

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



*"LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN EL DECLIVE DE
LA RADIONOVELA EN MÉXICO"*

TESIS

PRESENTA: SERRANO MORENO ADRIANA

DIRECTOR DE TESIS: MABARAK CELIS ADELA

CARRERA: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

OPCIÓN: PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

AÑO: 2009



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.

Dedico este trabajo:

Principalmente a mi mamá por su apoyo incondicional y su esfuerzo de ser madre y padre a la vez, porque sin ella simplemente no estaría aquí.

A mis hermanos por ser los pilares de mi vida, su fuerza siempre ha sido mi ejemplo a seguir.

Al ángel más grande que tengo allá arriba, mi padre. Una promesa más, cumplida.

A ti, por ayudarme a seguir, sin rendirme.

A mi asesora por su paciencia y constancia.

A todas las personitas que me ayudaron incondicionalmente para que se llevara a cabo este trabajo de investigación.

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN EL DECLIVE DE LA RADIONOVELA EN MÉXICO.

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: LOS INICIOS DE LA RADIO EN MÉXICO | 3 |
| I.1. LAS PRINCIPALES FRECUENCIAS DE LA ÉPOCA..... | 8 |
| I.2. EL RADIOTEATRO | 11 |
| I.2.1. La acción dramática en lo auditivo..... | 14 |
| I.3. EL SURGIMIENTO DE LA RADIONOVELA MEXICANA..... | 16 |
| I.4. EL AUGE DE LA RADIONOVELA..... | 18 |
| I.4.1. La imagen radiofónica..... | 22 |
| I.5. ALGUNAS FRECUENCIAS CON ÉXITO EN LA RADIONOVELA..... | 24 |
| I.5.1. Radio Cadena Nacional..... | 24 |
| I.5.2. Radio Red..... | 28 |
| I.5.3. XEW | 28 |
| CAPÍTULO II: LA TELEVISIÓN MEXICANA, UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN | 32 |
| II.1. EL INICIO DE LA TELENNOVELA | 34 |
| II.1.1. El consumo y la Telenovela | 36 |
| II.1.2. Telenovelas de Contenido Social | 37 |
| II.2. ESTILOS Y COTIDIANIDAD EN LAS TELENNOVELAS MEXICANAS..... | 45 |
| II.2.1. La protagonista de la telenovela..... | 46 |
| II.2.2. El galán dentro de la historia..... | 48 |
| II.2.3. El villano del cuento..... | 49 |
| II.3. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN..... | 51 |
| II.4. LA TELENNOVELA EN NUESTROS DÍAS..... | 53 |
| CAPÍTULO III: LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA EN EL DECLIVE DE LA RADIONOVELA EN MÉXICO | 57 |
| III.1. EL DECLIVE DE LA RADIONOVELA EN MÉXICO..... | 59 |
| III.2. LA RADIONOVELA COMO PRODUCTO POCO RENTABLE..... | 66 |
| III.3. EL AUGE DE LA TELENNOVELA..... | 68 |
| III.4. LA RADIONOVELA EN NUESTRO TIEMPO..... | 76 |
| III.4.1. Resurgimiento de la radionovela..... | 78 |
| CONCLUSIONES | 81 |
| BIBLIOGRAFÍA | 87 |
| ANEXOS | 89 |

INTRODUCCIÓN

Para esta investigación nuestro punto de partida serán los inicios de la radio en México, los cuales fueron en los años veinte en donde además de modernizar el país la radio podía tener la capacidad de unirlos tras haber pasado por varios cambios políticos y económicos, en este contexto la radiofonía emitía sus primeras señales de vida, para que después surgieran los radioaficionados.

Dentro de este primer capítulo se hablará de cómo surge la radionovela siguiendo algunos pasos del radio teatro, el cual fue el punto de partida de la radionovela en México. Es así como toma forma la investigación, dando a conocer el surgimiento de la radionovela en el año de 1930, convirtiéndose así en una forma de entretenimiento para la sociedad en donde cabe mencionar, había aproximadamente 15 millones de habitantes y la mayoría era analfabeta.

Otro de los puntos a tratar para este capítulo son los actores radiofónicos, quienes forman parte importante para la realización de una radionovela. Es así como se llega al gran auge de dicho género del año 1945 a 1950, en donde la XEW realizó el mayor número de radionovelas multiplicando sus ingresos en un 2.5%.

El primer capítulo termina con un recuento de las principales frecuencias radiofónicas que llevaron a cabo producciones de radionovela con éxito, como lo fue Cadena Nacional y Radio Red.

En el segundo capítulo, se aborda el tema de la televisión mexicana como nuevo medio de comunicación y como nuevo medio de entretenimiento para la familia, en este caso nos basaremos en el surgimiento de la telenovela, el consumo de ésta y las telenovelas de contenido social.

Es importante tocar también los estilos y cotidianeidades que generan las telenovelas mexicanas y cómo reacciona la sociedad ante éstos factores.

Después llega el subtema titulado "La importancia de la imagen" en donde se analizará si hubo o no impacto en el público con el fenómeno de la novela televisiva (con imagen), trayendo consigo nuevos estereotipos, formas y concepciones de vida.

Se finaliza con el capítulo tres, en donde se busca analizar el problema de la tesis, el saber qué tanta influencia tuvo la televisión mexicana, en específico la telenovela, para llevar a un declive a la radionovela mexicana.

Es importante profundizar sobre cómo fue ese declive y cómo es que lo perciben algunos productores de radionovelas. Así, llegamos al apartado “La radionovela como producto poco rentable”, en donde se entrevistarán a productores de radionovelas y un actor del mismo género, para vislumbrar un poco el camino que tuvo y que tendrá en algún tiempo la radionovela.

Así también como los factores importantes que ayudaron a la desaparición de ésta y el por qué dejó de ser un producto poco llamativo para los productores, ¿en realidad la radionovela se convirtió en un producto ya no rentable?

También se hablará del auge de la telenovela, conocer si ha tenido una época de oro como la tuvo la radionovela y saber cuál es la perspectiva de un productor de telenovela, hacia dónde vislumbra su camino o su fin.

Finalmente, es de suma importancia el saber qué es lo que está pasando con la radionovela hoy en día, si se sigue produciendo, con qué frecuencia, quién la está produciendo, cuáles son sus temáticas y sobre todo qué se necesita para pensar en un resurgimiento.

CAPÍTULO I

LOS INICIOS DE LA RADIO EN MÉXICO

Durante toda la segunda década del siglo XX, en México, se vivían tiempos difíciles debido a la Revolución Mexicana. Batallas, traiciones, destierros, asesinatos e inconformidades eran la constante alrededor de todo el territorio mexicano. Para la mayoría de las personas, la sobrevivencia diaria era la prioridad de aquellos tiempos por lo que era difícil pensar en el estudio de avances tecnológicos.

Sin embargo, un hombre llamado Constantino de Tárnava terminaba sus estudios de ingeniería en la universidad de Notre Dame para, posteriormente, regresar a su ciudad natal, Monterrey, en donde para el año 1919 empieza a transmitir con una pequeña emisora de 50 watts, cuyas siglas eran T-ND, que significaban "Tárnava-Notre Dame".

La primera emisión radiofónica efectuada en la ciudad de México data del 27 de septiembre de 1921, la cual fue escuchada desde los bajos del Teatro Ideal (ubicado en Dolores No. 6) hasta el Palacio Nacional, fue una transmisión que tuvo una distancia aproximada de 300 metros.

"Los animadores de dicha emisión fueron el Dr. Adolfo Enrique Gómez Fernández quien celebraba su cumpleaños número 26, y su hermano el dentista Pedro. En la parte musical José Mojica interpretó Vorrei, del italiano Paolo Tosti, y la niña de 11 años de edad María de los Ángeles Gómez Camacho, hija del Doctor Gómez, cantó Tango Negro del compositor neoleonés, Jesús García.

Se habló de quienes participaron como artistas invitados, y se hizo alusión a que el productor cumplía años, sin darle mayor importancia al hecho radiofónico."¹

La estación del Doctor Gómez² duró poco más de un año transmitiendo los fines de semana programas de corte musical, hasta vender el transmisor para irse a radicar a Saltillo Coahuila, donde se pierde en la bruma.

¹ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pp. 83.

Casi un mes después, el 9 de Octubre de 1921, entre las 20:30 y las 22 horas, el ingeniero Tárnava, llevó a cabo su primera emisión en vivo de su estación TND. En dicha emisión tomaron parte la soprano María Itirria, los pianistas Carlos Pérez Maldonado y de Saint Jhon F. Barragán y el declamador Eudocio Villareal.

“La planta del Ingeniero Constantino de Tárnava, obtuvo en 1923 la licencia para operar y fue conocida como la 24-AO, después como la C4O y, años más tarde, ya con carácter comercial, se denominó la XEH.”³

“Una cultura eminentemente oral como la nuestra, iba a propiciar el crecimiento de esta nueva modalidad de la palabra hablada, del decir y del sonido. Eso desarrollaría a la radio de manera inusitada. Tomando en cuenta que, hacia 1921, México tenía 15 millones de habitantes y 12 millones de analfabetos.”⁴

Tiempo después, comienzan los anuncios publicitarios en dichas emisiones. Tárnava empieza a vender entre sus conocidos, tiempo para anuncios comerciales y aparatos receptores, todo esto con el objetivo de conseguir financiamiento y mucha más audiencia. Es así como se inicia la radio comercial en México.

Con dicha venta, Constantino de Tárnava, condensaba una de las grandes opciones que ofrece la radio, la publicidad, teniendo en cuenta que sólo convirtiendo a la radio en industria, ésta podía sobrevivir.

Sin embargo, fueron muy pocas las estaciones radiofónicas fundadas en los años veinte que tuvieron vida larga; fue también aquella época, una década de radioaficionados.

² El 27 de septiembre de 1921, por la noche, el joven Adolfo Enrique Gómez Fernández, de 26 años, pone a funcionar, con la ayuda de su hermano Pedro, un transmisor de 20 watts de potencia. Los Gómez Fernández, que contaban con el patrocinio del empresario Pedro Barra Villela para sus experimentos, instalan el equipo, marca De Forest, en la planta baja del Teatro Ideal de la Ciudad de México y transmiten desde ahí un breve programa radiofónico integrado por dos canciones.

³ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pp. 85.

⁴ Hernández García, Teresa. Las diferentes épocas de auge de la radionovela en el Distrito Federal, pág. 23. México 1995. UNAM.

Quienes podían obtener un transmisor y receptor comenzaron a tomar como pasatiempo el escuchar las estaciones existentes, para después convertirse en una costumbre y hasta en un modo de vida: ser radioaficionado.

Éstos últimos, formaron la Liga Nacional de Radio con la finalidad de intercambiar experiencias, programas, seminarios, conferencias e ir constituyéndose en un gremio estable, es así como, los aficionados a la radio constituyen el 6 de julio de 1922, en el Colegio Francés de la Ciudad de México, la Liga Nacional de Radio.⁵

Meses después fue creado el Centro de Ingenieros y el Club Central que se fusionaron tiempo después convirtiéndose en la Liga Central Mexicana de Radio.

Sin duda alguna, el año de 1921 marcó la transición. Los radioaficionados lograron que la radiofonía tomara aspectos de una gran industria, al crear programas estructurados con contenidos ideológicos. Así es como nacía la radio en México, un nuevo medio de comunicación.

En el mismo año de 1921 llega otra emisora, la X-1, cuyo propietario fue Jorge Peredo, quien experimentaba a través de ella desde San Angel.

Estas fueron las dos primeras radiodifusoras en el año de 1921, “en sentido de comunicación pública y emisión de voz y sonido a distancia con fines comerciales, para después dar paso a las siguientes 46 empresas que en un lapso de 13 años (de 1923 a 1936) bañarían con su señal los aproximadamente dos millones de kilómetros cuadrados de territorio mexicano”⁶

En 1922, José de la Herrán fue la primera radiodifusora en la Ciudad de México con 2 horas de transmisión a la semana y sus siglas eran JH, su primera transmisión se realizó el 19 de marzo en la calle República de Argentina. Y fue la primera estación de divulgación oficial mexicana.

⁵ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pp. 86.

⁶ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Tomo 1. Pág. 4.

En el año de 1923, el 16 de septiembre, surgió la emisora CYB que después se conocería con las siglas XEB. El presidente Álvaro Obregón fue el encargado de inaugurarla. Y el locutor pionero de la CYB fue Jorge Marrón, el Dr. I.Q.

“A partir de 1923, los pioneros echan a andar nuevas estaciones de radio pero ahora con un paso adelante, debido a la incursión de México, en 1929, a la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones en Washington, D.C. ahí recibe sus indicativos. Llega la licitación internacional de operación, bajo un código de sus emisoras de señal auditiva llamado XE (Xilófono-ECO). Las primeras en funcionar con dicha licitación fue la de Tárnava que pasó a ser la XEH.”¹

En abril de 1923 se instaló “La casa del Radio de El Universal” sus siglas eran CYL. Contaba con un equipo de 4 bulbos de 250 watts cada uno. Esta emisora transmite por primera vez el Himno Nacional y el 10 de mayo, se hace la primera transmisión con publicidad de Sanborns. Esta estación fue la más importante en ese año.

“El comienzo de la misma se debió a que el señor Raúl Azcárraga tenía una tienda de radios llamada “La casa del radio”, en donde además tenía instalada una planta de 50 mil watts de potencia.”²

Tenía una gran amistad con el periodista Félix F. Palavichini, éste lo puso en contacto con el director en ese entonces, Carlos Noriega, del periódico El Universal Ilustrado, quien también quería incursionar en la radio.

Por ello, ambos empresarios se unieron y el 8 de mayo de 1923 a las veinte horas inauguraron la radiodifusora CYL, sus transmisiones fueron los martes y viernes de cada semana, de nueve a once de la noche, llevando a músicos y cantantes de reconocido prestigio y calidad.

Otra de las estaciones de radio fundadas en la década de los veinte de gran importancia fue la CYB, después conocida como la XEB.

¹ Hernández García, Teresa. Las diferentes épocas de auge de la radionovela en el Distrito Federal, pág. 24. México 1995. UNAM.

² *Ibidem*. Pág. 29.

Todo comienza cuando el gerente de la cigarrera *El Buen Tono* de la Ciudad de México, adquiere una planta transmisora, la cual le es traída desde Estados Unidos por el señor Raúl Azcárraga.

