé, “San Martín de Porres” (1964) y de lo sobrenatural “El Maleficio” (1983), fue la primera escritora en tocar este tema.

Las telenovelas en Televisa se dividen de acuerdo a su temática en telenovelas históricas, didácticas, juveniles, infantiles, cómicas, de horror/sobrenatural y de amor.

Telenovelas históricas

Con la telenovela “Carlota y Maximiliano” (1967) se abrió el mundo del melodrama histórico. Se recurrió al aspecto histórico aunado a una historia de amor, Representó un éxito porque se convirtió a la pareja imperial en figuras familiares; el guión corrió a cargo de la guionista Guadalupe Dueñas.

Gustavo Díaz Ordaz, presidente de México en aquel entonces, reprendió a la empresa televisiva porque no le gustó como se recreó la figura de Benito Juárez y la exhortó a abordar la historia del país con veracidad.

Ernesto Alonso siguió dicho lineamiento y de esta manera la segunda telenovela histórica se llamó “La Tormenta” (1967), con Ignacio López Tarso, Columba

Domínguez y Amparo Rivelles. En ella se recreó la trayectoria del indigenismo y el mestizaje hacia el México moderno, fue escrita por Miguel Sabido y Eduardo Lizalde.

A “La tormenta” le siguieron “Los caudillos” (1968), “La Constitución”(1970), “El carruaje” (1972), “Senda de gloria” (1987), “El vuelo del águila” (1994) y “La antorcha encendida” (1986).

Telenovelas de terror/sobrenatural

A partir de que Ernesto Alonso llevó a la pantalla “Las momias de Guanajuato”(1962), nació la idea de hacer historias que hablaran de horror y quedaron plasmadas en la telenovela “El Maleficio” (1983). Ernesto Alonso declaró que “en esta telenovela se incluyeron fenómenos plenamente aceptados por la Sociedad Londinenses de Parasicología y estuvo bajo la supervisión de un censor de la Secretaría de Gobernación para evitar alentar la superchería entre el público mexicano. En ‘El Maleficio’ captamos un público masculino que no teníamos antes”²¹

Antes de la telenovela “El Maleficio” se había intentado con otra novela de no mucho éxito. “Más allá de la angustia” (1958), hasta llegar a “El extraño retorno de Diana Salazar” (1988) con Lucía Méndez, la cual representó un hito en la televisión mexicana dentro de este ámbito: lo sobrenatural.

Telenovelas didácticas

El escritor Miguel Sabido fue uno de los promotores en Televisa de este tipo de telenovelas, entre las que se cuentan “Ven conmigo” (1975), “Acompañame” (1977), “Caminemos” (1980), “Vamos juntos” (1979), “Nosotras las mujeres” (1981) y “Los hijos de nadie” (1997). Todas protagonizadas por Silvia Derbez, excepto “Caminemos”, que protagonizó Marga López.

“Nunca ha vuelto a producirse un fenómeno igual, porque la televisión, y particularmente las telenovelas, jamás han buscado convertirse en salón de clases para

²¹ Cabello, Lérica. El Universal. Espectáculos.-

su auditorio, por eso siempre busqué una metodología establecida para hablar del aborto, el divorcio y la falta de incentivos para el desarrollo infantil”²², afirma el escritor Miguel Sabido.

Telenovelas infantiles

El público infantil también ha sido tomado en cuenta en la historia de las telenovelas. Surgió así la segunda telenovela más larga en capítulos (604) y la primera en éste género “Mundo de juguete” (1974), la cual se ha retransmitido en tres ocasiones de manera íntegra. Le siguieron “Gotita de gente” (1978), “Chispita” (1982), “El abuelo y yo” (1992), “Angeles sin paraíso”(1992), “Carrusel” (1989), “Gotita de amor” (1988), “Cómplices al rescate” (2002), “Alegrijes y rebujos” (2003), “Amy la niña de la mochila azul” (2004) y “Sueños y caramelos” (2005) .

A partir de la telenovela “Luz Clarita” transmitida en 1996, en el horario de las 16 a las 17 horas, Televisa destinó este espacio para la barra de telenovelas infantiles. De esta manera le siguieron “Una luz en el camino” (1998), “Gotita de amor” (1998), “El Diario de Daniela” (1998), “El niño que vino del mar” (1999), “Serafín, el ángel de la guarda”(1999), “Aventuras en el tiempo” (2001), “Alegrijes y rebujos” (2003), “Amy, la niña de la mochila azul” (2004), “Misión SOS” (2004) y “Sueños y caramelos” (2005).

Telenovelas cómicas

Productores como Emilio Larrosa o Valentín Pimstein se han dado a la tarea de mostrar historias chuscas y fuera de la realidad, que han tenido mucha aceptación entre los televidentes: “Rosa Salvaje” (1987), “María Mercedes” (1992), “Dos mujeres, un camino”(1993), “El premio mayor” (1995) y ”Salud, dinero y amor”(1997), “Las vías del amor” (2002).

La primera telenovela considerada como cómica, porque su temática así lo definía fue “No tengo madre” (1997), con Eugenio Derbez y Natalia Esperón, la cual no tuvo el

²² Cabello, Lérica. El Universal. Espectáculos. Pág. 1. 8 de Junio de 1998.

éxito esperado y a escasos tres meses de estar al aire fue retirada. Este fue el primer intento por hacer una telenovela-cómica.

Telenovelas juveniles

La primera en abrir la brecha de las denominadas telenovelas juveniles fue “Pobre juventud” (1986), la cual constaba de 130 capítulos, y contaba con la participación de Patricia Pereyra, Alberto Mayagoitia y Chayanne. Fue producida por Carla Estrada para quien este trabajo representaba el primero en su carrera productora.

A esta historia le siguieron “Quinceañera” (1987), “Dulce desafío” (1988), “Muchachitas” (1991), “Mágica juventud” (1992), “Alcanzar una estrella I y II” (1990-1991), “Baila conmigo” (1992), “Buscando el paraíso” (1993), “Agujetas de color de rosa” (1995), “Canción de amor” (1996), “Confidente de secundaria” (1996), “Mi pequeña traviesa” (1997), “Preciosa” (1998), “Soñadoras” (1998), “Amor a mil por hora” (2000), “Clase 406” (2002), “Clap” (2003), “Corazones al límite (2004) y “Rebelde” (2004). Captar el interés del público adolescente es una consigna que sigue Televisa con sus telenovelas, por ello, dedicó el horario de las siete a las ocho de la noche a los melodramas juveniles.

No importa la temática que aborde Televisa en sus telenovelas, esta empresa ya tiene un público que sin importar lo que transmita, es fiel a sus historias.

La industrialización de las telenovelas

Las primeras telenovelas de la historia fueron en blanco y negro y se transmitieron en vivo por XHDF Canal 4. La producción que arrancó la costumbre del melodrama en México fue “Senda Prohibida” (1958), desde entonces hasta nuestros días hacer telenovelas se convirtió en un buen negocio para la naciente televisión.

Entre 1958 y 1968 se pusieron los cimientos del género y el productor con más telenovelas era Ernesto Alonso con historias escritas generalmente por Fernanda Villeli, Marissa Garrido y Caridad Bravo Adams. La importancia de estos primeros diez años está en que durante ellos, México aprendió a reconocer las preferencias del público

televidente y que para 1968, estas producciones habían conseguido reunir público de todos los rincones de la República.

A partir de 1968, según hace constar Miguel Ángel Sánchez de Armas en su libro “Apuntes para una historia de la televisión mexicana” la industrialización de las telenovelas en México con la inyección de nuevos recursos económicos, el nacimiento en 1972 de Televisa y la búsqueda de fórmulas internacionales. Ya no bastaba con la satisfacción de vender en Tijuana, Mérida y Acapulco, había que hacerlo en Caracas, Buenos Aires y Santiago, con telenovelas más largas, a colores y nuevas estrellas.

La década de los 70's fue la época de las telenovelas educativas, y a pesar de esto no fue el productor Miguel Sabido, escritor de los mismos melodramas, quien abrió el mercado internacional, sino Valentín Pimstein al comprar argumentos en Sudamérica y dotar a las telenovelas de un lenguaje más comercial.

Para 1978, las telenovelas se volvieron importantes porque le dieron presencia de marca a México no sólo en América, sino también en Europa en plazas como Roma y Madrid. Ante las posibilidades financieras de hacer melodramas seriados, Televisa aumentó los presupuestos de sus producciones. En esos años se experimentaron géneros como la farsa o cómica “Rosa salvaje” (1987), lo sobrenatural “El maleficio” (1983) y el triller “Cuna de lobos” (1986).

30 años después, de 1988 a 1998, las telenovelas vivieron un periodo de ajuste donde la consigna fue regresar al melodrama rosa como en “Amor en silencio” (1988), “Dulce desafío” (1988) y “Cadenas de amargura” (1991). De 1998 a 2005 los melodramas hechos para los jóvenes, se ha apropiado de las pantallas de televisión y se les ha dedicado mayor tiempo de transmisión y toda una mercadotecnia con artículos de promoción, discos y conciertos con los actores principales.

Lo fundamental para la historia de las telenovelas mexicanas fue su expansión a otros mercados como Asia y el Medio Oriente. Se dice que desde 1988 a la fecha la industria de la telenovela ha vivido casi de puros refritos o *remakes*, sin embargo, hacerlos ha sido la clave para penetrar en plazas como Indonesia, Malasia y los Emiratos Árabes Unidos.

Las telenovelas más representativas en Televisa por año son:

La década de la experimentación: 1958-1967

Año	Título	Actores protagónicos
1958	Senda prohibida	Silvia Derbez
1959	Teresa	Maricruz Olivier
1960	Murallas blancas	María Teresa Montoya
1961	La leona	Amparo Ribelles
1962	La actriz	Magda Guzmán
1963	Madres egoístas	Patricia Moran
1964	San Martín de Porres	Marcos Muñoz
1965	Corona de lágrimas	Amparo Ribelles
1966	Corazón salvaje	Julissa
1967	María Isabel	Silvia Derbez

La década de la fantasía: 1968-1977

Año	Título	Actores protagónicos
1968	Rubí	Fanny Cano
1969	Simplemente María	Saby Kamalich
1970	Yesenia	Fanny Cano
1971	Muchacha italiana viene a casarse	Angélica María
1972	Las gemelas	Amparo Ribelles
1973	La hiena	Amparo Ribelles
1974	Ana del aire	Angélica María
1975	Barata de primavera	Jacqueline Andere
1976	Ven conmigo	Silvia Derbez
1977	Rina	Ofelia Medina

La década de la exportación: 1978-1987

Año	Título	Actores protagónicos
1978	Ven conmigo	Silvia Derbez
1979	Los ricos también lloran	Verónica Castro
1980	Colorida	Lucía Méndez
1981	Soledad	Edith González
1982	Gabriel y Gabriela	Ana Martín
1983	Bodas de odio	Christian Bach
1984	Guadalupe	Alma Delfina
1985	Vivir un poco	Angélica Aragón
1986	Cuna de lobos	María Rubio
1987	Quinceañera	Adela Noriega

La década del mundo rosa, juvenil y popular: 1988-1998

Año	Título	Actores protagónicos
1988	Rosa salvaje	Verónica Castro
1989	Teresa	Salma Hayek
1990	Simplemente María	Victoria Rufo
1991	Cadenas de amargura	Daniela Castro
1992	María Mercedes	Talía
1993	Corazón salvaje	Edith González
1994	Dos mujeres y un camino	Laura León
1995	La dueña	Angélica Rivera
1996	El premio mayor	Laura León
1997	María Isabel	Adela Noriega
1998	La usurpadora	Gabriela Spanic

La década de los *remakes* y *refritos* 1999-2005

Año	Título	Actores
1999	Rosalinda	Talía
2000	El privilegio de amar	Adela Noriega
2001	Amigas y rivales	Angélica Vale
2002	Amor real	Adela Noriega

2003	Amarte es mi pecado	Yadira Carrillo
2004	Rubí	Bárbara Mori
2005	La madrastra	Victoria Rufo

Fuente. El Financiero. 16 de mayo de 2005. Pág. 47

De acuerdo con IBOPE, empresa que mide el nivel de audiencia en las principales ciudades del país, más de un millón 300 mil personas que en 1997 no encendía el televisor en el horario de triple A, después de ocho años lo hacen, y muestran preferencia por los canales de Televisa, en especial el canal 2, por las telenovelas, que son las que registran un nivel de audiencia alto.

De acuerdo con las mediciones de IBOPE de enero de 1995 a julio de 2, estas son las 20 telenovelas en Televisa que tuvieron más audiencia.

Telenovela	Rating
1.El premio mayor (1995)	51.0
2.La usurpadora (1998)	48.0
3.Mirada de mujer (1997)	39.0
4.El privilegio de amar (1998)	27.8
5.María Isabel (1997)	26.1
6.Esmeralda (1997)	25.4
7.Te sigo amando (1996)	24.7
8.Tu y yo (1997)	24.3
9.La mentira (1998)	22.9
10.Vivo por Elena (1998)	21.6
11.Mi pequeña traviesa (1997)	21.4
12.Luz Clarita (1996)	21.1
13.El alma no tiene color (1997)	21.0
14.Mi querida Isabel (1997)	20.9
15.Preciosa (1998)	20.7
16.Alguna vez tendremos alas (1997)	19.7
17.María la del barrio (1995)	19.1
18.Sentimientos ajenos (1996)	18.9

19.Rencor apasionado (1998)	18.5
20.Sin ti (1997)	18.2

Fuente: IBOPE

De enero de 1997 a julio de 2000, 19 de las 20 telenovelas con mayor audiencia fueron de Televisa, según IBOPE. Sólo “Mirada de mujer” (1997), de Televisión Azteca aparece en el listado en el lugar 3, 12 puntos de desventaja respecto a “El premio mayor” (1995).

Guadalupe Benítez, directora de análisis de medios de Televisa comentó en su momento que la audiencia le ha favorecido a Televisa desde siempre, las estadísticas reflejan el público que ve la televisión entre las 19 y las 23 horas, que es el horario triple A, que es el de mayor sintonía y, por lo tanto, el de mayor costo para los anunciantes.

Hasta hace dos años, los *ratings* sólo medían el nivel de audiencia de la Ciudad de México, pero desde octubre de 1996 se inició la medición de los auditorios en ciudades con población mayor a los 400 mil habitantes.

No sólo el éxito en *rating* ha tenido Televisa con sus telenovelas a nivel República Mexicana, sino que éstas mismas gozan de popularidad en otros países, compiten con melodramas propios del país, por ejemplo, “El privilegio de amar” (1998) fue la telenovela de mayor éxito en Perú, por encima de “Luz María” (2000), serie producida por América de Perú durante 2000

Después de todo, puede decirse que las primeras telenovelas casi sin censura, de pocos capítulos y con argumentos muy concentrados, abrieron el camino a todo lo que vino, sin embargo, la temática de la telenovela en Televisa no ha evolucionado, excepto en lo que se refiere a la facilidad de tratar hoy los temas con mayor libertad, pero eso no ha dado pie para tocar temas tabú o instituciones políticas, culturales o religiosas.

De acuerdo con nuestra percepción, se necesita de escritores que dominen el género, la estructura del melodrama y el suspenso para producir buenas telenovelas con elementos diferentes a todos los que ya han salido del aire.

CAPÍTULO III

LA TELENOVELA: DEL CANAL 13 A TELEVISIÓN AZTECA

Canal 13 comenzó a operar el 1 de septiembre de 1968, con la difusión del cuarto informe de gobierno del entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz, aunque de manera continua a partir del 12 de octubre en el marco de la inauguración de las Olimpiadas de México 68". Se transmitía desde la Torre Latinoamericana, donde se encontraban las oficinas, y los estudios de grabación.

El director del naciente canal, Francisco Aguirre Jiménez, optó por transmitir estrenos cinematográficos y programas de concursos a los que se les denominó "Telesorpresas". Asimismo, predominaban series extranjeras como "La ley del revolver" y "Pery Manson", programas cómicos como "Yo quiero a Lucy". Entre las producciones propias destacaban "Las andanzas de cupido" y las emisiones noticiosas. Los primeros conductores de cuadro fueron Adolfo Fernández Zepeda y Roberto Armendáriz.

Con el propósito de hacer un canal rentable, se fortaleció el área comercial. Paulatinamente empresas como Sears, Domecq, Chrysler –entonces Automex-General Motors, Volkswagen, Sydney Ross y Liverpool, entre otras, se incorporaron al cartel de anunciantes.

El florecimiento de Canal 13 nunca se dio del todo. " A la muerte lenta de canal 13 contribuyeron la disposición constitucional del artículo dos de la Ley de Radio y Televisión, que otorgaba al Ejecutivo Federal la designación de las concesiones; y, por otro lado, la petición eterna de Televisa de que la televisora no despegara. En 1972, luego de que Alejo Peralta vendiera su 49% de acciones al gobierno federal, y por fuertes presiones del entonces presidente Luis Echeverría, el canal pasó a la administración gubernamental"²³.

El 15 de marzo de 1972, Canal 13 se convirtió en Televisión Rural del Gobierno Federal, después fue Televisión de la República Mexicana (TRM). Su primer director

²³ Díaz, Verónica. El Financiero. Agenda del espectador. Pág. 46. 10 de Octubre de 1998.

fue Antonio Menéndez, a éste le siguió Enrique Pedrero, “quien en el ánimo de construir las nuevas instalaciones para que Luis Echeverría las inaugurara antes de dejar la presidencia, provocó un adeudo de 200 millones de pesos.

Durante este lapso se hicieron programas como “Nostalgia”, con Jorge Saldaña, “El noticiario”, “El desayuno con Saldaña” y “Sopa de letras”. La finalidad del gobierno Federal era que se difundieran señales de televisión en zonas rurales marginadas, en las que el sector privado –Televisa-, no tenía el menor interés de llegar. Al final de ese sexenio, TRM contaba con una red de más de 100 estaciones de televisión”²⁴.

Aunque en dos años el Canal 13 cuadruplicó su cobertura –en 1974 cubría sólo el 70% de la población metropolitana, que equivalía a un millón de receptores, y en 1976 llegaba a 3.8 millones de telehogares, distribuidos en 383 localidades de 26 estados de la República-, la crisis de la empresa se agudizó. A tal grado que la directora de RTC Margarita López Portillo propuso en 1980 que el Canal 13, ante la carencia económica y técnica, se integrara a Televisa.

El fortalecimiento de la presencia del Estado en los medios de comunicación en el régimen de José López Portillo desembocaría, un sexenio después, en un proyecto para reorganizar y concentrar al cine, a la radio y la televisión en tres institutos. Esto se logró con la creación, el 24 de marzo de 1983, del Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal. Así las tres entidades, los institutos mexicanos de la Radio, de la Televisión y de Cine, serían encabezados por Teodoro Rentería, Pablo Marentes y Alberto Isaac, respectivamente.

El Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión) fue integrado con el Canal 13, las redes de Televisión de la República Mexicana (TRM), el Canal 8 de Monterrey, la Productora Nacional de Radio y Televisión (Pronarte) y la Teleproductora del Distrito Federal.

La reestructuración de la televisión de estado dio lugar a la creación del canal 7, la cual nació el 18 de mayo de 1985. Desde que se concibió la idea del nuevo canal, en 1984, se tenía previsto montar el master en las instalaciones de la Productora Nacional de Radio

²⁴ Sánchez de Armas, Miguel. Apuntes para una historia de la televisión mexicana I. Coeditado por Espacio 98 y Revista Mexicana de Comunicación. 1998. México. Pág 112.

y Televisión, en los Estudios Churubusco. Pero al momento de comenzar a hacer las pruebas para salir al aire se determinó la mudanza al edificio del Canal 13, en el Ajusco.

Los programas que pasaron por Canal 13, convertido ya como Imevisión, en ese entonces fueron: “Platícame un libro”, con Severo Mirón; “El club del espectador”, con Luis G. Basurto y Sally de Perete; “Alta tensión”; “Picante”, con María Conchita Alonso; “Lotería de mis amores”, con Lucha Villa; “La caravana”, con Víctor Trujillo y Ausencio Cruz; y “Los protagonistas”, con José Ramón Fernández.

Las telenovelas brasileñas y venezolanas tuvieron cabida por primera vez en México a través de esta televisora, de esta manera se transmitieron en 1986 “Días de baile”, “Baila conmigo”, “Amor por televisión” y “Plumas y lentejuelas” producciones brasileñas; “Oshin” telenovela japonesa, y “Herencia de amor” telenovela argentina.

El interés por producir telenovelas netamente mexicanas era nulo, ya que, según sus directores, resultaba más barato transmitir telenovelas extranjeras o comprar las producidas por Telerey, compañía productora mexicana, por ejemplo, “Pobre Serafín” y las que hizo de manera independiente Raúl Vale en interiores de los Estudios Churubusco y unidades de grabación de Telerey en 1983, las cuales fueron: “Lupita”, con Angélica Vale; “Amor perdona”, con Saby Kamalich y Carlos Piñar; y “Profesión señor”, con Leonor Benedeto y Julio Alemán. Estas telenovelas salieron al aire en Canal 13 a finales de los años ochenta.

En 1992 de Brasil llegaron a Canal 13 telenovelas como “Tieta”, “Mujeres de arena” y “Roque Santeiro”; de Chile, “¿Te conté?”, y “Música maestro”. Para 1993 entraron al aire telenovelas venezolanas y colombianas “Pobre Diabla”, “Primavera”, “Inés Duarte secretaria”, “Kassandra” y “Señora”.

Los primeros problemas a los que se enfrentó la naciente televisora Imevisión fueron por los derechos de transmisión de los partidos de la selección mexicana con Televisa. Con la ayuda de las federaciones europeas y del Club Stuttgart, Canal 13 obtuvo los derechos de transmisión de los partidos durante el Mundial de Argentina, en 1978. Sin embargo, Televisa con la ayuda de la Federación Mexicana de Fútbol (FMF) logró quitarle la exclusividad posteriormente.

A partir de la pugna laboral que provocó la reorganización de los trabajadores surgieron los primeros rumores en el sentido de que la televisión del Estado se privatizaría. Esta situación se retomó al comienzo de la administración de Carlos Salinas de Gortari al anunciarse la privatización de Teléfonos de México. La Secretaría de Gobernación anunció el 14 de septiembre de 1990 que se pondrían a la venta los canales 7 y 22 de la Ciudad de México, así como el 8 de Monterrey.

En Mayo de 1992, de acuerdo a un comunicado del entonces director general de Comunicación Social de la Presidencia, Otto Granados, se anunciaba que el Canal 13, el periódico El Nacional y la Compañía Operadora de Teatros (COTSA), quedaban incluidos en el paquete de medios.

A la lista de inversionistas extranjeros que presionaban con el propósito de que pudieran ser considerados en la licitación estaban: Grupo Español PRISA, presidido por Jesús de Polanco, propietario del diario El País; magnates de la televisión como Rupert Murdoch o Tec turner; a ellos se le sumaron los empresarios nacionales Javier Sánchez Campuzano, del Grupo Siete; Aurelio López Rocha, de Calzado Canadá; Horacio Altamirano de Videomax; Francisco Aguirre, de Radio Centro; Alfonso Romo, de Pulsar; Francisco Ibarra, de Grupo Acir; y Ricardo Salinas Pliego, de Elektra.

En el Diario Oficial de la Federación se publicó el 4 de marzo de 1993 la convocatoria para la adquisición de los medios del gobierno, en ella se establecían dos tipos de registro: uno, para aquellas empresas interesadas en todo el paquete; y otro, para aquellos que deseaban obtener algún medio en particular.

El 1 de abril de 1993, concluyeron los registros y la Secretaría de Hacienda dio a conocer el nombre de los cuatro grupos empresariales y los dos postores individuales que presentaron ofertas por el paquete de medios.

“Se trataba de Geo Multimedia, encabezado por Raymundo Gómez Flores; Radio y Televisión del Centro, de Ricardo Salinas y Francisco Aguirre; Corporación de Medios de Comunicación, de Adrián Saba, Joaquín Vargas y Clemente Serna; y Fideicomiso BCH o Cosmovisión de Javier Sánchez Campuzano, William Karob y Javier Pérez de Aranda. En el caso de los dos postores individuales, se trataba de empresarios

interesados estrictamente en la Compañía Operadora de Teatros, S. A. (COTSA), o en El Nacional”²⁵.

La Secretaría de Hacienda dio a conocer las ofertas de cada una de las empresas el 18 de julio de 1993: Ricardo Salinas, ofreció 645 millones de dólares; Cosmovisión 495 millones de dólares; Medcom, 454 millones de dólares; y Geo Multimedia, 416 millones de dólares. El triunfador fue Ricardo Benjamín Salinas Pliego.

Así, el 2 de agosto de 1993 nació Televisión Azteca, con Ricardo Salinas al frente y una de las primeras acciones que emprendió fue adquirir 10 nuevos transmisores, con lo que aumentaría la cobertura del canal 7 en un 40 por ciento y la del 13, en un 65%. A ello se agregaría la ampliación de la red que de 1993 a 1997 logró pasar, en lo que respecta al Canal 13, de 90 a 128 estaciones, y del canal 7, de 78 a 120 repetidoras.

En septiembre de 1994 en el momento en que Televisa se aprestaba a negociar su famoso Plan Francés (vender espacios publicitarios tomando en cuenta el tiempo de transmisión), Televisión Azteca dio a conocer su Plan Mexicano, un esquema cuya filosofía era que el anunciante pagara con respecto a *ratings* reales. Con este se buscaba que la inversión fuera anual, sin ningún anticipo de por medio –como sucedía en la propuesta de Televisa- aunque sí se le pedía al anunciante un compromiso de pago mensual.

Para lograr lo que buscaba, Televisión Azteca inició una reestructuración en la programación del canal, buscó las fórmulas que pudieran ser más redituables y así obtener el tan ansiado *rating*. Se hicieron todo tipo de programas. Entre los géneros de la comedia aparecieron cómicos: “La cosa”, “Puro loco”, “Humorcito corazón” o “El diario de la noche”; infantiles: “Teatro fantástico”, “La hora de los chavos” y “Caritele”; de denuncia: “A quién corresponda”, o “Expediente 13/22:30”; de nota roja: “Ciudad desnuda” y “Visión Urbana”; de revista: “María Laria”, “Sevcec” o “El y ella”; de concursos: “A todo dar”, “Qué nohecita”, “Échele compadre”.

²⁵ Sánchez de Armas, Miguel. Op. Cit. Pág. 127.

Por último, llegaron las telenovelas de las cuales Televisa había mantenido un monopolio. La primera en aparecer en la pantalla de la naciente Televisión Azteca que además era la primera telenovela mexicana producida por ella misma fue: “El peñón del Amaranto” (1993) una producción de Víctor Hugo O’Farril, escrita por Salvador Jarabo, con las actuaciones de los actores Marco Muñoz y Rosana San Juan.

A esta producción se sumó más adelante la segunda telenovela “A flor de piel” (1994) bajo la producción de Víctor Hugo O’Farril, con una historia de Ángela Carrillo, los actores eran Mariana Garza y Gerardo Acuña. La tercera producción fue “Entre vivos y muertos” (1994) producida por Elisa Salinas, y el rol protagónico lo tenía Héctor Bonilla.

Desde que apareció Televisión Azteca el 2 de agosto de 1993 en la televisión mexicana se abrió un foro para la transmisión de programas nuevos en cuanto a temática por ejemplo “Ventaneando” con Paty Chapoy; el noticiario “Hechos” con Javier Alatorre; “Domingo Azteca”, con Karina Velasco. Sin olvidar las telenovelas que son las que más cambios han tenido, por ejemplo, “Nada personal” (1996), “Mirada de mujer” (1997) y “Tentaciones” (1998), y que, por lo tanto, merecen una investigación aparte en las siguientes páginas.

3.1 La telenovela en Televisión Azteca

Los inicios de la telenovela en Televisión Azteca se encuentran cuando aún era Canal 13, y más tarde Imevisión, conformada como una televisión del Estado no existía ninguna intención por producir sus propios programas, así que la mayoría de éstas eran importadas. En cuanto a las telenovelas, éstas eran básicamente producciones brasileñas, venezolanas, chilenas y argentinas.