Al siguiente día de llegada la planta transmisora, emitía por primera vez la radiodifusora CYB, gracias a la participación en el ensamble del equipo de 500 watts de los técnicos de la estación JH.

Igual que otras emisoras, la programación de la CYB se formó en un 80% de música de todo tipo. Es en esta estación, en donde se presentan los primeros radioteatros comerciales dirigidos por Doña Pura Córdoba.

La CZE, propiedad de la Secretaría de Educación Pública, fue inaugurada el 30 de noviembre de 1924. Con su programación cultural, años después, se convertiría en una de las estaciones culturales de gran importancia dentro del país, nombrada ahora como XEEP, Radio Educación.

Para 1925, ya estaban operando 11 radiodifusoras en el país; siete en la capital y cinco en el interior del país.

En el año de 1929 se vivió una gran depresión económica en los Estados Unidos lo cual también le afectó a nuestro país en ciertos sectores. A pesar de los tiempos difíciles, la radio progresó en medio de aquella depresión, esto gracias a la transmisión de música, a los cómicos y a las noticias dramáticas que distraían al público. Por su parte, el ingreso publicitario en lugar de disminuir, aumentó rápidamente.

“Sin duda alguna, el poder de convocatoria de la radio, la facultad de unir a todos en un mismo “radio” de acción y bajo las mismas premisas, es el fundamento que dotó a la industria de posibilidades de crecer.”³

³ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Tomo 1. pág. 56.

I.1. LAS PRINCIPALES FRECUENCIAS DE LA ÉPOCA

El 18 de septiembre de 1930, Emilio Azcárraga Vidaurreta inaugura la XEW, con el lema “La voz de la América Latina desde México”. Surgieron figuras como Pedro Vargas, Agustín Lara, Toña La Negra, Emilio Tuero, Gabilondo Soler “Cri-Cri”, Pedro Infante, Jorge Negrete, Arturo Córdoba, entre muchos otros.

La XEW fue la responsable de iniciar una época de Oro en la radio. Lo hizo posible gracias a que contaba con los mejores equipos y con las técnicas de radiodifusión traídas de Estados Unidos.

Tenía 5 mil watts de potencia y una cuidadosa selección de artistas, programas, operadores y estudios, dicha estación, le daba oportunidad a personas que aspiraban a ser cantantes. Gracias a todo ello, fue que la XEW creció y fueron muy escuchados sus programas, tales como, “*La Hora del Aficionado*”, “*La Hora Azul*”, “*El Risómetro*”, entre otros.

De 1930 a 1937, la XEW sólo encontró competencia con la XEB, ésta última constituida en una estación internacionalizada en donde los artistas acudían para ser escuchados.

“Ante el constante crecimiento de la radiodifusión, en 1931 ya existen 31 estaciones en el país y se prevé un crecimiento explosivo para el futuro, el gobierno de la República comenzó a emitir disposiciones legales para regular el funcionamiento de esta actividad.

Se sustituyó el régimen de permisos, que operaba en los años veinte, por el de concesiones, más acorde a una actividad de tipo comercial que utilizaba un bien del dominio de la nación, el espacio aéreo. Las concesiones para explotar comercialmente una frecuencia radiofónica se otorgaron hasta por cincuenta años y con ello el gobierno esperaba estimular el crecimiento de la radiodifusión pues, se suponía, los empresarios tendrían mayor seguridad para invertir en esta actividad.”⁴

Asimismo, en 1931 se publica el 25 de septiembre en el Diario Oficial de la Federación

⁴ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pp. 84.

el "Decreto que establece el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión en conexión con la Red Telegráfica Nacional", cuyo objetivo es incrementar la inserción de anuncios comerciales en la industria radiofónica.

Desde 1933, el Estado cuenta con tiempo de transmisión en las emisoras comerciales para difundir masivamente sus mensajes; estos espacios han estado y están previstos en la legislación.

Sin duda alguna, los años 30's fueron el inicio y acomodo dentro de la radio mexicana. Por ejemplo, el 23 de febrero de 1937 se constituye en la Ciudad de México la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER), organización que agrupa a radiodifusores de diversos lugares de la República.

“El 11 de junio esta naciente organización gremial se transforma en Asociación Mexicana de Radiodifusoras Comerciales (AMERC), que agrupó a 20 estaciones del país. Su objetivo era defender los intereses comunes de los radiodifusores y hacer frente común en todos los casos en que puedan resultar afectadas sus actividades”.⁵

Poco a poco se conformaba el monstruo de la radio en México. En Octubre de 1938 llega la XEQ en donde se ponderaba la buena voz, el buen decir. Ésta contaba con su propio departamento de producción, considerada para algunos como la caja de Pandora de la radio, más tarde, también, lo sería de la televisión.

Para 1941, ya existían en México 126 estaciones de radio y 34 estaban dentro del Distrito Federal, la XEW ocupaba un papel fundamental, pues durante más de diez años había logrado una gran popularidad en todo México gracias a la talla de artistas que promocionaban, a su buena organización administrativa y, sobre todo, al apoyo de las grandes cadenas norteamericanas. Sin duda alguna, la XEW era un punto clave dentro de la comunicación social en México.

En el año de 1942 surge la XEOY, hoy Radio Mil. Dicha estación se convierte en fuerte competencia para la XEW y la XEQ. Gracias a que Radio Mil tenía un afán de experimentación, llevando así a los receptores, música clásica, toros, béisbol y espectáculos populares. Esto la llevó a ser una estación de carácter selecto, además

⁵ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pp. 84.

de que estableció algo fundamental, la profesionalización de ventas de espacios radiofónicos.

“Dos sociedades radiofónicas extranjeras trataron de poner pie en México. La British Broadcasting Corporation (BBC) poseía, en 1945, 23 estaciones y la Mutual Broadcasting System (MBS), de Estados Unidos, poseía la cadena Radio Mil de la capital mexicana.”⁶ Era Guillermo Salas, un excelente hombre de negocios quien fungía como director general del canal 13 en la ciudad de Hermosillo, Sonora, y era propietario de la cadena Núcleo Radio Mil (NRM) con siete estaciones en la capital.

En la actualidad, se sabe que “la radio es una función de originalidad. No puede repetirse. Día con día debe crear algo nuevo. No es simplemente una función que transmita verdades e informaciones. Debe tener una vida autónoma en esta logofera, en este universo de la palabra, en esta palabra cósmica que es una nueva realidad del hombre”.⁷

Pero fue Radio Mil, en aquellos tiempos, quien marcó clara diferencia en el quehacer del ámbito radiofónico, esto gracias a su arduo trabajo, pues obligó a las demás emisoras, que se encontraban dentro del Distrito Federal, a mejorar sus contenidos e invertir más en su infraestructura.

Más tarde, en 1947 llega la XEX, fundada por el locutor Alonso Sordo Noriega, quién, según él, pretendía contribuir a la restauración de los valores en la sociedad por medio de producciones de corte conservador y moralista como *La Última Noche*, *Diez Minutos Más*, *Tú ya no Soplas*, *Juan Charrasqueado*, *Aventurera*, *El Hijo Desobediente*, *Pecadora*, *Toda una vida*, *Frío en el Alma* y *Traigo mi 45*, las cuales fueron bien recibidas por el público radioescucha.

“La XEX, después de pedir permiso, entraba a los hogares con un acento de dignidad y decencia, desterrando todo lo innoble que pueda manchar la pureza de nuestros hijos y el recato de nuestras esposas”⁸

⁶ Bohmann, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. Alianza Editorial Mexicana, México, 1986, pag. 101.

⁷ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, D.F. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Tomo 1. pág. 16.

⁸ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, D.F. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Tomo 1. Pág. 114.

A fines de la Segunda Guerra Mundial llega la televisión como mediadora de las comunicaciones públicas y la sociedad se transformaría en otra completamente diferente a la que en los años veinte escucharan a “cara cortada”.

Había terminado una época, “la época de oro radiofónica”, es decir, desfallecía el público que se había enamorado totalmente de la radio. La migración de talento operativo y artístico hacía los estudios de televisión fue grande y devastadora para la radiodifusión.

Al llegar la televisión se preparaba un nuevo ambiente, un modelo de comunicación a distancia. Estaba a un paso la máquina de imágenes.

I.2. EL RADIOTEATRO

Cabe mencionar que la radionovela no se hizo de la noche a la mañana. El antecedente fue el radioteatro, el cual consistía en adaptar obras de teatro para radio e invitar actores de gran talla, para que actuaran durante la transmisión en vivo. “El radioteatro llega como una labor iniciada con fines culturales y como una contribución al desarrollo del gusto por el teatro”⁹

Cuando hablamos de radioteatro, no hablamos de un tema nuevo, surgió en Europa, especialmente en Inglaterra y Francia, cuando las radiodifusoras se dieron cuenta de que podían aprovechar la radio, como apoyo a otras artes como el teatro.

Tiempo después, el radioteatro llega a Estados Unidos y, posteriormente, a México. Fue así que las radiodifusoras mexicanas escrituraron pequeñas compañías de actores, haciendo creer a los radioescuchas que el “teatro en el radio” había sido estudiado con paciencia y cariño, creando un repertorio dramático con mucha particularidad, en el cual una comedia bien dicha delante del micrófono podría tener un éxito superior al de las transmisiones musicales.

Cabe mencionar que, la voz del actor era de suma importancia; puesto que, en el radioteatro, el ojo, que es el órgano que nos da la mayor seguridad de las cosas, abandona por un momento su función para permitirle a la mente que haga todo el trabajo, escuchando y creando dentro de sí misma, las imágenes pertinentes y de

⁹ De María y Campos, Armando. El teatro del aire, Ediciones Botas, México, 1937. Pág. 35.

acuerdo a lo que cada quien quiera fantasear, es sólo construir todo aquello que la palabra va describiendo.

“En el radio teatro, el espectador crea por sí mismo la escena y se imagina las luces que deben iluminarla, el fondo en que se mueven las figuras y el contorno físico del personaje. Su única guía, la sola realidad sobre la cual basa sus imaginaciones, son las palabras y los ruidos que escucha”¹⁰

“En el radio teatro la atmósfera está confiada a los efectos que provengan de la palabra y del sonido, a la claridad del fraseo y a la melodía de la entonación. En esto se resume el secreto de una excelente representación radioteatral. Un acento fuera de tono o equivocado, un tropiezo de dicción, bastan para distraer al radio espectador y destruirle la ilusión que le ha creado el oído.”¹¹

Una de las necesidades que debía cumplir dicho género, era el de tener en sus transmisiones mucha más acción, supliendo así, la falta de visión. Dicha acción se componía con base en el drama de las ideas, llevando una sucesión rápida de escenas y de ambiente. Era sin duda, el espectáculo grato por excelencia a la imaginación, teniendo la ventaja también de desarrollar el pensamiento y el carácter del personaje.

Uno de los argumentos, que sostenían, para decir que el radioteatro era mejor que el teatro mismo, era que en el teatro no se podían llevar a cabo todas las atmósferas y escenarios que necesita una historia, por el contrario, la radio sí podía lograr eso y mucho más, puesto que, la imaginación del radioescucha no tiene límites, como se puede viajar por el tiempo y revivir algún trozo de realidad dentro de una guerra mundial, como también se puede viajar a cualquier parte del mundo para adentrarte en una historia irreal.

“El radio teatro es un teatro para oírse, que está en todas partes, íntimo, diferente siempre, para estimular la fantasía de sus radio espectadores; tan lejano como la imaginación lo suponga; tan cerca como la ilusión lo suponga; tan cerca como la ilusión lo sienta, metiéndose a la emoción por el oído que ve y escucha a un mismo tiempo.”¹²

¹⁰ De María y Campos, Armando. El teatro del aire, Ediciones Botas, México, 1937. Pág. 35.

¹¹ *Ibidem*. Pág. 26.

¹² De María y Campos, Armando. El teatro del aire, Ediciones Botas, México, 1937. Pág. 29.

Sin embargo, es necesario aclarar que jamás se pensó que el radioteatro fuese un rival del teatro en sí, en realidad sólo se pensó en el éste como una nueva forma de expresión para el teatro en general, con muchas cosas más y con algunas menos, un ejemplo de ésta última, podría ser que en el radioteatro no hay una interacción tan directa con el público como pasa en el teatro, mientras que, sueños, fantasías y pensamientos, pueden transmitirse por medio del micrófono y la ambientación puede llegar a ser de lo más variada.

Respecto a los inicios del radioteatro y qué difusora lo impulsó primero, existen los siguientes datos:

“Considerando este género como uno de los antecedentes inmediatos de la radionovela en nuestro país, es necesario citar algunas estaciones que incursionaron en esta clase de programas. Tal es el caso de XEW y la XEB, emisora de la cigarrera El Buen Tono”¹³

Fue gracias a la estación de esta cigarrera, que se impulsó el radio teatro en nuestro país con la transmisión dominical de obras completas, en donde participaron las voces de Pura Córdova y Abraham Galán, quienes fueron considerados pilares y precursores de la actuación radiofónica.

La actriz, Pura Córdova, llegó a hacer toda una carrera con este género. Pura, comienza durante su juventud, cuando su afición por la literatura la llevó a integrarse a la escuela de arte de la maestra y escritora Eugenia Torres, quien hizo un grupo teatral seleccionando a sus mejores alumnos, éstos fueron: Aurora Villaseñor, Gustavo Curiel, Alberto y Abraham Galán, los hermanos Miguel Ángel, Carmen y Amalia Freís y Pura Córdova.

Gracias a las habilidades en el ramo de la señora Córdova, fue que se hizo cargo del cuadro con el cual debutó en la estación del Buen Tono, el 26 de Julio de 1932.

Entonces se dio la difusión de obras como *El Torneo*, *Xochitl* de Alfredo Chavero, *La Última campaña* de Federico Gamboa y *La Hora de los Hombres* de Benavente.

¹³ Hernández García, Teresa Las diferentes épocas de auge de la radionovela en el Distrito Federal FCPyS, UNAM. México 1995. Pág. 28.

Fue así que, “el teatro del aire, antecedente de las radionovelas fue un programa que consiguió dar especial atención a los programas orales”¹⁴, llegando tiempo después la radionovela.

I.2.1. La acción dramática en lo auditivo

Según dice el autor, Armando De María y Campos, de la obra “*El teatro del aire*”, existe una nueva educación auditiva de la radio, la cual no sólo consiste en educar nuestros oídos para reconocer sonidos, sino también nos da el conocimiento que es algo muy deseable, pues origina un enriquecimiento del vocabulario auditivo, con dicha ayuda el radioescucha podrá describir el mundo, sin embargo, lo más importante es que se desarrolle en nosotros un sentido de la música en los sonidos naturales.

Es así como afirma Armando De María, que el radio debe ser considerado seriamente como un mundo de sonidos, que se diferencian de la realidad por sus propias leyes formales. Mientras que, en la transmisión radiofónica, la existencia se crea solamente por la acción acústica y el argumento del drama.

“El drama radiofónico emplea un material de representación que manifiesta su esencia por la acción”¹⁵

Sin embargo, aunque manifiesta su esencia por la acción no son de suma importancia los movimientos, al contrario cuando el autor se refiere a la acción es cuando más imprescindible se hace lo necesariamente estático, pues la acción se da por medio del tono vocal. Por ejemplo, no es de gran utilidad un actor que es perfecto en sus movimientos corporales teniendo una presencia en el escenario increíble, dentro de la radio esto no se ve, ni se notará, sin embargo, lo que nos importa es su presencia a nivel vocal e interpretativa. Más aún, si nos referimos al personaje principal, el cual se tiene que distinguir generalmente por un mayor número de “rasgos vocales”.

Así lo confirma, Armando de María y Campos:

“La actividad, pues, pertenece a la esencia del sonido, y un suceso será más fácilmente aceptado por el oído que un estado del ser. Y ese es el principal objeto del

¹⁴ Lombardo García, Irma. Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años 30, FCPyS, UNAM, México 1984, Pág. 91.

¹⁵ De María y Campos, Armando. El teatro del aire, Ediciones Botas, México, 1937. Pág. 26.

drama. El drama es el desarrollo de un suceso en el tiempo: comprende una acción y debe ofrecer lo estático solamente como mientras sea ello necesario para la comprensión del suceso.”¹⁶

A la conclusión que llego, es que lo audible está más relacionado con la acción dramática que lo visible, sustentándolo de una forma muy sencilla: con la música, los sonidos, los ruidos. Por ejemplo, si vemos el filme de Hitchcock en *Psicosis*, refiriéndonos a la secuencia en donde la mujer está en la regadera y es acuchillada, si a dicha secuencia le quitamos los gritos y la música, estaríamos quitando gradualmente la acción y el momento de suspenso, tomando en cuenta que la música es un elemento capaz de generar tanto sentido como emoción.

Pero si quitamos la imagen y lo adaptamos a radio, la secuencia subiría de intensidad porque además de la música y los gritos desgarradores de la mujer, cada oyente se estaría imaginando el asesinato de manera distinta. Es una forma de darle la oportunidad al radio escucha de tener su propia escena, su propio asesinato, especificando este caso.

“El discurso es, pues, la forma real de expresión del radiodrama. Es la forma más espiritual de expresión que los humanos conocen, y de aquí se sigue que el radio, aunque sea la más pobre de todas las artes en cuanto a medios de expresión sensorial, en cuanto a nivel espiritual es, justamente con la literatura, la más noble.”¹⁷

Es así como distingo al radioteatro, como piezas únicas y semejantes a las del teatro y a las radionovelas como relatos radiofónicos que se desarrollan en varios capítulos, como las novelas escritas.

Ya para los años cuarenta era escaso lo presentado como radio teatro, las barras de las radiodifusoras eran para las radionovelas, la etapa del radioteatro terminaba dándole paso a otro género que se derivaba de éste.

¹⁶ De María y Campos, Armando. El teatro del aire, Ediciones Botas, México. Pág. 190.

¹⁷ *Ibidem*. Pág. 198.

I.3. EL SURGIMIENTO DE LA RADIONOVELA MEXICANA

La radionovela es un género que prácticamente nació con la radio en México, desde los años treinta existen narraciones en serie a través de la radio.

Dicho género tuvo su auge durante los años cuarenta, cincuenta y parte de los sesenta. En ese período se consolidó una forma de hacer radionovelas, sobre todo porque la mayoría de sus temáticas era para dar lecciones de buenos modales y moralidad, a la audiencia esto le gustaba, sin embargo, su público se conformaba mayormente de mujeres amas de casa.

Durante esos años, también, surgieron y se consolidaron los principales escritores, productores y actores, de los cuales se hablará más adelante.

“Hacia 1931 se presentaba ya como de costumbre el radio teatro. Y en 1932, la compañía Colgate-Palmolive patrocina una pequeña emisión seriada que puede considerarse pionera de las radionovelas, llamada: *Los Tres Mosqueteros*, dirigida por Alejandro Galindo en la que participaron en la actuación Salvador Carrasco, Joaquín Busquets y Antonio González, entre muchos otros.”¹⁸

Como otros discursos radiofónicos, su origen y desarrollo estuvo directamente determinado por requerimientos mercantiles.

Las grandes radiodifusoras pudieron sobrevivir gracias a los patrocinadores y fue ahí que comenzó la radio comercial, una radio en busca de marcas y productos para tener ingresos de esto.

En sus inicios la radionovela se hacía en vivo, por ello no grababan nada y no existe registro de éstas, como si hubiesen quedado en el anonimato. Al grabarse en vivo, podía llegar a haber infinidad de errores, esta podría tomarse como una de sus desventajas.

Sin duda, la fórmula dio resultado y cada vez una mayor cantidad de personas, se reunían en torno a los aparatos de radio, pues éste constituía una buena opción, en una ciudad en donde el entretenimiento estaba centrado en el teatro de revista, el

¹⁸ Lombardo García, Irma. Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años 30, FCPyS, UNAM, México 1984, Pág. 34.

cinematógrafo y el teatro de comedia o serio. La novedad de aquella época, era el poder escuchar una gran variedad de programas ofrecidos por la radio.

Llega el año de 1933, en donde la radionovela en la XEW va ganando mucho terreno y se comienzan a consolidar nombres importantes, voces de personajes dentro de las novelas como: Aurora Molina, Emma Telmo, Pura Córdova, Rosario Muñoz Ledo, Emma San Vicente, Graciela Orozco, Blanca Estela Pavón, Guillermo Portillo Acosta, Abraham Galán, José Antonio Cosío, Luis Puente, Luciano Hernández de la Vega, entre muchos otros.

Un año después, llega la radionovela más larga de ese momento llamada *El Proceso de Mary Dugan*, la cual constó de 20 capítulos de 15 minutos cada uno.

“La idea de Azcárraga era la de dar al público elementos atractivos que lo motivaran a escuchar la radio, razón que motivó a su difusora XEW a diseñar una programación atractiva”¹⁹

Los radioescuchas comenzaron a tener preferencia por la W, ya que tenía contenidos variados dirigidos a cierto tipo de públicos, programas como radionovelas, concursos, programas cómicos, musicales, reportajes, noticieros, entre otros. Éstos eran repetidos constante y sistemáticamente, para captar la atención y gusto de sus diferentes públicos.

¹⁹ Lombardo García, Irma. Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años 30, FCPyS, UNAM, México 1984, Pág. 33.

I.4. EL AUGE DE LA RADIONOVELA

Dentro de la XEW, el crecimiento y popularización del género llega en la década de los años 40, con los siguientes títulos: *Elena Montalvo*, *Martha y María*, *Momentos apasionantes*, *Corazón de madre*, *La familia González*, *El que la hace la paga* y *Anita de Montemar*. La temática de cada una de ellas era en su mayoría historias de amor, sin embargo, también existían campiranas, históricas, de aventuras y ¿por qué no?, también de terror.

Todas estas radionovelas fueron escritas y dirigidas, por el grupo de publicidad de la marca Colgate – Palmolive y fueron difundidas en todo el territorio mexicano.

“La radionovela, como otros géneros radiofónicos, adquirió las características que hoy le conocemos debido a que su origen y desarrollo estuvo directamente determinado por necesidades mercantiles. Es decir, fue un producto dirigido a atraer la atención de grandes públicos con el fin primordial de promover la venta de mercancías (entre ellas el propio aparato radiofónico en un principio, artículos como jabones, pastas dentales, etcétera).”²⁰

Los patrocinadores más importantes de la radionovela fueron Procter and Gamble y Colgate Palmolive, en aquel entonces los patrocinadores compraban tiempo en las emisoras y ellos mismos producían la mayoría de los programas, en este caso, las radionovelas.

En el grupo de escritores que se fue creando con el paso de los días, destacaban por sus buenas historias Héctor González de la Barrera, Juan José Gurrola, Manuel Rascón, Manuel Canseco Noriega, Carlos Chacón Jr. y Raúl del Campo Jr.

Y una de las historias más escuchadas por el público y que hasta la fecha se recuerda como una de las mejores radionovelas, fue *Chucho el roto*, escrita por Carlos Chacón Jr., la cual empezó su transmisión en el año de 1943, sin embargo, cautivó tanto al público que lo siguió durante diez años ininterrumpidos en 3,149 capítulos. Sin duda, la radionovela más larga en la historia de nuestro país.

²⁰ Rebeil Corella, María Antonieta Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Edit. Trillas, Tercera impresión, México, 2000. Pág. 312.

A finales de los años 40, las radionovelas se escuchaban en todos lados, ya que muchas agencias de publicidad fueron comprando estas producciones realizadas por Radio Programas de México, esto ayudó al aumento de la producción de radionovelas, así como también se consolidó el poder de los dirigentes de Radio Programas de México* (RPM).

Finalmente, llegó el momento de la televisión. En 1950 se inauguró el canal 4. La radio sintió el impacto y comenzó a modificarse. Los programas populares desaparecieron paulatinamente y, como consecuencia, muchos locutores y actores radiofónicos se apagaron.

“El primer canal comercial de televisión en México y América Latina se inaugura el 31 de agosto de 1950, un día después, el 1 de septiembre, se transmite el primer programa, con la lectura del IV Informe de Gobierno del Presidente de México, Lic. Miguel Alemán Valdés, a través de la señal de la XHDF-TV Canal 4 de la familia O’Farrill”.²¹

Llega el videotape y con él la producción de las telenovelas aquí en México a finales de los años 50, sin embargo, en este tiempo aún las telenovelas no entraban de lleno al gusto del público; en cambio, las radionovelas seguían en sus mejores tiempos, por ejemplo, en 1962, llega a la radio *La vida de San Martín Porres*, causando furor en los receptores, fue escrita por Carlos Chacón Jr. y estelarizada por Amparo Garrido y José Antonio Cossío.

Cabe mencionar que, *San Martín de Porres*, tuvo la autorización de la Iglesia para ser transmitida, pero además el arzobispo Luis Martínez bendijo a los que escuchaban dichas narraciones. *San Martín de Porres* la internacionalizaron, exportándola a otros países, en los cuales especialmente Perú la elogió.

La XEW se dio cuenta del éxito inusitado de dicha radionovela, así que decidió ir por el mismo camino junto con el escritor Carlos Chacón Jr., decidiendo que la gente quería escuchar más acerca de personajes cercanos a la realidad del mexicano con los que

* Los señores Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez se asocian para formar la empresa Radio Programas de México (RPM), entidad fundamental en el desarrollo de la industria de la radiodifusión en México. RPM --que inicia sus operaciones formalmente el 31 de mayo de 1941-- es la primera empresa en explotar comercialmente la grabación de programas radiofónicos en cinta magnética y discos de acetato.

²¹ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, D.F. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Tomo 1. pág. 33.

todos los radioescuchas se sentirían identificados, para después estrenar títulos como: *La vida de Monseñor Guizar y Valencia* y *Juan Diego, el mensajero de las rosas*.

Éstas dos últimas obras también tenían una temática religiosa, ¿qué sucedía con este tipo de radionovelas?

Hay que recordar que aquella sociedad de los años 60 era bastante autoritaria y conservadora, teniendo como base estructural a la familia tradicional donde el padre fungía como autoridad incuestionable y el resto de la familia obedecía sus disposiciones tratando de ser una familia de buenos cristianos decentes (pues la religión católica sabía imponer su poder sobre la sociedad mexicana). Asimismo era una sociedad que sufría una crisis moral pues el enorme drama de la segunda guerra mundial estaba muy reciente.

El autoritarismo se veía en todas partes: en la iglesia, la policía, el estado, la escuela y en el ejército, pues hay que recordar que en aquellos años cincuentas, Estados Unidos libraba una desgastante guerra en Corea. La juventud de nuestro país no luchó en esas batallas sin embargo, se vio influenciada, en mucho por la cercanía geográfica con Estados Unidos, por las ideologías rebeldes de los jóvenes estadounidenses, ideologías que se contraponían con la forma de vida conservadora del país llegando al punto de ser satanizados los jóvenes por sus ganas obvias de expresar su sentir y pensar ante lo que acontecía en el mundo.

“Un ejemplo claro de lo anterior fue el Rock’n Roll, que aparece como un símbolo o un elemento de identidad de una juventud rebelde quien, por primera vez en la historia, se atrevía a cuestionar a los adultos y a desafiarlos abiertamente a través de una actitud que rompía con las llamadas buenas costumbres de una sociedad tradicionalista y mojjigata que tenía viejos hábitos dignos de la época victoriana.”²²

Después de este “boom”, seguirían las historias campiranas como, *Ahí viene Felipe Reyes*, también de Carlos Chacón Jr., las cuáles tuvieron éxito gracias al contexto rural en que envolvían al público, así como también se apoyaba en el tema de la familia. Esto hacía que la gente se sintiera identificada, cabe recordar, que en ese entonces muchas personas de la provincia emigraban al Distrito Federal, la capital del país, en busca de una mejor calidad de vida que en sus regiones no encontraban. Así

²² Gutierrez Vivó, José. *El mexicano y su siglo*. Edit. Océano. México, 1999. Pág. 208

como también se tenía muy arraigado el valor de la familia y los “buenos modales”. Y la radionovela hacía que se reforzaran los valores sociales y culturales, característicos de la sociedad conservadora de los años 60.

Colgate-Palmolive siguió presentando numerosas radionovelas, a todas horas por la XEW y la XEQ; por ejemplo, “en 1951 transmitía, de lunes a viernes por la W, la novela Jabón Colgate; la novela Palmolive pasaba de lunes a viernes por la W a las 18 horas; la novela Brill Palmolive pasaba de lunes a viernes por la Q a las 20:45 horas y La Comedia Favorita, por la Q, se transmitía los miércoles a las 20:15 horas. Esto aparte de los radio teatros y programas de otros géneros.”²³

Al parecer, este género fue sumamente explotado mientras se encontraba en su auge, sin embargo, lo anterior, fue debido en gran medida, a que el radioescucha fue sumamente fiel al seguir escuchando tantas historias dentro de la radio y sobre todo, los actores-locutores que el público ya identificaba y los hacía parte de su vida cotidiana.