“Plumas y lentejuelas”, “Días de baile” y “Herencia de amor” fueron las primeras telenovelas que se transmitieron en Canal 13 en 1986. Para 1988-1989 se le sumaron las producidas por Raúl Vale de manera independiente (quien fue el primer actor en enfrentar a Televisa), con unidades de grabación de Telerey e interiores de los Estudios Churubusco, grabó en 1983 las telenovelas “Lupita”, con Angélica Vale que constó de 80 capítulos; “Amor perdona”, con Saby Kamalich y Carlos Piñar, de 95 capítulos; y “Profesión señora”, con Leonor Benedetto y Julio Alemán, con 105 capítulos.

Estas telenovelas fueron las primeras que se realizaron casi en su totalidad en exteriores. Estas producciones eran de una hora de duración por capítulo y tuvieron mucho éxito en países como España, Francia y Rusia.

Con esta venta efectuada por Imevisión a Telerey, su director Pablo Morantes, decidió comprarle telenovelas a esta empresa para después venderlas a América Latina como el melodrama “Pobre Serafín” (1986).

Mención aparte merece la telenovela “Amor por televisión” (1988), considerada como la primera “antitelenovela” de la historia por sus críticas y parodias al género. Para el público televidente resultó divertida e innovadora por su técnica cinematográfica que más tarde adoptaría la productora Argos. Esta telenovela fue la primera y única realizada en Imevisión por Alejandro Gamboa, la historia fue de Malú Huacuja del Toro y en ella participaron Laura Padilla, María Antonia Yañez, María José Paz y Emilio Evergenyi

En 1991 se transmitieron “Música maestro” telenovela colombiana, y “¿Te conté? Producida por la Universidad Católica de Chile. Para 1992 Imevisión transmitió “Tieta”

telenovela brasileña, que rompió todos los esquemas de la telenovela tradicionalista hasta ese año elaborado por Televisa en México, ya que se incluían como parte de la historia cuerpos desnudos, escenas de sexo y un lenguaje fuerte.

Escrita por Jorge Amado, “Tieta” era la historia de una mujer que desde muy joven decide salir del barrio donde vivía por ser éste muy pobre, para casarse con un hombre rico y lo logra; al morir su esposo ella regresa al pueblo el cual seguía igual que cuando ella salió por primera vez. Sin escatimar en nada, lo convierte en un lugar con alumbrado, pavimentación y escuelas; lo que algunas personas no concebían era que el dinero provenía de la casa de citas que ella tenía, ya que era una prostituta.

Con esta historia Imevisión logró captar un buen auditorio, y es que como dijo la investigadora mexicana Florence Toussaint “las telenovelas brasileñas, al menos las que hemos visto en México a diferencia de las de Televisa, se producen a partir de guiones de gran verosimilitud. Los retratos son totalmente realistas de la gente que vive en Brasil. Vestuarios, locaciones, decorados interiores y el arreglo de los artistas corresponden a réplicas de seres realmente existentes. El maquillaje sobra usualmente, sobre todo cuando se ubica la historia en escenarios rurales”²⁶.

Sin embargo, esto no sirvió para que el gobierno pensara seriamente en vender Imevisión (Canal 13 y 7), con la euforia del Tratado de Libre Comercio para América del Norte la tendencia era vender paraestatales que permitieran estimular la inversión privada, romper monopolios y convertir a México en un territorio fértil para la inversión.

Esto propició que algunos de los accionistas de las cadenas Univisión y Telemundo expresaran su interés, sobre todo por el Canal 7. Sin embargo, ante las versiones que daban cuenta de la posibilidad de que la televisora se quedara en manos de extranjeros, el Gobierno Federal se vió en la necesidad de aclarar la situación.

El director de Televisión de RTC, Rafael Bracamontes, precisó que el Canal 7 no se vendería a Univisión porque su explotación estaba reservada a mexicanos y además

²⁶ Toussaint, Florence. Proceso. Televisión. Pág. 72. 5 de Septiembre de 1994.

porque los acuerdos así lo señalaban. Estimó que la participación extranjera se limitaría a un intercambio de programación, principalmente con las cadenas estadounidenses, e indicó que el precio aproximado por la venta del canal 7 podría alcanzar los 100 o 150 millones de dólares.

El entonces secretario de Comunicaciones y Transportes, Andrés Caso Lombardo, en el marco del encuentro Américas Telecom. 92, justificaría así la medida: “El gobierno decidió deshacerse del corporativo Imevisión porque no se requiere ser dueños de los medios de comunicación para estar bien comunicados. Para eso están ustedes (dijo a los reporteros asistentes al acto), que no porque sean privados o públicos son más o menos eficientes”²⁷.

El caso de Imevisión era particularmente delicado por el poder político de la televisión y los esfuerzos que su director, Romeo Flores Caballero había realizado por mejorar la programación y acelerar el número de producciones. Después de todo Imevisión se subastó y las familias ganadoras fueron la Salinas Pliego y la Saba con antecedentes comerciales que incluían Elektra, Salinas y Rocha, Manetti y Milano. De esta manera Imevisión se convirtió en Televisión Azteca.

El 2 de agosto de 1993, por primera vez una administración privada se hizo cargo de Imevisión, los Estudios América y COTSA. La situación era crítica porque los Salinas se encontraron con una empresa al borde de la quiebra, costos excesivos de operación y manutención, vicios administrativos y la peor tecnología.

Los canales 13 y 7 interrumpieron sus transmisiones durante 24 horas y a la mañana siguiente lanzaron nuevas estrategias de programación, el nacimiento de Televisión Azteca a la postre incluiría Azteca Digital, Azteca Music, Fundación Azteca, Fuerza Informativa Azteca y el Centro de Formación Actoral (Cefac).

Entre los cambios que trajo la creación de Televisión Azteca estaban la difusión de la cultura del *rating* a nivel popular y la agresividad comercial donde los clientes tenían por primera vez en la historia absoluta flexibilidad para escoger pautas. La idea era

²⁷ Sánchez de Armas, Miguel. Op.Cit. Pág. 122.

vender *rating* y no tiempo, como lo acostumbraba Televisa, y así fue como se violaron los tradicionales esquemas sin *spots* de hasta diez segundos, emisiones de 45 minutos, corte directo entre programa y programa, retransmisiones y explotación máxima de éxitos comprobados.

Ahora Televisión Azteca con Ricardo Benjamín Salinas Pliego al frente, hijo de Hugo Salinas Rocha, creador en 1950 de una fábrica de radios con la razón social “Elektra”, mexicano y nieto de Benjamín Salinas Watrup, fundador de la tiendas Salina y Rocha, compañía que se estableció en 1900 en la ciudad de Monterrey, se encargaría de darle un nuevo giro al medio electrónico.

De manera simultánea a la renovación técnica y administrativa Televisión Azteca comenzó a realizar diversos cambios en su programación, con la finalidad de incrementar sus niveles de audiencia. No había nada nuevo por descubrir, así que se repitió la fórmula aplicada por Televisa, pero corregida y aumentada.

De acuerdo con versiones periodísticas, el número de clientes de Televisión Azteca se incrementó de 52 en 1994, a 265 en mayo de 1996, lo que confirmaba su tendencia a la alza en cuanto a inversión publicitaria.

El año de 1993 fue de la transformación, de los ajustes, de experimentar con empresas como Adela Producciones y O’Farril Asociados; con esta última se inicio una fuerte competencia con Televisa en el rubro de las telenovelas, la primera producción de esta productora para Televisión Azteca fue “El peñón del Amaranto” (1993).

La primera telenovela “El peñón del amaranto” fue una producción de Víctor Hugo O’Farril que contó con la participación de Rosana San Juan y Marco Muñoz quien acababa de estelarizar “Valeria y Maximiliano” (1991) en Televisa, fue uno de los primeros actores de esa empresa que emigró a Televisión Azteca, después lo haría la actriz Lucía Méndez.

La historia contaba los infortunios que una familia tuvo que pasar después de llegar al pueblo de Amaranto, la madre muere de una enfermedad, y el hijo, Damián, se casa con una mujer de las más ricas de Amaranto a quien golpea y le hace la vida imposible.

Victoria, la protagonista, fue violada por Damián y al cabo de un tiempo la encierra, sin embargo, logra escaparse y jura vengarse de éste.

Después de un año llegó la siguiente producción de O’Farril y Asociados denominada “A flor de piel” (1994) la producción corrió a cargo de Víctor Hugo O’Farril, el guión era de Ángela Carrillo, la historia la protagonizó Mariana Garza, protagonista de la telenovela “Alcanzar una estrella” (1990) que le abrió las puertas a Televisa en Turquía; Gerardo Acuña, María Barbosa, Roberto Sosa, Marissa Lille, José Luis Franco, Ana Ciocetti, Carlos Alejandro Díaz y Lorenzo Rivero.

Esta historia se escenificó en una vecindad de la Ciudad de México, donde Mariana Garza se enamoraba de un afamado pianista, interpretado por Gerardo Acuña quien era un joven millonario que se sentía responsable de la muerte de su único hermano.

Durante 1994 Televisión Azteca adquirió a la cadena estadounidense de televisión Telemundo una serie de programas “Él y ella”, “Sevcec” y “María Laria”; y las telenovelas “Guadalupe” (1993), “Mariaelena” (1993), “Señora tentación” (1994) y “Tres destinos” (1993), con los que reforzó su barra vespertina y nocturna.

Lucía Méndez había pedido permiso a Emilio Azcárraga en 1991 para hacer la telenovela “Mariaelena” con la televisora Telemundo. “Y tuvo tanto éxito en Estados Unidos que me vetaron, no pude volver a Televisa, luego “Señora tentación” se transmitió en Televisión Azteca y más tarde tuve mi contrato con esta empresa, apuntó la actriz”²⁸.

Esta telenovela trató la historia de una secretaria enamorada de su jefe, quien estaba casado con una mujer de edad; se inicia un romance entre ellos y cuando la esposa se entera hace todo lo posible por separarlos.

La telenovela “Mariaelena se desarrolló en la ciudad de Miami, en Estados Unidos, producida por Telemundo. Este melodrama era idea original de Delia Fiallo; adaptación y libreto de Tabaré Pérez e Isa Moreno y el productor fue José Crousillat. Los

²⁸ Díaz, Verónica. El Financiero. Agenda del espectador. Pág. 47. 10 de octubre de 1998.

protagonistas fueron Lucía Méndez, Eduardo Yáñez, María José Alonso, Griselda Noguera, Julio Alvozar y Aurora Collazo.

Una de las estrategias de competencia que Televisión Azteca heredó de Imevisión fue la compra de telenovelas brasileñas, tras el éxito de “Tieta” y “Roque Santeiro”, el melodrama carioca adquirió un espacio casi permanente en los canales entonces estatales. En 1994 Televisión Azteca compró los derechos de la telenovela brasileña “Pantanal” que se transmitió por Canal 13 de lunes a viernes a las 21:30 horas.

Igual que en las series estadounidenses, el doblaje afectaba la calidad del producto notablemente. Las voces de los traductores era pésima, de tal manera que se repetían tonos e inflexiones de una novela a la otra, con lo cual los personajes se desdibujaron en la memoria del auditorio.

“Por otro lado el dominio español fue limitado de tal modo que se oía un castellano aportuguesado en la cadencia y énfasis en palabras y frases. Ello le quitaba virtudes a los diálogos y otorgaba un dejo de lentitud mental a quienes las prefieren. Muchas de las veces chocaba la evidente dificultad de pronunciar bien los diálogos. Este defecto, que por lo demás no es atribuible a la producción original, se compensa con la estructura y contenido de “Pantanal”²⁹.

El 13 de Febrero de 1995 empezó a transmitirse por canal 13 la telenovela “Verónica: el rostro del amor”, con Verónica Castro; fue grabada en Argentina 10 años antes. Los derechos fueron comprados al Canal 11 de aquel país por un monto de seis millones quinientos mil pesos. La decisión fue controvertida y al mismo tiempo redituable en términos publicitarios, ya que involucraba a una actriz exclusiva de Televisa”³⁰.

Debido al bajo *rating* de la telenovela, fue removida de horario, “Verónica: el rostro del amor” que se difundía de 6:30 a 7:30 de la noche, hasta mediados de mayo de 1995, después de tres meses al aire cambió a las 11 de la mañana. Desplazó en ese entonces al programa “Sal y Pimienta”, con Chepina Peralta para las 13 horas, y sacó de la programación a “María Laria” un programa cuya serie de entrevistas en el estudio sobre

²⁹ Toussaint. Florence. Proceso. Televisión, Pág. 72. 5 de Septiembre de 1994.

³⁰ Sánchez de Armas, Miguel. Op. Cit. Pág. 131.

banalidades sin cuento le hacía competencia al “Show de Cristina” que se transmitía por canal 2 de Televisa.

La obra era como muchas otras, una historia de amor con un desenlace trágico. Se desarrollaba en la provincia colombiana de Tenerife, Argentina; y la mayor parte de sus escenarios eran naturales.

El *rating* fue menor que el de las telenovelas “Guadalupe” y “Señora tentación”. “El contraste con estas es enorme, los culebrones de Telemundo llevan el sello y el arrastre de los hechos por Televisa olvidando que la televisión ha evolucionado y que si se quieren *ratings* altos hay que imitar, por ejemplo, a “Momposina” o la muy exitosa “Café con aroma de mujer”³¹.

La mayoría de las telenovelas transmitidas por Televisión Azteca entre 1993 y 1995 fueron extranjeras, hubo ocasiones que de los seis melodramas presentados por esta empresa una o ninguna era producción propia, por ejemplo, en 1995 estaban al aire, “Verónica: el rostro del amor”, argentina; “Señora tentación”, “Guadalupe” y “Cruz de nadie”, estadounidenses; “Doña Bella”, brasileña; y “Café con aroma de mujer”, colombiana.

Mientras que en esos mismos años Televisa transmitía ocho telenovelas cinco por el canal 2 “Agujetas de color de rosa”, “Cadenas de amargura”, “Volver a empezar”, “Si Dios me quita la vida” y “Alondra”; y tres por el 9; “Pasión y poder”, “Victoria” y “Luz y sombra”. Todas eran producciones nacionales. En ese año (1995) el televidente podía escoger entre 14 títulos y 3 canales producciones locales o extranjeras.

Mención aparte merece la telenovela “Café con aroma de mujer”, que de las producciones extranjeras después de “Tieta” fue la que dio a Televisión Azteca un éxito más en el rubro de las telenovelas. Estelarizada por Margarita Rosa de Francisco como “Gaviota” y Guy Ecker como “Sebastián”; este melodrama ha sido retransmitido en cinco ocasiones. Esta historia se remontó a los cafetales de Medellín, Colombia, donde Gaviota una joven recolectora de café, se enamora de Sebastián, hijo del dueño de la

³¹ Toussaint, Florence. Proceso. Televisión. Pág. 74. 15 de mayo de 1975.

cafetalera. Este drama entrelaza el amor y el desamor de la pareja protagónica y el negocio del café en el mundo.

“Café con aroma de mujer” fue una producción de “Tele Cadena Nacional de Colombia”, producida por Manuel Enrique, la dirección de José Sánchez y la historia de Fernando Gaytán.

Desde que era Imevisión, Televisión Azteca no ha descansado en transmitir telenovelas extranjeras, desde 1993 a la fecha han pasado: “Pobre Diabla”, “Primavera”, “Mujeres de arena”, “El oasis de Shakira”, “Inés Duarte, secretaria”, “Mi amada Beatriz”, “Rubí”, “Eternamente Manuela”, “Señora”, “La potra Zaina”, “La viuda de blanco”, “Escalona”, “Las aguas mansas”, “María Bonita”, “Abigail”, “Vampi”, “Belleza y poder”, “La otra mitad del sol”, “Hombres”, y “Travesuras del corazón”, entre otras.

En 1995 Televisión Azteca destinó el horario de nueve a 13 horas a la transmisión de telenovelas latinoamericanas, a este segmento lo denominó “Mosaico Latinoamericano” y; entre 1998 y 1999 el horario de 23:30 horas a una de la mañana se le conoció como “telenovelas de medianoche”, en ese período se transmitieron las telenovelas: “Perro amor”, “Escándalo” y “Las Juanas”.

Con la telenovela “Con toda el alma” (1995), Televisión Azteca, comenzó a transmitir y producir melodramas de una forma más consecutiva, esta fue la cuarta producción nacional que transmitía después de “El peñón del Amaranto” (1993), “A flor de piel” (1994), y “Entre vivos y muertos” (1994).

“Con toda el alma” entró al aire en Canal 13 el 24 de julio de 1995, era una producción de Producciones Burns para Televisión Azteca, los productores eran Juan David Burns, Andrés García y Elisa Salinas. El elenco estaba conformado en su mayoría por actores de Televisa, entre ellos: Andrés García, José Alonso, Gabriela Roel, Karen Sentíes, Sonia Infante, Sonia Furío, Mayra Rojas, Enrique Novi y July Furlong.

A partir de esta telenovela, Televisión Azteca se empeñaría por presentar melodramas apegados a la realidad, no se trataba de copiar la fórmula de Televisa, según el productor Juan David Burns “la típica muchacha pobre que llegaba a la capital y se

casaba con un hombre rico que la hace toda una mujer de sociedad”. Esto fue lo que despertó el desconcierto del televidente mexicano y fue cuestionada, la telenovela “Con toda el alma” (1995) desde la cortinilla de presentación por mostrar a Gabriela Roel nadando desnuda, hasta la temática, que giraba en torno a las relaciones psicópatas y sado-masoquistas en donde las mujeres carecían de dignidad y eran las caricaturas del sometimiento. Se trataba de familias ricas donde el adulterio, la prostitución y el alcoholismo se volvían recursos cotidianos para matar el aburrimiento.

A esta telenovela le siguieron “Te dejaré de amar” (1995), con Rocío Banquells, Rafael Sánchez Navarro y Javier Gómez; la primera telenovela infantil de esta empresa fue “Tric-trac” (1995), con Ana Ofelia Murguía, Enrique Alonso “Cachirulo” y Gabriela Hazle. Los siguientes melodramas fueron “Rivales por accidente” (1995) con Karen Senties, Mayra Rojas y Lorena Meritano; y “Al norte del corazón” (1996), con Anette Michel y Jorge Luis Pila. Estas se transmitieron entre 1995 y 1996, todas bajo la producción de Elisa Salinas. Excepto “Al norte del corazón”, cuyos productores fueron Rubén y Santiago Galindo.

En mayo de 1996 se anunció el lanzamiento de la telenovela “Nada personal” realizada por la Productora Argos-Televisión, propiedad de los periodistas Carlos Payán, Hernán Vera y Epigmenio Ibarra, en co-producción con Telemundo. Este drama de inmediatez se convirtió en otro de los programas más vistos de la televisión mexicana, entre otras cosas por lo atractivo de su temática que abordaba diversos aspectos de la política nacional. Originalmente sería una serie policíaca, pero Ricardo Salinas Pliego le pidió a Epigmenio Ibarra que junto con su equipo de producción, la convirtieran en telenovela.

Para esta telenovela se contrató a una actriz exclusiva de Televisa, Ana Colchero, a quien le ofrecieron por el papel estelar cerca de 500 mil dólares, junto a ella estaban otros actores exclusivos de esa empresa, Rogelio Guerra, Lupita Ferrer y Demián Bichir; en esta telenovela debutó el protagonista masculino José Ángel Llamas. La dirección estaba a cargo de Antonio Serrano también director de Televisa.

Para la producción de esta telenovela llegó de Venezuela la productora María Auxiliadora Barrios, quien había producido ocho telenovelas de gran éxito en aquel

país, ella a su vez trajo al escritor José Ignacio Cabrujas, para que impartiera un seminario sobre la realización de telenovelas al equipo Argos.

El escritor José Ignacio Cabrujas escribió sólo el primer capítulo de “Nada personal” ya que a los pocos días falleció. Sus telenovelas fueron retomadas por Epigmenio Ibarra, como. “Mirada de mujer” (1997), que en Colombia se llamó “Señora Isabel”; y “El amor de mi vida” (1998) que en Venezuela tuvo el nombre de “Señora de Cárdenas”. Estas historias eran ideas del escritor Bernardo Romero.

No obstante que desde el primer capítulo de “Nada personal” (1996) la telenovela logró un buen *rating*, meses después esa producción sería víctima del escándalo, luego de la demanda que interpusiera Ana Colchero, en noviembre de 1996, por incumplimiento de contrato, lo que motivó una contrademanda de la empresa por un monto aproximado de tres millones de dólares, que finalmente perdió Televisión Azteca.

Luego de “Nada personal” (1996) la productora Argos-Televisión transmitió por Televisión Azteca “Demasiado Corazón” (1997), con Claudia Ramírez, Demián Bichir, Gabriela Roel y Daniel Jiménez Cacho, bajo la producción de Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera.

“Demasiado corazón” (1997), con todo y no haber conseguido los *ratings* de audiencia que se esperaban, fue una de las telenovelas más interesantes y polémicas de los últimos años. Su temática penetró en los rincones más oscuros de la conciencia nacional, se atrevió a mostrar un conjunto de personajes que estaban dispuestos a trocar su vida a favor de un cambio, a pelear por una limpieza en las instituciones dedicadas a comerciar con la justicia y no a impartirla.

Esta telenovela continuó con algunas líneas anecdóticas de “Nada personal” (1996), un procurador honesto (Jorge Martínez de Hoyos) y dedicado a desenmascarar a las autoridades ligadas al narcotráfico. Contaba con un grupo de judiciales comandados por Alfonso Carvajal (Demián Bichir), dedicados a frustrar las maniobras del Cártel de Juárez, liderado por Castillo, “El señor de los cielos” (Alvaro Guerrero), que a pesar de los dictámenes del gobierno mexicano y de la DEA seguía vivo y coludido con un hombre de la banca, Octavio Montiel (Daniel Jiménez Cacho).

En “Demasiado Corazón” (1997), indicó su productor, Epigmenio Ibarra se abordaba la mayoría de las aristas del narcotráfico, desde los carteles que existen en la República Mexicana, hasta la corrupción dentro de la DEA.

El 28 de julio de 1997 entró al aire la telenovela más exitosa de Televisión Azteca hasta el momento, “Mirada de mujer”, con Angélica Aragón, Ari Telch, Fernando Luján, Margarita Gralia y Evangelina Elizondo en los roles protagónicos. Esta telenovela era una versión libre de la serie colombiana “Señora Isabel” de José Ignacio Cabrujas, escrita por Bernardo Romero.

Producciones Argos-Televisión presentó la historia de María Inés San Millán (Angélica Aragón) un ama de casa que descubre que ha sido engañada por su marido en los últimos años, que le fue infiel, todo el tiempo. Era una esclava del hogar que estaba sólo al tanto de su familia. Aunque muy pocas veces se aludía, se mostraba la cara de insatisfacción sexual de una mujer cincuentona que al encontrar a un pretendiente más joven que ella, Alejandro Salas (Ari Telch), cambió su forma de ver la vida.

La trama fue muy bien llevada, el lenguaje certero y hasta fino y los personajes realmente vivían y no pasaban como fantasmas por todos lados. Además, había tomas que intentaban una forma distinta de hacer ver las cosas, lo que demostró un esfuerzo mayor por darle al auditorio un buen producto.

“Mirada de mujer” (1997) fue es una adaptación de la telenovela colombiana “Señora Isabel”, por lo que el público no estaba ante algo original, sino más bien un *remake*. Lo curioso es que mientras en Colombia no hubo tanto escándalo, ante la historia de una mujer que se enamoraba y encontraba el amor en un hombre más joven que ella, en México se intentó un veto promovido por el Comité Nacional de Padres de Familia A. C., presidido en aquellos días por Ricardo Esponda Gaxiola.

A dos meses de finalizar “Mirada de mujer” (1997), la Unión Nacional de Padres de Familia A. C., escribió una carta dirigida a Ricardo Salinas Pliego, presidente de Televisión Azteca, el texto hacía referencia a los últimos capítulos, en los que Mónica (Bárbara Mori), fue violada quedando embarazada; por lo que, tenía que decidirse por

abortar o tenerlo. “Nos preocupa que un tema de tanta trascendencia sea tomado tan a la ligera y se decida sobre él como una subasta, decían”³².

Después de 195 capítulos, el 23 de abril de 1998 “Mirada de mujer” concluyó sus transmisiones. Por primera vez en la historia de la telenovela mexicana, Televisión Azteca transmitió el penúltimo y el último capítulo de la telenovela en un solo día, todo fue con la finalidad de “proteger” el arranque del otro melodrama, producto también de Argos-Televisión, denominado “Tentaciones” (1998).

Según informó Martín Luna, vicepresidente de programación en Televisión Azteca “a las 21:00 horas Azteca 13 transmitirá el penúltimo episodio de la historia protagonizada por Angélica Aragón y Ari Telch y terminará las 21:30; el estreno de “Tentaciones”, la nueva telenovela encabezada por Lorena Rojas y José Ángel Llamas. La ‘tapa que cerrará el sandwich’ estará representada por el último capítulo de ‘Mirada de mujer’ que pasará al finalizar ‘Tentaciones’, a las 22:00 horas”³³.

Antes de que entrara “Tentaciones” al aire, desde el 23 de febrero de 1998 ya se transmitía la telenovela “Señora” una producción de Elisa Salinas y Juan David Burns, con las actuaciones de Julieta Egurrola, Héctor Bonilla y Fernando Ciangherotti; tuvo una duración de 230 capítulos de media hora cada uno.

“Señora” (1998) fue escrita por José Ignacio Cabrunas, la adaptación estuvo a cargo de los adaptadores Dense Pffifer y José Luis Durán. La historia trató la vida de una mujer madura, Victoria Santacruz, quien luego de padecer vejaciones por parte de un hombre que además la violó y embarazó, con el paso de los años ella se convirtió en una poderosa mujer, pero fría e insensible.

Producciones ZUBA produjo su primera telenovela “La chacala” (1998) para Televisión Azteca, sin el éxito que se esperaba, ya que siempre se le cambió de horario y hasta de canal, del 13 pasó al 7. Los productores Christian Bach, Humberto Zurita, Elisa Salinas y Juan David Burns, dijeron en su momento que la gente estaba acostumbrada a ver Marías Mercedes y Rosas salvajes, por eso no los aceptaban.

³² Morales, Felipe. El Universal. Espectáculos, Pág. 11. 6 de febrero de 1998.

³³ Garay, Adriana. Reforma. Gente. Pág. 1. 23 de Abril de 1998.

“La chacala” (1997) contaba la historia de dos hermanas gemelas donde una de ellas es asesinada por traer una maldición, años más tarde ella aparece y trata de apropiarse del cuerpo de su hermana. Este drama fue el primero del género sobrenatural que se presentó en Televisión Azteca. Los roles protagónicos fueron para Christian Bach, Roberto Blandón, José Alonso, Jorge Rivero y Regina Torné.

“Tentaciones” (1998) fue la telenovela que ocupó el lugar de “Mirada de mujer” (1997), era una producción de Epigmenio Ibarra con las actuaciones de José Ángel Llamas, Lorena Rojas y Omar Fierro. Producciones Argos-Televisión se vio envuelta en el escándalo porque la temática de este melodrama abordaba las debilidades de un sacerdote, quien se debatía entre el amor de Dios y el de una mujer, Julia (Lorena Rojas).

Esta telenovela entró al aire el 23 de abril de 1998 y terminó el 24 de julio del mismo año, tres meses estuvo en la pantalla chica, esto debido a las constantes protestas que realizaron grupos de padres de familia, porque según esa telenovela era una ofensa y falta de respeto al pueblo mexicano católico, a la dignidad de las personas y a una vocación superior como es la del sacerdocio.

A mediados de 1998, la única telenovela que estaba al aire en Televisión Azteca era “Perla”, una versión libre de “Perla negra” telenovela argentina. De no haber sido porque le aumentaron capítulos la barra de telenovelas en esta televisora habría desaparecido. A este melodrama se le puede considerar como la primera de corte juvenil que transmitió en esta televisora.