“Entre los actores más famosos de los años sesenta se cuenta el ya mencionado José Antonio Cossío, Manuel López Ochoa y Amparo Garrido. Todos fueron galardonados en 1968 con la “Musa Radiolandia”, junto con Carlos Chacón Jr., quien para ese entonces tenía a su cargo la Dirección de Radionovelas en la W”²⁴

A finales de los años 60 las radionovelas seguían en pie, sin embargo, era notorio el número de actores y escritores que de la radio, brincaron hacia la televisión. Así, también, varios éxitos radionovelísticos, fueron llevados a la pantalla chica como *Ha llegado un extraño*, en donde debutó el actor José Antonio Cossío.

Sin embargo, entrando los años 70, llega Carlos Chacón Jr. con su radionovela *La Sagrada Familia*, según las crónicas de aquella época dicha obra batía record de audiencia en la XEW, cabe mencionar que en *La Sagrada Familia* actuó Janette Arceo.

²³ Rebeil Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Edit. Trillas, Tercera impresión, México, 2000. Pág. 180.

²⁴ Lombardo García, Irma. Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años 30, FCPyS, UNAM, México 1984, Pág. 33.

La declinación de la radionovela no fue inmediata. En los años setenta Carlos Chacón Jr. seguía al frente de uno de los cuadros radiofónicos más completos y profesionales que jamás se había visto. Mientras que, Radiofusoras Asociadas, fundada en 1956, solía producir un buen número aún de obras para la XEW, llegó a difundir diariamente ocho radionovelas.

“La cadena Radiodifusoras Asociadas, S.A. (RASA), creada a partir de 1942, asumió el modelo RPM, es decir, empezó a ofrecer programas contra tiempo para comerciales. Siguió Radio Ventas de Provincia, S.A. (RAVAPESA) y Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA), en las que los concesionarios independientes se unieron teniendo como objetivo sólo fines comerciales; por lo demás, estructuraron por separado su programación propia.”²⁵

Por su parte, Radio Cadena Nacional aún se mantenía como importante productora de éstas.

I.4.1. La imagen radiofónica

“La palabra imagen proviene de la voz latina *imago*, que significa representación, retrato, relacionado también con *imitari*, de imitar. Se trata en suma, de una representación de la realidad.”²⁶

Desde que nació, la radio ha transmitido infinidad de historias, obras literarias, cuentos, poesía y, como ya se mencionó, hasta teatro; todo gracias a las imágenes que nos proporciona la mente. Muchos autores coinciden en que la radio puede llegar a ser un vehículo artístico, sin embargo, solamente se realizará cuando los mensajes y la composición de los elementos sonoros se fijen esa meta. Meta que alcanzó pero que, desgraciadamente, ha dejado ir de nuevo.

La radio pudo conjuntar los mensajes y la composición de elementos sonoros en el momento que realizaron transmisiones en vivo de adaptaciones teatrales, con esto, se logró un trabajo creativo de mucha consolidación y estructuración.

²⁵ Bohmann, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. Alianza Editorial Mexicana, México, 1986, pag. 101.

²⁶ Camacho, Lidia. La imagen radiofónica, Edit. Mc Graw Hill. México, 1999. Pág. 6.

La radio se convirtió de los años 30's y a los mediados de los 40's, en un medio consumidor de obras narrativas adaptando el lenguaje sonoro de una forma increíble, dando paso a la radionovela, como ya se ha mencionado, y aún cuando la mayor parte de ellas eran de tipo comercial, los literarios lo consideraban como un reconocimiento al valor de la palabra en la radio.

“El lenguaje radiofónico, es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representando por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y por el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativa-visual de los radioyentes.”²⁷

Es así como surge la imagen sonora, se entiende como el resultado del proceso de la percepción, es decir, la imagen sonora la creamos nosotros mismos gracias a la radio, con los elementos básico del sonido: la música, la palabra, el ruido y el silencio, para poder así crear un propio mundo imaginario con las imágenes sonoras. Todos con base a un sonido el cual se escuchó, se identificó, se hizo propio para después comunicarlo. Este tipo de percepción es de suma importancia, para que exista este juego de interacción y un proceso de entendimiento.

“Algunas estaciones de carácter cultural recuperaron esa tradición y han producido importantes series basadas en obras de la literatura clásica universal, gracias a la adaptación radiofónica de novelas, teatro y cuentos. Así, literatura y radio se han convertido en medios compatibles y complementarios”.²⁸

Sin embargo, la autora Irma Camacho de la obra *“La imagen radiofónica”*, nos dice que no basta con que la radio y la literatura sean compatibles, sino que hay que atraer a los buenos escritores y adaptadores de radio, para que sea un trabajo completo y de buena calidad. Es decir, no es narrar algo por hacerlo, es saber cómo hacerlo y con qué recursos, para que al momento de ser transmitido, la gente se identifique, viva diferentes sentimientos y cree dentro de sí.

Sin duda alguna, las artes han sido un espacio privilegiado para representar y reinterpretar la realidad, ¿por qué no seguir intentándolo con este vehículo de comunicación llamado radio?

²⁷ Camacho, Lidia. *La imagen radiofónica*, Edit. Mc Graw Hill. México, 1999. Pág. 13.

²⁸ *Ibidem*. Pág. 2.

I.5. ALGUNAS FRECUENCIAS CON ÉXITO EN LA RADIONOVELA

I.5.1. Radio Cadena Nacional

“Radio Cadena Nacional, S.A. (RCN), Radiodifusoras Asociadas (RASA) y Radio Red, junto con la XEW, han sido las principales empresas mexicanas dedicadas a la producción y distribución de radionovelas no sólo a nivel nacional, sino también en países de Centro y Sudamérica”²⁹

En la época de los años 40, se comenzaron a grabar discos de acetatos y fue así que se llevó la realización y producción de radionovelas a diferentes partes del país, rentándolas a estaciones de provincia afiliadas a las frecuencias con mayor peso en la capital del país. Colocando así a dichas producciones en el gusto de la gente, dentro de la República Mexicana, y también en el extranjero, como lo fue Centro y Sudamérica.

Radio Cadena Nacional, con su estación XERCN, fundada en 1948 por Rafael Curberto Navarro, incursionó también en las radionovelas con la novela *Thalidomina*, *La droga maldita*, escrita por Carlos González Dueñas y con las actuaciones de Roberto Cañedo y Beatriz Aguirre.

Durante la época de los años 50's, RCN estaba llenándose de prestigio y estaba más posicionada que nadie, iba cada vez más en progreso. Sin embargo, al llegar los años 70, comienza la decadencia dentro de la cadena, siendo todo repentino y veloz.

Cabe mencionar que, Radio Cadena Nacional tenía una estación piloto (de prueba), la XERCN, la cual estaba bien posicionada con el público radioescucha. Es decir, en lo que RCN tenía su descenso, la XERCN iba en progreso gracias a sus producciones radiofónicas, en donde la lista era muy extensa y sólo 10 años después, en el año de 1972, se dejarían de producir.

La XERCN se caracterizaba por la diversidad de cada una de las historias radio novelísticas, pero esta situación tenía una razón, puesto que a principios de los 60's

²⁹ Lombardo García, Irma. Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años 30, FCPyS, UNAM, México 1984, Pág. 33.

RCN había contratado a 32 escritores exclusivos para que colaboraran dentro de las radionovelas.

Para el 16 de Septiembre de 1963, llega una historia única *KALIMÁN*, la cual trataba de un personaje con aventuras en donde se trataban temas diversos, un personaje totalmente positivo, de capacidades físicas asombrosas y un alto sentido de justicia y paz. Dirigido totalmente a un público heterogéneo por las diversas temáticas que se tocan en dicha historia y los diferentes caracteres sociales que la integraban.

KALIMÁN fue el parte aguas para que surgieran más producciones dentro del género, dando un total de 33, dentro de éstas destacaron: *Los profanadores de las tumbas*, *El tigre de Hong Kong*, *Los misterios de Bonampak*, *La reina de los gorilas*, entre muchos otros.

Los productores habían descubierto una nueva ruta que los llevaría al éxito, ésta sería las historias de terror, místicas, fantásticas y de acción, todo ello dentro de la radio. De este tipo, sólo se produjeron 20 radionovelas, ya que a la mujer mexicana y sobre todo a su público objetivo, el ama de casa, gozaban más el romanticismo, por ello la mayoría de las producciones fueron basadas en historias de amor.

Pero también tuvo como resultado crear historias de tipo provinciano, costumbrista, urbanista y religioso, algunas muy realistas y otras idealizadas. Con ello, se puede decir que, XERCN no se conformaba con llegar al radio de la ama de casa, aunque ésta fuese su prioridad, sino buscaba estar dentro de los hogares de cualquier persona, que gustara de imaginar y dejarse llevar por cada una de las historia que transmitía la XERCN.

Es prudente mencionar algunos de los principales guionistas, los cuales le dieron vida a la radio. En primer lugar está Carlos González Dueñas quien escribió 35 radionovelas, tales como *Los trágicos veinte*, *Doña Bárbara*, *Los murciélagos están en el tejado*, *El hombre de los milagros*, *El día Negro*, *Unipol H-H*, *El Zarco*, entre otras.

Otro de los principales guionistas de XERCN fue José de Jesús Vizcaíno, tuvo éxitos como, *El profesor Andrei*, *Tres días de mi vida*, *Julián Gallardo*, *El Coyote*, *El Secreto del Lago*, entre muchas otras que lo hicieron estar en el segundo lugar de los mejores guionistas de radionovelas en Radio Cadena Nacional.

Sería interminable la lista de los títulos de las novelas, por ello, sólo se hace referencia a los nombres de los guionistas imprescindibles en aquella época de Radio Cadena Nacional, ellos son Clemente Uribe (quien jamás se olvidará por su excelente obra *KALIMÁN*, la cual traspasó fronteras), también está Manuel Manrique, Armando Rivero, Caridad Bravo, Joaquín Bauche Alcalde, Estela Calderón y Clemencia del Castillo Remes, mencionando tan solo los primeros diez lugares.

No sólo se necesitaba un buen guionista para estar en el gusto del público, sino también excelentes actores que llevarían a viajar al auditorio mediante alegrías, llanto, pasión, rencores y exaltación.

Unos actores venían de la XEW, otros del teatro y los demás se forjaban dentro de las cabinas radiofónicas. Más de 100 actores en escena fueron los que realizaron las voces, en papeles de todo tipo. La pareja más famosa dentro de la Radio Cadena Nacional fueron Rosario Muñoz Ledo y José Antonio Cossío, quienes se forjaron en las cabinas de la XEW.

Así, Radio Cadena Nacional en los años 60's se convierte en el principal competidor de la XEW.

Durante los 60's, el auditorio capitalino se presentaba ya como un mercado libre con miras a conquistar a como diera lugar, mientras que provincia era también un mercado pero a consolidar.

Es decir, mientras tuviera éxito una radionovela en la capital del país ya era un buen ingreso a dicho mercado y si la producción era conocida y reconocida en el interior del país se aseguraba dicha creación dentro de un mercado sumamente competitivo.

Por ello, el lema de Radio Cadena Nacional era, "La Provincia es México y Radio Cadena Nacional su voz"³⁰

Además XERCN brindaba al comerciante la posibilidad de contratar su anuncio en cualquier parte del país, para este tipo de servicios que brindaba tenían el siguiente

³⁰ Hernández García Teresa. Las diferentes épocas de auge de la radionovela en el Distrito Federal, México, 1995. FCPyS, UNAM, Pág. 120.

lema “Una institución al servicio de las agencias publicitarias y del anuncio radiado de la República Mexicana”³¹

Gracias a los patrocinios y a la venta de espacios para publicidad, fue que XERCN se comenzó a hacer más fuerte, porque no sólo estaban al servicio de los radioescuchas sino también al servicio de las agencias publicitarias.

Otro punto más a su favor, fue que la gente se quejaba de la XEW, esto por el exceso de comerciales que transmitían. La XEW lo que buscaba era meter mayor número de patrocinadores, para que fueran las radionovelas de cierta forma mucho más rentables y bajar costos en lo que ha producción se refería. Es decir, hacer un programa ciertamente barato pero que le dejara mucho más dinero.

Tiempo después, XERCN dejó de producir radionovelas y su estación en el Distrito Federal, fue vendida en 1969 a Radio Programas de México. Hoy en día, dicha radiodifusora tiene un catálogo con 254 radionovelas, las cuales son rentadas a estaciones que desean transmitir las, lo cual les sigue generando ganancias.

³¹ *Ibidem.* Pág. 121.

I.5.2. Radio Red

Durante los años 60's Radio Red, fue parte medular de la Cadena Radio Programas de México y fue adquirida por XERCN, por ello su historia está muy ligada a la XEW.

Radio Red aún cuando cambió de dueño a la XERCN, se mantuvo al aire con la programación que Radio Cadena Nacional le había puesto y hasta enlistaba radionovelas también de Cadena Nacional.

Tiempo después, se comienza a renovar y a transmitir con material propio durante los años de 1973 a 1976.

En Radio Red, llegaron a escucharse 16 novelas al día, casi toda la programación estaba armada con radionovelas, las cuales también llegaron de Cuba en donde la principal productora y distribuidora era la estación CMQ. Cabe mencionar, como dato curioso, que en La Habana, la gente prefería escuchar una radionovela que ir al cine. Tanto fue el auge, que los cines tenían que suspender la función para transmitir dentro de las salas el capítulo de alguna radionovela. Si no lo hacían de este modo, el público no asistía.

Es así como, también Radio Red llevó a los hogares mexicanos las radionovelas que le dieron vida a historias melodramáticas y fantásticas dentro de la radio.

1.5.3. XEW

Para el año de 1930 Emilio Azcárraga Vidaurreta funda la XEW y crea nuevas pautas en el desarrollo de la radiodifusión comercial privada. "Esta fecha marca el inicio de una amplia participación directa de empresas norteamericanas en la industria de la radio y la televisión y una tendencia hacia la concentración de las nuevas cadenas de radio."³²

A pesar de que en México las leyes prohíben la adquisición de concesiones a extranjeros, en 1930 Radio Corporation of America (RCA) era accionista principal de la XEW esto gracias a que Azcárraga fungió como una especie de prestanombre. Debido a lo anterior, se entiende que la mayor parte del capital inicial de la XEW provenía de

³² Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pág. 72.