Azteca Digital se encargó de realizar “Perla” (1998), la producción era de José Ambriz, la dirección de Antulio Jiménez Pons y en los roles estelares Silvia Navarro, Leonardo García y Gabriela Hassel, quienes lograron quitarle *rating* a las telenovelas de Televisa “Vivo por Elena” (1998) y “Camila” (1998). “Perla” se lleva de lejos a la telenovela ‘Camila’ de Televisa, ya que, ¿quién quiere ver la insípida pareja formada por Bibi Gaytán y Eduardo Capetillo, cuando tenemos enfrente a Silvia Navarro y Leonardo García”³⁴.

³⁴ Boomer, Tony. Reforma. Gente. Pág. 17. 18 de Octubre de 1998.

Televisión Azteca en el afán de presentar programas y argumentos novedosos al telespectador, presentó la primera tele-comedia denominada “La casa del naranjo” (1998), que era una adaptación de la telenovela colombiana “Cuervos”, según su productor Rafael Gutiérrez se buscaba innovar la tendencia de historias narradas en televisión.

La dirección estuvo a cargo de Alejandro Gamboa –director de la película mexicana “La primera noche”- la adaptación de Enrique Rentería y las actuaciones de Saby Kamalich, Regina Orozco, Plutarco Haza y Rodolfo de Anda. Por su bajo *rating* salió de la programación dos meses después de su primer capítulo.

El 5 de octubre de 1998 Televisión Azteca estrenó simultáneamente tres telenovelas, la primera “Azul tequila” (1998), primero melodrama de época de esta televisora. Era una producción de Producciones ZUBA, Huberto Zurita y Christian Bach como productores, la historia original era de Jorge Landa y Alfonso Acebal y los protagonistas Bárbara Mori, Rogelio Guerra, Víctor González, Mauricio Ochman, Leonardo Daniel y Fabiola Campomanes.

Era la historia de Azul (Bárbara Mori) quien amaba profundamente a Santiago (Mauricio Ochman), pero que fue obligada a casarse con el hermano de éste, Arcadio (Víctor González). El día de la boda lo deja plantado y huye con Santiago a Tequila, Jalisco, ahí tendrán que enfrentarse a una serie de contratiempos antes de consumir su amor.

La segunda en estrenarse fue la telenovela “El amor de mi vida” (1998) que originalmente se llamaría “Este amor nuestro”, era una producción de Argos-Televisión para Televisión Azteca, los productores fueron Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera, la historia era original de José Ignacio Cabrujas y la adaptación de Luis Zelkowichz, Carmina Narro y Luis Felipe Ibarra.

Esta telenovela protagonizada por Claudia Ramírez, José Ángel Llamas, Verónica Merchant y Ernesto Gómez Cruz, era una adaptación del melodrama venezolano denominado “Señora de Cárdenas” que se transmitió en ese país en 1977.

En esta telenovela Ana (Claudia Ramírez) se casaba pensando que sería para toda la vida con Daniel (José Ángel Llamas). Nueve años después de su boda Ana descubre que su esposo la engaña con Patricia (Eilen Abad). Se refugiaba en su familia los Valdés; Faustino su padre es quien más consejos les daba, ya que sabía perfectamente que Daniel le era infiel a su hija.

“Tres veces Sofía”, cerró el bloque de estrenos, la producción fue de Luis Vélez y Rossana Arau para Azteca Digital, los protagonistas fueron: Lucía Méndez, Omar Fierro, Karen Senties, Marco Muñoz y Evangelina Elizondo.

Sofía (Lucía Méndez) era una mujer casada con Jorge (Marco Muñoz) quien le hace la vida imposible, la golpea y quiere quitarle la patria potestad de sus hijos cuando se enteró que su esposa esta involucrada sentimentalmente con su ex-novio, Federico (Omar Fierro). La idea era que el personaje principal, Sofía, pasara por tres etapas diferentes: la sufrida, la vengativa, y finalmente, la mujer realizada en todos los sentidos. De las tres telenovelas ésta fue la de mayor *rating*.

El 4 de enero de 1999 se estrenó la segunda telenovela infantil en Televisión Azteca “Chiquititas” en co-producción con TELEFE de Argentina. Esta historia era original de Patricia Maldonado y la producción de Cris Morena. El elenco lo integraron Ixchel del Paso, Alejandra Simancas, Angélica y Mariana Magaña, Paola y Daniela Wong, Maria Fernanda Cerecedo, Alejandra Haidee López, Felipe Colombo, Rodrigo Zurita, Ivan Rafael González, Herminio Alonso y Diego Medina.

La adaptación para México fue de Alberto Ramos, sobre la historia la productora Cris Morena opinó que “no pretendemos hacer novelas documentales sobre el abandono de los niños, sólo aportamos un granito de arena. Queremos mostrar un mundo mejor con ‘Chiquititas’, por medio de la magia y la fantasía, los valores del ser humano se pueden rescatar”³⁵.

³⁵ Valencia, Mónica. Reforma. Gente. Pág. 1. 16 de Noviembre de 1998.

A pesar de que la historia estaba programada para transmitir 250 capítulos de una hora, la telenovela tuvo que ser recortada a más de la mitad por falta de *rating*, y por ende, de anunciantes.

Una nueva productora independiente hacía mancuerna con Televisión Azteca para hacer una telenovela, en esa ocasión fue Gavira Producciones. El melodrama fue “Yacaranday” (1999), con Aylín Mújica, Jorge Luis Pila, Evangelina Sosa y Claudio Obregón, la producción general fue de Elisa Salinas y los productores ejecutivos Gustavo y Alejandro Gavira De la Rosa.

La historia original era de Patricia Romani, y la adaptación y libreto de Luis Fernando Martínez y Gloria Lozano. El mensaje que querían ofrecer era el de superación y el de la lucha por los valores, y que con esa misma intensidad la protagonista amara la vida, la naturaleza y la libertad.

Yacaranday (Aylín Mújica) era una mujer que crecía rodeada del cariño y los cuidados de Cecilia (Carmen Delgado) su madre, pero un ambiente hostil. En el fondo extrañaba la presencia paterna, y se cuestionaba constantemente sobre su destino. Lo que no sabía era que su padre era el hombre que más la odiaba (Claudio Obregón), por estar enamorada de su hijo.

Aunque se contemplaba que “Yacaranday” constara de 220 capítulos de media hora, no pudo con el *rating* y una vez más en este televisora una telenovela era recortada a la mitad, por lo que tuvo que finalizar el 23 de abril de 1999 a tres meses de su transmisión.

Desde el nacimiento de Televisión Azteca el 2 de agosto de 1993 cada año ha sido una etapa constante de logros y fracasos:

1993. Fue el año de la transformación, de Imevisión a Televisión Azteca, de los ajustes, de experimentar con empresas como: Adela Producciones, O’Farril y Asociados y Producciones Burns.

1994. Marcó la llegada de gente que trabajaba en Televisa, esta situación dejaría huella para siempre en la trayectoria de la nueva televisora.

1995. Se consolidaron los esfuerzos administrativos de los Salinas a nivel de negocios.

1996. Fue el año de la guerra de televisoras, de los rumores acerca de la privatización, de los temas innecesariamente escabrosos, del nacimiento de Azteca Digital, de la productora Argos-Televisión y de la telenovela “Nada personal” considerada como un parteaguas en la telenovela mexicana.

1997. Sería recordado como el año de la revancha por parte de Televisa: demandas, intercambios y escándalos.

1998. Fue el año de la renovación, de recuperar el *rating* perdido y arrebatado por Televisa, de pasar de lo políticamente incorrecto a lo correcto, de la recuperación de los noticiarios y las alianzas nacionales e internacionales. Asimismo, Ricardo Salinas Pliego puso en marcha el que se denominó como su proyecto fundamental: producir telenovelas en gran volumen para México y el mundo.

1999. A un año de que terminara el siglo, Televisión Azteca volvía a tomar el mando en los noticieros, creció la producción de telenovelas y la alianza con CNI por un tiempo Azteca 40.

2000. Fue el fin de la relación de trabajo entre la productora Argos y Televisión Azteca

2001. Se realizó la primera producción al más puro estilo de Argos “Amores, querer con alevosía” en donde igualmente se tocó un tema fuerte, la disfunción eréctil. Por otro lado la productora Argos realizó su primera telenovela sin el apoyo de Televisión Azteca “Cara o cruz” y se transmitió primero en Estados Unidos y luego en México por CNI Canal 40.

2002. Los productores Humberto Zurita y Christian Bach, pioneros en la producción de telenovelas para Televisión Azteca abandonaron la televisora por el recorte de capítulos

de su producción “Agua y aceite”. También se realizó el primer *remake* de una telenovela de Televisión Azteca “Con toda el alma” (1995) bajo el nombre de “Por ti”.

2003. Se transmitió la telenovela “La hija del jardinero” en países como Rumania, Francia e Italia con mucho éxito. Se realizó la segunda parte de la telenovela “Mirada de mujer” (1997) con el nombre de “Mirada de mujer. El regreso” con poco éxito.

2004. Representó un año de éxitos para Televisión Azteca en la producción de telenovelas, entre ellas “Las juanas”, “Los Sánchez”, “La heredera”, “Soñarás” y la miniserie “Tan infinito como el desierto”.

2005. Es un año que inició fracaso tras fracaso en cuanto a la realización de telenovelas, entre ellas, “La otra mitad del sol”, “Top models” y la miniserie “De nuevo en pie”. Sin embargo, antes de finalizar el año se recuperó con los melodramas “Amor en custodia”, “Machos” y la miniserie “Ni una vez más”. También fue el año de la realización de una coproducción entre Sony Televisión Entertainment y Televisión Azteca.

A esto se sumó el arranque de una nueva estrategia para captar más auditorio, el enfocar a “Azteca 13” como canal estelar y al 7 como emisora para adultos jóvenes. Sin duda Televisión Azteca representa al momento una fuerte competencia para Televisa, no en valde ésta última, hace cambios de horarios, reorganiza su programación y recorta series, muchas veces con base en el éxito de Televisión Azteca, todo con el fin de que el televidente no se pierda y se quede sintonizando sus canales.

3.2 La telenovela latinoamericana

El hecho de que decenas de millones de personas alrededor del mundo miren telenovelas, habla de una expansión en el consumo. Hay países en los que la producción, la emisión y la circulación de telenovelas es ya un modo de vida, por ejemplo, en México, Venezuela, Colombia y Brasil.

Son muchos los registros sobre la repercusión de este género que habla no sólo de su importancia comercial e industrial, sino de su significación cultural y social. En China, por ejemplo, la telenovela brasileña “Esclava Isaura” tuvo 450 millones de espectadores; en Polonia, 28 millones. O según diarios cubanos, el presidente Cuba, Fidel Castro, adecuaba sus reuniones de gabinete al horario en que se transmitía esa misma novela, que tuvo el mayor porcentaje de audiencia en la isla, el 85 por ciento. En Cáceres, un pueblo de Andalucía, en España, existe un monumento al personaje de María, la heroína de la novela argentina “Simplemente María”, que fue costeadada por suscripción popular.

En América Latina la telenovela establece una relación muy íntima con el televidente, articulan los relatos de su personaje favorito de cualquier telenovela a su vida diaria. Constituyen un buen ejemplo de cómo cambiar también reglas sociales o familiares, casi sin proponérselo influyen en las prácticas sociales. Puede ser porque dan información sobre enfermedades, por ejemplo, un personaje con cáncer de mama en “Cristal” motivó una enorme cantidad de consultas médicas en Venezuela y España. O porque promueven aprendizajes útiles. En Perú, a raíz de la emisión de “Simplemente María”, se incrementó la matrícula en cursos de alfabetización y de costura, las dos actividades que ayudan a la protagonista a encauzar su vida. Estas situaciones nos dejan entrever la identificación que las telenovelas establecen con el público televidente.

Las telenovelas se producen desde hace más de 47 años, y aunque cuentan la historia de siempre, la de la chica pobre que se enamora del rico, pueden contarla de muchas maneras y el público la sigue aceptando; la preocupación de los productores resulta cuando el telespectador ya no las acepta.

La telenovela se realiza en América Latina desde el inicio de la actividad televisiva, y es el género de ficción que en mayor número producen y exportan las televisoras del continente. Se hacen en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela; así como en los Ángeles y Miami para el mercado hispano de Estados Unidos. También hay países que las producen con mucha dificultad y continuidad como Ecuador y Paraguay.

“A pesar de que a lo largo de 40 años, se han conformado estilos diversos en los diferentes países productores, se trata de un objeto que tiene una ‘identidad plural’ hay rasgos compartidos que le otorgan características singulares”³⁶. De ésta manera, el éxito de la telenovela latinoamericana se asienta en que es vista por públicos masivos y mucho más numerosos que los lectores de literatura.

Más allá de que existen características específicas del género en distintos países, desarrollos industriales, modalidades de producción y de circulación diversa, según la investigadora Nora Mazziotti, históricamente se pueden señalar cuatro etapas en la producción latinoamericana de telenovelas.

Etapa inicial

Esta etapa abarca desde la década del 50 hasta la del 60 en que surge el videotape.

Etapa artesanal

Esta etapa que llega hasta los años 70, se caracteriza por una producción que combina rasgos artesanales o propios de otros soportes con experimentaciones y tanteos. Los títulos se hacen con bajo presupuesto y están destinados principalmente al mercado local eventualmente continental.

Etapa industrial

Es la etapa en la que algunos países afianzan los rasgos que la definen como el principal género exportable en el continente y la producción se ordena y estandariza. Abarca la década de los 70's y 80's.

³⁶ Mazziotti, Nora. La industria de la telenovela. Editorial. Paidós. 1997. Argentina. Pág. 24.

Etapa transnacional

Esta etapa es la que abarca la actualidad la telenovela gana mercados internacionales e implica en mayor o menor grado un proceso de neutralización de sus rasgos”³⁷

En algunos países del continente ha desplazado de manera notable a la programación norteamericana, incluso en el horario central. A través del tiempo las telenovelas producidas en diferentes países latinoamericanos van afirmando sus diferencias con la incorporación de elementos narrativos, estéticos y de ritmo que corresponden con las prácticas culturales propias de cada país productor, por lo que difícilmente una producción extranjera tiene éxito, por lo menos en México.

Actualmente la telenovela transita por una etapa que se caracteriza por el ingreso de producciones de diferentes países del continente en los mercados internacionales. Existen requisitos que los títulos deben alcanzar para su circulación internacional: que la extensión no sea inferior a los 180-200 capítulos; que la calidad de la imagen y del sonido se encuadre en los estándares internacionales y sea pareja en la totalidad de las entregas; y que la temática pueda ser comprendida universalmente.

Las comunidades europeas dicen que “las telenovelas brasileñas conducen al reencuentro con los vínculos simbólicos de una ‘comunidad latina’, y a la ‘reconciliación con nuestra latinidad’ y nos preguntan si ‘con la apertura a estos programas procedentes de países cálidos’ no estará presente un ‘retorno al mundo primitivo, a lo mágico, al sincretismo”³⁸

En esta línea se inscribe la expresión de “la venganza de Moctezuma”, con que algunos periodistas españoles se refirieron a la invasión de telenovelas mexicanas y venezolanas en España a comienzos de los 90’s, coincidente con la preparación de los festejos del V Centenario del Descubrimiento de América. “Se trataría de una especie de ‘conquista al revés’, donde los antiguos conquistadores europeos compran ahora los espejitos de colores”³⁹

³⁷ Íbidem. Págs. 57 y 58.

³⁸ López Pumajero, Tomás. Op. Cit. Pág. 72.

³⁹ Íbidem. Pág. 79.

Por ejemplo, la telenovela venezolana “Cristal” se transmitió siete veces en España, en 1990 tenía el 86% de la audiencia y el último capítulo fue visto por 11 millones de espectadores. Cuando en 1986 se inauguró el horario matutino en la televisión española con las telenovelas “Dinastía” y “Los ricos también lloran”, se modificaron las horas de atención de comercios y bancos porque descendía la concurrencia a ellos durante la transmisión de éstas.

Hay países donde las telenovelas pasan cinco días por semana, de lunes a viernes, como en México, Venezuela y Brasil; en otros también se transmiten los sábados como en Colombia y Chile. O en capítulos dobles dos veces por semana, o a veces, en los fines de semana se pasa un resumen semanal, y pueden transmitirse en la mañana en la tarde o en la noche, depende del hábito de consumo de las audiencias y de las estrategias de programación de los canales.

La repercusión de la telenovela latinoamericana en Europa, principalmente en Italia y España, fue comentada en Argentina por la prensa. En febrero de 2000 en el periódico “La razón” se publicó una nota cuya cabeza decía “Las telenovelas latinoamericanas invaden Italia”, y los balazos “Millones de espectadores ven a Sonia Braga, Verónica Castro y Andrea del Boca”. Ahí mismo se señalaba que de un total de 10 títulos emitidos, dos eran brasileños; seis mexicanos y dos argentinos. Debido al éxito de algunas telenovelas éstas se transmitían dos veces por día.

Semejante aceptación resultaba inexplicable para muchos intelectuales y analistas de los medios, tanto en Europa y América Latina. En la misma nota del periódico se reproducía un cable de la agencia italiana ANSA:

“Qué es lo que encuentran las mujeres europeas de fascinante en espectáculos de una hora de duración que, si se exceptúa a los brasileños, resultan de un mal gusto, de una ramplonería y de una puesta en escena lamentables”⁴⁰

⁴⁰ Mazziotti, Nora. Op. Cit. Pág. 39.

Los precios de venta de programación no son idénticos en las distintas regiones del mundo, son fluctuantes y las empresas no suelen dar informaciones correctas. Se establecen en cada país o región de acuerdo con la cantidad promedio de televisores por habitante, las ganancias obtenidas por publicidad y el producto per cápita de cada país comprador.

“Si Panamá, por ejemplo, factura 10 millones de dólares en un mes, le pagará a Televisa el 15% de esa cantidad y podrá escoger, antes que cualquier otro interesado, las telenovelas y los programas que desee de todo lo que producimos; explican ejecutivos de Protele, filial de Televisa”⁴¹

Según un estudio realizado en abril de 2000 por Venevisión, en Europa Alemania pagaba 9,000 dólares por capítulo de una hora; Italia 8,000; España 6,000 y Grecia entre 1,000 y 2,000 dólares.

En América del norte, Estados Unidos paga entre 3,000 y 5,000 dólares; México 2,000. América central al igual que varios países africanos abona entre 100 y 150 dólares por capítulo. En América del sur Argentina, Venezuela y Chile pagaban alrededor de 2,000 dólares; y Colombia, 1,500; mientras que Bolivia, Paraguay y Uruguay no llegan a los 500 dólares.

Turquía, Israel y los países árabes pagaban entre 1,000 y 2,000 dólares; China y los países asiáticos, 2,000.

Si tomamos en cuenta que cada telenovela tiene cerca de 200 capítulos, éstas se convierten en un producto comercial bastante redituable más que en nada en Europa, dado el monto que pagan por cada entrega. El doblaje o subtítulo lo efectúa el país comprador; el doblaje costaba en el año 2000 alrededor de 4,000 dólares por capítulo.

Con esto nos damos cuenta por qué la importancia de Televisión Azteca de vender sus telenovelas en el mercado europeo, de esta manera comienza a hacer lo suyo con la

⁴¹ De León, Angélica. Reforma. Gente. Pág. 12. 21 de Febrero de 1999

venta de la telenovela “Mirada de mujer” (1997) en Rumania, la cual se transmitió de manera simultánea en Estados Unidos, Chile y Argentina.

En cambio, como ya se mencionó, Televisa a través de su filial Televisa Internacional ha colocado a cada una de sus telenovelas en todas partes del mundo, y hasta el momento sólo dos han sido la excepción: “La paloma” y “El secreto de Alejandra”. Según se informó en Espacio 99, Televisa exportó en 1998 7,215 horas de programación.

En Brasil el liderazgo absoluto de producción de telenovelas lo tiene la red O’Globo, a pesar de que también las han producido otras cadenas. El grupo O’Globo de la familia Marinho, es propietaria del Diario O’Globo y 19 revistas, emisoras radiofónicas, sellos discográficos y agencias de noticias.

Esta empresa cubre el 98 por ciento del territorio brasileño, tienen una de las redes más grandes del mundo y lleva la delantera en cuanto a producción y venta de telenovelas. Comenzó a exportarlas en 1975 con la telenovela “Gabriela”, la venta la realizó con Portugal; y en 1979 se dobló la primera novela al español, “O Bem Amado” comprada por Uruguay.

O’Globo ha exportado sus programas a 128 países del mundo, en 2000 exportó entre 500 y 700 horas al año. “Cuenta con un departamento de ficción que ocupa a 1,500 personas, incluidos los actores, directores, escritores y el personal de producción. En 1977 las ventas exteriores de O’Globo totalizaron una cifra cercana a los 300,000 dólares, en 1981 era de 3 millones y en 1985 de 14 millones; en 1999 llegaban a los 20 millones de dólares”⁴².

Las telenovelas pagan toda la televisión brasileña, se transmiten a partir de las seis de la tarde y su audiencia local es de aproximadamente 80 millones de telespectadores.

⁴² Mazziotti, Nora. Op. Cit. Pág. 44.

El alcance de la telenovela ha motivado a empresas dedicadas a otros rubros a fijarse en la producción de melodramas, por ejemplo, la Warner Brothers que en 1995 produjo su primera telenovela “Cruz de nadie”, la cual no tuvo el éxito que se esperaba.

“La novela brasileña es reconocida por su modernidad, en cambio las mexicanas están en el extremo opuesto. Representan un modelo melodramático, sentimentalista y moralista, se ajustan a un esquema en el que una única historia es relatada de manera lineal, y son ‘notorias por sus llantos’, su visión del mundo extraordinariamente maniquea y la carencia de referentes históricos específicos”⁴³.

Aún con ese formato la telenovela mexicana es la que más mercados tiene en el mundo, 128 países reciben producciones nacionales. En 1992 el 70 por ciento de la población rusa veía la telenovela “Los ricos también lloran”. Cuando Verónica Castro viajó a Moscú fue recibida con honores de jefe de Estado.

La mitad de los habitantes de Moscú no se perdían un capítulo, mientras que el 20 por ciento restante lo hacían ocasionalmente. En zonas rurales los trabajadores “dejan tirados sus tractores en el medio de los campos y marchan corriendo para pegarse a las pantallas”, decía un corresponsal del periódico “El País” de Madrid en 1992.

El 10 de junio de 1998 se celebró en Rusia la primera década de la incursión en la televisión rusa de las telenovelas latinoamericanas, con esta finalidad se reunieron actores, productores y guionistas para analizar el fenómeno social que han causado esas series.

Entre las telenovelas que se han presentado con éxito en la televisión rusa destacan dos mexicanas “Simplemente María y “Los ricos también lloran”, así como la brasileña “La esclava Isaura”. Tanto ha sido su penetración de las historias latinoamericanas en países como Rusia, Rumania, Bulgaria o Filipinas, que han proliferado nombres latinos entre niños de 10 años a la fecha.

⁴³ López Pumajero, Tomás. Op. Cit. Pág. 61.

Para la empresa brasileña O'Globo, al igual que el resto de las productoras de Latinoamérica, es importante penetrar en el mercado europeo debido a que los precios por telenovela en Europa son mucho mayores que las de otras regiones. Brasil comenzó por Portugal que actualmente le compra la totalidad de las novelas; luego ingresó en Italia y posteriormente en Francia, país al que en 1987 se le vendió más que al conjunto de los países de América Latina.

El mercado hispanohablante de Estados Unidos es dominado por Univisión, empresa ligada a Televisa de México y a Venevisión de Venezuela, por lo que las telenovelas de estos países gozan de mucha aceptación más que cualquier otra. Sin embargo, Telemundo la cadena de televisión que le hace competencia, ha tratado con las telenovelas brasileñas competir con las propuestas mexicanas y venezolanas sin mucho éxito.

América Latina representa para Brasil apenas el 20 por ciento de sus ventas internacionales; México ha comprado a este país vía Televisión Azteca sólo cinco historias (Mujeres de arena, Tieta, Roque Santeiro, Pantanal y Doña Bella); Venezuela y Cuba son las más constantes. El problema que encuentra las producciones brasileñas en México y Argentina, por ejemplo, es que se enfrenta a países productores de sus propias historias y por lo menos México, más que comprar, vende sus producciones a la mayoría de los países latinoamericanos incluyendo Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico.

México comenzó a exportar sus telenovelas inmediatamente después de la incorporación del videotape, a fines de los 50's, la primera historia fue "Gutierritos". Ya en la década de los 60's la producción se encaminó a la exportación continental y se exhibieron con regularidad en Colombia, Chile, Perú, Argentina y Centroamérica, mientras que Brasil fue el último país del continente en comprar una telenovela a México.

Las únicas telenovelas mexicanas que han tenido éxito en Brasil han sido “Carrusel”, “María Mercedes”, “Marimar” y “María la del barrio”. “Este era un territorio vetado a Televisa hasta que apareció Thalía con su trilogía, decían ejecutivos de la empresa”⁴⁴

La colocación temprana de los seriales mexicanos –antes que cualquier otro- se debe no sólo a la existencia de empresas productoras con capacidad de desarrollar la industria, sino que también en que los países compradores y sus audiencias estaban familiarizados con la ficción mexicana a partir del cine que circuló en grandes cantidades en los años 50’s y 60’s, y de la radio, ya que muchos títulos de telenovelas habían sido conocidos como radioteatros. Para Televisa en ese momento no trataba de ganar nuevos mercados, sino de conservar los ya existentes.

En la década de los 70’s, Televisa inició la venta de telenovelas en Asia con el melodrama “Yesenia” que tuvo un éxito inesperado en la República Popular China; y en 1998 “María Mercedes”, “Marimar” y “María la del barrio” abrieron nuevos mercados en Filipinas, Vietnam, Nueva Zelanda y Australia.

Para Herval Rossano, director de telenovelas brasileñas, la razón del éxito de la telenovela mexicana en el continente es, según él, porque muestra grandes dramas, se vende por lotes y a precios muy bajos por la similitud de lenguaje con el resto de América Latina. En México se da el caso de que constantemente un cantante pop lo ponen en televisión a actuar y, por supuesto, la historia se vuelve intrascendente. Se recurre a cualquier método que atraiga la atención de la gente.

Aunque la estrategia de Televisa sea comercial, lo cierto es que sus telenovelas cuentan con un enorme aparato de promoción y un buen *rating* que las reconoce y disputan todos los anunciantes, no así con las brasileñas, colombianas o argentinas que tienen un mercado más limitado.

La telenovela venezolana está vinculada en gran medida al estilo que llevaron los autores cubanos que se exiliaron luego de la Revolución Cubana en 1959. La línea es tradicional, cuya mejor exponente fue Delia Fiallo, quien junto con Caridad Bravo

⁴⁴ Notimex. El Universal. Espectáculos. Pág. 6. 11 de junio de 1998

Adams imperaron con sus historias en la década de los 70's y 80's. Durante estos años sus libretos fueron retomados para realizar nuevas versiones de las ya existentes como "Cristal", "La Mentira" (1998), "Corazón salvaje" (1993), "Rosalinda" (1999), "Nunca te olvidaré" (1999) y "Guadalupe" (1984), "Aprendiendo a mar" (1980) y "Cañaveral de pasiones" (1996).

El escritor venezolano José Ignacio Cabrujas logró en 1977 darle a la telenovela de ese país un nuevo giro con su primer trabajo denominado "La señora de Cárdenas", esta serie fue reconocida como todo un fenómeno cultural. El melodrama fue el primero en la historia de la telenovela venezolana que no termina con los dos protagonistas juntos.

A esta telenovela le siguieron "Natalia de ocho a nueve" y "Silvia Rivas divorciada", ambas se transmitieron por Radio Televisión Caracas y con ellas se cerró su polémica trilogía sobre el divorcio, motivo por el cual nunca se vendieron a otros países hasta que en México Epigmenio Ibarra se encargó de adaptar "La señora de Cárdenas" con el título "El amor de mi vida". Las historias de este escritor se remontan a "Mirada de mujer" en 1997, que era una adaptación de la telenovela colombiana "Señora Isabel".