RCA. “Esta compañía integró a la XEW y a las estaciones que más tarde se le asociaron a su sección radiofónica, llamada Nacional Broadcasting Company (NBC).”³³

La XEW tuvo como primer patrocinador a Mexico Music Company, le siguieron RCA, High Life, American Photo, Compañía de Teléfonos Ericsson, Francia Marítima, Cervecería Cuauhtemoc, Palacio de Hierro, entre otros. Fue en este tiempo cuando Azcárraga comenzó a utilizar a la radio como un medio para difundir publicidad comenzando la asimilación, por parte del público mexicano, del modelo comercial de los Estados Unidos.

La señal de la XEW podía ser captada en todo el territorio mexicano, lo que provocó su popularidad aunado con el trabajo de sus renombrados locutores, comentaristas y artistas, quienes por primera vez obtenían un salario justo por su gran desempeño.

“Tras la exitosa fundación de esta primera estación, Azcárraga compró en los años siguientes emisoras que ya existían en provincia y creó por su cuenta nuevas estaciones en las mayores ciudades del interior de la República.”³⁴ Para el año de 1938 Emilio Azcárraga ya había fundado 13 estaciones y comprado otras 4, como la XEH en Monterrey y la XEFI en Chihuahua. La unión de todas estas estaciones hicieron posible la formación de la primer cadena XEW.

El 31 de octubre de 1938, Azcárraga, con el apoyo de Columbia Broadcasting System, funda la cadena XEQ la cual contenía a quince estaciones. Para el año de 1941 se funda la agrupación central Radio Programas de México (RPM) con sólo seis emisoras pero en poco tiempo reunió a ochenta.

RPM comenzó a ofrecer programas contra tiempo para comerciales a las estaciones encadenadas en todo el continente, se conquistaron nuevos mercados extendiendo así su radio de acción y penetrando comercial y culturalmente. De la misma forma operaron las organizaciones que respaldaban a ésta CBS y RCA.

La XEW al poco tiempo de salir al aire, ésta comenzó a tener producciones de estilo dramático las cuales se colocaron rápidamente en el gusto del público radioescucha.

³³ Mejía Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pág. 72.

³⁴ *Ibidem*. Pág. 73.

La primer producción de este tipo salió al aire fue el 18 de noviembre de 1930, fue una adaptación de la obra teatral “Mexican Rataplán” interpretada por Delia Magaña y Joaquín Pardavé. Con el éxito de esta dramatización cada fin de semana Rafael Antonio Pérez adaptaba obras clásicas de la literatura.

“Fueron el cineasta Alejandro Galindo junto con su hermano Marco Aurelio los encargados en realizar la primera radionovela transmitida en la conocida Catedral de la Radio (XEW) en 1932. Se titulaba “Los tres mosqueteros” y fue interpretada por Carmen Doria, Chelo Orozco, Lucila de Córdova, Salvador Carrasco, entre otros. Todos ellos eran actores provenientes del teatro, lo que facilitaba la creación de una atmósfera de suspenso la cual entretenía al público.”³⁵

Durante toda la década de los 30 la XEW se dedicó a producir y transmitir radionovelas pero fue hasta marzo de 1941 cuando su auge se hizo posible gracias a la serie llamada *Ave sin nido*, la vida apasionante de Anita de Montemar, protagonizada por Emma Telmo. Pocos meses después comenzaron las transmisiones de obras seriadas como: *Lo que el viento se llevo*, *La vida de Gloria*, *La dramática historia de Francisca Velasco*, *Los tres Mosqueteros* (segunda versión), entre muchas otras.

En los años 50 el éxito de las radionovelas era indudable. Secretarias, amas de casa, telefonistas, obreras, estudiantes y demás féminas sintonizaban la estación para escuchar vidas creíbles de otros, que arrancaban gritos, lágrimas, sollozos, lamentos, risas y demás sentimientos a la menor provocación.

“Las radionovelas tenían una función moralizante, es decir, al cierre de cada capítulo el radioescucha se quedaba con una moraleja que de una u otra trataba de adaptar a su vida cotidiana”.³⁶

Paralelamente a este hecho se vivía en el país la Época de Oro en el cine mexicano lo cual motivó a muchos actores a incursionar en el género de la radionovela pues la presencia de figuras reconocidas ante el micrófono aseguraban la atención de la

³⁵ Mejía Barquera, Fernando. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007 Pág. 73.

³⁶ *Ibidem*. Pág. 78.

audiencia. Tal fue el caso de Dolores del Río, María Félix, Silvia Pinal, Carmen Montejo, Sara García, Silvia Derbez, Arturo de Córdova, Roberto Cañedo, entre muchos otros.

CAPITULO II

LA TELEVISIÓN MEXICANA, UN NUEVO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Llega un nuevo medio de comunicación, la televisión, que sin duda alguna, vino a revolucionar a las comunicaciones, sobre todo refiriéndonos a los medios electrónicos como era la radio, a la cual, no llega a restarle importancia a la brevedad, sin embargo, llegarían algunos cambios en programaciones, formatos y formas de distinguir una supuesta realidad, fuese por la escucha o por la vista.

“La primera transmisión en blanco y negro en México, se lleva a cabo el 19 de agosto de 1946, desde el cuarto de baño de la casa número 74 de las calles de Havre en la capital del país, lugar de residencia del ingeniero Guillermo González Camarena. Fue tal el éxito, que el 7 de septiembre de ese año, a las 20:30 horas, se inaugura oficialmente la primera estación experimental de televisión en Latinoamérica; la XEIGC”¹

Sin embargo, años antes el Ingeniero Guillermo González Camarena, realizaba experimentos con la construcción de un equipo totalmente innovador, “en 1939, cuando la televisión en blanco y negro ya funciona en algunos países, González Camarena impacta al mundo al inventar la televisión en color, gracias a su Sistema Tricromático Secuencial de Campos”²

Al principio el mencionado sistema era utilizado para fines científicos, como fue en 1951 el haber transmitido desde la Escuela Nacional de Medicina clases de anatomía. Sin embargo, más adelante la televisión a color llegaría a todos los televidentes.

Es importante destacar que, “el primer canal comercial de televisión en México y América Latina se inaugura el 31 de agosto de 1950, un día después, el 1 de septiembre, se transmite el primer programa, con la lectura del IV Informe de Gobierno del Presidente de México, Lic. Miguel Alemán Valdés, a través de la señal de la XHDF-TV Canal 4 de la familia O’Farrill.”³

Al final de la Segunda Guerra Mundial, únicamente un millar de hogares de todo el mundo tenían un televisor. Mientras que, “en el último estudio que se hizo en el año

¹ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Página 12.

² *Idem*,

³ *Ibidem* Página 22.

2000, el número se ha multiplicado por cien”.⁴ Esto nos dice que el acceso a tener una televisión, cada vez es más accesible para todos; a tal grado ha llegado el auge de dicho medio de comunicación, que hasta las familias que viven en condiciones precarias tienen una televisión en casa.

Es decir, la televisión se ha convertido en un producto indispensable para cualquier persona en todo el mundo, sin embargo, en cada país se produce distinta información, hay diferentes programas televisivos. No es lo mismo el contenido de la televisión en Europa, que el contenido de ésta en América Latina, porque simplemente los públicos son distintos y cada uno demanda diferentes cosas.

Es preciso decir que, la televisión, con el paso del tiempo, se ha consolidado como uno de los medios de comunicación de masas más importantes, desplazando a otros. También, gracias al desarrollo de los satélites de comunicación, es como se ha expandido por todo el mundo y al ser humano le facilita, el poder enterarse de una forma rápida de lo que pasa en otros lugares del mundo.

“Estos adelantos tecnológicos, han provocado un cambio estrepitoso en la forma de concebir la televisión. Ya no es sólo una forma de entretenimiento, sino, una de las industrias más poderosas y rentables de la economía mundial”.⁵

Es así como hoy la industria de la televisión, es uno de los sectores industriales más desarrollados de México.

Según la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, dentro de este mismo año llegó el canal 6 de Tijuana y el canal 9 del Estado de México dando así, inicio a sus transmisiones. Para 1951 la XEW-TV Canal 2, propiedad de la familia Azcárraga transmitiendo desde la ciudad de México y en 1952 nace la XHGC-TV Canal 5.

Siete años más tarde en 1959, llega el Canal 11 XEIPN del Instituto Politécnico Nacional y hasta después de nueve años, en 1968, llega la transmisión de XHTIM Canal 8 del Grupo Monterrey (hoy en día es XEQ-TV Canal 9 integrado al consorcio Televisa) y en este mismo año, 1968 también comienza XHDF-TV, Canal 13.

⁴ Martínez López Roberto Carlos. La Televisión Directa FCPyS, UNAM. México 2000. Pág. 37.

⁵ *Ibidem*. Pág. 38.

Con estos nuevos canales comerciales, la televisión dio un giro sumamente drástico y se convirtió en el medio de comunicación, con más influencia en la conciencia del mexicano (el televidente), según Héctor Aguilar Camín “la televisión es el instrumento de la modernización de la vida mexicana”,⁶ la cual, ha sido portadora de un conjunto de valores y hábitos de conducta, cuya finalidad podría ser el moldear la conciencia del televidente hacia una actitud más pasiva.

Es así como la televisión se convierte, en el medio electrónico de comunicación de masas con más poder en el mundo,

II.1 EL INICIO DE LA TELENOVELA

“La telenovela es un género de la industria cultural. Como todo género, está cruzado y tramado por tres instancias: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias. Para la industria, el concepto de género es necesario, porque determina cómo hacer un producto, qué contar, cómo contarlo”⁷

La telenovela llega en los años 50, en su inicio, antes de la creación del video tape, se basaba en el teleteatro con transmisión en vivo pero no tuvo mucho éxito.

Sin embargo, los géneros cambian, se transforman, es así como llega el video tape y se comienzan a fabricar las telenovelas seriadas y, sobre todo, se empiezan a exportar a otros países con éxito, de esto hablaré más adelante.

“La telenovela constituye un buen ejemplo de cómo cambiar reglas, adaptar, parodiar y continuar siendo una novela”⁸. Es decir, a pesar de que se producen desde hace cincuenta años, siempre hay diferentes formas de contar una historia de amor, tal vez el protocolo es el mismo, refiriéndonos a que siempre existe: la pareja estelar, los malos, los problemas, el castigo para todos los villanos y sobre todo la reconciliación de la pareja protagonista.

La autora del libro “Remote Control: Televisión Audiencias and Cultural Power”, Eva María Warth, señala que en las sociedades industrializadas las telenovelas radiales o televisivas ayudan en la estructuración del trabajo diario de las amas de casa y al

⁶ Martínez López, Roberto Carlos. La Televisión Directa FCPyS, UNAM. México 2000. Pág. 44.

⁷ Mazziotti, Nora. La Industria de la telenovela: la producción de ficción de América Latina, Edit. Paidós, Buenos Aires, 1996. Pág. 13.

⁸ *Idem.*

hacerse una encuesta un gran número de participantes coincidió que, efectivamente organizan sus labores diarias de acuerdo a la transmisión de sus telenovelas favoritas.

Como podemos observar, es tanta la aprobación y la influencia de la telenovela, como fue antes la radionovela en un determinado momento, que las amas de casa organizan sus horarios dependiendo de las horas de transmisión de sus programas favoritos, refiriéndonos en este caso únicamente a las telenovelas, es decir, no hay una clara brecha entre trabajo-ama de casa-telenovela, podría decir que, dicho género disminuye el cansancio dentro del trabajo en el hogar logrando convertirlo en placentero para ésta.

“La telenovela ocupa la posición más importante en los hábitos de exposición familiar, primordialmente para las mujeres. Sus hallazgos le otorgan a la telenovela un valor muy importante en cuanto a la organización del tiempo familiar”⁹

Entre las características a las que se le podría atribuir dicho éxito, es al carisma de los actores principales, tal vez los roles sociales de los personajes o las producciones.

Es así que la telenovela gana audiencias, con base en la aceptación del actor, la producción la historia y la realización, cada uno de estos aspectos es importante al igual que, las ramificaciones que se desprenden de éstos. La gente no sólo ve una historia a través de una telenovela, sino la vive y se considera parte de ella.

“Hoy en día a través de dicho género brinda un servicio al cuerpo social por medio de técnicas de aprendizaje no formal, de una forma emotiva mediante el melodrama”.¹⁰

Para Francisco Torres estos son los postulados iniciales de una telenovela:

- a) “La *Telenovela de Refuerzo* modifica y refuerza opiniones y actitudes respecto a un valor socialmente deseable.
- b) La audiencia tiende a *identificarse* y *contra identificarse* con los personajes “buenos” y “malos”, respectivamente.
- c) Al fungir los personajes de identificación como *modelos de conducta*, el público tiende a *imitarlos* en situaciones similares.

⁹ Torres Aguilera, Francisco. Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 29.

¹⁰ Mazziotti, Nora. La Industria de la telenovela: la producción de ficción de América Latina, Edit. Paidós, Buenos Aires, 1996. Pág. 15.

- d) Al gestarse una experiencia vicaria* con las situaciones presentadas en la historia, se promueve el ejercicio del valor socialmente deseable.”¹¹

Aquí el autor, nos muestra las características principales de comportamiento que tiene una telenovela para con la audiencia, sin duda alguna, para llegar a ser instrumentadas estas producciones deberán de aprobar los postulados anteriores, que llegan a ser puntos básicos para el ingreso y éxito de éstas.

II.1.1 El consumo y la Telenovela

Viendo a la telenovela desde un punto de vista mercantil, es decir, como objeto consumible ¿por qué la sociedad consume este producto?

La telenovela busca englobar distintos grupos sociales, llevando a cabo un proceso de construcción y definición cultural que cada grupo e individuo realiza, es buscar que el receptor encuentre esa identificación con dicho producto, si no sucede tal situación, por lo menos llegará ese sentimiento de añoranza e idealización.

“El espacio de la reflexión sobre consumo es el espacio de las prácticas cotidianas en cuanto lugar de interiorización muda de la desigualdad social, desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo, el hábitat y la conciencia de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimientos de la pulsión y del goce.”¹²

Pero la telenovela no es un producto por sí solo, refiriéndome al ámbito del consumismo, también están los patrocinadores quienes tienen su tiempo de publicidad entre cada bloque a cambio de una suma de dinero pagada a la televisora. Sin embargo, la publicidad se ha renovado con el paso del tiempo, hoy en día ya no se conforma con dichas intervenciones entre los bloques, sino que ahora entran sus productos dentro de otro producto (la telenovela), que en este caso funge como vehículo publicitario.

Es así que, aparece el “merchandising”, en donde se presentan diversos productos de consumo cotidiano inmersos en la trama de la novela. “Al 71% del auditorio capitalino

* Que tiene las veces, poder y facultades de otra persona o la sustituye.

¹¹ Torres Aguilera, Francisco J., Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 35.

¹² *Ibidem*. Pág. 37.

y el 66% de la provincia se mostró a favor, dando como justificación que, esto le da un toque de familiaridad y cotidianeidad a la trama, sin restarle interés”.¹³

Así mismo, se consideró que la integración debía ser cuidadosa y sin exceso, es decir, no saturar la telenovela de productos y respetar algunos aspectos, como la época, el lugar en que se desarrolla la historia, entre otros.

“El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales”¹⁴

II.1.2 Telenovelas de Contenido Social

“El género telenovela, que en forma genérica también podría designarse como un medio transmisor de cultura popular y como producto de consumo de un gran sector de la población, tradicionalmente había sido concebido en la televisión mexicana, como un tipo de programa cuyo único fin era proporcionar entretenimiento al auditorio. Sin embargo, en 1968, se produjo con muy buenos resultados la telenovela de contenido histórico “La Tormenta” y, desde entonces, se pensó en la posibilidad de que éstas cumplieran la función de educar además de entretener, sin perder la aceptación entre el público.”¹⁵

Para poder comenzar, se debe señalar que “la distinción hecha entre las telenovelas comerciales y las telenovelas de contenido social responde a que estas últimas fueron consecuencia de un tipo particular de investigación en comunicación desarrollado en los Estados Unidos a principios de la década de los 60.”¹⁶

Todo lo hacían con el fin de de ayudar a los países tercermundistas, al promover la educación educación por medio de programas de entretenimiento, en este caso, la telenovela. Es preciso identificar y definir, en qué contexto surge la telenovela de contenido social.

¹³ Warth, Eva María. Remote Control: Television Audiences and Cultural Power. Edit.Routledge, Inglaterra, 1989.

¹⁴ Torres Aguilera, Francisco. Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 37

¹⁵ *Idem*.

¹⁶ Torres Aguilera, Francisco. Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 41

- A principios de la década de los años 70, se mantenía un ambiente efervescente y de deslegitimación del aparato gubernamental, producto de lo sucedido un par de años atrás en Tlatelolco.
- Las movilizaciones sociales seguían y las instituciones oficiales, necesitaban recobrar el control de las masas.
- El incremento poblacional que en 1970 alcanzaba los 51 millones de habitantes, no hizo aumentar el porcentaje de personas económicamente activas.
- La herida causada por el movimiento del 68 produjo la falta de estímulos al trabajo académico, de expectativas profesionales e intelectuales en la población universitaria y la desestructuración, entre los contenidos académicos y los problemas e intereses populares.
- En los medios de comunicación, se crea una Subsecretaría de Radiodifusión dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que implicaría mayor control sobre la radio y la televisión.
- El gobierno presiona mediante diversas declaraciones de Secretarios de Estado y del mismo Presidente, donde se plantea, desde serias críticas al funcionamiento de los medios masivos, hasta la posible nacionalización de los mismos.
- El canal 13 de televisión pasa a manos del gobierno federal en marzo de 1972, lo cual significa el rompimiento del monopolio privado de televisión.
- Se unen Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, en diciembre de 1972 el anuncio se hace oficial y nace la sociedad llamada TELEVISIA, S.A.

En todo este contexto lleno de pleitos, específicamente de los medios de comunicación con la iniciativa privada y el gobierno federal, surgen las telenovelas de contenido social a mediados de los años 70, podríamos decir que, para amenizar todos estos conflictos y situaciones difíciles que atravesaba el país,. Aunque ya se tenían algunas experiencias en telenovelas históricas como “Maximiliano y Carlota” en 1965 y “El Carruaje” de 1972, que algunos consideran que fueron telenovelas de corte educativo, puesto que trataban la historia de nuestro país.

“Sin embargo, la primera telenovela de contenido meramente social, que realiza TELEVISIA es “Ven Conmigo”, la cual salió al aire del 17 de noviembre de 1975 al 10 de diciembre de 1976 y tuvo la intención de motivar a estudiar en el Sistema Abierto de Educación a quienes carecían de la educación elemental completa. La dirección

corrió a cargo de Miguel Sabido y aparecieron en pantalla actores como Silvia Derbez, Jaime Fernández, Aarón Hernán y Alma Muriel.”¹⁷

Con “Ven Conmigo”, se intenta imprimir una nueva dinámica con objetivos sociales muy precisos, que contribuyen, al desarrollo social del individuo, despertando su interés por el deseo de aprender, a través de la auto capacitación, en donde el vehículo es la telenovela.

Las telenovelas subsecuentes se vieron respaldadas por otras instituciones gubernamentales, como el Instituto Mexicano del Seguro Social, también los Centros de Integración Juvenil, entre otros. Como nos podemos dar cuenta, en esta época comenzaba una nueva etapa de trabajo de la televisión en México, dejando atrás las fricciones que tuvo anteriormente con el Gobierno Federal.

“Otra de las producciones que tuvieron éxito, fue “Acompáñame” que se transmitió del 15 de agosto de 1977 al 21 de abril de 1978, como una respuesta al Año Internacional del Niño, declarado así por la ONU y la UNICEF. Su intención era la promoción de los valores de paternidad responsable y desarrollo integral del niño.”¹⁸

Esta telenovela narra la historia de tres hermanas felices criadas en Tacubaya, México, D.F., cuyas vidas cambian por completo una vez contraen matrimonio y por la forma en que planificaron sus vidas y las de sus familias.

Y fue así que se fueron produciendo más telenovelas de este tipo, como “El combate” de 1980, que intentó reforzar el valor del estudio en los adultos. Dentro de ese mismo año se realiza “Caminemos” abordando el tema de la educación sexual en los adolescentes. Esta última ganó el *Premio Anual de la Media Excelencia* en Nueva Cork, en la categoría de mejor programa internacional. Éstos son sólo algunos ejemplos de telenovelas de carácter social realizadas.

Tales producciones, llevaron a la conclusión que este tipo de programas podían causar en el televidente, un efecto de modificación dentro de las perspectivas y conductas del público, así como de cambios de actitud.

¹⁷ Torres Aguilera, Francisco. Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 43

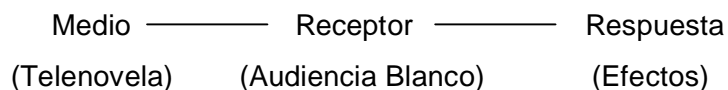
¹⁸ *Ibidem*. Pág. 44.

Querían contribuir al desarrollo del país y así incrementar la calidad de vida de la población. Sin embargo, habría que trabajar en conjunto con cada institución, dependiendo del tema a tratar, es así que se tuvo contacto con la Secretaría de Educación Pública, la Coordinación Nacional de Planificación Familiar, el Consejo Nacional de Población, los Centros de Orientación para Adolescentes, el Instituto Mexicano del Seguro Social, entre otras.

Pero para realizar una telenovela de contenido social, se hacían varias preguntas claves para que temas sociales y, hasta cierto punto, cotidianos, llegaran al gusto de la gente, según el autor Francisco Torres en su obra nos da las siguientes preguntas:

1. ¿Mediante qué formato sería posible darle un nuevo uso a la televisión?
2. ¿Qué audiencia sería blanco de este esfuerzo de comunicación?
3. ¿Qué efectos se pueden provocar al llevarse a cabo una comunicación efectiva?

Estas preguntas dejaban en claro en aquella época, un nuevo modelo de comunicación lineal mediante la telenovela:



Como podemos ver, en el modelo comunicacional tenemos al medio que es la telenovela, como una forma de pretender llegar al receptor con un cierto lenguaje, para que esto a su vez, tenga como respuesta una nueva forma de pensar del receptor y llegar a tener un diferente estilo de vida. Teniendo en claro que la telenovela ya es aceptada entre la audiencia, es así que por sí misma permitiría la conducta esperada en la población deseada.

Sin embargo, hay que recalcar que en los años 80, no muy lejos de nuestra realidad, seguían teniendo un modelo lineal, tomando al receptor tan sólo como depósito de mensajes, para después tener un resultado reproduciéndolos.

Las características de éste formato:

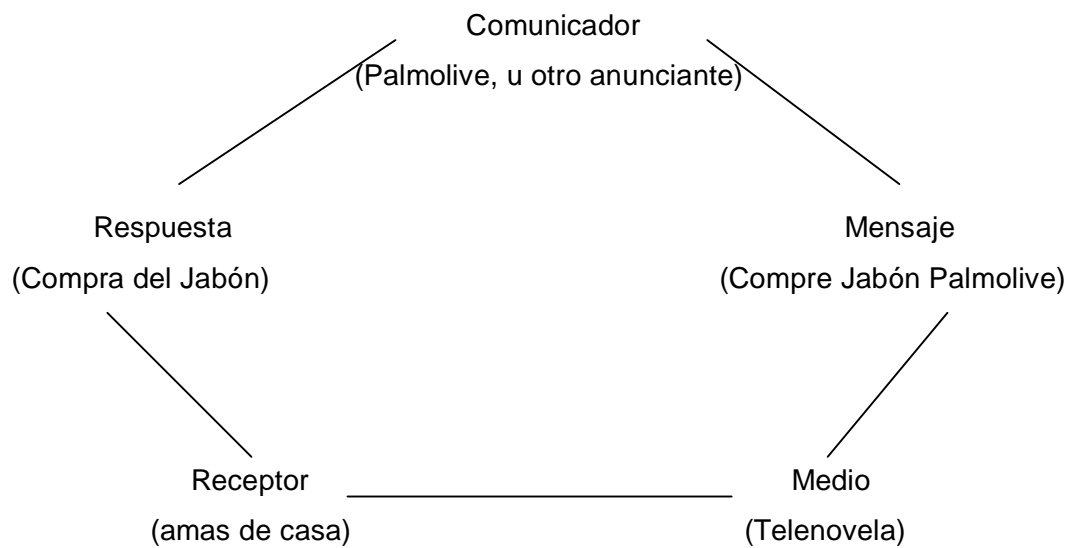
- Capítulos cuya duración iban de 30 a 60 minutos.
- Los capítulos se dividen en cuatro actos.
- Al finalizar cada capítulo y en ocasiones cada acto, la tensión dramática se intensifica.
- La transmisión generalmente es de lunes a viernes.
- La música es elemento que tiende a enfatizar el drama en la historia.
- El ritmo de la telenovela es muy lento en comparación a otros formatos, lo que permite que la historia se vaya dosificando a lo largo de los capítulos.

Como nos podemos percatar, el formato de la telenovela de contenido social no dista mucho del formato de telenovela comercial. Podríamos decir que, es la misma fórmula en donde ahora se verán expuestos los Efectos Probables, dentro de una telenovela de contenido social:

- Se crea un ambiente de intimidad con los protagonistas de la historia.
- El formato logra desarrollar una lealtad por parte de la audiencia, la cual sigue el desarrollo de la mayoría de los capítulos.
- El público tiende a mostrar conductas identificatorias, con los personajes buenos y a reprobador las conductas de los personajes malos.
- Los personajes de identificación, desempeñan el papel de modelos de conducta en situaciones de la vida real similares, que el público tiende a imitar.
- La lucha entre personajes buenos y malos, logra una serie de emociones intensas en la audiencia.
- El formato tiende a modificar o reforzar valores sociales, a partir de los argumentos.
- Se produce una experiencia vicaria con las situaciones presentadas en la telenovela.

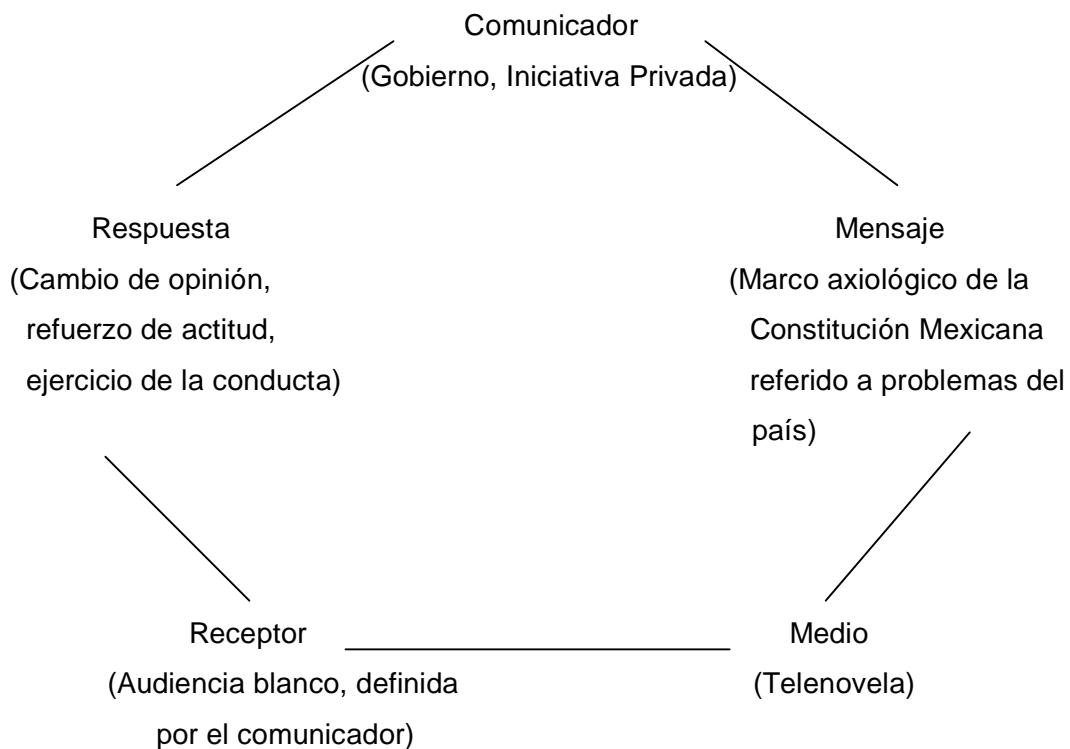
Podríamos decir que la telenovela de contenido social, llega a parecerse mucho a la comercial, por ello es importante poner los dos esquemas que según algunos teóricos, explicaban la diferencia entre una y otra.