En México José Ignacio Cabrujas intentó con "Nada personal" (1996) la misma estrategia que en su país de origen –Venezuela-, pero apenas logró escribir el primer capítulo ya que, a los pocos días falleció. La estafeta la tomó Epigmenio Ibarra en México, quien se encargaría de igual forma en cambiar la forma de hacer telenovelas.

Fue en Caracas, Venezuela, donde se llevó a cabo el "Primer Foro sobre el papel de los actores de telenovelas en la Cadena Creativa", en este se habló de lo bueno, lo malo y del porvenir de la telenovela. La reunión la organizó Fundavisual Latina y a ella asistieron escritores como Delia Fiallo, Bernardo Romero, Francisco Gaytán y los productores José Rendón, Epigmenio Ibarra y Leonor Basseres, de Brasil.

En las últimas tres décadas se han afianzado tres importantes países productores de telenovelas: Brasil, México y Venezuela que las "fabrican" de manera decididamente industrial. Argentina por motivos como la censura queda relegada de esta instancia, y Colombia aunque cuenta con buenas historias no ha podido colocarse en el mundo del

melodrama; sus éxitos se dan de modo esporádico, nunca sucesivos, lo único rescatable es que acabó con el “reinado brasileño” de casi 15 años en Cuba con sus melodramas.

Si bien los tres principales productores cuentan con importantes mercados internos, la estrategia de venta al exterior, en primer lugar de México y más adelante de Venezuela, apunta al mercado latinoamericano y a la población hispanohablante de Estados Unidos. En cambio Brasil en un primer movimiento de comercialización se dirige hacia el mercado europeo y posteriormente a América Latina.

El proceso de producción es el que le ha dado a Brasil un lugar importante en el mundo, el cual se realiza de la siguiente manera: se contrata a los más renombrados autores y guionistas a quienes se les encomienda una historia para los diferentes horarios, éstos realizan una sinopsis que deberá ser aprobada o corregida por los directivos. Se determina el número de personajes (en promedio alrededor de 30 o 40), el tipo de escenografía y de trajes a ser utilizados, posibilitando una primera evaluación real de los costos del proyecto.

Para su venta al extranjero se les efectúa el doblaje, se reduce el número de capítulos o se suprimen escenas muy específicas para hacerlas más próximas al cuadro de referencias culturales de los espectadores alejados de América. Finalmente, mientras la telenovela está al aire se efectúan sondeos y grupos de discusión en varias ciudades simultáneamente que registran la aceptación y recogen las sugerencias del público. Esta forma de hacer telenovelas fue retomada en México por Televisión Azteca a partir de 1999.

“Los elementos que atraen a los compradores extranjeros son: el refinamiento y acabado plástico de las escenas, la diversificación de escenarios internos y externos y la riqueza de las presentaciones, aliadas a historias que mezclan el realismo fantástico con el folklore brasileño, además de una buena banda sonora”⁴⁵

La telenovela es, hasta el momento, el producto televisivo latinoamericano que más se ha internacionalizado. Sin embargo, los requisitos para ingresar a los mercados globales

⁴⁵ Mazziotti, Nora. Op. Cit. Pág. 46.

muchas veces obligan a reformular algunos rasgos característicos. Hoy tiene lugar una creciente neutralización de marcas locales, regionales o continentales y hay productos que desde la producción son concebidos como transnacionales.

En Latinoamérica la telenovela es acompañada por audiencias fieles y masivas, es un género contradictoriamente apreciado, disputado por millones de televidentes pero estigmatizado por las élites culturales y políticas. Con todo la telenovela es considerada una industria generadora de grandes divisas por lo que nunca desaparecerá.

3.3 Las coproducciones de Televisión Azteca en las telenovelas

Al ser la telenovela un producto comercial rentable ha proliferado la coproducción de melodramas con productoras independientes. En México esta forma de trabajo ha tenido repercusiones en la televisión comercial, más específicamente en Televisión Azteca.

Según el periódico El Financiero, los ingresos recibidos por la exportación de telenovelas en México desde 1997 al año 2000 fueron equivalentes a 6 por ciento del total de las exportaciones nacionales y superaron al de cualquier país.

Las productoras independientes encontraron en Televisión Azteca un lugar dónde presentar sus programas, situación que no se presentaba hasta 1993, ya que Televisa producía su propia programación. Séptimo Sello, Producciones Burns, Producciones Argos, ZUBA Producciones y Gavira Producciones apostaron junta con la televisora del Ajusco a presentar series capaces de apropiarse de un público determinado.

A 47 años de su creación la telenovela mexicana más que un fenómeno de comunicación, es un producto netamente comercial y de los más rentables, casi tanto como el turismo y que deja a sus productores jugosas ganancias. Actualmente son vistas por un promedio de 800 millones de personas en más de 125 países y se han doblado a diferentes idiomas como el turco, inglés, japonés, italiano, francés y alemán, entre otros.

Las telenovelas son una verdadera industria de la comunicación y con esta industria de alcances importantes Televisa, pionera del género, ha basado gran parte de su poder, lo cual le ha permitido crear un imperio de las teleseries con sus propios actores, escritores, productores y directores.

El mundo de la telenovela en México dejó de estar en manos de Televisa, empresa que tiene que compartirla con Televisión Azteca. El concepto hasta 1993 manejado por la primera empresa, cambió con la llegada de nuevos productores, actores y escritores, promotores en la incipiente Televisión Azteca de “la nueva telenovela”.

La programación de Televisión Azteca provenía en su mayoría de productoras independientes que en coproducción se hicieron programas como “Aguántate” con

Séptimo Sello; de Argos producciones “Buenos para nada”, “A corazón abierto”, “Se vale soñar” y las telenovelas “Nada personal”, “Mirada de mujer”, “Tentaciones”, “El amor de mi vida” y “La vida en el espejo”; ZUBA Producciones “La Chacala” y “Azul tequila”, ambos melodramas; y Producciones Gavira, la telenovela “Yacaranday”, entre otras.

En junio de 1998 Televisión Azteca negoció con Sony Entertainment para adquirir una parte de su cadena de habla hispana en Estados Unidos, Telemundo, competidora de Univisión. Según Santander Investment “esta televisora pretende participar con 25 por ciento del capital de Telemundo, pero si fracasa, posee planes alternativos para incursionar en aquel país a través de la compra de canales locales en las 14 principales ciudades donde se habla español”⁴⁶. La fusión entre ambas empresas dio como resultado que después de siete años se coprodujera la primera telenovela con el nombre de “Machos”. Esta telenovela realizada entre Sony Entertainment y Televisión Azteca abre una nueva brecha en la producción de melodramas.

Televisión Azteca realizó su primera coproducción con Telemundo a través de Argos Producciones con la telenovela “Nada personal” (1996) y ha manifestado su intención de desplazar a Televisa y convertirse en la principal productora de programas en el mundo de habla hispana que tiene un mercado potencial de 400 millones de televidentes.

La telenovela infantil “Chiquititas”, que logró cautivar al público argentino por cuatro años consecutivos y tuvo la aceptación del auditorio brasileño dos años, llegó a México vía Televisión Azteca y a la coproducción con la televisora argentina TELEFE, de la que su gerente Gustavo Yankelevich resaltó en su momento el trabajo conjunto de las dos cadenas de televisión en la realización de ese proyecto que arrancó con una inversión de 6 millones de dólares.

Esta telenovela se realizó en su totalidad en Argentina con actores mexicanos, la producción de la teleserie se hizo en los estudios de TELEFE, y en el Estado de México y Morelos se grabaron los videos musicales. Aún cuando se contempló que la serie

⁴⁶ Mateos, Mónica. La Jornada. Cultura. Pág. 22. 2 de julio de 1998.

constaría de 250 capítulos, no se cumplió el cometido, ya que los cambios de horario y de canal por acaparar auditorio mexicano no tuvieron éxito y terminó antes de lo previsto.

De esta manera en Televisión Azteca se han promovido los productores independientes como la que presidía Víctor Hugo O’Farril y la compañía O’Farril y Asociados creadores de “El Peñón del Amaranto” (1993) y “A flor de piel” (1994), o Argos Producciones de “Nada Personal” (1996), “Mirada de mujer” (1997) o “Tentaciones” (1998).

En el caso de Argos Producciones los productores Carlos Payán, Hernán Vera y Epigmenio Ibarra elegían, junto con la televisora, el argumento que pretendían llevar a la pantalla. La productora cubría cierta cantidad por su trabajo y cedía los derechos de la trama para su comercialización en el extranjero. “No trabajamos en televisión porque sea un gran negocio. Si quisiéramos dinero pondríamos un restaurante o un banco”⁴⁷, aseguró Epigmenio Ibarra, director general de Argos

Durante los 12 años de vida de Televisión Azteca se han cristalizado en el país telenovelas independientes, cuyos capítulos se han transmitido con éxito o relativa aceptación por esta televisora. Estas son:

Telenovela	Productora
El peñón del Amaranto (1993)	O’Farril y Asociados
A flor de piel (1994)	O’Farril y Asociados
Entre vivos y muertos (1994)	Producciones Burns
Con toda el alma (1995)	Producciones Burns
Te dejaré de amar (1995)	Producciones Burns
Tric-Trac (1997)	Producciones Burns
Rivales por accidente (1997)	Producciones Burns
Al norte del corazón (1996)	Producciones Burns
Nada personal (1996)	Argos Producciones
Mirada de mujer (1997)	Argos Producciones

⁴⁷ Garay, Adriana. Reforma. Gente. Pág. 1. 21 de Febrero de 1999.

Demasiado corazón (1997)	Argos Producciones
La Chacala (1997)	ZUBA Producciones
Tentaciones (1998)	Argos Producciones
Azul Tequila (1998)	ZUBA Producciones
El amor de mi vida (1998)	Argos Producciones
Yacaranday (1999)	Gavira Producciones
Chiquititas (1999)	TELEFE Argentina
La vida en el espejo (1999)	Argos Producciones
Todo por amor (2000)	Argos Producciones
La calle de las novias (2000)	ZUBA Producciones
Agua y aceite (2002)	ZUBA Producciones
Machos (2005)	Sony Entertainment y Televisión Azteca

Fuente: Elaboración propia.

El dominio de las productoras independientes es mayor al de las realizadas por la misma televisora, Televisión Azteca.

Argos Televisión realizó en coproducción con Radio Caracas Televisión la telenovela “El amor de mi vida” (1998). Este trabajo trajo como consecuencia que a México llegaran de Venezuela actrices para los personajes estelares (Eliana López y Hielen Abad). La historia fue de José Ignacio Cabrujas y en Venezuela llevó el título de “Señora de Cárdenas”. El adaptador Luis Zelkowicz comentó que en la telenovela “El amor de mi vida” se retomó una historia que en Venezuela había cambiado el modo de hacer telenovelas, se actualizó y modificó para hacerla más latinoamericana.

La productora María Auxiliadora Barrios argumentaba que la línea de Argos era continuar en el intento por ofrecer telenovelas e historias diferentes con temas más profundos en donde se reflejaran realidades más próximas. “Son las historias en las que creemos, y no sabemos si tienen poco o mucho público, pero confiamos en que hay quienes las siguen. No vamos hacer ‘Usurpadoras’ porque no es lo nuestro. Con nuestro trabajo nos daría mucho gusto abatir un poco la competencia”.⁴⁸

⁴⁸ Dávalos, Patricia. La Crónica. Espectáculos. Pág. 47. 6 de Octubre de 1998.

Televisa, en su afán por tener representación en todas las televisoras del mundo, ha intentado las coproducciones con sus homólogas de otros países, por ejemplo, “El amor tiene cara de mujer”, que realizó con la televisión argentina, y que después de cinco años se transmitió en México, pero no por el canal estelar, el 2, sino por el 9, y en horario que no le benefició en nada, a las 23 horas.

El canal 9 y el canal 4 han sido utilizados por Televisa para la transmisión de programas extranjeros y telenovelas importadas, entre ellas podemos mencionar a “Cara sucia” de Argentina y “A todo dar” de Chile. Por eso más que realizar coproducciones con actores, productores y directores de ambas nacionalidades, lo que hace esta televisora es usar su nombre con alguna filial a esta empresa.

Televisa en sus 47 años en el mundo de la telenovela sólo ha transmitido por el canal 2 pocas coproducciones, entre ellas estuvieron las estadounidenses “Morelia” con los actores Alpha Acosta, Arturo Peniche y Lupita Ferrer, “El amor no tiene precio” con Susana González, Víctor González y Víctor Noriega; “Inocente de mi” con Camila Sodi, Valentino Lanas y Lupita Ferrer; “Rebeca” con Mariana Seoane, Pablo Montero y Roberto Vander; y las peruanas “Leonela” con Mariana Levy y Ariel López Padilla, y “Simplemente María” con Saby Kamalich.

Después de “Leonela” y “Simplemente María”, Perú reapareció en la televisión mexicana con “Luz María” gracias a la coproducción que realizaron Televisa y América Televisión de Enrique Crousillat. En México no tuvo el éxito que en otros países como Argentina, Venezuela y Colombia. De hecho se transmitió en Canal 9, no en el 2, como la telenovela “Leonela”, esto fue porque el rol protagónico lo llevaba una actriz colombiana y no una mexicana.

Actualmente Televisa transmite por canal 4 telenovelas peruanas, aspecto que podría considerarse para rellenar espacios, si se considera que éste canal es local y solo puede ser visto en el interior de la República por sistema de cable, entonces sus alcances y repercusiones en el auditorio asiduo a las telenovelas es mínimo.

Desde su ruptura con Argos Producciones, en el año 2000 Televisión Azteca no había realizado coproducciones con alguna empresa dedicada a la televisión hasta que en el

año 2005 realizó en conjunto con Sony Entertainment la telenovela “Machos”. La realización de programas unitarios y telenovelas son responsabilidad de la propia televisora, a través de Azteca Digital.

CAPÍTULO IV

LA TELENVELA HOY

El género de programa que más gusta en la televisión es la telenovela, y las de mayor aceptación son las mexicanas, por encima de las brasileñas, venezolanas y colombianas. Por lo tanto, los melodramas son el producto de exportación por excelencia para las televisoras mexicanas.

La telenovela mexicana ha encontrado un lugar en el mundo y en la televisión comercial forma parte de la programación y son más las horas dedicadas a la realización de melodramas que a cualquier otro programa. La empresa Televisa ha logrado conseguir un lugar de privilegio para la telenovela mexicana en el mundo, y de manera lenta pero con buenos resultados es lo que está logrando Televisión Azteca.

Miles de televidentes de todas las clases sociales, sexos, religiones y regiones han estado atentos al final de su telenovela. El melodrama mexicano ha ganado simpatía en el público y a la fecha son pocos los programas que la han podido desplazar en cuanto a preferencia.

Las telenovelas mexicanas han dado la vuelta al mundo, según la empresa Televisa Internacional encargada de comercializar, los melodramas se exportan a 128 países, entre ellos se pueden mencionar a Angola, Australia, Bulgaria, Barbados, Canadá, China, Egipto, Inglaterra, Alemania, Grecia, Hong Kong, Irán, Irak, Italia, Japón, Kenya, Kuwait, Lituania, Nigeria, Filipinas, Polonia, Portugal, Rusia, Arabia Saudita, Senegal, Somalia, España, Sudán Tanzania, Tailandia, Vietnam, Zambia y Zimbawe.

Televisa se ha colocado con sus telenovelas en primer lugar respecto a cualquier otra televisora de América Latina, incluso en todo el mundo. Como productora de melodramas tiene competencia con los producidos por Brasil, Venezuela y Colombia, principalmente.

En México Televisa enfrenta desde hace doce años la competencia con Televisión Azteca, que al ver lo rentable del producto se inició en la producción y realización de

telenovelas, con la suerte de que sus experimentos funcionaron en buena medida en su primer intento.

En los últimos 12 años Televisión Azteca ha incursionado en la producción de telenovelas debido a la proyección que puede tener una televisora en el mundo a través de ese género. Su permanencia en la realización de melodramas ha sido difícil pero no ha dejado de producirlas y ha logrado que un buen número de televidentes hayan cambiado de canal y la forma de ver historias por televisión.

4.1 La telenovela como género impulsor de la televisión mexicana

Televisión Azteca, a paso lento pero seguro, va ampliando su cobertura. Así, a mediados de 1996, suscribió un convenio con la cadena de televisión Telemundo de Estados Unidos, para coproducir programas de televisión, en particular telenovelas y participas en los planes de comercialización de los mismos.

De igual forma, a finales de 1997, cuando Telemundo fue puesta a la venta Televisión Azteca mostró interés en tener algún tipo de participación, sin embargo, nunca se llegó a un acuerdo.

Asimismo comenzó a ocuparse del mercado centroamericano, y en diciembre de 1996 anunció que compraría acciones del Canal 12 de El Salvador, y que participaría en las licitaciones de los canales 5, 7 y 13 de ese mismo país. En este terreno el objetivo de consolidar una red internacional de televisión, se cumplió.

Por ello, “en junio de 1997 Televisión Azteca adquirió el 60 por ciento de las acciones del canal 35 de Guatemala, por un costo aproximado de un millón de dólares, y en agosto del mismo año, llegó a otro acuerdo para adquirir el 50 por ciento del Canal 13 de República Dominicana”⁴⁹.

A finales de 1997, Televisión Azteca adquirió el 75 por ciento de las acciones del Canal 4 de La Red, de Chile, en una transacción de tres millones de dólares.

En junio de 1998, Televisión Azteca, adquirió el 35 por ciento del capital del Canal 4 de Costa Rica, por 2.3 millones de dólares, lo que permite tener el control de la administración y las operaciones de esa estación, en la que hará una inversión de 3 millones de dólares en los siguientes años.

“Nuestro objetivo es tener una red de estaciones de televisión controlados por Televisión Azteca desde Toronto hasta Tierra de Fuero transmitiendo programación esencialmente, telenovelas de esta empresa; dijo Ricardo Salina Pliego”⁵⁰.

⁴⁹ Díaz, Verónica. El Financiero. Agenda del espectador. Pág. 57. 21 de Agosto de 1998.

⁵⁰ Mejía, Angélica. La Crónica. Negocios, Pág. 20. 30 de Junio de 1998.

Actualmente los canales 7 y 13 de Televisión Azteca, tienen una cobertura del 94 y 97 por ciento del territorio mexicano, respectivamente, y en conjunto tienen una audiencia potencial de 90 millones de personas por noche. Cuentan ambos canales con 33 por ciento del mercado publicitario y producen 10 mil horas de programación cada año. La cobertura de esta televisora es al momento a nivel Latinoamérica, únicamente.

Televisión Azteca vende sus telenovelas por paquete de la siguiente manera, tres telenovelas; 2 telenovelas y un programa unitario; o una telenovela y dos programas unitarios. Cuando se venden 3 melodramas, el conjunto consta de una de éxito, por ejemplo “Mirada de mujer” y dos de no mucha aceptación “Tric-Trac” y “Rivales por accidente”. Calificadas de acuerdo a la reacción del público mexicano.

Así como en Televisa, las telenovelas son propiciadoras en Televisión Azteca del crecimiento de esta televisora en otras partes del mundo, aunque hoy sólo se concentre a nivel Latinoamérica.

Las telenovelas mexicanas se encuentran en todas partes del mundo, estos son algunos de los melodramas de Televisa y Televisión Azteca que más se han vendido en el extranjero en los últimos años:

TELEVISA		
Telenovela	Año	Países
Rosa salvaje	1989	Antigua, Aruba y Camerún
Los ricos también lloran	1979	Argelia, Canadá, Italia y Rusia
María Mercedes	1992	Vietnam, Egipto, Indonesia y Malasia
Marimar	1994	Filipinas, Angola, Armenia y Estonia
María la del barrio	1995	Jordania, Líbano, Omán y Venezuela

TELEVISIÓN		
AZTECA		
Telenovela	Año	Países
Mirada de mujer	1997	Rumania, Argentina y Chile
Tentaciones	1997	Estados Unidos, Chile y Argentina
Demasiado corazón	1996	Nicaragua, Estados Unidos y Honduras
La Chacala	1997	Venezuela, Colombia y Estados Unidos
Al norte del corazón	1996	Estados Unidos, Venezuela y Colombia

Fuente: Elaboración propia.

Así como Puerto Rico es el país que más telenovelas ha comprado a México vía Televisa (112 series), también hay algunos como Inglaterra, Luxemburgo o Sudáfrica que sólo han comprado un melodrama “Los ricos también lloran”, “Mi pequeña Soledad” y “Bodas de odio”, respectivamente.

Al momento Televisa es el principal productor y exportador de telenovelas en más de 128 países, abarca toda Latinoamérica, incluyendo, Estados Unidos, Canadá y el Caribe; Europa, Así y África y Australia. El impacto es tal que, por citar sólo un ejemplo, el modelo educativo de las telenovelas mexicanas ha sido copiado en Asia y África con resultados similares.

Televisión Azteca aunque “novata” en el rubro de la telenovela ha logrado acaparar auditorio. Hoy podemos decir que el monopolio de la telenovela es compartido por lo menos, aquí en México; en el extranjero el reinado es absoluto para Televisa, ni siquiera otras televisoras del mundo o las propias del país pueden superar a la televisora mexicana.

Con la historia “Los ricos también lloran”, donde Mariana –la actriz Verónica Castro-, una bolera que accede al mundo de los ricos y sufre por no encontrar a su hijo perdido años atrás, Televisa se convirtió en un verdadero monopolio de la telenovela. Tan sólo

este melodrama llegó a 40 países y le hicieron doblaje en varios idiomas, como el chino, italiano, ruso, francés y turco, por ejemplo.

Respecto a este inusitado éxito, Emilio Azcárraga Milmo dijo que “lo que vale es cuando se enfrenta a un auditorio de millones de personas y éstas deciden sintonizar algo que además de alegría les ofrece un entretenimiento sano y que les brinda satisfacciones internas. Eso es la televisión, y entre muchos esfuerzos realizados, el más importante de ellos dentro de Televisa, curiosamente, se llama ‘Los ricos también lloran’, para que vean que yo, habiendo nacido rico, también lloro, ¿verdad?”⁵¹.

La historia de la telenovela en México comenzó casi simultáneamente con la de la televisión, cuyas emisiones iniciaron por XHTV Canal 4 el 1 de septiembre de 1950 con la presentación del Cuarto Informe del gobierno del presidente Miguel Alemán Valdez desde la Cámara de Diputados.

Las miniseries “Aventuras de Ruolletabile” (1950), “Con los brazos abiertos” (1950), “Angeles de la calle” (1951) y “La telenovela Palmolive de la semana” (1956) sentaron los antecedentes de la primera historia producida por Telesistema Mexicano (hoy Televisa), “Senda Prohibida”, cuyas transmisiones se iniciaron por Canal 4 el 12 de junio de 1958 a las 18:30 horas.

Publicitado como “La novela de las 6:30” el drama original de Fernanda Villeli fue protagonizada por Silvia Derbéz, Francisco Jambrina, Delia Iñiguez y Héctor Gómez. Se transmitía en vivo desde Televisión de lunes a viernes a las 18:30 horas; duró aproximadamente dos meses.

También en 1958, cuando cada producción se presupuestaba en un millón de pesos, surgió el primer éxito en la historia de la telenovela mexicana “Gutierritos”, melodrama dirigido y protagonizado por Rafael Banquells. La historia era original de Estella Calderón, donde participaron María Teresa Rivas, Patricia Morán y Mauricio Garcés. Era la historia de Ángel Gutiérrez que era tan bueno que la modernidad acababa por destruirlo. Su esposa, contagiada por la liberación femenina, lo humillaba a cada rato

⁵¹ Dávalos, Patricia. La Crónica. Espectáculos. Pág. 17. 11 de junio de 1998.

Ante tan favorables resultados, Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente de Telesistema Mexicano, tomó la decisión de fortalecer todos los proyectos de producción. Los esfuerzos de la empresa se encaminaron entonces a crear desde libretos hasta foros especiales para la realización de seriales. Así nació una industria en la que anualmente se invierten millones de pesos, no sólo con el propósito fundamental de entretener, sino de consolidar a la empresa Televisa como líder en la producción del género de telenovelas en castellano.

Antes y después de fusionarse como Telesistema Mexicano (22 de marzo de 1955), los canales 2, 4 y 5 se limitaban a vender su tiempo e imagen a patrocinadores desentendiéndose de la producción; en los últimos años ésta es una de las actividades básicas del consorcio.

Además de la comercialización de espacios en la pantalla chica, la mayor parte de la inversión realizada en estos seriales se recupera mediante su venta en un mercado potencial de 128 países. En la lista figuran prácticamente todas las naciones americanas, algunas europeas, asiáticas y otras más de África. La distribución corre a cargo de Televisa Internacional (antes Protele) con sucursales en las ciudades de Nueva York, Miami, Madrid y Gran Bretaña.

Tener representación en todas las televisoras del mundo es la consigna de Televisa, cuyos directivos, para conseguirlo, han implementado las más variadas estrategias, desde la coproducción de seriales con sus homólogas de otros países, hasta la creación de empresas encargadas de realizar telenovelas en idioma inglés. Tal es el caso de Morning Glory, producto de una sociedad con la empresa norteamericana Twentieth Century Fox. De esta manera se grabaron, entre otras, “Cristal Empire”, “The Shadow” y “Acapulco Bay”. En el empeño de ampliar sus dominios Televisa se asoció con la multinacional Procter & Gamble para fortalecer la producción de seriales en inglés.

La respuesta que recibe determinada telenovela motiva en su momento al o los protagonistas a viajar en plan de promoción a diversos países. Por ejemplo, la actriz Edith González y el actor Eduardo Palomo fueron a Italia, donde “Corazón salvaje” era un éxito. También está el caso de Leticia Calderón quien viajó a Rumania porque

“Esmeralda”, una de las telenovelas que ha protagonizado, era un suceso en aquella nación europea.

La telenovela “Luz Clarita”, con Daniela Luján, es considerada después de “Los ricos también lloran” el melodrama con más éxito en países de América, Europa, Asia y África. En Chile la han transmitido en dos ocasiones, y en Puerto Rico tres. En Arabia Saudita y China, “Carrusel” es hasta el momento la telenovela número uno en la historia de la televisión asiática.

La “guerra” que mantienen Televisa y Televisión Azteca por el *rating* en México ha rebasado fronteras. En Chile más de 15 millones de habitantes de aquel país fueron testigos de cómo lo que se conocía como “la guerra de las televisoras” se convirtió en “la guerra de las teleseries” de origen mexicano. Tan sólo en el horario estelar de las 15 horas, en Chile, se enfrentaron las telenovelas “La Usurpadora”, de Televisa, por el canal 9 de Megavisión y “Señora” de Televisión Azteca por canal 4 de La Red.

Lo anterior es resultado de que Televisa tiene 49 por ciento de la participación accionaria de Megavisión desde el 20 de diciembre de 1991, y Televisión Azteca obtuvo el 75 por ciento de La Red el 8 de enero de 1998. Una hora antes, a las 14 horas, Canal 4 de La Red programó “Te caché”, frente a “Bendita mentira” que transmitía canal 13 de la Universidad Católica de Chile: En el mismo horario se presentó “Vivo por Elena” en Canal 11 por Chilevisión; y “Alguna vez tendremos alas” a través de Megavisión. Las últimas tres series son realizadas por Televisa. Esta programación estaba vigente en septiembre de 1998.

Según el periódico El Financiero, la gerente de producción de Megavisión, María Cecilia Stoltze Brzovic, dijo que “en lo referente a la importación de la guerra de las televisoras mexicanas quiero señalar que en Chile y en los canales de televisión abierta, existe una necesaria competencia en lo que se refiere, fundamentalmente, a la calidad de las producciones nacionales y en especial en las telenovelas”⁵².

⁵² Hernández, Jesús. El Financiero. Agenda del espectador. Pág. 50. 28 de marzo de 1998.

La temática abordada en las telenovelas “La Chacala” y “Tentaciones” de Televisión Azteca, ha propiciado que en países como Chile se retrase constantemente su ingreso a la pantalla. Esto se debe a que el poder de la Iglesia en Chile es tan grande y arraigado, que además de tener su propio canal a través de la Universidad Católica, transmite todos los domingos después de las 8:30 de la mañana una ceremonia litúrgica, situaciones que obligaron al canal que transmitiera esos melodramas a cubrir ciertos requisitos como evitar la transmisión de conceptos o temas que atentaran contra las “buenas costumbres”.

Tras la Alianza Latinoamericana para el Siglo XXI firmada por Televisa y otras 17 televisoras de América Latina, Televisión Azteca preparó una estrategia similar para dar batalla a Televisa en el mercado latino. Para ello se aprestó a importar actores, guionistas y programas de cuatro televisoras con las que está asociada en la región: Chile, Guatemala, El Salvador y Costa Rica. De esta situación surgió la alianza entre Televisión Azteca y TELEFE de Argentina para coproducir la telenovela “Chiquititas”.

Dada la diferencia del costo de vida entre los países latinoamericanos y México (donde la subsistencia cuesta 20 por ciento más que en los demás territorios) Televisa estudió coproducir telenovelas con sus homólogas de la región con el fin de disminuir el precio de los melodramas que oscilaban entre dos y 10 millones de dólares.

Aún cuando el costo por comprar una telenovela es alto, hay países como Perú donde la programación está dominada por telenovelas mexicanas. América Televisión programó “Soñadoras”, “Nunca te olvidaré”, “El diario de Daniela”, “El privilegio de amar” y “Rosalinda”; y desde hace varios años mantiene la serie “El chavo del ocho”. Esto durante 1998-1999, lo que significó la repercusión de la televisión mexicana por esas regiones, como lo muestra la siguiente gráfica:

Rating de telenovelas mexicanas en América Latina

Lugar	Canal	Hora	Telenovela	Rating
1	2	21:00	María la del barrio	44.7
2	2	20:00	Lazos de amor	44.5
3	2	19:00	El premio mayor	40.5
4	2	21:30	Cañaveral de pasiones	37.00
5	2	18:00	Retrato de familia	35.3
6	2	21:30	Acapulco cuerpo y alma	34.3
7	2	18:00	Marisol	32.8
8	2	17:00	Morelia	32.3
9	7	22:00	Nada personal	16.9
10	13	21:00	Con toda el alma	13.0

Venezuela

Lugar	Hora	Telenovela	Rating
1	21:25	María la del barrio	19.2
2	15:53	Morelia	17.9
3	21:45	Acapulco, cuerpo y alma	16.0
4	14:32	Marisol	13.3
5	21:31	Cañaveral de pasiones	13.2
6	15:11	Lazos de amor	12.4
7	13:43	Bendita mentira	11.4
8	14:11	Retrato de familia	11.3
9	14:43	María Mercedes	10.2
10	15:11	Reto de amor	10.2

Perú

Lugar	Telenovela	Rating
1	Sentimientos ajenos	33.6
2	Alondra	28.7
3	Mi querida Isabel	24.9
4	La culpa	24.6
5	Tu y yo	21.7
6	Lo mejor de María la del barrio	19.9
7	Luz Clarita	15.5
8	La sombra del otro	15.2
9	Carrusel	14.9
10	Confidente de secundaria	14.5

***Fuente: IBOPE/AGB México RTG. Hogares (Base: 100 mejores programas durante (1999); (IBOPE Venezuela RTG. Personas (Base promedio 1996); IBOPE Perú RTG. Personas (Bases última semana de enero de 1997).**

Actualmente la producción de telenovelas en Televisa es de 15 melodramas por año y circulan 40 títulos en mercados europeos, según Televisa Internacional.

Según la agencia de noticias Notimex (7 de febrero de 1999), para lograr una mayor penetración en mercados extranjeros, en 1976, Televisa empezó por Estados Unidos y adquirió el 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation (SICC), firma constituida en 1972 y que poseía las licencias de cinco estaciones de la cadena Spanish International Network (SIN). En julio de 1976, a través de los canales de SIN, comenzó a operar el sistema Univisión con una programación proveniente de México.

El objetivo de Univisión era vincular a la gente de habla hispana más allá de las fronteras nacionales. Para el 12 de septiembre de ese año, la señal del canal 2 de Televisa comenzó a llegar con regularidad a Estados Unidos vía satélite y microondas a través de Univisión.

En muy pocos años la cadena Spanish International Network experimentó un gran crecimiento, de 16 estaciones en 1979 pasó a 240 en 1983 entre emisoras propias y afiliadas, con las que logró a finales de ese año la cobertura total del mercado televisivo en español dentro de Estados Unidos.

Sin embargo, los problemas no tardaron en llegar y después de que se le acusaba a Emilio Azcárraga Milmo de prestanombres, en la SIN, Univisión fue vendida a las empresas Hallmark Card Corporation y First Chicago Venture Capital. Según el contrato de compra-venta, los nuevos dueños de la cadena se comprometían a conservar durante 10 años el formato de televisor en castellano y a mantener como base de su programación la enviada desde México por Televisa.

Las telenovelas son la de mayor audiencia en la cadena estadounidense Univisión por encima de programas propios del país. Por ejemplo, en el mes de febrero de 1998, el melodrama “La Usurpadora” impuso nuevo record en el medio televisivo. “La telenovela que ha causado impacto por su trama fue observada por cerca del 41 por ciento de hogares con residentes de habla hispana, según cifras aportadas por la compañía especializada en sondeos y *ratings* Nielsen Media”⁵³. Según el periódico “Los Angeles Times” esta audiencia representó a un equivalente al porcentaje de televidentes que sintonizaron el Super Bowl XXXIII.

Televisa instaló en España la agencia Iberovisa a finales de los años 70’s con la finalidad de promover la exportación de programas hacia ese país. Para mediados de los 80’s abrió en Holanda una filial llamada Eurovisa para extender la distribución de sus producciones en todo el continente.

El 5 de diciembre de 1988 Televisa envió hacia ese continente las señales del canal internacional Galavisión a través de una compleja red de enlaces en la que participaban cinco satélites. Con esta comunicación satelital se envió a Europa programación que incluía telenovelas, variedades, deportes y noticias. La recepción, concretamente en España, se hacía a través de antenas parabólicas colocadas en casas, bares y hoteles.

⁵³ Notimex. Reforma. Gente. Pág. 7. 7 de Febrero de 1999.

Televisa amplió la cobertura del canal Galavisión mediante la utilización del satélite luxemburgués Astra 1-C, propiedad de la Société Européenne des Satellites en Septiembre de 1993.

A nivel Latinoamérica Televisa tiene el 49 por ciento de la empresa chilena Megavisión que agrupa a 21 canales de televisión de ese país, realizada el 20 de diciembre de 1991. Dos años después, en septiembre de 1993, compró el 25 por ciento de las acciones de ATB-Red Nacional de Bolivia. Para atender sus asuntos en esa nación la firma mexicana creó la entidad denominada Televisa Boliviana S. A.

En el libro “Apuntes para una historia de la televisión mexicana” se describe que el 14 de julio de 1996 Televisa adquirió el canal 6 (XETV) de Tijuana que transmite en inglés para el área de San Diego y la empresa BAY City Televisión Inc., esto ha sido con el fin de transmitir a Estados Unidos versiones en inglés de telenovelas. Además del canal 6, esta televisora opera dos estaciones de televisión ubicadas en el estado de Tamaulipas, en la frontera de México con el estado norteamericano de Texas, los cuales transmiten telenovelas en inglés. Estas emisoras son XHFTX, canal 57, de Nuevo Laredo y XHFOX, Canal 17 de Reynosa.

Para la difusión de su programación en México, Televisa posee dos cadenas de cobertura nacional, la del canal 2 y 5 y la del canal 9 con cobertura seminacional; pero además cuenta con el canal 4 con cobertura en el área metropolitana de la Ciudad de México. En conjunto, estas cadenas tienen 256 canales de televisión distribuidas en la república mexicana.

Televisa exporta programación a 128 países, tanto en la modalidad de grabaciones como de transmisiones directas vía satélite. En el caso de estos últimos, Televisa difunde la señal de su servicio informativo ECO y de su canal 2 a Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa y el norte de África.

Para distribuir sus señales, tanto en México como en otros países, emplea los servicios de los siguientes satélites: Morelos II para los canales 2 y 5 en México y para los enlaces de Cablevisión; Solidaridad I para el canal 9 en México; PanAm Sat I y Astra

1C para llevar la señal de la cadena Galavisión a Europa; PanAmSat 3R para América Latina; y Galaxy 1R para las cadenas Galavisión y Univisión de Estados Unidos.

Durante 1996, Televisa produjo 100 mil medias horas de televisión; las ventas netas en éste rubro significaron ese año el 60.1 por ciento de los ingresos totales del consorcio. El éxito de su programación se lo debe en gran parte a las telenovelas, por ello, antes que cualquier programa pase al aire en algún país, primero se transmite un melodrama, de esta manera, se inicia, por llamarlo de un modo, la “invasión Televisa”, como en Brasil, Filipinas, Vietnam, Australia y Uganda. Por lo anterior, Televisa se ha convertido en el mayor productor y exportador de telenovelas.

4.2 La evolución temática abordada por Televisión Azteca y Televisa en las telenovelas

Hoy en día las telenovelas son una verdadera industria de la comunicación, y con esta industria de alcances importantes las televisoras han basado gran parte de su poder, lo cual les ha permitido crear un verdadero imperio de las teleseries con sus propios actores, escritores, productores y directores. Sin embargo, cerca de Televisa viene Televisión Azteca también con una propuesta en el mundo del melodrama.

El público de este género es vasto y posee grandes y numerosas instalaciones que están a punto de incrementarse con nuevos foros, y claro, actores, productores y libretos gestados de la televisora Televisión Azteca.

El alcance de este catalizador de emociones y principal divertimento de muchos es increíble, si se piensa que hace 40 años se iniciaron en un pequeño foro donde había unos cuantos micrófonos y un par de cámaras, y por cierto, no fue la empresa de entonces, Telesistema Mexicano, la que produjo, sino una empresa jabonera “Colgate Palmolive”.

Pero con el esquema de la chica pobre que sufre mucho para llegar a la felicidad plena con el hombre amado, por cierto, atractivo, serio y trabajador; las telenovelas se convirtieron en la principal atracción de la muy nueva televisión de fines de los 60’s.

Después de 40 años de la primera telenovela “Senda prohibida”, éstas siguen siendo el entretenimiento favorito del público mexicano y de otros países, especialmente, de América Latina, aunque hoy quizá tengan otra visión establecida por Televisión Azteca, y que según esta televisora “ahora se trata de reflejar la realidad”. La telenovela no dejará de ser, para muchos, un medio de entretenimiento, sino que, incluso, el principal.

Desde “Senda prohibida”, el primer melodrama televisado, pasando por “Los ricos también lloran”, “Nada personal” y “Mirada de mujer”, más de tres generaciones han vivido, llorado, sufrido y sentido felicidad o tristeza con las heroínas de las historias

que, a decir del escritor y productor Miguel Sabido, “son siempre reflexiones sobre el bien y el mal”.

Por obtener auditorio en sus historias, Televisa y Televisión Azteca se valen de todo, desde abordar temas fuertes, hasta poner como protagonista de la telenovela al modelo o cantante de moda. Esta competencia ha beneficiado al público consumidor que, aburrido de las cenicientas y los malvados, se emociona al ver que en la policía también hay buenos y malos, como los hay dentro de la alta sociedad; y mejor aún, casi en la intocable élite política. Esta novedosa idea ha dado sus primeros frutos a Televisión Azteca con repercusiones positivas para dicha empresa.

Pero como dice la escritora Fernanda Villeli, autora de las telenovelas “El maleficio”, “Senda prohibida” y San Martín de Porres” “nadie va a descubrir el hilo negro y en el melodrama no hay nada nuevo bajo el sol, lo nuevo en sí que ofrece Azteca no es el tema, sino la forma de contarlo, “Mirada de mujer” la escribieron 40 años después. Era otra moral la de hace cuatro décadas”⁵⁴.

Así, Televisión Azteca valiéndose de los argumentos originales fue como ha llevado sus telenovelas, desde la primera “El cañón del Amaranto” pasando por “Con toda el alma”, “La Chacala”, “Nada personal”, “Mirada de mujer” hasta llegar a la vetadísima “Tentaciones”, la cual se enfrentó a diversos grupos sociales y religiosos por su temática, entre ellos Próvida, La Unión Nacional de Padres de Familia y al cardenal de la iglesia católica de Guadalajara, Juan Sandoval Iñiguez.

Desde antes de iniciar las transmisiones de la telenovela “Tentaciones” se desataron protestas por la historia que abordó la disyuntiva que vive un sacerdote (el actor José Ángel Llamas) al elegir entre el amor de Dios y el de una mujer (la actriz Lorena Rojas).

Las primeras reacciones en contra de la producción de Epigmenio Ibarra se realizaron por medio de cartas, pero al transmitirse la historia en la pantalla chica, el 23 de abril de 1998, se efectuó un plantón en las puertas de la Secretaría de Gobernación. Pro Vida y

⁵⁴ Dávalos. Patricia. La Crónica. Espectáculos. Pág. 15. 8 de Junio de 1998.

el Episcopado Mexicano se unieron a los inconformes, por lo que, aunado al bajo *rating* (2.4 puntos) que registró, “Tentaciones” concluyó el 24 de julio del mismo año.

Este problema no valió para que Televisión Azteca dejara a un lado la lucha por mantener en el mundo de la telenovela sus fórmulas nuevas en los melodramas. Así lo demostró el 5 de octubre de 1998 cuando estrenó tres telenovelas simultáneamente. Se trataba de “Azul tequila” primer melodrama de época de la empresa, con Bárbara Mori y Rogelio Guerra. Esta era la segunda telenovela de ZUBA producciones para Televisión Azteca. “Tres veces Sofía” estelarizada por Lucía Méndez y Omar Fierro bajo la producción de Luis Vélez y Rossana Arau. Avalado por Epigmenio Ibarra se estrenó ese mismo día “El amor de mi vida”, con las actuaciones de Claudia Ramírez, Verónica Merchant y José Angel Llamas.

Con estas telenovelas Televisión Azteca trató de restarle *rating* a Televisa, sin embargo, enfrentarse a un público fiel a las producciones de esta última, resultaba difícil, y así fue, el melodrama “Azul tequila” tuvo que cambiar de horario ante la fuerte competencia de la serie de Televisa “El privilegio de amar”.

La revancha vino cuando en Televisa entró al aire la telenovela “Rosalinda”, que no acaparó el mismo *rating* de su antecesora, “El privilegio de amar”, por lo que en Televisión Azteca se preparó un concurso donde se rifarían cinco autos durante una semana para aumentar el nivel de audiencia del melodrama que competía con ella en horario “El amor de mi vida”. Los resultados fueron favorables para esta televisora y la teleserie pasó de media hora a una hora de transmisión.

Del bloque de telenovelas que se estrenaron simultáneamente, “Tres veces Sofía” logró desde el primer día de transmisiones acaparar *rating* y anunciantes. De hecho fue la única telenovela de las seis que se transmitieron durante 1998-1999 que no fue patrocinada por alguna compañía en específico, como sus homólogas:

TELENOVELA	PATROCINADOR
Azul tequila	Tequila “José Cuervo”
El amor de mi vida	Q10 de Nivea
Romántica	CALTRATE
Obsesión	
Catalina y Sebastián	Canesten V
Marea brava	Banco BITAL

Fuente: Elaboración propia.

La idea de hacer estrenos simultáneos se repitió el 3 de mayo de 1999, pero en el horario vespertino. Por primera vez Televisión Azteca abrió su programación a las telenovelas en este horario. Un solo melodrama se había transmitido a las cinco de la tarde “Chiquititas” que no tuvo éxito; y otro más a las seis, “Yacaranday” que igual que la otra, no tuvo la aceptación del público televidente. Así que el reto era grande.

“Romántica Obsesión” con Juan Manuel Bernal, Ana Claudia Talancón, Plutarco Haza y Alpha Acosta, se transmitió a las 17 horas. “Catalina y Sebastián” con Silvia Navarro, Sergio Básañez, Claudia Islas y Sergio Kleiner a las 18 horas. Y por último, “Marea brava” con Anette Michel, Héctor Soberón y Tomás Goros a las 19 horas.

Debido al éxito de “Catalina y Sebastián” y “Marea brava”, su horario original cambió a una hora después de como iniciaron, desplazando el programa “Ventaneando” con Paty Chapoy a las 18 horas para competir directamente con las telenovelas de Televisa: “Amor gitano” y “Por tu amor”, respectivamente.

Los cambios de horario y canal tuvieron su inicio en octubre de 1995, cuando Televisión Azteca en el afán de reforzar su barra de telenovelas presentó “Con toda el alma” junto a “Guadalupe” y “Señora tentación”. Ante esto Televisa cambió su formato y dedicó el horario de las 16 a las 22 horas de lunes a viernes a telenovelas, desplazando los programas de concurso y comedia al Canal 9, entre ellos estaban “La rueda de la

fortuna”, “Anabel” y “La cuchufleta”, y salieron del aire “Chespirito” y “Juntos pero no revueltos”.

Los ajustes en la programación del Canal 9 tenían en aquel año el propósito de fortalecer la oferta programática de esa emisora con el fin de ponerla a tono con su carácter de red nacional, y tenía también el objetivo de poner en práctica el reajuste de Canal 2 para competir con el Canal 13 en rubros como la telenovela donde, indiscutiblemente, el canal del Ajusco había incrementado su audiencia.

Para 1997, nuevamente, Televisa reestructuró su programación y agregó programas unitarios de las 19:30 a las 20:00 horas, para que no fuera tan cansado ver seis horas seguidas de telenovelas. La programación estaba conformada así: 16:00 horas “Marimar”; 17:00 horas Salud, dinero y amor”; 18:00 horas “Amada enemiga”; 19:00 horas “Alguna vez tendremos alas”; 19:30 horas programas unitarios; 20:00 horas “Esmeralda”; 21:00horas “María Isabel”; 21:30 “El alma no tiene color”; y a las 22:00 horas “Huracán”. Mientras por canal 9 se retransmitía “Carrusel” a las 14:00 horas y a las 23:30 horas “Acapulco, cuerpo y alma”.

Al iniciar 1998 Televisa hizo cambios en su programación cuando ingresó la barra denominada “Nos vemos a las diez”, en el que incluían programas unitarios: los lunes “La güereja y algo más”, el martes “¡Ay María que puntería!”, el miércoles “Derbéz en cuando”, los jueves “Picardía mexicana”, y el viernes “Con ganas”. De esta manera las telenovelas se transmitían de 16:00 a 22:00 horas, dentro de ese horario se incluyó “Atínale al precio” a las 18:00 horas, con una hora de duración, a partir del 6 de octubre de 1998.

Estos cambios que realizó Televisa se debieron a que Televisión Azteca con sus constantes cambios estaba acaparando *rating* con sus telenovelas “La Chacala”, “Mirada de mujer” y “Demasiado corazón”, durante 1997 y 1998. Estos melodramas se transmitieron de las 20:00 a las 22:30 horas.

Era tanta la aceptación del público televidente por las telenovelas de Televisión Azteca, que durante los fines de semana se transmitía un resumen semanal. La puerta la abrió,

en 1996 la telenovela “Nada personal”, luego le siguieron “La Chacala”, “Demasiado corazón”, “Señora”, “Perla” y “Al norte del corazón”, entre otras.

No obstante que “Mirada de mujer” se transmitía de lunes a viernes de las 21:00 a las 21:45 horas, con un resumen los domingos de las 20:00 a las 21:00; el sábado 4 de octubre de 1997 Canal 13 presentó “Especial Maratón ‘Mirada de mujer’ con duración de cuatro horas de 20:00 a 24:00 horas.

Una de las estrategias de Televisión Azteca fue precisamente explotar al máximo un éxito comprobado como es el caso de “Mirada de mujer”, que a un año de finalizada, se retransmitió por Azteca 40, en febrero de 1999. O de “Nada personal” que se retransmitió en tres ocasiones.

Los cambios que realizan Televisa y Televisión Azteca se manifiestan principalmente en las telenovelas, pocas veces un programa unitario se transmite en horario estelar o se le invierte tanto dinero o tiempo como un melodrama. Tan solo en 1998 Televisa produjo 15 telenovelas y Televisión Azteca seis.

El miedo al fracaso

Desde años atrás la telenovela ha tenido que recurrir a éxitos comprobados para no enfrentar el fracaso, esta actitud es cada vez más frecuente en Televisa que recurre a este medio sin límites. Televisión Azteca no ha estado ajena a este fenómeno, con la diferencia que no presenta a la muchacha pobre enamorada del hombre rico contada de mil formas, sino a historias diferentes retomadas de países como Colombia y Venezuela.

En 1998 de las seis telenovelas que transmitían las dos televisoras mexicanas en septiembre, cinco eran versiones modificadas de éxitos de los 70’s o adaptaciones de historias que ya se habían grabado en Sudamérica.

“Gotita de amor” era la segunda versión de “Gotita de gente” que en 1978 duró solo 20 episodios de una hora, y que en 1998 estaba conformada de 160 capítulos de una hora.

“La mentira” en su tercera adaptación logró un *rating* inesperado en el horario de las 17 horas, a tal grado que se pensó seriamente en cambiarla al horario estelar 21 horas.

“Camila” era una nueva versión de “Viviana” que en 1978 Lucía Méndez llevó a la pantalla con éxito. “El privilegio de amar” originalmente se llamaba “Cristal”, telenovela venezolana que batió los récords de audiencia en países como España, Perú y Venezuela. Esta telenovelas se transmitieron en Televisa por el Canal 2.

Televisión Azteca hizo lo suyo con “Perla” que era una versión libre de la argentina “Perla negra” que confirmó el arraigo de la actriz Andrea Del Boca en muchas partes del mundo. Este no ha sido el único *remake* de esta televisora. De las siete telenovelas que Epigmenio Ibarra ha producido para esta empresa han sido adaptaciones de “culebrones sudamericanos”.

Lo curioso de todo es que de las telenovelas que se han hecho hasta tres versiones gustan igual o más que la primera.

Primera versión	Segunda versión	Tercera versión
Esmeralda	Topacio	Esmeralda
La mentira	El amor nunca muere	La mentira
Teresa	El cuarto mandamiento	Teresa
Simplemente	Rosa de lejos	Simplemente
María		María
La madrastra	Vivir un poco	Para toda la vida
Corazón salvaje	Corazón salvaje	Corazón salvaje
Andrea Celeste	Chispita	Luz Clarita

Fuente: Elaboración propia.

La idea de retomar producciones del pasado es una tradición dentro de la industria del espectáculo que se puede observar en el cine internacional (“Un ángel enamorado” viene de “Las alas del deseo”), en la radio (“Ahora sí” recrea “El cochinito W”), en el

teatro (“¡No puedo! Es “Los enredos de papá”) y hasta en videoconceptos completos (“Con sello de mujer” y las telerevistas femeninas de hace 35 años).

Los refritos o *remakes* se hacen en México pero también en Argentina (“El amor tiene cara de mujer”), en Venezuela (“Cruz de nadie”), en Brasil (“Anjo Mar”), en Perú (“Leonela”), en Estados Unidos (“Marielena” ya se había hecho en Venezuela), prácticamente, es un medio al que se recurre en todas partes del mundo, para asegurar, según productores, el *rating*, y con esto las ventas.

Los números registrados por IBOPE demuestran que la formula vende, es decir, los mercados reaccionan positivamente a la repetición de historias del pasado apoyándose en los cambios generacionales como los satélites e internet.

Sobre los *remakes* o refritos, Carla Estrada dijo que “la prensa ha sido injusta en el caso de las telenovelas mexicanas suponiendo que sus mecanismos de expresión son limitados, poco originales, sin creatividad y con temáticas obsoletas, cuando se trata de una característica del espectáculo masivo en general”⁵⁵.

En el momento en que se autoriza un *remake* se reducen los niveles de riesgo en los espectadores, se ahorra en el pago de derechos autorales, se cuenta con un antecedente para exportar, se evitan los errores de producción del pasado y se genera confianza en los segmentos familiares de la televisión.

Rating garantizado en *remakes* o refritos fueron:

Primero	Después
Pobre Clara (1975)	Pobre niña rica (1995)
Ha llegado una intrusa (1974)	Vida robada (1991)
El derecho de nacer (1966)	El derecho de nacer (2001)
Mi rival (1973)	Amada enemiga (1997)
El amor tiene cara de mujer (1971)	Princesa (1984)

⁵⁵ Hernández, Jesús. El Financiero. Agenda del espectador. Pág. 52. 27 de septiembre de 1996.

El enemigo (1979)	Desencuentro (1997)
Bianca Vidal (1982)	María José (1995)
Paloma (1975)	Mi querida Isabel (1997)
De pura sangre (1985)	La jaula de oro (1997)
Dulce Desafío (1988)	Locura de amor (2000)
Cicatrices del alma (1986)	Piel de otoño (2004)
Amalia Batista (1983)	Prisionera de amor (1994)
Mundos opuestos(1976)	Destino (1990)
Las Gemelas (1972)	La Chacala (1997)
Jacinta Pichimagüida (1982)	Carrusel (1989)
Estafa de amor (1967)	El engaño (1986)
Muchacha italiana viene a casarse (1971)	Victoria (1987)
Una muchacha llamada milagros (1967)	Rosalinda (1999)
Quinceañera (1987)	Primer amor (2000)
Tu o nadie (1985)	Acapulco, cuerpo y alma (1995)

Fuente: Elaboración propia.

La repetición de la historia en una nueva telenovela tiene sus riesgos, como el rechazo abierto del público cuando no se superan los niveles técnicos del original, como “Camila” versión de “Viviana”, que a pesar de contar con un horario nocturno y de bastante publicidad estuvo en penúltimo lugar dentro de los melodramas de Televisa en 1998.

Además, si la producción se repite cuando todavía está fresco el recuerdo de la primera historia, la gente se niega a verla, como en las exportaciones de “Mirada de mujer” a las plazas que ya conocían la colombiana “Señora Isabel”.

Tanto Televisa como Televisión Azteca deberían equilibrar la producción de *remakes* – más aún en la primera empresa-, con la de argumentos nuevos, si no los mercados

internacionales se saturarán en poco tiempo y la puerta quedará abierta para otras naciones que trabajaron en guiones originales.

A productores, directores y escritores se les olvida que cada argumento responde a las necesidades de una época, por ejemplo, la telenovela “Teresa” y las aspiraciones clasemedieras de 1958, que ya no eran las mismas en 1989, cuando se retransmitió nuevamente. En estos momentos la telenovela se está quedando sin una voz comercial propia y se crea un hueco entre los escritores que se han quedado con las ganas de hacer sus aportaciones a la televisión, pues la necesidad de un *rating* garantizado está acabando con las nuevas propuestas.

¿Por qué es tan importante el promedio del *rating*? De esta ecuación depende el presente y futuro comercial de Televisión Azteca, esta empresa vende *rating* y cada punto tiene un costo, no como en Televisa donde el espacio y tiempo, dependiendo del horario, es como se establecen las tarifas.

La lucha por el *rating* ha propiciado también la retransmisión de telenovelas de éxito. El Canal 9 de Televisa fue pionera de este actuar, primero fueron melodramas extranjeros: “A todo dar”, “Cara sucia” y “El amor tiene cara de mujer”, entre otras. Luego los videoromances en los que se trataba que en solo 15 días el telespectador pudiera ver una telenovela de principio a fin, en ese formato se transmitieron “María Mercedes”, “Marimar”, “Los parientes pobres” o “Rosa salvaje” ante el éxito obtenido de esas series cambiaron de canal, al 2, en horario estelar.

“Corazón salvaje”, “Alondra” y “Los parientes pobres” se retransmitieron en la modalidad de videoromances, la duración era de 15 días con una duración de dos horas por capítulo. Este sistema no duró mucho y al cabo de dos meses salieron del aire. El negocio siguió por fuera, es decir, se vendieron los videoromances en video, en colecciones que contenían 10 videocasetes.