Modelo de comunicación de la telenovela comercial, por el italiano Roviggati ¹⁹:



¹⁹ Torres Aguilera, Francisco J., Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 46 y 47.

Modelo de comunicación de la telenovela de contenido social ²⁰:



El cambio de comunicador entre uno y otro modelo, nos hace suponer una relación distinta entre el emisor y el receptor, los dos quieren una cierta obediencia, sin embargo, no tienen el mismo fin.

Lo que podemos ver dentro del modelo de telenovela de contenido, es que si se plantea de esa forma a los televidentes, es decir al público que gusta de ver telenovelas, tendrían un gran fracaso, puesto que, el público puede ser reactivo a los programas educativos, por la siempre búsqueda del entretenimiento.

Otro aspecto, que podemos observar dentro de los esquemas, es que en ninguno de los dos hay una comunicación entre el Emisor y el Receptor, es decir, seguimos con esa misma "comunicación a medias", en donde el receptor es pasivo y su única utilización es como depósito de mensajes dados por el comunicador.

²⁰ Torres Aguilera, Francisco. Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 46 y 47.

Para terminar con este tipo de telenovela, cabe mencionar que uno de los aspectos que caracteriza a la telenovela de contenido como tal, es la incursión en la participación final de cada episodio, de un personaje que hace explícita la conclusión o enseñanza del capítulo, apoyado en una instancia legal, como ya lo habíamos mencionado.

“Así, siendo una característica de la telenovela la reiteración, resultaría entonces un vehículo muy bueno para afirmar y confirmar la bondad de los valores sociales entre la población que se expusiera a ella. El autor señala la posibilidad de aprender por medio de procesos identificatorios entre algún sujeto que sirve como modelo y otro que aprende de la conducta observada en aquél.”²¹

Hoy en día, la telenovela de contenido social, aún perdura, con otros tintes y tal vez otra forma de producción, hoy en día no es una telenovela completa con duración de un año aproximadamente, sino son episodios que nos cuentan la vida diaria con los problemas que se puede encontrar cualquier familia mexicana, cada programa tiene su público objetivo muy definido.

Es así que, podemos ver programas como “Lo que callamos las mujeres”, transmitida de lunes a viernes por el canal 13, programa dirigido a las amas de casa en donde tratan problemas de mujeres que sufren violencia familiar, mujeres con cáncer, abuso sexual, en donde al final, siempre hay una voz off reiterando el mensaje dado a la audiencia, proporciona teléfonos de fundaciones o instituciones por si el televidente los necesita.

Por último, tenemos dentro del canal 2 del grupo TELEVISA, la serie de contenido social que ha durado más tiempo al aire, “Mujer casos de la vida real”, en donde también su público objetivo son mayormente las amas de casa, tratando problemas de contenido social.

²¹ Torres Aguilera, Francisco. Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, DF., 1994. Pág. 49.

II.2 ESTILOS Y COTIDIANIDAD EN LAS TELENVELAS MEXICANAS

“La telenovela cuenta una historia de amor. Pero no de un amor cualquiera. Tiene que ser un amor que cueste alcanzar, mantener, recuperar. Tiene que ser más fuerte que la pertenencia social y los lazos de sangre; debe superar el tiempo, la distancia, las desgracias más terribles que puedan imaginarse.”²²

Esto es lo que nos cuenta una telenovela convencional, en donde el desenlace es otra de las reglas, el que termine en un final feliz, ya que aquí podemos ver una reparación justiciera contra el mal; la telenovela siempre nos muestra lo que para las reglas de la sociedad es bueno y malo, por ello los malos siempre obtendrán su merecido.

“Esa es la lógica y la ética del melodrama: que los alineados en el bien disfruten junto con los protagonistas, del triunfo del amor, de la revelación de la identidad y de que las cosas estén en el lugar que les corresponde.”²³

Esta reparación a la justicia, es la que da sentido a un melodrama y, sobre todo, a lo que es el desenlace de la historia, sin duda, uno de los aspectos que el público espera en cada capítulo.

Usualmente las historias mexicanas no son modernas ni de “moral relajada”, como se dice popularmente, más bien tienen una carga moral fuerte, acompañada de sentimentalismo y maniqueísmo. “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”²⁴.

Dentro de cada telenovela nos muestran la historia de la *Cenicienta*, es decir, la chica sin dinero que se enamora de un hombre bueno y con una posición económica muy buena, quien además de todas sus virtudes es guapo, simplemente una historia en donde podemos encontrar diferentes versiones.

“En las telenovelas ‘suele’ suceder que la ignorante pero hermosa empleada doméstica se enamorará del patrón o del hijo del patrón y la elevará de condición

²² Mazziotti, Nora. La Industria de la telenovela: la producción de ficción de América Latina, Edit. Paidós, Buenos Aires, 1996. Pág. 14.

²³ *Ibidem*. Pág. 16.

²⁴ *Ibidem*. Pág. 47.

social, ejemplos: “María Isabel”, “Simplemente María”, “Rosa Salvaje”, “María Mercedes”, entre muchas otras.”²⁵

Es así como llegan los estereotipos dictados para la sociedad, en nuestro caso la mexicana. Pero, ¿qué es un estereotipo?:

“Estereotipo: término acuñado por Walter Lippman para designar a las imágenes que cada individuo modela para sí mismo de las referencias obtenidas acerca de un determinado objeto material o mental”²⁶.

“Los estereotipos son elementos básicos que conforman el armazón de una telenovela, qué sucedería si se prescindiera de la heroína romántica luchando por salir adelante, qué sería de ella sin un galán positivo y protector, contra qué lucharían o qué trama podría darse sin villanos”²⁷.

Los estereotipos de una telenovela son transmitidos a millones de telespectadores en el mundo, por ello es importante analizar, cuál es la información que conlleva cada uno de éstos.

II.2.1 La protagonista de la telenovela

Tenemos a la protagonista, ésta debe de ser una mujer quien lucha en la vida por salir adelante, inteligente, linda y buena, es decir, tiene que ir con todo lo bueno que se le atribuye a una persona, como es el ayudar a quienes la rodean y pase lo que pase, ella siempre perdonará.

Con respecto a su fisiología, deberá ser una mujer muy bella, que resalte de las demás, una mujer que por el simple hecho de ser bonita, el espectador podrá excusar cualquier cosa que haga y todo estará bien.

“La heroína de las telenovelas es trabajadora, agradable, justa y generalmente sufrida, esta última característica conforma el estereotipo de la heroína sufrida, no hay heroína que no llore, que no sea engañada, maltratada y humillada, ésta es la esencia del

²⁵ Regalado Hernández, Alfonso. Los estereotipos de las telenovelas, UNAM, FCPyS. México, 1998. Pág.45

²⁶ *Ibidem*. Pág. 39.

²⁷ *Idem*.

melodrama y es un elemento que después, le permitirá ser feliz para siempre aunque sea en el último capítulo de la telenovela.

“El rol de la heroína romántica puede desglosarse en múltiples estereotipos, tales como ‘heroína doméstica’, ‘heroína juvenil’, ‘heroína agresiva’, ‘heroína moderna’, etc. Pero todas éstas al mismo tiempo refuerzan el estereotipo genérico de la heroína romántica.”²⁸

Por otra parte, tenemos siempre a nuestra protagonista como una mujer hasta cierto punto sumisa, obediente, propia, sensata, pulcra y sobre todo “decente”. Es así como llegamos al campo de la sexualidad:

“La heroína tiene también una marcada característica, por lo general trata de mantenerse casta hasta que se casa, sin embargo, sólo por amor es capaz de caer en los pecados de la carne, sufrirá en silencio, ya que el hecho de la sexualidad está fuera de los esquemas de comportamiento de las heroína.”²⁹

Es así, que nuestra protagonista en pocas palabras deberá ser “pura y casta”, como dictan las buenas costumbres machistas de una sociedad, si no fuera así los televidentes no la calificarían como la buena de la historia, porque simplemente no la sentirían identificada con el prototipo de mujer sumisa y abnegada, que ya se ha establecido desde hace muchos años dentro de nuestro país y también dentro de los países de América Latina.

“Por otro lado no debemos olvidar que, sobre todo en la clase media y alta la mujer puede ser vista como objeto decorativo, como una especie de premio adquirido por el esposo.”³⁰

Sin embargo, aquí podría haber una diferencia de opiniones, en donde algunos dirían que la situación actual ha cambiado, en mi opinión, creo que si ha habido una evolución en cuanto a la sexualidad se trata, sin embargo, el mensaje es el mismo.

Es decir, cuando la protagonista se entrega al ser amado antes del matrimonio, siempre lo hará por amor y las escenas de alguna manera nos mostrarán una unión

²⁸ Regalado Hernández, Alfonso. Los estereotipos de las telenovelas, UNAM, FCPyS. México, 1998. Pág. 44.

²⁹ *Ibidem*. Pág. 45

³⁰ *Idem*.

muy pura, llena de cariño y ternura, de una u otra forma, lo manejan así para que el televidente la acepte y no vea nada de malo dentro de la relación sexual. La sociedad mexicana no ha cambiado del todo su forma de pensar, en cuanto al estereotipo de “buena mujer”.

II.2.2 El galán dentro de la historia

Además, tenemos a otro de los personajes importantes e indispensables dentro de la historia de cualquier telenovela, el galán, el héroe de la telenovela; cuando nos referimos a este personaje podemos decir que es aquél ser valeroso, íntegro, honesto, un hombre que jamás se rinde, fuerte pero sobre todo, sensible y, obviamente, guapo, en la mayoría de la veces tiene una buena posición económica (algo le tiene que ofrecer a nuestra protagonista guapa e ingenua).

El autor Carlos González Alonso de *“Principios básicos de comunicación”*, define a los héroes de la comunicación (es decir, el galán) como:

“Figuras creadas por los medios masivos de comunicación, su objetivo es mantener a un público cautivo y a disposición de sus fines. Resulta obvio que lo que los medios masivos suelen transmitir es precisamente la imagen del hombre, su huella y lo que le interesa. Por tanto, se le presentará como defensor y portavoz del bien común vencedor de todas las situaciones adversas, peligrosas: el bueno contra el malo.”³¹

Tomando en cuenta que la telenovela está dirigida especialmente para el sexo femenino, debía de existir un gancho, algo que les atrajera más todavía: la galanura y fortaleza del protagonista masculino, el galán de telenovela.

Sin duda alguna, se ha mitificado el papel del galán de telenovela, se le ve como héroe en donde el hombre-héroe salvará a la princesa que se encuentra secuestrada en un castillo y para llegar a ella, deberá pasar por muchas pruebas.

Sin embargo, ‘con el término de héroe se designa a un ser: producto que es situado y determinado por una cultura o moda y caracterizado por responder a determinadas necesidades psicológicas, sociales y de evasión y entretenimiento’.³²

³¹ González Alonso, Carlos. *Principios básicos de comunicación*, Edit. Trillas. Pág.76

³² Regalado Hernández, Alfonso. *Los estereotipos de las telenovelas*, UNAM, FCPyS. México, 1998. Pág. 60.

Un hombre hecho héroe que simplemente no existe en nuestra realidad, sin embargo, tanto el galán de telenovela como la heroína romántica, llegan a ser, en lo personal, estereotipos muy fuertes para los televidentes. Es decir, se convierten en el modelo “supuestamente” correcto e idealizado para la sociedad.

El galán de telenovela también ha evolucionado con el paso del tiempo, antes tenía que ser un hombre con voz fuerte, tenía que ser un tanto sobrio y nada de débil y mucho menos mal hablado, un hombre de buen comportamiento, todo un caballero. Hoy en día existen, también, pseudo héroes, uno de varios ejemplos puede ser, “Juan Querendón” un hombre poco educado, chofer, con aspecto de “galán de barrio”, pero con un corazón enorme, entonces la protagonista quien es una mujer de clase alta, se enamora de Juan.

Es decir, hoy en día los estereotipos han cambiado de alguna manera, sin embargo, las cuestiones morales y las buenas costumbres siguen siendo casi las mismas. La telenovela sigue dando mensajes positivos aunque muy fuera de la realidad vivida.

II.2.3 El Villano del cuento

Por último, se tiene a la sal y la pimienta dentro de la telenovela, los villanos, sin este tipo de personajes no habría conflictos y mucho menos acción dentro de la trama. Éste se encargará de hacerle la vida difícil a nuestra pareja protagonista. Sin embargo, siempre al final tendrá su merecido para que jamás se salga con la suya. Digamos que es una especie de diablito en donde el contexto dice que, el bien siempre triunfará.

“Desde pequeños se nos sugiere que el sucio, el feo, el desarreglado, es una mala persona mala, en cambio el hombre limpio y arreglado simboliza todo lo contrario, mucho tiempo se manejó en la novela rosa que la fealdad física, refleja la maldad del alma (salvo casos contados).”³³

Sin embargo, esta situación ha cambiado dentro de las telenovelas, hoy en día cualquier persona puede ser villana, refiriéndome a lo físico, porque la villana puede ser hasta más atractiva que la misma protagonista, o el villano puede ser igual de

³³ Regalado Hernández, Alfonso. Los estereotipos de las telenovelas, UNAM, FCPyS. México, 1998. Pág. 68.

apuesto que el héroe de la historia. En tanto, lo que caracterizará a este personaje serán sus acciones y atrocidades.

“Cabe resaltar que anteriormente la maldad de los villanos se basaba fundamentalmente en el control de los sentimientos, pero con el paso del tiempo la violencia ha jugado un papel preponderante, matar, chantajear y golpear va más allá de mentir, ofender y humillar.”³⁴

Es como concluimos que también en los villanos ha habido una evolución, con base a que la sociedad va cambiando constantemente. Pero esto no significa que no exista una cierta regla, para llevar a cabo el estereotipo de un villano clásico:

‘Los villanos tenían pautas típicas de personalidad que eran casi exactamente las contrarias a las de los héroes: muy feos, engañosos, crueles, injustos, despreciables y moderadamente tristes, sucios, miserables y desleales’³⁵

Lo único que se podría cambiar de lo anteriormente dicho, sería la frase “muy feos”, porque como ya había mencionado, los villanos pueden variar entre lo feo y lo impuesto como bello.

Todos estos estereotipos, se hacen con el afán de “atrapar” al televidente, para que hasta cierto punto se sientan identificados o adopten una postura, es una forma de establecer una especie de relación con el público, donde este último “vivirá” la historia, capítulo a capítulo hasta ver su desenlace y para ello, deberá establecer un cierto “clic” para que esa simbiosis entre televisor y televidente maximicen los matices que presentan los personajes principales.