Se retomó, entonces, la retransmisión de telenovelas con capítulos completos, por canal 2 en horarios diferentes, a las 17 horas en 1996 se transmitieron “Cadenas de amargura”, “Muchachitas”, “Teresa”, “Rosa salvaje”, “María la del barrio” y “Cuna de lobos”, al cabo de un año se le cambió el horario a las 11 de la mañana con “Vivir un

poco” y “Volver a empezar”. Ante el poco éxito se dejó en definitiva al Canal 9 como único canal para las retransmisiones. Sin embargo, esa modalidad regresó, y en el 2005 la retransmisión de melodramas que fueron un éxito en fechas pasadas lograron un espacio en el denominado “Canal de las estrellas”.

Por Canal 9 se han retransmitido “Acapulco, cuerpo y alma”, “Guadalupe”, “Carrusel”, “Cuando llega el amor”, “Juana Iris”, “Simplemente María”, “Lazos de amor”, “Agujetas de color de rosa”, “Alcanzar una estrella”, “Amor en silencio”, “El cristal empañado”, “La pícara soñadora” y “Quinceañera”. El horario establecido para estas ha sido el de las 14 horas, y en 1999 se le denominó como “La hora del corazón”.

En tanto Televisión Azteca ha explotado al máximo las telenovelas de mayor éxito, tan sólo “Café con aroma de mujer” se ha retransmitido en cinco ocasiones; “Mirada de mujer” y “La casa del naranjo” una y “Nada personal” tres. Los programas unitarios como “La niñera”, “Puro loco” y la caricatura “Los Simpsons”, siguen esa modalidad desde hace cinco años consecutivos, estos, más que una telenovela, son los más socorridos para cubrir espacios en esta televisora.

La transmisión de telenovelas extranjeras no han tenido la misma repercusión en Televisión Azteca que en Televisa, en la primera el número de producciones es mayor al de las nacionales, mientras que en la segunda, éstas apenas tienen cabida:

Televisión Azteca

Telenovelas extranjeras

Primavera	La potra zaina
Mujeres de arena	La viuda de blanco
El oasis de Shakira	Escalona
Mi amada Beatriz	María Bonita
Rubí	Pobre Diabla
Eternamente Manuela	Abigail
Señora	Vampi
Café con aroma de mujer	Hombres

Verónica: el rostro del amor	Belleza y poder
Señora tentación	Dulce enemiga
Marielena	María Soledad
Momposina	Mala mujer
Cruz de nadie	Morena Clara
Tres destinos	Sucupira
Las Juanas	Guajira
Escándalo	La casa de las dos palmas
Travesuras del corazón	Prisioneros de amor
Perro amor	Puerta grande
La sombra del deseo	Todo por tu amor
Guadalupe	La otra mitad del sol

Televisa

Telenovelas extranjeras	País
Cara sucia	Argentina
El amor tiene cara de mujer	Argentina
A todo dar	Chile
Leonela	Perú
Luz María	Perú
Simplemente María	Perú
Bienvenidos	Venezuela
Morelia	Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia.

Con la transmisión de telenovelas extranjeras, Televisión Azteca, y antes Imevisión, sostuvo su programación. Hoy los melodramas de esta televisora son carta fuerte en la

competencia con Televisa que se ha fraguado en cambios de horario y canal hasta llegar a recortarlas por falta de *rating*.

Las “bendiciones” de la tecnología

La llegada del videotape fue el inicio de la revolución tecnológica en la producción de melodramas, aunque surgió en 1956 fue hasta principios de los 60's cuando se utilizó en la producción de telenovelas. A partir de ese momento se fue abriendo un panorama antes inimaginable que se ha perfeccionado a través de las cuatro décadas: el de la exportación.

Las telenovelas se hacían en vivo y el que se equivocaba echaba a perder el trabajo de todos porque así se pasaba al aire. Cuando se contó con el videotape se pudieron saber de inmediato las fallas y corregirlas al instante. Las cintas eran de aproximadamente tres pulgadas, ahora son de media pulgada; se cortaba una escena y la pegaban donde fuera necesario, esto se hacía con navaja.

Casi a la par de la televisión a color, evolucionó el videotape con los microchips y los circuitos integrados las máquinas se hicieron más pequeñas. Anteriormente, en ellos se grababa audio y video en una misma pista, pero después la máquina contó con cabezas para grabar audio y cabezas para grabar video por separado.

En la actualidad, cada cabeza va alineada a un determinado canal para que se pueda activar o desactivar la grabación de audio o video en el momento deseado. Por medio de esta innovación es posible grabar escenas en las que, por ejemplo, se representan los pensamientos de un actor y mientras en la pantalla el artista aparece callado, al mismo tiempo se escucha su voz.

El salto más grande de la producción de telenovelas nació con la post-producción en 1977, por iniciativa del Ingeniero Cenobio Montiel, actualmente director técnico de Televisa. Así, la post-producción surgió por la necesidad de depurar las producciones, evitar la edición a navaja, la repetición de las escenas por equivocaciones, musicalizar a través de computadora, crear efectos digitales y obtener calidad y rapidez en ellos. Este avance en la tecnología incluye también a las computadoras, porque todo el equipo que

hay en una sala de post-producción se maneja por medio de una computadora conocida como CMX y funciona con base en un código de tiempo.

La televisión tiene 30 cuadros por segundo (30 cuadro de imágenes fijas) que al darle movimiento ofrece continuidad, y para que se pueda localizar cada cuadro, nace la necesidad de darle un código, que es como un reloj que especifica el tiempo en que se graba. Antes, a través de un sistema denominada off-line (fuera de línea), anotaban el número de la cinta y el código, pero lo hacían de manera manual.

Hoy la anotación se hace directamente por la computadora AVID que graba toda la información en disco duro. Con este sistema el operador de post-producción sólo tiene que buscar el número de cinta, checar los niveles de audio y video que estén correctos y automáticamente CMX graba la escena.

Con la post-producción digital es posible musicalizar a través de la computadora y con máquinas que cuentan con multicanales de musicalización de ocho a hasta 16 canales en los que graban audio y efectos especiales como carros, pisadas, sonidos de distintos animales, pláticas, etcétera. De esta manera se pueden también probar hasta 10 canciones distintas y seleccionar la melodía más acorde a la escena y, por consiguiente, se evitan los errores de grabar en vivo.

Los efectos de gemelas los producen por medio de computadoras y así los personales pueden pasar por adelante, atrás y saludarse de la mano. Esto también se puede hacer por medio de WIPER, es decir, se coloca una cámara fija, se amarra para que no tenga ningún movimiento; primero se graba el lado izquierdo, después se cambia el mismo personaje, pero hacía el otro lado, posteriormente, se hace el montaje para empatar a los dos.

La iluminación también ha sufrido cambios importantes, se dejaron de utilizar gigantescos reflectores, desaparecieron las sombras por la utilización de la luz directa y también lograron disimular las arrugas de los artistas. El equipo que actualmente se utiliza es mucho más ligero, las consolas de iluminación son más prácticas, con mayor capacidad y funciones, todo viene computarizado y con memoria.

Se utiliza luz fría, que no es directa, es rebotada o proyectada por medio de reflectores de tubos de neón, lámparas chinas o en diferentes materiales para crear una luz más suave y evitar las sombras. Antes esto era imposible por la cantidad de luz que se utilizaba.

Para disimular las arrugas de los actores o actrices de las telenovelas existen lámparas con luces de diferentes texturas y sirven para suavizar la luz, por lo tanto, hace más suave los rasgos de la persona. Hay otros que son filtros cosméticos, los cuales tienen cierto color para dar una textura todavía más de corrección a la piel.

Después de que en 1960 Guillermo González Camarena patentara el sistema de televisión a color, en 1963 se realizó la primera transmisión comercial de televisión a color en México con el programa “Paraíso infantil”. Con este sistema se pudo realizar también la primera telenovela con efectos especiales, fue el melodrama histórico “La tormenta” en 1966.

La entrada de la telenovela de Televisa “Clarisa” (1993) estelarizada por Gabriela Roel, Laura Flores y Manuel Landeta, fue la primera que se hizo en animación por computadora. Aparecían unas pistolas que se transformaban en anillos de boda, luego estos giraban, golpeaban contra una mesa, se rompían y después salía una fotografía de Laura Flores que instantes después se quemaba.

A partir de la telenovela “La antorcha encendida” (1996) todas las telenovelas que produjo Televisa contaron con sistema estéreo para satisfacer las necesidades del mercado internacional.

Con la evolución de la tecnología, la producción de telenovelas dejó de ser rudimentaria. En el pasado quedaron las épocas de editar a navaja, utiliza reflectores gigantescos, cámaras de hasta 25 kilos y transmitir los errores de los actores, camarógrafos e iluminadores, pues todo era en vivo. Nuevas técnicas se han incorporado a los melodramas, como las del cine, que hoy son elementos recurrentes en los dramas seriados de Televisión Azteca.

El uso de eslogans en las telenovelas ha servido para ir acaparando auditorio desde antes que inicien las transmisiones. “Mirada de mujer” utilizó este medio y lo logró, pues llamó fuerte la atención el eslogan de “una historia prohibida para hombres”, por lo que, la curiosidad por ver de qué se trataba movió público televidente hacia esta televisora. O “siempre ha existido la lucha entre el bien y el mal. Ahora es necesario saber de qué lado estás” o “Una historia de amor en la que vencer significa tener demasiado corazón”; “La chacala” y “Demasiado corazón”, respectivamente, cumplieron con el cometido de su slogan y el público quedó complacido.

El uso de este tipo de propaganda ha tenido otras vertientes, por ejemplo, cuando es utilizada el nombre de una telenovela para promocionar otra que no es de la misma empresa, como fue el caso del melodrama “Rosalinda” que cuando hicieron la campaña de promoción decía “Rosalinda, es el amor de mi vida”. El productor Epigmenio Ibarra dijo al respecto “cómo se explica que una novela se anuncie con el nombre de otra. A mi me parece simpático y además si es el título de nuestra novela en Canal 2, nos parece muy bien, lo único que les digo, ‘ya quisieran’”⁵⁶.

Una de las cosas que llevó al éxito las producciones de Epigmenio Ibarra, fue la manera en que se abordaron temas, como en el caso de “Mirada de mujer”, donde presentaban la problemática de una pareja que ya no se entiende y decide reiniciar una nueva vida con sus respectivas parejas. “Nada personal”, “Demasiado corazón”, “Tentaciones” y “El amor de mi vida”, dieron muestra de una forma diferente de hacer telenovelas.

En “Demasiado corazón”, las balas, los incendios, las persecuciones y las escenas de pasión, conformaron la estructura de este melodrama. En la vida real hay pasión, agresiones, secuestros, balaceras; por eso se incluyeron en la telenovela, ya que fueron necesarios para contar la historia de amor. Aunque pudiera ser considerada secuela de “Nada personal”, esta fue distinta en aspectos como la iluminación, la fotografía y la dirección de escena que parecían estar hechas con técnicas cinematográficas. La trama se centra en el personaje de Alfonso Carvajal (Demián Bichir). El narcotráfico fue el contexto en el que se desarrolló la historia de amor. Las secuencias fueron más rápidas, no hubo villanos y los triángulos amorosos se rolaron.

⁵⁶ De León, Angélica. Reforma. Gente. Pág. 9. 25 de Marzo de 1999.

Por primera vez con esta telenovela se abordó con claridad el problema del narcotráfico y los estupefacientes. Asimismo, según el productor Epigmenio Ibarra, se permitió a los actores participar de la televisión, un campo que antes era vedado para aquellos que se desarrollaban en el teatro o en el cine. Así, por ejemplo, el elenco de la telenovela “Demasiado corazón”, eran actores de cine y teatro:

Actor	Personaje	Participación
Demián Bichir	Alfonso Carvajal	Teatro, cine y tv
Claudia Ramírez	Natalia Solórzano	Cine y tv
Gabriela Roel	Sandra Quiroz	Cine y tv
Daniel Ximénez	Octavio Montiel	Cine
Cacho		
Jorge Galván	Daniel Solórzano	Teatro
Martha Verduzco	Lourdes Solórzano	Teatro
Claudia Lobo	Alma González	Teatro
Fernando Becerril	Gral. José Jiménez	Teatro y cine
Roberto Sosa	Toni Gil	Cine y teatro
Damián Alcázar	Hugo Barreto	Cine y teatro
Jesús Ochoa	Memo Navarro	Cine y teatro
Luis Felipe Tovar	Sapodrilo	Cine y teatro

Fuente: Elaboración propia.

Con el final de “Mirada de mujer” terminó un escándalo, pero “Tentaciones”, telenovela que la suplió, inició otro. Aún antes de que apareciera al aire el primer capítulo de la producción de Argos para Televisión Azteca. El melodrama protagonizado por José Ángel Llamas, Lorena Rojas, Juan Manuel Bernal y Ana de la Reguera provocó una serie de protestas mientras se mantuvo al aire.

Una vez más, diversas personas se manifestaron contra Televisión Azteca por incluir en su programación una telenovela con la temática de “Tentaciones”. “Como ciudadanos comprometidos con México y con nuestras familias protestamos enérgicamente por la telenovelas que con el título de “Tentaciones” se pretende lanzar a través de un canal de Ricardo Salinas Pliego. Por el tema que se tratará en la misma, la consideramos una agresión directa al público de México, más aún por el alarde con el que Salinas Pliego y su grupo ostentan prever ‘controversia y problemas’ al exhibirla”. Así lo expreso María Gutiérrez de Vertiz en una carta enviada al noticiario “Para empezar” de Pedro Ferríz de Con, el 23 de abril de 1998.

La protesta vino después que el presidente de la televisora Ricardo Salinas Pliego declarara durante el pizarrazo: “el tema va a interesar a muchos mexicanos, levantará ámpula, pero eso es lo que queremos hacer para despertar conciencias; nos interesa que al terminar de ver los capítulos, la gente discuta. Yo quiero que las experiencias con ‘Nada personal’, ‘Mirada de mujer’ y ‘Demasiado corazón’, se plasmen en esta historia para que sea un cañonazo”⁵⁷.

Desde el primer día de transmisiones el 23 de abril de 1998, “Tentaciones” se enfrentó a todo tipo de censuras, fue tanto el peso que sólo tres meses pasaron y la telenovela concluyó el 24 de julio del mismo año.

“Mirada de mujer” es hasta nuestros días la única historia de Televisión Azteca que realmente le ha funcionado, incluso por encima de las de Televisa que se transmitieron durante 1997 y 1998. Este drama superó en *rating* en su momento a “El alma no tiene color”, “María Isabel” y “La usurpadora” de Televisa.

Según datos de IBOPE, en el mes de marzo de 1998 “Mirad de mujer” tuvo 19.5 puntos de *rating* contra 17.7 de “La usurpadora”; “Hoy mismo” 6.4 mientras que “Hechos A. M.” 5.1; “Hechos de la tarde” 5.0, “Noticieros con Abraham Zabłudovsky” 8.7; “Hechos de la noche” 5.2, “Noticiero con Guillermo Ortega” 14.4; “La botana” 8.0, “En medio del espectáculo” 4.4 puntos. Como podemos ver en lo único que Televisión

⁵⁷ De León, Angélica. Reforma. Gente. Pág. 17. 24 de Abril de 1998.

Azteca le ganó a Televisa en *rating* fue en la transmisión del melodrama “Mirada de mujer”.

Para el mes de septiembre de 1998, ya cuando “Mirada de mujer” había concluido transmisiones, en la tabla de los programas más vistos, según IBOPE ninguno era de Televisión Azteca:

Canal	Título	Rating
2	La güereja y algo más	33.8
2	El privilegio de amar	30.2
2	Derbez en cuando	29.2
2	¿Qué nos pasa?	27.6
2	La mentira	27.4
2	Vivo por Elena	27.1
2	Picardía mexicana	25.7
2	Preciosa	24.0
2	Con ganas	23.5
2	Chapultepec 18	21.9

Fuente: IBOPE. (Septiembre de 1998)

Ricardo Salinas Pliego, presidente de Televisión Azteca, reconoció que Televisa era un adversario muy difícil en el campo del entretenimiento. Sin embargo, consideró que iban por buen camino, pues, según ellos, después de “Mirada de mujer” ya nada fue igual y por primera vez en la historia lograron superar en sintonía a las telenovelas de Televisa.

En la entrevista que publicó el semanario “Newsweek” en español el 30 de octubre de 1997, Salinas Pliego atribuyó la aceptación del público por la “calidez y cercanía con nuestro auditorio”, esto es, porque Televisión Azteca tiene un lenguaje más común que el usado en Televisa. Agregó que en 45 años, Televisa hizo muchas cosas buenas pero se quedó sin competencia y no se vio forzada a mejorar su producto. “Llegamos con muchas ganas, mucha agresividad y mayor dinámica de cambio”.

La fórmula para mantener una programación estable ha sido el problema que aún no resuelve Televisión Azteca desde su aparición en el medio televisivo el 2 de agosto de 1993. Cambios de horario, canal, recorte de capítulos y la salida de programas sin previo aviso, entre otros, son características de esta televisora, la ahora denominada “La señal con valor”.

Estamos ante una televisión nueva que para muchos ha representado una buena opción ante la cansada y repetitiva fórmula de Televisa, no sólo para el público televidente, sino para los actores que cansados de no ser tomados en cuenta, valorados y hacer el papel de siempre, optan al igual que el público, por cambiar de televisora.

Los roles protagónicos de la mayoría de las telenovelas de Televisión Azteca fueron para aquellos actores que por una u otra razón cambiaron de “camiseta”. El primer melodrama de esta televisora llevaba como actor principal a Marco Muñoz, quien protagonizó junto con Leticia Calderón y Juan Ferrara la telenovela “Valeria y Maximiliano” para Televisa.

Para protagonizar sus melodramas, Televisión Azteca ha recurrido a diversas figuras que se dieron a conocer en Televisa a cambio de contratos que algunos califican de “lujo”. Ana Colchero firmó en enero de 1996 con Argos Producciones por casi medio millón de dólares, un automóvil del año, chofer y asistente personal, a cambio, tenía que encabezar la telenovela “Nada personal”.

Christian Bach y Humberto Zurita se unieron a Televisión Azteca en calidad de productores y actores, en su momento se dijo que fueron convencidos por cinco millones de dólares. Angélica Aragón, Ari Telch, Claudia Ramírez, Lucía Méndez y Fernando Luján no han dado a conocer la suma que percibieron por estampar su firma con la competidora de Televisa en México, sin embargo, se especula que osciló entre 500 mil y un millón de dólares.

Por un millón de dólares, casa y automóvil, en Bogotá, Colombia Omar Fierro rescindió su contrato de exclusividad con Televisa y viajó a ese país para participar en la telenovela “La sombra del deseo” que después transmitió Televisión Azteca.

Los contratos de exclusividad son medios por el cual Televisa paga a determinado número de actores una mensualidad, aún cuando no se encuentren trabajando. Mediante este mecanismo el actor está ligado y a expensas de la empresa. En los primeros años en que se adoptaron estos contratos los beneficiados eran tantos que tuvo que haber una fuerte reestructuración en ese rubro, y a últimas fechas son contados los que reciben esta paga, entre ellos, Thalía, Lucero, Daniela Luján, Eduardo Santamarina y Adela Noriega.

El entonces presidente de noticias de Televisa, Miguel Alemán Velasco, en octubre de 1997 vía los noticieros, informaba que se acababan los contratos de exclusividad, no se trataba de una cancelación total, sino, de un reajuste. Los que se quedaban como exclusivos son los que realmente le interesaban a la empresa, por ejemplo, Verónica Castro y Thalía, pero podrían contarse con las manos, ya sea porque sus telenovelas sean las más vendidas o porque funcionan muy bien en México, como es el caso de Lucero.

Para algunos era una forma de golpear a Televisión Azteca por haber firmado a diversos actores forjados en Televisa a cambio de sumas millonarias, y para otros, una de las estrategias que servirían para terminar con los gastos excesivos de parte de los productores y con el supuesto oportunismo de los mismos actores, quienes prácticamente estaban dispuestos a trabajar con el mejor postor.

Esta situación agravó la postura de varios actores, quienes al no ser tomados en cuenta dentro de los “exclusivos” optaron por buscar nuevos horizontes, con la fortuna que al probar suerte en Televisión Azteca resultaron un hito, por ejemplo:

Elenco de la telenovela “Mirada de mujer”

Actor	Telenovela en Televisa
Angélica Aragón	Vivir un poco
Fernando Luján	Cadenas de amargura
Margarita Gralia	Los años pasan
Evangalina Elizondo	Simplemente María
Martha Mariana Castro	Juana Iris
Plutarco Haza	Exconductor del programa de Canal 11 “Bisbirije”

Fuente: Elaboración propia.

Elenco de la telenovela “Nada personal”

Actor	Telenovela en Televisa
Ana Colchero	Alondra y Corazón salvaje
Lupita Ferrer	Esmeralda y Morelia
Rogelio Guerra	Ángeles blancos y Los ricos también lloran
Demián Bichir	Lazos de amor

Fuente: Elaboración propia.

Elenco de la telenovela Catalina y Sebastián

Actor	Telenovela en Televisa
Sergio Basañez	La mentira y Marisol
Claudia Islas	El alma no tiene color y Baila conmigo
Sergio Klainer	Teresa, De frente al sol
Alberto Mayagoitia	Pobre juventud y Luz y Sombra
Antonio	Agujetas de color de rosa

Fuente: Elaboración propia.

Elenco de la telenovela “Marea brava”

Héctor Soberón	Mágica juventud y Mi pequeña traviesa
Tomás Goros	Bajo un mismo rostro y De frente al sol
Darío T. Pie	Mujer casos de la vida real
Guillermo Murray	Lazos de amor
Lola Merino	Cenizas y diamantes

Fuente: Elaboración propia.

Si en un principio era difícil encontrar gente de Televisa que se animara a probar suerte en Televisión Azteca, con el paso del tiempo la situación cambió. Estos son algunos de los actores y actrices más conocidos que “cambiaron de camiseta” buscando oportunidades de trabajo:

Actrices	Actores
Mayra Rojas	Omar Fierro
Karen Senties	Leonardo Daniel
Lucía Méndez	Claudio Obregón
Lorena Rojas	Sergio Klainer
Rocío Banquells	Diniel Jiménez Cacho
Gabriela Roel	Enrique Alonso
Claudia Ramírez	Rodolfo de Anda
Ursula Prats	Roberto Blandón
Nubia Martí	Juan Manuel Bernal
Gina Moret	Marcos Valdéz
Saby Kamalich	Diego Luna
Regina Orozco	Leonardo García
Julieta Egurrola	Jorge Rivero
Aylín Mújica	Roberto Sosa

Sasha Sokol	Héctor Bonilla
Ana de la Reguera	José Alonso
Sebastián Ligarde	Rafael Sánchez Navarro
Susana Alexander	Víctor González
Mariana Garza	Ernesto Gómez Cruz
Alejandra Maldonado	Carlos Ignacio
Lorena Meritano	Jair de Rubín
Sonia Infante	Fernando Ciangherotti
Alpha	Humberto Zurita
Christian Bach	Gonzalo Vega
Verónica Merchant	Mario Bezares
Rebeca Jones	Sebastián Ligarde
Margarita Isabel	Mercedes Pascual
Regina Torné	Humberto Zurita
Ana Ofelia Murguía	Diego Shoening
Lola Merino	Ilse Olivo

Fuente: Elaboración propia.

El posible futuro de la telenovela en México no sólo puede entenderse en función del desarrollo tecnológico. El rumbo a seguir del melodrama responderá a otros impulsos y factores de peso, como el sentido que tome en los tiempos por venir la consagración de Televisión Azteca en el rubro de la telenovela y la actitud de la sociedad en medio del proceso de cambio que se vive hoy. Escenario en el cual, desde luego, la televisión es uno de los más importantes actores.

Tanto en Televisión Azteca como en Televisa es necesario un cambio de mentalidad en todos los que tienen que ver de una manera u otra en las telenovelas. Acabar de entender que comercialidad de ninguna manera significa baja calidad, y que productos artísticos y enriquecedores pueden resultar altamente exitosos, penetrantes y también lucrativos como los desarrollados por Televisión Azteca.

El público en México se ha desarrollado mucho, las telenovelas ya no son nada más territorio de señoras adictas al melodrama de baja calidad. Ahora con la propuesta de Televisión Azteca de presentar temáticas diferentes el auditorio se diversificó y la aceptación hacía ellos no se ha hecho esperar.

Televisión Azteca debe reforzar este aspecto y no caer en las historias intrascendentes, si no estaría defraudando un público que lo sigue por lo novedoso que resulta ver hoy telenovelas.

4.3 Televisión Azteca y la telenovela hoy

El año de 1996, como ya se mencionó, marcó el cambio en las telenovelas mexicanas al aparecer el productor Epigmenio Ibarra, quien desde un principio buscó reflejar la realidad a través de sus historias apoyado en un equipo de escritores que hicieron que los melodramas tomaran otro giro y se convirtieran en éxito.

“Nada personal” fue la telenovela del momento en 1996, ya que por primera vez se abordaba el tema de la corrupción en las esferas políticas. Desde sus primeros capítulos alcanzó los 19 puntos de *rating*, por lo que en aquel entonces el productor declaró: “Aunque ‘Nada personal’ no es perfecta, es una especie de parteaguas, por que se nutre de la realidad y no es un melodrama típico”.

En mayo de 1996 dijo que seguiría con al misma línea de búsqueda entre la realidad y la ficción, debido a que el público necesita historias en las que se vea reflejado y lo cumplió con “Mirada de mujer”, protagonizada por Angélica Aragón, Ari Telch y Fernando Luján, la cual causó sensación entre los televidentes por abordar varios temas sociales como la infidelidad, el SIDA, la homosexualidad y el aborto, entre otros, en torno a una familia. Así como la problemática de una mujer que tiene que decidir entre seguir la misma vida o dar un giro de 360 grados.

Lo que es un hecho, comentado por comunicólogos y sociólogos, es que el teledrama supo aprovechar su estructura dramática para difundir y reforzar aquellos valores y estereotipos más conocidos y fundados de la sociedad, ya que en un principio iban dirigidas a la clase media. Más de una vez los espectadores se han sentido identificados con algunos de los aspectos de la vida cotidiana difundidos en las famosas teleseries.

Pero las telenovelas también se han visto inundadas de críticas por varios sectores de la sociedad, precisamente por le manejo de esos valores y por el color rosa con el que se ve la vida desde esa perspectiva. Tan es de ese color, que el periodista Guillermo Ortega Ruíz, tituló con el nombre de “La vida en rosa” a un reportaje para conmemorar los 40 años de la telenovela realizada por Televisa.

“México es un país de una clase modesta jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y su futuro difícil, más no recordarle dónde vive y todos los problemas existentes”⁵⁸, así lo manifestó el presidente del corporativo Televisa, Emilio Azcárraga Milmo en una entrevista que le realizó el periódico El Financiero. Y es precisamente de ese modo como Televisa lo ha hecho a lo largo de cerca de 50 años. Siempre llevan en su estructura un mundo rosa donde el bien siempre triunfa sobre el mal.

Desde el 2 de agosto de 1993, año en que nació Televisión Azteca, Televisa ha tenido que compartir la historia de la telenovela mexicana, toda vez que ésta última, al igual que lo hiciera Televisa en su momento, está abriendo una forma nueva de hacer telenovelas.

Durante 1996 y 1997, en diferentes notas periodísticas, según lo afirmaron productores como Epigmenio Ibarra y Elisa Salinas y escritores como Bernardo Romero y Fernando Gaytán, se presentó un cambio cualitativo en la producción de telenovelas. Tres telenovelas alteraron los patrones fundamentales de hacer melodramas: “Nada personal”, “Demasiado corazón” y “Mirada de mujer”, el cual se había regido por el modelo impuesto por Televisa.

Ese modelo, sin duda, era notoriamente conservador e ilusionista, amelcochado y burdo. Desde fin de los años 50 las telenovelas habían adoptado los clichés más recurrentes del melodrama clásico que en buena medida se heredaban del cine mexicano.

Entre esos clichés se encontraban el de la supuesta integridad familiar, el repudio al sexo, la negación de la política, el adulterio, la ausencia de la pobreza o el revestimiento de ésta, la autoridad paterna como algo inapelable, el éxito proporcionado por la riqueza siempre que se utilizara de buena manera, el amor como gratificación casi sin contradicciones (excepto cuando algunos malvados elementos siempre vencibles alteraban las muy aceptables más socialmente, pasiones amorosas) entre otras.

⁵⁸ Díaz, Verónica. El Financiero. Espectáculos. Pág. 17. 21 de febrero de 2004.

Un tema muy recurrente hasta nuestros días es la invocación del éxito social a pesar de algunos infortunios primerizos. Así, por ejemplo, frecuentemente se ha presentado el mito de la muchacha que es una humilde sirvienta y se enamora del patrón, éste le corresponde, pese a todas las oposiciones, y la pareja ingresa en el mundo de la felicidad inagotable. Y siempre es la lucha imperecedera entre el bien y el mal, en la cual nunca dejará de triunfar el primero.

Naturalmente, las telenovelas han sido un recurso de evasión aún al existir en ellas crímenes, canalladas o perversiones, aunque sus pares antitéticos siempre triunfan. “Sus personajes son inverosímiles y planos, sin proyección dimensional y contradicciones. Más ridículas y tontas que muchos discursos gubernamentales, las telenovelas se han dirigido a públicos poco inquisitivos, conformistas, de ambiciones limitadas. Han funcionado como un ‘opio del pueblo’, al limitado la han devenido imbécil, y al imbécil lo han anulado; y Televisa con sus telenovelas tiene mucho que ver en esto”⁵⁹.

La inserción de temas como la violación, el SIDA y el aborto en la trama de la telenovela “Mirada de mujer”, se justifica ante la necesidad de alertar a las jóvenes mexicanas respecto de ese tipo de problemáticas a las que están expuestas. Información sustentada en estadísticas revela que México es uno de los países de América Latina, donde el delito de violación es alto.

El escritor colombiano Bernardo Romero de “Mirada de mujer” dijo en su momento que fueron precisamente las cifras que se revelan en internet, las que dieron la pauta para incorporar ese tema y el del aborto, fue por un común acuerdo con la productora Argos y con Televisión Azteca. El autor advirtió que la polémica seguía armándose en la medida que avanzaban los capítulos de ‘Mirada de mujer’ y en los que se incluía el tema del SIDA.

El final de la telenovela “Mirada de mujer” y del resto de los personajes fue el que pudo reflejar con claridad la consecuencia de lo que cada quien había sido a lo largo de la trama, y en teoría a lo largo de la vida, porque según sus productores eran personajes de carne y hueso.

⁵⁹ Guerrero, Francisco Javier. Excelsior. El Búho. Pág. 3. 15 de Febrero de 2004.

José Ignacio Cabrujas, dramaturgo, periodista y militante del partido comunista venezolano se convirtió en el escritor de cabecera de Televisión Azteca y Epigmenio Ibarra al adaptar sus historias a la telenovela mexicana entre ellas: El primer capítulo de “Nada personal”; La telenovela “Señora Isabel” se adaptó en México con el título “Mirada de mujer”; La telenovela “Señora” se adaptó en México con el título de “Señora”; La telenovela “Señora de Cárdenas” se adaptó con el título “El amor de mi vida”.

La telenovela “Mirada de mujer” sirvió de plataforma para dar lugar a la realización de los melodramas “La vida en el espejo” y “Mirada de mujer. El regreso”.

Epigmenio Ibarra adoptó del escritor José Ignacio Cabrujas la idea de abordar temas que generaran polémica y que subyacieran en la dinámica social, así lo representó en telenovelas como “Demasiado corazón” y “Tentaciones”, la segunda provocó antes de su estreno una protesta de grupos de padres de familia en la Secretaría de Gobernación en donde afirmaban con pancartas que “Se ofende a personas de otra religión, así fueran judío o protestantes las creencias religiosas es lo más sagrado que tiene una familia”⁶⁰.

En Venezuela, como lo fue en su momento en México, privaba el reinado de escritoras como Delia Fiallo y Caridad Bravo Adams. Pero apareció José Ignacio Cabrujas y las desbancó, sin embargo, no duró mucho su rebelión en aras del *rating*, ya que al poco tiempo murió, pero sus historias se adaptaron y lograron el éxito que tuvieron en su país.

El escritor José Ignacio Cabrujas fue uno de los tres dramaturgos –al lado de Isaac Charcón y Román Chalbaud- que constituían el grupo de la “Santísima Trinidad” caraqueña, conocida así por haber transformado el teatro de su país natal en los años 60. Originario del barrio de Catia, Venezuela, siempre estuvo expuesto a hechos políticos, económicos y sociales que luego denunció en sus telenovelas.

Con esas características el escritor José Ignacio Cabrujas escribió los melodramas “Natalia de ocho a nueve”, “Silvia Rivas divorciada” y “Señora de Cárdenas”

⁶⁰ Amezcua, Carmen. Reforma. Gente. Pág. 17. 24 de abril de 1998.

telenovelas que fueron conocidas como la trilogía sobre el divorcio: “Señora Isabel”, “El día que me quieras”, “Acto cultural”, “Facundo”, “El americano ilustrado”, “Fiesole”, y “La noche oriental”, entre otras que se han adaptado a la televisión mexicana y realizadas por Televisión Azteca por la Productora Argos.

En México, el escritor José Ignacio Cabrujas intentó con la telenovela “Nada personal” en 1996 la misma estrategia que en su país de origen, pero a penas le dio tiempo de escribir el primer capítulo ya que a los pocos días falleció.

Para Alfonso Acebal, escritor de la telenovela “Azul tequila” los melodramas deben tener buena cabeza, demasiado corazón y un alto grado de pasión. Mientras que para la escritora mexicana de Televisa, Liliana Abud, en los melodramas importa más el cómo, que el qué de lo que se cuenta.

El escritor Alfonso Acebal es un escritor de obras teatrales, poesía y uno que otro cortometraje, sin embargo, desde hace tres años se dedicó junto con el escritor Jorge Landa a escribir telenovelas. “Quiero confesar que me he convertido en un escritor por accidente, ya que lo que acostumbraba a hacer no tiene nada que ver con esto. Lo último que imaginé fue que escribiría este tipo de cosas, antes pensaba que hacer novelas para la televisión era fácil, ahora me doy cuenta que no cualquiera lo hace, ya que al realizarlas tienes que pensar en todo, principalmente, en la continuidad de las escenas y los personajes, ya que no se puede dejar fuera a nadie, así porque sí”⁶¹

Por primera vez en la historia de la telenovela mexicana, el mundo de la mujer era tratado con realismo y hasta con respeto. No hace mucho y siempre en el llamado “Canal de las estrellas” las heroínas de las telenovelas o eran pueblerinas y sumisas como “Simplemente María”; o malas e impecables como Catalina Creel, en “Cuna de lobos”; o mal habladas y entronas como “Rosa salvaje”, o arribistas y cursis como “María la del barrio”.

En la telenovela “Mirada de mujer”, el personaje de “María Inés” (Angélica Aragón) no tiene nada que ver con esas protagonistas estereotipadas, acartonadas e incluso

⁶¹ Rondero, Roberto. El Universal. Espectáculos. Pág. 11. 13 de Noviembre de 1998.

caricaturizadas cuyas personalidades son inventadas por guionistas de Televisa, totalmente, rebasados por los cambios que ha tenido la figura de la mujer en los últimos años. No había duda que “María Inés” era una mujer consciente, informada y segura de sí misma.

No solo el tema de la mujer que ya no quiere cruzarse de brazos ni ante el machismo y la pasividad en la que solía vivir, ni muchos menos ante los prejuicios que le ha impuesto una sociedad conservadora, es el principal motor de las protestas impuestas por grupos sociales. A unas cuantas semanas que llegara a su final, la Unión de Padres de Familia A.C., escribió una carta dirigida a Ricardo Salinas Pliego, presidente de Televisión Azteca que decía:

“Nos hemos enterado que la telenovela ‘Mirada de mujer’ que transmite Televisión Azteca, está desarrollando un nuevo modelo de ‘comunicación interactiva’ con su público, de tal manera que el argumento puede variar de acuerdo con las opiniones de sus televidentes.

Consideramos que, si bien es cierto dicho esquema puede resultar interesante en respuesta a programas de índole fantasiosos, de misterio o diversión, no funciona de la misma forma con respecto de una temática que implica una reflexión de tipos social.

Hacemos esta aclaración en consideración a los últimos capítulos de dicha telenovela en donde, al parecer un tema tan delicado e importante como lo es el del aborto es manipulado a partir de la crítica y presiones que el escritor escribió por parte de grupos feministas y proabortistas, por lo que el argumento de la telenovela cambio con respecto de uno de sus personajes: la superación de un hecho violento y el del dar vida a un ser inocente, a la aceptación del aborto.

Pareciera que la voracidad por el rating está llevando a su medio de comunicación a olvidarse de la gran responsabilidad que tiene delante de la sociedad, pretendiendo desconocer que en abrumadora mayoría, el pueblo mexicano es respetuoso de la vida”⁶².

⁶² Cabello, Lérica. El Universal. Espectáculos. Pág. 11. 6 de febrero de 1998.

La telenovela “Mirada de mujer” no sólo causó efecto entre el público televidente, sino también entre las televisoras; Televisa y Televisión Azteca se enfrentaron nuevamente en lo que fue el último capítulo de la historia. El 23 de abril de 1998 se presentó algo inusitado en la televisión mexicana, entre ellos el penúltimo capítulo y el último de ese melodrama; y el primero de la que la sustituiría “Tentaciones”; además de toda la parafernalia que se hizo antes y después de la transmisión de estos melodramas:

Canal 13

Jueves 23 de abril de 1998

*19:00 Película “Beethoven 2”
 21:00 Penúltimo capítulo de la telenovela
 “Mirada de mujer”
 21:30 Inicio de la telenovela
 “Tentaciones”
 22:00 Fin de la telenovela
 “Mirada de mujer”
 22:30 Telenovela “Señora”
 23:00 noticiario “Hechos”*

Viernes 24 de abril de 1998

*19:00 Película “Alerta máxima”
 21:00 Telenovela “Tentaciones”
 21:30 Telenovela “Señora”
 22:00 Noticiario “Hechos”*

Para ganarle “la batalla” por el auditorio al final de la telenovela “Mirada de mujer”. Televisa en un hecho inusitado modificó su programación de la siguiente manera: Canal 9 transmitió una entrevista exclusiva de la cantante y actriz Thalía, en el extinto programa “Duro y directo”, y prolongó su transmisión hasta las 22:30 de la noche, cuando su horario habitual era de 20 a 21 horas. El Canal 5 estrenó en televisión la película “Depredador” a las 20:30 horas y por El Canal de las Estrellas alargaron la transmisión de la telenovela “La Usurpadora”.

El viernes para restarle auditorio al segundo capítulo de la telenovela “Tentaciones”, Televisa estrenó otra película por canal 5 “Doble impacto” a las 18:00 horas, y a las

20:30 horas transmitió la segunda parte de la película “Depredador 2”; el programa “Duro y directo” por canal 9 se alargó de las 20 a las 22:30 horas.

No sólo es la preparación de estrategias para restarse *rating* entre una y otra televisora, a esto se ha agregado el recorte, la preparación de nuevas temáticas y cambios en la programación para asegurar que el público se mantenga atento al canal que sintoniza.

Para ello Televisa mantiene en las telenovelas la fórmula que le ha permitido mantenerse por más de 40 años en este rubro. La búsqueda de la felicidad y el encuentro del amor fueron las temáticas que presentó tan solo en 1998. Narradas de diferentes maneras y estelarizadas por figuras populares del espectáculo, los melodramas han tenido un mismo tratamiento.

Al tener productores, escritores y directores de los llamados de cabecera, Televisa puede producir telenovelas de manera constante, sin riesgo de quedarse sin historia al momento de terminar una. No así en Televisión Azteca, donde la falta de estos elementos trae consigo en ocasiones la falta de historias, por lo que dejan de ser consecutivas y el público busca donde las haya para saciar su entretenimiento.

Desde el 2 de agosto de 1993, fecha en que nació Televisión Azteca, se han transmitido telenovelas nacionales. Número similar al que produce Televisa en cinco años (ver anexo 1).

Aunque Televisión Azteca no ha sido consecutiva en lo que a producción de telenovelas se refiere, se ha ido colocando poco a poco en el gusto del público que gusta de este género. Aunado a esto, los escándalos que se han desatado cada vez que inicia un melodrama, ya sea por el tema a abordar o porque los protagonistas recibieron determinada cantidad de dinero para estelarizar la trama.

A partir de que Televisión Azteca lanzó al mercado la telenovela “Mirada de mujer” se creó una fuerte competencia con Televisa para lograr desbancar a esta última, el presidente de esa televisora, Ricardo Salinas Pliego, tomó cualquier idea pretenciosa, innovadora y real, lo que le ha valido que sus telenovelas sean consideradas un parteaguas en el melodrama mexicano.

Juan David Burns, productor de Televisión Azteca, declaró al periódico El Universal el 2 de diciembre de 2000 sentirse contento con los resultados que hasta la fecha llevaban con respecto a los melodramas los cuales habían alcanzado buenos niveles de audiencia. Agregó que había de todo, telenovelas buenas y otras malísimas, por lo que no se valía decir que todo lo que hacían tenía éxito.

De esta manera en el año de 1996 la telenovela “Nada personal” fue calificada como una historia controvertida por los temas políticos que trataba y porque hacía el retrato perfecto de la corrupción en las esferas políticas del país. Después vendrían otras telenovelas de la misma productora Argos: “Mirada de mujer” (1997), “Tentaciones” (1998), “El amor de mi vida” (1998), “La vida en el espejo” (1999) y “Todo por amor” (2000), que igualmente en su momento levantaron polémica por los temas abordados.

Por ejemplo la telenovela “Tentaciones” (1998), en Guadalajara, Jalisco, el cardenal Juan Sandoval Iñiguez anunció que enviaría cartas de protesta a la Secretaría de Gobernación y a Televisión Azteca porque la producción de Argos Televisión atentaba contra las buenas costumbres y generaba una idea equivocada del sacerdocio. Grupos como PRO Vida y la Unión Nacional de Padres de Familia, además de mujeres que se presentaban como “Ciudadanas espontáneas”, comenzaron una labor en escuelas y otros sitios públicos para buscar que la telenovela en cuestión se cancelara.

Le mandaron una carta al presidente de Televisión Azteca, Ricardo Salinas Pliego, donde los censuraban “es fácil ganar *rating* fomentando y presentando de la manera más burda temas morbosos e inmorales”. Epigmenio Ibarra el productor de la telenovela también fue atacado en una carta enviada al periódico Reforma el 28 de abril de 1998, la señora Guadalupe Rojas de García donde lo calificaba como un “Judas que, a cambio de dinero, vende lo más sagrado y que, como Judas, terminará desesperado y ahorcándose si no respeta su religión”.

En su momento el escritor de la telenovela “Tentaciones”, Bernardo Romero, comentó que sabía que México era un país religioso pero no pensó que fuera tan radical o que hubiera tantos grupos tan radicales.

La historia de un sacerdote que se debate entre el amor a Dios y el de una mujer no se había abordado dentro de las telenovelas mexicanas hasta que se transmitió en 1998 la telenovela “Tentaciones” por Televisión Azteca. Sin embargo, Televisa lo hizo a través del melodrama “Una luz en el camino” pero el Departamento de Supervisión literaria de esa empresa se encargó de reestructurarla y el tema no se abordó de manera central.

Después de la telenovela “Tentaciones”, Televisión Azteca se enfrentó nuevamente al escándalo cuando tres de sus producciones en 1998 fueron recortadas y terminaron antes del tiempo pactado. Una de ellas fue “La casa del naranjo”, que con solo dos meses al aire dejó de transmitirse sin su respectivo final.

Con la telenovela “La casa del naranjo” Televisión Azteca trató de dar un giro a la telenovela, según su productor Rafael Gutiérrez, trataban de ofertar a la gente que le interesaba una comedia fina. La telenovela contaba la historia de tres mujeres y sus incidentes en su vida cotidiana, a partir de una muerte.

El siguiente melodrama que culminó el 23 de abril de 1998, a tres meses de su estreno, fue “Yacaranday”, que en el capítulo 70 concluyó, de los 220 pactados. Sin embargo, seguidores del melodrama realizaron plantones en las afueras de la televisora con la finalidad de que se retransmitiera la telenovela en su horario habitual; acciones que no tuvieron repercusión.

Los bajos niveles de audiencia y el poco interés de los anunciantes en comercializar sus productos durante la transmisión de la telenovela “Chiquititas” provocaron que el melodrama saliera del aire a dos meses de su estreno.

Estos hechos fueron un duro golpe para la naciente televisora en el medio de la telenovela ya que a cinco años en ese rubro el recorte de tres melodramas en un año representó pérdidas económicas y de auditorio.

El escritor de la telenovela “Catalina y Sebastián” que transmitió Televisión Azteca, Ranfhery Negrete, dijo al periódico Excelsior que las telenovelas deben ser un medio agradable de entretenimiento y no que solo haga sufrir al público con demasiados problemas y dramas. El público que gusta de este genero se inclina por las emisiones

con temáticas populares. Es en este momento cuando la propuesta de Televisión Azteca de realizar telenovelas que se apegaran a la realidad del entorno humano empezaba a quedar de lado.

Para 1999 Televisión Azteca se aventuraba en el medio de las telenovelas con temáticas muy similares a las de Televisa al estrenar de manera simultánea tres melodramas, los cuales fueron: “Romántica obsesión”, “Marea brava” y “Catalina y Sebastián”. La fórmula de “la cenicienta” fue muy elocuente en la primera historia; en la segunda las maldades del villano eran inverosímiles y la división de clases sociales en la tercera, caían en lo absurdo.

Caso curioso sucedía en Televisa en ese mismo año, ya que mientras Televisión Azteca, le apostaba a temáticas “rosas”, la empresa comandada por Emilio Azcárraga, presentó una telenovela apegada a los conflictos propios de tres mujeres de distintas edades, precisamente la telenovela se llamó “Tres mujeres”.

Los guiones utilizados por Televisión Azteca mucho tenían que ver con los utilizados por los sudamericanos, esto por el impacto que representó la telenovela colombiana “Café con aroma de mujer”, la cual representó el primer éxito para la televisora en el mundo de las telenovelas.

“Con toda el alma” fue la primera telenovela en Televisión Azteca donde a los actores se les pidió dejar los apuntadores y ser más naturales, sin embargo, según los productores Elisa Salinas, Juan David Burns y Fernando Gaytán, los resultados fueron bastante deplorables y se volvió a esos recursos en las siguientes producciones.

Para 1996 la productora Argos-Televisión presentó la telenovela “Nada personal” y rescató las características de la naturalidad de los actores sin el apuntador con éxito. En esa época los actores además de hacer lo que le decía el guión podían darle más realismo y creatividad agregando acciones o situaciones sin perder la idea central.

Las características manejadas por las telenovelas colombianas y brasileñas como la naturalidad, espontaneidad y realismo fueron retomadas por el productor Epigmenio

Ibarra; asimismo, sus historias retomaron guiones de escritores colombianos y venezolanos.

La telenovela “Nada personal” fue idea del escritor venezolano José Ignacio Cabrujas. En un principio esa teleserie se presentó como un esquema para ser realizado como un programa de corte policiaco, sin embargo cuando se le presentó el proyecto al presidente de Televisión Azteca, Ricardo Salinas Pliego, propuso que se hiciera mejor una telenovela, y para adaptarla de la telenovela “Por esas calles” a la realidad mexicana, fue llamado ese escritor, pero solo pudo hacer el primer capítulo ya que a los pocos días falleció.

Los trabajos del escritor José Ignacio Cabrujas fueron retomados por los productores Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera de Argos-Televisión, compañía productora independiente que tenía como único y principal cliente a Televisión Azteca, labor que inició en el año de 1996 con la telenovela “Nada personal” y concluyó en el año 2000 con el melodrama “Todo por amor”.

La segunda telenovela de Argos para Televisión Azteca fue “Demasiado corazón” (1997) melodrama considerado como una secuela de “Nada personal”; ya que la trama se desarrollaba en torno al personaje Alfonso Carvajal (Damián Bichir) quien era un policía honesto que al volver a México después de pasar un tiempo fuera del país se dio cuenta de la corrupción existente en su medio laboral.

En diversas entrevistas hechas al productor Epigmenio Ibarra en 1997 por los diferentes diarios del país, él comentaba que en la telenovela “Demasiado corazón” se pusieron al descubierto muchas de las anomalías que existían en la policía mexicana, “de alguna manera se trataba de hacer una denuncia ante la corrupción que se presenta día a día en el medio político”. Sin embargo, con todo y lo novedoso del tema no logró acaparar al público televidente, no así en los medios políticos donde al igual que con la historia “Nada personal” se intentó vetar la historia.

La telenovela “Mirada de mujer” (1997) fue el tercer melodrama de Argos-Televisión para Televisión Azteca, la cual era un *remake* del melodrama colombiano “Señora Isabel” escrita por Bernardo Romero. Parte del éxito del melodrama “Mirada de mujer”

se debió a las nuevas propuestas estéticas, dramáticas y actuales, dirigido a un público reflexivo y maduro, lo cual contenía una oferta inteligente y sensible.

La sensibilidad periodística de Epigmenio Ibarra le permitió detectar los puntos críticos de una sociedad para ponerlos en la mira y presionar sobre ellos y llevarlos a un género como la telenovela, que igual se ve en México que en China.

Los 195 capítulos de “Mirada de mujer” le permitieron al productor Epigmenio Ibarra y a su equipo de escritores y directores, entre ellos, María Auxiliadora Barrios, Bernardo Romero, Luis Zelkowitz, Walter Doehner, Mónica Agudelo y Antonio Serrano, adjudicarse el rumbo de las telenovelas mexicanas, por lo menos así lo demostraron de 1996 al año 2000, período en el que participaron en la programación de Televisión Azteca.

Las siguientes producciones de Argos-Televisión para Televisión Azteca fueron: “Tentaciones” (1998), “El amor de mi vida” (1998) –*remake* de la telenovela colombiana “Señora de Cárdenas”, “La vida en el espejo” (1999), fue una copia de “Mirada de mujer”; y “Todo por amor” (2000) que representó la última telenovela de esa productora para esa televisora.

Los guiones y las historias que ha llevado la productora Argos a través de sus escritores y adaptadores como Bernardo Romero, Alberto Barrera, Luis Zelkowitz, Patricia Maldonado, Ricardo García o Leticia López, fueron en su mayoría adaptaciones de telenovelas sudamericanas que por el monopolio que ostentaba Televisa en la industria de la telenovelas no llegaban al país.

Básicamente las historias presentadas por Televisión Azteca han sido adaptaciones de melodramas sudamericanos, por ejemplo:

Telenovela original

“Por esas calles” (Colombia)

“Señora Isabel” (Venezuela)

“Señora” (Venezuela)

Adaptación en Televisión Azteca

“Nada personal” (1996)

“Mirada de mujer” (1997)

“Señora” (1998)

“Perla negra” (Argentina)	“Perla” (1998)
“Cuervos” (Colombia)	“La casa del naranjo” (1998)
“La señora de Cárdenas” (Colombia)	“El amor de mi vida” (1998)
“Romántica obsesión” (Argentina)	“Romántica obsesión” (1999)
“Mar paraíso” ((Chile)	“Marea brava” (1999)
“Amor en silencio” (México)	“Háblame de amor” (1999)
“Yo soy Betty, la fea” (Colombia)	“El amor no es como lo pintan” (2000)
“El padre gallo” (México)	“La calle de las novias” (2000)
“La madre” (Colombia)	“Todo por amor” (2000)
“Café con aroma de mujer” (Colombia”	“Cuando seas mías” (2001)
“Hombres” (Colombia)	“Lo que es el amor” (2001)
“El país de las mujeres” (Venezuela)	“El país de las mujeres” (2002)
“Enamórate” (Argentina)	“Enamórate” (2003)
“Las juanas” (Colombia)	“Las juanas” (2004)
“Los Roldán” (Argentina)	“Los Sánchez” (2004)
“90-60-90” (Argentina)	“Top models” (2005)

Fuente: Elaboración propia.

Según los indicadores numéricos, la gente prefiere las telenovelas por sus estrellas, la historia les tiene sin cuidado, lo mismo que el desempeño actoral, el armado o los escenarios. No quieren personajes, desean admirar a sus favoritos de la pantalla chica, no importa que digan sandeces o esté en situaciones increíbles.

Esto sucede porque el *rating* sólo proporciona el número de televisores encendidos, no el tipo de reacción entre el televidente y la telenovela en cuestión.

Las telenovelas son un terreno privilegiado de lo que se ha denominado “Cultura de masas” y poco tiene que ver con la cultura popular, de la cual, sin embargo, toman algunos elementos. Algunos intelectuales han repudiado los melodramas, por ejemplo, el escritor y periodista Javier Rodríguez no llegó a tener éxito como escritor de telenovelas porque los magnates televisivos le recriminaron que sus obras “no eran suficientemente estúpidas”.

Tanto la telenovela “Nada personal” (1996), como “Demasiado corazón” (1997) o “Mirada de mujer” (1997) o como las miniseries “Tan infinito como el desierto” (2005) o “Ni una vez más” (2005) han representado un parteaguas en el mundo de las telenovelas con todo y que han sido criticadas y censuradas. Por ejemplo la telenovela “Demasiado corazón” fue considerada por los críticos de televisión como Álvaro Cueva como una producción “desafortunada” y más bien aburrida, en cuanto al melodrama “Nada personal” agregó que empezó “arrojando fuego” y terminó, según él, como “un sainete convencional con todo y final feliz”.

La telenovela “Mirada de mujer” ha sido quizá la producción más interesante en cuanto a que se sumergió en las entrañas del mundo femenino y el amor tardío. La dirección de esa telenovela fue buena por el manejo de cámaras e interiores, los actores fueron convincentes, como sacados de la vida real y la historia resultó interesante para un amplio sector de televidentes.

Aún cuando Televisión Azteca se ha convertido en una competencia seria y en algunas producciones ha superado el trazo anacrónico y repetitivo de Televisa, todavía no ha logrado proponer una imaginación distinta al que se implementó en tiempos de Emilio Azcárraga Milmo y ahora Emiliob Azcárraga Jean. Alimentada en lo fundamental con trabajadores que desertaron de las filas de Televisa, la televisora en su conjunto o sus nuevas adquisiciones han logrado deshacerse del fantasma de Emilio Azcárraga Milmo que continua como un parámetro para la mayoría de los trabajos que realiza Televisión Azteca, sobre todo a últimas fechas.

No es casualidad que actualmente Televisión Azteca proceda como lo hace Televisa, ya que la fórmula del éxito sigue siendo la misma, no se alcanzan a vislumbrar horizontes verdaderamente críticos, la imitación de programas de concurso extranjeros, de chismes amarillistas y los de nota roja, así como la adaptación de telenovelas, ya no solo extranjeras sino ahora de la competencia, se vuelven el pan nuestro de cada día.

Con la productora Argos sucedió algo muy distinto (aunque no se salvó de tropiezos) y es que desde su origen apostó por un modo distinto de hacer televisión y en unos cuantos años cumplió su desafío. Se conformó en su conjunto de talentos en cada una de

sus áreas desde la producción, dirección, realización y actuaciones, lo que constituyó un éxito en sus producciones.

Las telenovelas de Argos-Televisión “Nada personal”, “Demasiado corazón”, “El amor de mi vida”, “La vida en el espejo” y “Todo por amor”, para Televisión Azteca representaron un duro golpe para Televisa, con lo que se demostró que se puede emprender un trabajo de extraordinaria riqueza en el medio de la telenovela.

Esas historias fueron propuestas que estuvieron en constante roce con la censura y la autocensura impuesta por los anunciantes, los productores asociados, incluso se manifiesta hasta el momento en los actores protagónicos que no quieren quemar la posibilidad de trabajar en la competencia

No podemos afirmar que tenemos una televisión para adultos, ni para niños inteligentes. La televisión sigue siendo el mundo de lo irreal, de lo ridículo disfrazado de sublime. Televisión Azteca nació con la primicia en el medio de las telenovelas de crear historias apegadas a la realidad política, social o cultural del país, sin embargo, a últimas fechas las producciones transmitidas por la llamada caja de cristal son muy similares a las realizadas por Televisa.

CONCLUSIONES

Las primeras telenovelas que transmitió Televisión Azteca causaron de todo, desde un simple interés, hasta debates entre varios sectores de la sociedad, por ejemplo el religioso, ya que el público televidente no estaba acostumbrado a ver el enamoramiento de un sacerdote, las prácticas sadomasoquistas, la corrupción política, la homosexualidad, entre otros temas que Televisa nunca había tocado en la temática de sus telenovelas, o incluso en su programación.

Las telenovelas en Televisión Azteca en un principio fueron historias apegadas a la realidad social, política, económica y cultural del país. Productores y directores apostaron por esa idea que resultó innovadora en su momento e hizo que muchos televidentes cambiaran de canal por lo novedoso que resultaba ver telenovelas.

El público televidente cada vez más diverso y heterogéneo ha buscado opciones de entretenimiento, entre ellas las telenovelas, esas que hace poco más de una década estaban limitadas a la empresa Televisa. El surgimiento de Televisión Azteca en 1993 hizo tambalear el reinado de Televisa, especialmente en la producción de telenovelas. Asimismo la televisión por cable se ha presentado como una opción más, incluyendo las telenovelas.

Así, encender la televisión y permanecer frente a ella por varias horas se ha convertido en un rito entre las masas poblacionales, especialmente cuando el producto tiene que ver con telenovelas, ya que este género garantiza continuidad en la historia y por lo tanto crea un público fiel y cautivo por varios meses o incluso años.

Esta fórmula representa para la televisión obtener mayores anunciantes, mismos que les reportan más ingresos. Las telenovelas son un producto consumido por las clases populares en el caso de Televisa y por las clases medias en el caso de Televisión Azteca, aunque ésta, a últimas fechas, cuenta con producciones y temáticas dirigidas para las clases bajas sin renunciar a su público de alto poder adquisitivo.

En un primer momento, cuando Televisión Azteca empezó a transmitir telenovelas, se pensó e idealizó que los melodramas ya no serían dirigidos a un solo sector del público,

por ejemplo, el femenino, al que se le vendían historias de lágrimas y sufrimientos. Las líneas de las historias contenían el relato de un personaje de carne y hueso representado por un sector que evidenciaba una realidad cotidiana.

Con esos argumentos Televisión Azteca acaparó y se acercó también a un público que estaba aburrido y sometido a escasas opciones de televisión abierta, por lo que volteó a nuevas propuestas televisivas. De esta forma apareció un grupo de televidentes compuesto básicamente por políticos, universitarios y clases medias y altas que no representaban las grandes multitudes, las cuales seguían enganchadas con las “historias de la cenicienta”. A finales de los años 90’s era interesante ver cómo se realizaban mesas de debates, conferencias o trabajos de investigación particularmente sobre la telenovela “Mirada de Mujer” y las de Televisión Azteca en general.

En Televisión Azteca, en esa época lo más importante no fueron los actores sino las historias, con lo que queda demostrado que éstas pueden tener el peso suficiente para atrapar a un público y no solamente los actores o actrices de moda y de buen ver.

La nueva opción televisiva no sólo fue para el público, también representó para los actores, productores, directores y escritores una alternativa más de empleo y de poner en práctica nuevas formas de producir, dirigir y escribir historias y libretos. Trabajar en Televisión Azteca representaba valentía, osadía y atrevimiento que además dejaba buenos dividendos tanto económicos como de imagen, ya que era más fácil para los actores obtener un papel importante en Televisión Azteca que en la competencia.

Así, en Televisión Azteca era posible ver en las telenovelas historias cargadas de realismo y credibilidad que se transmitieron noche a noche de 1996 al año 2000, período en el que siete telenovelas de la productora Argos hechas para la televisora que encabeza Ricardo Salinas Pliego causaron polémica en algunos sectores de la sociedad mexicana: “Nada personal” (1996), “Mirada de mujer” (1997), “Demasiado corazón” (1997), “El amor de mi vida” (1998), “Tentaciones” (1998), “La vida en el espejo” (1998) y “Todo por amor” (2000).

Tan reales llegaban a ser algunas historias, que los productores se valían de situaciones, escenarios, personajes o lenguajes que efectivamente existían, pero que sin embargo,

no eran de conocimiento común, por lo que la aceptación del público sólo se daba primordialmente en la zona metropolitana de la Ciudad de México, características que no reflejaban una realidad nacional sino centralista, es decir, circunscrita al Distrito Federal casi exclusivamente.

Así por ejemplo, el “acento chilango”, o los nombres de algunas colonias o calles, o el color de los taxis de la ciudad de México, son elementos que aparecen indiscriminadamente en las telenovelas, aún cuando se hacen locaciones supuestamente en algún estado del país. Esta situación, que no problema, es una extensión del pasado tanto prehispánico como colonial y centralista que ha vivido México a lo largo de su historia.

Otra de las diferencias entre los melodramas de Televisa y Televisión Azteca en cuanto a su temática, fue el tratamiento inverosímil, exagerado y hasta caricaturesco que Televisa presentaba en producciones como “Rosalinda” (1999), por citar un ejemplo. En cambio en Televisión Azteca fue posible ver actuaciones y caracterizaciones más reales donde igual se combinaban diálogos coloquiales, escenas largas, corbatas mal puestas y sacos arrugados, hasta expresiones de necesidades fisiológicas como estornudos, tos, estiramientos musculares o bostezos a la mitad de una escena o frase, que además se apreciaba en locaciones como mercados, vecindades y calles reales. Y cuando era necesario centrarse en una actuación o rostro, por ejemplo, se difuminaba el entorno para dibujar parte del rostro por medio de excesos de luz solar, oscuridad o voces apagadas y apenas audibles y planos largos con música plenamente justificada.

Desafortunadamente para muchos televidentes de telenovelas y que representaban un público nuevo y selecto, lo novedoso en la forma de hacer telenovelas en Televisión Azteca no continuó. Las tomas largas, el lenguaje coloquial y grosero, las escenas de sexo o la ausencia de absurdos pronto quedaron en el olvido, porque a finales del año 2000 y a partir de 2001 se optó por la fórmula de hacer telenovelas tradicionales que desde hace 50 años se han hecho.

Es por eso que productores, directores y escritores como Elisa Salinas, Juan David Burns, Rubén y Santiago Galindo, Humberto Zurita, Christian Bach, Epigmenio Ibarra, Carlos Payán, Hernán Vera y Antulio Jiménez Pons cedieron sus lugares a productores

como Carlos Márquez, Georgina Balzaretto, Eloy Ganuza, Gerardo Zurita, Fides Velazco y Martín Luna; o directores como Óscar Rodríguez, Carlos Sánchez Ross, Rafael Gutiérrez, Martín Barraza y Raúl Quintanilla; y escritores como Víctor Civeira, Eric Vonn, Leonardo Padrón, Claudia Larrelli, María Amparo Laibas y Alberto Barrera.

Lejos quedó la idea de algunos investigadores o intelectuales que pedían que los contenidos de la televisión y por lo tanto de las telenovelas fueran didácticos y educativos, ya que tanto Televisión Azteca como Televisa han dejado claro que no son instituciones o medios educativos, sino empresas que tiene como función obtener ingresos por medio de la comercialización de sus productos, razón por la cual están regidas por los intereses de los anunciantes y escasamente por los del público.

Bajo esta lógica se entiende que muchas veces no importa la calidad en los contenidos o los temas de las telenovelas, sino las utilidades que se pueden obtener. Es por eso que en las televisoras está primero el interés comercial que el de la sociedad.

Aún cuando Televisa ha perdido la hegemonía en la televisión mexicana, cuenta con un público cautivo y fiel que se caracteriza principalmente por clase sociales bajas y con poca preparación profesional. Su forma de hacer telenovelas, en cuanto a sus historias y temáticas ha variado muy poco, ya que desde su primera telenovela (“Senda prohibida” en 1958) hasta la más reciente (“Alborada” en 2005) se han apreciado en pantalla historias de amor siempre mezcladas de infortunios en medio de lágrimas y sufrimientos a causa de odios, envidias y toda clase de maldades.

Lo novedoso en los temas no fue creación de Televisión Azteca, ya que telenovelas latinoamericanas como las brasileñas y colombianas, principalmente, y que se transmitieron primero en Imevisión y más tarde en esta televisora, ya traían esos elementos nuevos, tanto en sus temáticas como en su realización. Como nueva opción televisiva, a Televisión Azteca no le quedaba mas que atreverse a hacer cosas diferentes y levantar polémica en sus telenovelas para entrar en franca competencia con Televisa, situación que le funcionó y le redituó en su momento.

ANEXO 1

El Peñón del Amaranto

Productor: Víctor Hugo O'Farril
Actores: Marco Muñoz y Rossana San Juan
Año: 1993

A flor de piel

Productor: Víctor Hugo O'Farril
Actores: Mariana Garza y Gerardo Acuña
Año: 1993

Entre vivos y muertos

Productor: Elisa Salinas
Actores: Héctor Bonilla
Año: 1994

Con toda el alma

Productor: Juan David Burns, Andrés García y Elisa Salinas
Actores: Andrés García, Gabriela Roel, José Alonso Mayra Rojas y Sonia Infante.
Año: 1994

Te dejaré de amar

Productor: Juan David Burns y Elisa Salinas
Actores: Rocío Banquells, Rafael Sánchez Navarro y Ana Ofelia Murguía.
Año: 1995

Tric-trac

Productor: Elisa Salinas
Actores: Ana Ofelia Murguía, Enrique Alonso y Gabriela Hassel.
Año: 1995

Rivales por accidente

Productor: Álvaro Cueva
Actores: Lorena Meritano, Karen Senties y Mayra Rojas.
Año: 1995

Nada personal

Productor: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera.
Actores: Ana Colchero, Demián Bichir y José Ángel Llamas
Año: 1996

Al norte del corazón

Productor: Rubén y Santiago Galindo

Actores: Anette Michel, Jorge Luis Pila, Fernando Ciangherotti y Dana García.

Año: 1996

La Chacala

Productor: Humberto Zurita y Christian Bach.

Actores: Christian Bach, José Alonso, Roberto Blandón, Regina Torné y Jorge Rivero.

Año: 1997

Mirada de mujer

Productor: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera

Actores: Angélica Aragón, Ari Telch, Fernando Luján, Bárbara Mori y Plutarco Haza.

Año: 1997

Demasiado Corazón

Productores: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera.

Actores: Claudia Ramírez, Demián Bichir, Gabriela Roel y Daniel Jiménez Cacho.

Año: 1997

Señora

Productores: Elisa Salinas, Juan David Burns y Humberto Zurita.

Actores: Julieta Egurrola, Héctor Bonilla, Aylín Mújica y Ana Claudia Talancón.

Año: 1998

Perla

Productor: José Ambriz

Actores: Silvia Navarro, Leonardo García y Gabriela Hassel.

Año: 1998

Tentaciones

Productor: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Vera

Actores: Lorena Rojas, José Ángel Llamas, Juan Manuel Bernal y Guillermo Murria

Año: 1998

La casa del naranjo

Productor: Rafael Gutiérrez

Actores: Saby Kamalich, Regina Orozco, Plutarco Haza y Mónica Dionne

Año: 1998

Azul tequila

Productor: Humberto Zurita y Christian Bach

Actores: Bárbara Mori, Mauricio Ochmann, Fabiola Campomanes y Víctor González.

Año: 1998

El amor de mi vida

Productor: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Verá.

Actores: Claudia Ramírez, José Ángel Llamas, Verónica Merchant y Héctor Gómez.

Año: 1998

Tres veces Sofía

Productor: Luis Vélez y Rossana Arau

Actores: Lucía Méndez, Omar Fierro, Marco Muñoz y Evangelina Elizondo
Chiquititas

Productor: Cris Morena, Rafael Gutiérrez y Eugenio Gorkin

Actores: Jair Rubín, Ana Serradilla, Fabián Corrés y Martha Aura.

Año: 1999

Yacaranday

Productor: Gustavo y Alejandro Gavira de la Rosa

Actores: Aylín Mújica, Jorge Luis Pila. Claudio Obregón y Evangelina Sosa.

Año: 1999

Romántica obsesión

Productor: José Ambriz

Actores: Juan Manuel Bernal, Plutarco Haza, Ana Claudia Talancón y Alpha Acosta.

Año: 1999

Catalina y Sebastián

Productor: Antulio Jiménez Pons

Actores: Silvia Navarro, Sergio Basañez, Alberto Mayagoitia y Kenia Gazcón.

Año: 1999

Marea brava

Productor: Alejandra Hernández

Actores: Anette Michel, Hector Soberón, Darío T.Pie y Tomás Goros.

Año: 1999

La vida en el espejo

Productor: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Verá.

Actores: Gonzalo Vega, Sasha Sokol, Héctor Bonilla y Rebeca Jones.

Año: 1999

El candidato

Productor: Humberto Zurita y Christian Bach

Actores: Lorena Rojas, Humberto Zurita, Olivia Collins y Claudio Obregón.

Año: 1999

Besos prohibidos

Productor: Juan Carlos Muñoz

Actores: Fernando Allende, Margarita Gralia, Salvador Pineda y Hielen Abad.

Año: 1999

Háblame de amor

Productor: Luis Vélez y Rossana Arau

Actores: José Alonso, Julieta Eguirrola, Danna García y Bruno Bichir.

Año: 1999

Tío Alberto

Productor: Luis Vélez y Rossana Arau

Actores: Héctor Bonilla, Verónica Merchant, Mark Tacher y Montserrat Ontiveros.

Año: 2000

Todo por amor

Productor: Epigmenio Ibarra, Carlos Payán y Hernán Verá.

Actores: Angélica Aragón, Fernando Luján, Ana de la Reguera y Cecilia Suárez.

Año: 2000

Souvenir

Productor: Rodrigo Abed

Actores: Jesús Ochoa, Ana Serradilla, Leonardo Daniel y Regina Orozco

Año: 2000

La calle de las novias

Productor: Humberto Zurita y Christian Bach

Actores: Silvia Navarro, Omar Fierro, Juan Manuel Bernal y Margarita Sanz.

Año: 2000

Golpe bajo

Productor: José Rendón

Actores: Lucía Méndez, Rogelio Guerra, Salvador Pineda y Alejandra Maldonado

Año: 2000

El amor no es como lo pintan

Productor: Antulio Jiménez Pons

Actores: Héctor Soberón, Vanessa Acosta, Gina Romand y Sergio Klainer

Año: 2000

Ellas: Inocentes o culpables

Productor: Antulio Jiménez Pons

Actores: Lupita D'alesio, María Rojo, Susana Alexander y Leonardo García

Año: 2000

Amores, querer con alevosía

Productor: Luis Vélez y Rossana Arau

Actores: Bárbara Mori, Christian Meier, Juan Manuel Bernal y Jesús Ochoa.

Año: 2001

Cuando seas mía

Productor: Rafael Gutiérrez

Actores: Silvia Navarro, Sergio Basañez, Anette Michel y Rodrigo Abed.

Año: 2001

Lo que es el amor

Productor: Alicia Carvajal

Actores: Fernando Luján, Claudia Ramírez, Leonardo García y José Alonso.

Año: 2001

Súbete a mi moto

Productor: Elisa Salinas, Antulio Jiménez Pons y Gerardo Zurita.

Actores: Bárbara Mori, Vanessa Acosta, Mark Tacher y Sandra Echeverría.

Año: 2002

Por ti

Productor: Elisa Salinas, Juan David Burns, Fides Velasco y Rafael Gutiérrez.

Actores: Leonardo García, Ana de la Reguera, Luis Felipe Tovar y Regina Torné.

Año: 2002

La duda

Productora: Elisa Salinas y Fides Velasco

Actores: Silvia Navarro, Omar Germenos, Víctor González y Sergio Bustamante

Año: 2002

El país de las mujeres

Productora: Elisa Salinas, Juan David Burns, Georgina Balzaretta y Fernando Chacón.

Actores: Rebecca Jones, Margarita Gralia, Sasha Sokol y José Alonso.

Año: 2002

Agua y aceite

Productora: Elisa Salinas, Juan David Burns, Humberto Zurita y Christian Bach.

Actores: Christian Bach, Humberto Zurita, Héctor Bonilla y María Reneé Prudencio.

Año: 2002

Un nuevo amor

Productora: Elisa Salinas, Julio Fons, Fides Velasco y Rafael Gutiérrez

Actores: Sergio Basáñez, Karen Sentíes, Fernando del Solar y Vanessa Acosta.

Año: 2003

Dos chicos de cuidado en la ciudad

Productora: Carlos Márquez

Actores: Víctor García, Raúl Sandoval, Rafael Sánchez Navarro y Arcelia Ramírez.

Año: 2003

Enamórate

Productora: Elisa Salinas y Gerardo Zurita

Actores: Yahir, Martha Higareda, Fernando Sarfati y Amara Villafuerte.

Año: 2003

La hija del jardinero

Productora: Igor Manrique

Actores: Mariana Ochoa, Carlos Torres, José Alonso y Ana Ofelia Murguía

Año: 2003

Mirada de mujer. El regreso

Productora: Elisa Salinas, Fides Velasco, Myrna Ojeda y Pedro Lira.

Actores: Angélica Aragón, Ari Telch, Héctor Bonilla y Evangelina Elizondo.

Año: 2003

Tan infinito como el desierto (Miniserie)

Productor: Martín Luna, Genoveva Martínez y María Eva Hernández
Actores: Ana Serradilla, Adriana Parra, Arcelia Ramírez y Jesús Ochoa.
Año: 2004

Soñarás

Productor: Eloy Ganuza Santos
Actores: Yahir, Vanessa Acosta, Lisset y Sandra Echeverría.
Año: 2004

Los Sánchez

Productor: Martín Luna y Ángel Mele
Actores: Luis Felipe Tovar, Martha Mariana Castro, Libertad y Alejandro Bracho.
Año: 2004

Las Juanas

Productor: Martín Luna, Fides Velasco y Emilia Lamothe
Actores: Ana Serradilla, Martha Higareda, Fernando Luján y Margarita Sáenz.
Año: 2004

La heredera

Productor: Martín Luna, Gerardo Zurita y Martha Pérez-Valdéz
Actores: Silvia Navarro, Sergio Basáñez, Aylín Mújica y Juan Manuel Bernal.
Año: 2004

Belinda, amor mío

Productor: Igor Manrique
Actores: Mariana Torres, Leonardo García, Regina Torné, Carlos Mata y Héctor Bonilla.
Año: 2004

La otra mitad del sol

Productor: Martín Luna, Patricia Benítez y Jorge Ríos
Actores: Anette Michel, Damián Bichir, Ari Telch y María René Prudencio.
Año: 2005

Top Models

Productor: Martín Luna, Miguel Ángel Rodríguez, Sergio Zurita y Miguel Ángel Pérez
Actores: Mariana Ochoa, Michel Gurfi, Fernando Ciangherotti y Rodrigo Abed.
Año: 2005

Ni una vez más (Miniserie)

Productor: Genoveva Martínez

Actores: Angélica Aragón, Evangelina Sosa, José Alonso y Sergio Bustamante.

Año: 2005

Amor en custodia

Productor. Liliana Abud

Actores: Margarita Gralia, Sergio Basáñez, Sergio Klainer y Regina Torné

Año: 2005

Machos

Productor: Carlos Márquez

Actores: Plutarco Haza, Héctor Bonilla, Julieta Egurrola y Pedro Sicard.

Año: 2005

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta M . Y Dávalos F. **La televisión universitaria.** Cuadernos del centro de estudios de comunicación, UNAM.
- Baena Paz, Guillermina. **Instrumentos de investigación, tesis profesionales y trabajos Académicos.** México, Editores Mexicanos Unidos, 134 p.
- Barbero, Jesús Martín. **Televisión y melodrama.** Colombia, Editorial Tercer Mundo Editores. 1992, 299p.
- Bohman, K. **Medios de comunicación y sistemas informativos en México.** CONACULTA-ALIANZA, México, 1991.
- Camero, Francisco. **La investigación como proceso de enseñanza aprendizaje; cómo elaborar trabajos de investigación.** México. Editorial Quinto Sol, 1989, 118 p.
- Carrandi Ortiz, Emilio. **Testimonio de la televisión mexicana.** México 1986, Editorial Diana.
- Castro Leal, Antonio. **La novela del México colonial.** México, Editorial Quinto Sol, 1986, 1096 p.
- Cueva, Álvaro. **Telenovelas en México.** México, Editorial CITEM, 2005.
- Fernández Christlieb, Fátima. **Los medios de difusión masiva en México.** México, Editorial Juan Pablos, 1985, 330 p.
- Gómez-Mont, Carmen. **El desafío de los nuevos medios de comunicación.** México, Editorial Diana, 1992.

- Guddini, Alfredo. **Indiscreciones de la televisión.** 3ª. Edición, México, Editorial Posada, 1992, 321 p.
- López Pumajero, Tomás. **Aproximación a la telenovela.** España, Editorial Cátedra, signo e imagen, 1997, 183 p.
- Matterlart, Armand. **Los medios de comunicación de masas.** Editorial ED CID, 1977.
- Mazziotti, Nora. **La industria de la telenovela.** Argentina, Editorial Piados, 1997.
- Muñoz Aguilar, María de la Luz. **La telenovela como reflejo de la ideología dominante.** Tesis de la Facultad de Ciencia Políticas y Sociales UNAM, 1986, 184 p.
- Pardinas, Felipe. **Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales.** 25ª edición. México, Editorial Siglo XXI, 1982, 212 P.
- Rojas Soriano, Raúl. **Guía para realizar investigaciones sociales.** México, Editorial Plaza y Valdéz, 1995, 286 p.
- Sánchez de Armas, Miguel Ángel. **Apuntes para una historia de la televisión mexicana I.** México, Editorial Espacio 98 y Revista Mexicana de Comunicación. 1998
- Trejo Delabre, Raúl. **Televisa, el quinto poder.** 1ª reimpresión. México, Editorial Claves Latinoamericanas, 1991, 310 p.

HEMEROGRAFÍA

Álvarez, Ethel. **Telenovelas infantiles. Había una vez...** Gente en Reforma Pág. 5. 17 de Agosto de 1998.

Álvarez, Ethel. **Quién nivelar sus esfuerzos.** Gente en Reforma Pág. 4. 10 de Febrero de 1998.

Amezcuca, Carmen. **Fabricantes de lágrimas y risas.** Suplemento Magazine en Reforma. Págs. 18 y 19. 10 de enero de 1999.

Boomer, Tony. **El privilegio de competir.** Gente en Reforma Pág. 17. 18 de Octubre de 1998.

Cabello, Lérica. **40 años de telenovela.** Espectáculos en El Universal. Pág. 1 y 9. 8 de Junio de 1998.

Cabello, Lérica. **Protestan padres de familia contra “Mirada de Mujer”.** Espectáculos en El Universal. Pág. 11. 6 de Febrero de 1998.

Cacho, Yalín. **Pierde Televisión Azteca round en la guerra del rating.** Negocios en El Financiero Pág. 10. 25 de Enero de 2004.

Castillo, Marco. **¡Qué inicio mas limpio!** Suplemento 40 años de hacer drama en Reforma. Pág. 25. 31 de Julio de 1998.

Castillo, Marco. **Nace la telenovela.** Suplemento 40 años de hacer drama en Reforma. Pág. 5. 31 de Julio de 1998.

Castillo, Marco. **El dorado triunfo de una trama oscura.** Suplemento 40 años de hacer drama en Reforma. Pág. 10. 28 de agosto de 1998.

Cruz, Osiel. **Desmiente Televisión Azteca la venta del 74 % de su participación de canal 4 en Chile.** Finanzas en El Universal Pág. 7. 15 de Noviembre de 1998.

Cueva, Álvaro. **El pozo de los deseos reprimidos**. Hey! en Milenio. Pág. 4. 25 de Enero de 2005.

Dávalos, Patricia. **La infidelidad y la pasión en la telenovela el amor de mi vida con Claudia Ramírez y José Ángel Llamas**. Espectáculos en La Crónica. Pág. 47. 6 de Octubre de 1998.

Dávalos, Patricia. **Los ricos lloran, pero de gusto**. Espectáculos en La Crónica. Pág. 17. 11 de Junio de 1998.

Dávalos, Patricia. **Las telenovelas en México. Cuatro décadas de drama**. Espectáculos en La Crónica. Pág. 15. 8 de Junio de 1998.

De León, Angélica. **Su destino está en suspenso**. Gente en Reforma. Pág. 9. 25 de marzo de 1999.

De León, Angélica. **Instan a protestar contra “Tentaciones”**. Gente en Reforma. Pág. 17. 22 de Abril de 1999.

De León, Angélica. **Cambia de canal pionera de las telenovelas**. Gente en Reforma. Pág. 8. 23 de Octubre de 1998.

Díaz, Verónica. **Los azaroso 30 años del cabalístico 13**. Agenda del Espectador en El Financiero. Pág. 46. 10 de Octubre de 1998.

Díaz, Verónica. **Con la mirada hacia el sur**. Agenda del Espectador en El Financiero. Pág. 20. 21 de Agosto de 1998.

Díaz, Verónica. **Cenicientas andinas**. Agenda del Espectador en El Financiero. Pág. 17. 21 de febrero de 1999.

Garay, Adriana. **Melodramas de a libra**. Gente en Reforma. Pág. 1. 21 de Febrero de 1999.

Garay, Adriana. **El negocio de las telenovelas.** Gente en Reforma. Pág. 1. 21 de Febrero de 1999.

Garay, Adriana. **Se prepara el sandwich.** Gente en Reforma. Pág. 1. 23 de Abril de 1998.

Garay, Adriana. **Hará Televisión Azteca 15 telenovelas.** Gente en Reforma. Pág. 17. 23 de Diciembre de 1998.

García, Sandra. **La telenovela, un género en constante evolución.** Espectáculos en El nacional. Pág. 37. 7 de Noviembre de 1995.

Guerrero, Francisco Javier. **El fandango de las telenovelas.** El Búho en Excelsior. Pág. 3. 15 de Febrero de 1998.

Hernández, Jesús. **Una lágrima recorre el mundo.** Agenda del Espectador en El Financiero. Pág. 50. 28 de Marzo de 1998.

Mateos, Mónica. **El producto de Televisa se cotiza en 3 mil dólares la hora.** Cultura en La Jornada. Pág. 28. 24 de Octubre de 1997.

Mejía, Angelina. **Televisión Azteca invertirá 20 millones de pesos para su expansión en el mercado hispano.** Negocios en El Financiero. Pág. 20. 21 de Agosto de 1998.

Morales, Felipe. **Juan David Burns: Las telenovelas de Televisión Azteca evitan caer en lo absurdo.** Espectáculos en El Universal. Pág. 2. 9 de Abril de 1999.

Notimex. **Festejan en Rusia la primera década de la telenovela latinoamericana.** Espectáculos en El Universal. Pág. 6. 11 de junio de 1998.

Notimex. **“Usurpa” el rating de Univisión.** Gente en Reforma. Pág. 7. 7 de Febrero de 1999.

Notimex. **Las telenovelas de Televisión Azteca tienen buenos niveles de calidad.** Sección “A” en Excelsior. Pág. 5. 20 de Diciembre de 1998.

Olvera, Marco Antonio. **Renueva imagen Televisa.** Gente en Reforma. Pág. 9. 6 de Marzo de 1999.

Rondero, Roberto. **Competencia cerrada.** Espectáculos en El Universal. Pág. 6. 5 de Enero de 1999.

Rondero, Roberto. **Las telenovelas. ¿Fábrica de ilusiones o reflejo de la realidad?** Espectáculos en El Universal. Pág. 11. 3 de Noviembre de 1998.

Rosas, Héctor. **Una revolución anunciada.** Suplemento 40 años de hacer drama en Reforma. Pág. 28. 23 de octubre de 1998.

Salazar, Alejandra. **Telenovelas alrededor del mundo.** Espectáculos en El Nacional. Pág. 37. 7 de noviembre de 1995.

Valencia, Mónica. **Es hora de ver “Chiquititas”.** Gente en Reforma. Pág. 1. 16 de Noviembre de 1998.