³⁴ *Ibidem.* Pág. 69.

³⁵ *Ibidem.* Pág.68

II.3 LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

Es primordial destacar la importancia de la imagen, el por qué resulta trascendente durante la evolución del hombre y entender, particularmente, el objetivo de esta tesis: saber qué sucede con la imagen y qué sucede con lo que escuchamos.

“Indudablemente, si las formas de comunicación visual constituyen un lenguaje – o quieren constituirse en lenguaje -, debemos pasar del campo de la pura intuición o de la realización personal, en el cual no hay duda que se producen expresiones a veces geniales, que jalonan la Historia del Arte, pero cuya fuerza comunicativa podríamos decir que es unidireccional a la estructuración de una gramática de las formas, que haga posible la determinación de códigos visuales aptos para la intercomunicación entre los más amplios sectores de la sociedad.”³⁶

Dicho autor, nos dice que por principio lo visual nos puede llevar a una comunicación y es así como podría llegar a haber un “lenguaje visual” con base en códigos, también visuales, para que haya una intercomunicación.

Sin embargo, la idea de un lenguaje visual universal es un tanto errónea, pues aunque existen convencionalismos simbólicos a nivel mundial, los códigos culturales varían dependiendo del país o ciudad en la que uno se encuentre, por lo que la interpretación simbólica se vuelve heterogénea.

“Desde los movimientos artísticos de vanguardia, que han llevado a cabo como un despiece y análisis de los distintos componentes de la imagen y sus significados, hasta la publicidad, los comics, la fotografía, el cine, la televisión, el video cassette, cada uno con sus características propias y sus condicionantes, pero con el denominador común de la utilización de signos visuales, todos estos medios constituyen el paisaje de fondo de la cultura actual.”³⁷

“La expresión visual son muchas cosas, en muchas circunstancias y para muchas personas. Es el producto de una inteligencia humana altamente compleja que desgraciadamente conocemos muy mal.”³⁸

³⁶ Donis A. Dondis, La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1976. Pág. 5.

³⁷ Donis A. Dondis, La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1976. Pág. 6.

³⁸ *Ibidem*. Pág. 10.

La expresión visual ha llegado también a unir masas y como en el lenguaje escrito, ha construido un sistema básico para el aprendizaje, haciendo que la sociedad lo identifique, se identifique, lo apropie y comprenda los mensajes visuales.

“Entre los siglos XIII y XVI, la ordenación de las palabras sustituyó a la inflexión de las mismas como principio de la sintaxis gramatical. La misma tendencia se dio con la formación de palabras. Después la imprenta, ambas tendencias se aceleraron mucho y se produjo un desplazamiento de los medios audibles a los medios visuales de la sintaxis”³⁹

Poco a poco nuestra sociedad va evolucionando, podría decirse también que la mente del hombre también se va agilizando cada vez más, sin embargo, esto se podría detener si se hace mal uso de la imagen, es decir, que nos acostumbremos a entender las cosas sencillas sin analizar absolutamente nada.

La imagen tiene muchas ventajas, pero también puede llegar a tener grandes desventajas que afectarían el desarrollo del ser humano, en donde ya no se observan las imágenes, sino que uno se enajena con las imágenes, dos cosas totalmente diferentes, sin embargo, para pasar de una a otra existe un estrecho muy pequeño.

“La fuerza cultural y planetaria del cine, la fotografía y la televisión en la confirmación de la imagen que el hombre tiene de sí mismo, define la urgencia de la enseñanza de la alfabetidad visual tanto para los comunicadores como para los comunicados.

En 1935, Molholy Nagy, el brillante profesor de la Bauhaus, dijo que los iletrados del futuro ignorarán tanto el uso de la pluma como el de la cámara’. Aquel futuro es ahora presente.”⁴⁰

La inteligencia visual incrementa el efecto de la inteligencia humana, digamos que ensancha el espíritu creativo, claro está que todo depende de qué tipo de productos se hagan, de lo contrario será proyecto fallido tanto para el comunicador como para el receptor.

³⁹ *Idem.*

⁴⁰ Donis A. Dondis, La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1976. Pág. 12.

II.4 LA TELENVELA EN NUESTROS DÍAS

Hoy en día, la telenovela mexicana es uno de los géneros más vistos de las televisoras de nuestro país. Teniendo en cuenta que sólo hay dos televisoras productoras de telenovelas, Televisa y Televisión Azteca, los dos monopolios más grandes, en cuanto a producción audiovisual se refiere.

La empresa Televisa ha logrado un lugar de privilegio, para la telenovela mexicana en el mundo y de manera lenta, pero ya con buenos resultados es lo que está logrando Televisión Azteca.

“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: Angola, Australia, Bulgaria, Barbados, Canadá, China, Egipto, Inglaterra, Alemania, Grecia, Hong Kong, Irán, Italia, Japón, Kenya, Kuwait, Lituania, Nigeria, Filipinas, Polonia, Portugal, Rusia, Arabia Saudita, Senegal, Somalia, España, Sudán Tanzania, Tailandia, Vietnam, Zambia y Zimbawe.”⁴¹

Sin embargo, Televisa se ha colocado en primer lugar frente a cualquier otro tipo de televisora de América Latina, en cuanto a telenovelas se refiere. Su más grande competencia, podríamos decir, que está en los siguientes países latinoamericanos: Colombia, Venezuela y Brasil.

Hoy en día Televisa no tiene sólo competencia en otros países sino también, dentro de su propia patria. Televisión Azteca, que nace aproximadamente hace 15 años, se dio cuenta de qué tan rentable es hacer melodramas para televisión, así TV Azteca comienza a producir y realizar telenovelas.

“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 es consolidar una red internacional de televisión, se cumplió.”⁴²

⁴¹ Martínez Cruz Alberto y Granados Ramírez Osvaldo. La telenovela en Televisión Azteca, UNAM, FCPyS. México, D.F., 2006. Pág. 98.

⁴² Martínez Cruz Alberto y Granados Ramírez Osvaldo. La telenovela en Televisión Azteca, UNAM, FCPyS. México, D.F., 2006. Pág. 100.

‘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’⁴³

De esta forma, Televisión Azteca poco a poco fue ampliando su cobertura hasta llegar a ser una de las fuertes competencias para Televisa, tanto en programas de revista y noticiarios como dentro de las telenovelas. Lograron hacer que cientos de familias mexicanas, cambiaran de canal para ver más variedad de telenovelas.

“Actualmente los canales 7 y 13 de Televisión Azteca, tienen una cobertura de 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”⁴⁴.

Es increíble que en tan pocos años han podido lograr una cobertura a nivel Latinoamérica, y que a pesar de ser hasta cierto punto “novato” en telenovelas haya acaparado tanto público. Hoy en día podemos decir, que el monopolio de la televisión en México no solo es de Televisa, ahora es compartido con TV Azteca.

“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, 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”⁴⁵

⁴³ *Idem.*

⁴⁴ *Ibidem.* Pág. 101

⁴⁵ Martínez Cruz Alberto y Granados Ramírez Osvaldo La telenovela en Televisión Azteca, UNAM, FCPyS. México, D.F., 2006. Pág. 102

Como ejemplos, tenemos las siguientes telenovelas que fueron dobladas y exportadas a distintos países, en donde tuvieron un gran éxito:

Televisa

| <i>Telenovela</i> ⁽⁴⁶⁾ | <i>Año</i> | <i>Países</i> |
|-----------------------------------|------------|--------------------------------------|
| Rosa Salvaje | 1989 | Antigua, Arabia 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 |
| Maria la del barrio | 1995 | Jordania, Líbano, Omán y Venezuela |

Televisión Azteca

| <i>Telenovela</i> | <i>Año</i> | <i>Países</i> |
|----------------------|------------|-----------------------------------|
| Mirada de Mujer | 1997 | Rumania, Argentina y Chile |
| Tentaciones | 1997 | Estados Unidos, Chile y Argentina |
| Demasiado Corazón | 1996 | Nicaragua, E.U. y Honduras |
| La Chacala | 1997 | Venezuela, Colombia y E.U. |
| Al norte del corazón | 1996 | E.U., Venezuela y Colombia |

“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.”⁴⁷

Como podemos ver, la competencia entre las dos televisoras no tiene límites y es así como han llegado a abarcar mercados internacionales, pero a pesar del esfuerzo que ha puesto Televisión Azteca para estar al lado de Televisa, aún no lo ha obtenido.

Esto se sustenta porque actualmente la producción de telenovelas en Televisa es de 15 melodramas por año y circulan 40 títulos en mercados europeos, según Televisa Internacional.

⁴⁶ *Idem.*

⁴⁷ Martínez Cruz Alberto y Granados Ramírez Osvaldo. La telenovela en Televisión Azteca, UNAM, FCPyS. México, D.F., 2006. 105

“Televisa exporta programación a 128 países, tanto en la modalidad de grabaciones como de transmisiones directas vía satélite.”⁴⁸

Sin embargo, la casa productora de telenovelas Argos que trabaja para TV Azteca, está probando con otras fórmulas para ir renovando la telenovela, de esto hablaremos más adelante en el apartado titulado “El auge de la telenovela”.

⁴⁸ *Ibidem.* Pág. 110.

CAPITULO III

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA EN EL DECLIVE DE LA RADIONOVELA EN MÉXICO.

La enorme aceptación de las radionovelas, se fincaba en gran medida en la solidez de sus historias, ya que contaban con excelentes escritores y actores, quienes protagonizaron una verdadera “época de oro” de la radio mexicana. Guionistas como Joaquín Bauche Alcalde, Rafael Pérez y Pérez, Luz María Perea, Marisa Garrido, Francisco Márquez, Caridad Bravo Adams y Carlos Chacón, fueron de los más destacados.

Obviamente también contaban mucho los actores, quienes le daban vida a cada historia en donde destacaron Guillermo Portillo, Emma Telmo, Rosario Muñoz Ledo, Salvador Carrasco, Amparo Garrido, Los Hermanos Galán, Joaquín Pardavé, Pedro Infante, Arturo de Córdova, Sara García y Luis Manuel Pelayo, éstos comenzaron con un verdadero *Star System* de los espectáculos, en el México de los años 40 y 50 a la par con el cine.

Pero ese siglo terminó y difícilmente podrá repetirse, el particular fenómeno provocado por la estupenda narración radiofónica, porque el público ya comenzó a dar mayor credibilidad a lo que ve, que a lo que solamente escucha. En este sentido, la televisión atrajo no sólo al público sino también a los anunciantes.

Mario Ledesma, quien tiene quince años de experiencia en este ámbito y es productor de radionovelas infantiles en Radio Puerto de Radio Educación, es una de las personas más allegadas al tema dentro de la radio.

Mario Ledesma, hoy en día, produce un programa hecho para niños en donde se tocan temas como la ecología, salud, tiene una sección de *El consultorio del Ro-Ro* quien aconseja a los niños cuando tienen problemas con las cuestiones del amor, también cuenta con una sección que se llama el *Dr. Tenebris* y le dan un recorrido a los niños por la Ciudad de México, mediante voz y sonidos. Dicho programa se transmite por Radio Puerto en el 1060 AM de 1pm a 2 pm todos los días.

En entrevista, el productor señala que la radionovela es definitivamente un género olvidado, “sin embargo en su tiempo era líder, la radionovela entretenía aunque cabe aclarar que eran muy frescas refiriéndome a los valores que te mostraban, era más bien lo que debes de hacer, en cambio la telenovela llegó a mover otros valores, ésta te dice lo que no debes de hacer. Al final vienen siendo casi las mismas historias con la diferencia de que en una hay imagen y en la en la otra no tan sólo la imagen que se cree el radioescucha.”¹

Mario Ledesma cree que para poder revivir de nuevo a la radionovela se requiere de mucha y muy buena difusión, porque si no siempre llevará la televisión ventaja puesto que “la imagen es la que vende, es el gancho”.²

“La radionovela está tan olvidada que pareciera como si se encontrara ya casi muerta, puesto que no se ha producido radionovelas desde hace diez años”.³

La última radionovela mexicana producida por Mario Ledesma en el año de 1998, fue la llamada “Júrame que te casaste virgen”, ésta se produjo gracias al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y a Radio Educación. Con Susana Alexander y Norma Herrera, entre otros. Esta radionovela se transmitía de lunes a viernes y en total se hicieron 20 capítulos, con un costo de \$15,000 pesos por capítulo.

Finalmente, el productor Mario Ledesma, señala que es imprescindible rescatar a las radionovelas obviamente tomando los temas de otra forma, es decir, adaptarlos a la sociedad actual, ya que si no se actualizan los temas y la forma de contar las historias, la radionovela no estaría regenerándose y el público no lo escucharía.

Reconoce que, principalmente, el elevado costo de producción del género radionoveler, así como la falta de una buena difusión, seguirán siendo el principal obstáculo para su realización.

La radionovela es un género desperdiciado, pues no sólo es parte de la cultura nacional, sino que ofrece la posibilidad de enseñar a todo tipo de públicos, variedad de temas tanto históricos como geográficos, así como valores que tenemos un tanto perdidos hoy en día, para tener éxito dentro de una radionovela, la cual maneje este

¹ Entrevista a Mario Ledesma, productor de radio, dentro de Radio Educación, realizada el día 16 de Enero de 2008 a las 4:30pm.

² *Idem.*

³ *Idem.*

tipo de temas, tendría que ser de una forma más ágil y sobre todo, con el léxico con el cual el público se sienta identificado.

Sin embargo, el cuestionamiento es si realmente con la aparición de la telenovela comienza a declinar la radionovela, es decir, cuál es la relación entre una y otra. Por ello, para aclarar esta cuestión, en los siguientes apartados se hablará del “boom” de la telenovela.

También se tratará el declive de la radionovela, para saber cuáles fueron los puntos que no estuvieron a su favor en aquella época, saber qué es lo que está pasando hoy en día con la radionovela y, así, poder saber cuál es su futuro, si es que lo tiene.

III.1 EL DECLIVE DE LA RADIONOVELA EN MÉXICO

“La declinación de la radionovela no fue inmediata. En los años setenta Carlos Chacón Jr. seguía al frente de uno de los cuadros radiofónicos más completos y profesionales. Radiodifusoras Asociadas (ASA), fundada en 1956, solía proporcionar a sus representados un buen número de radionovelas producidas por la W, llegando a difundir diariamente ocho radionovelas. Por otra parte, Radio Cadena Nacional aún se mantenía como importante productora de radionovelas”.⁴

Los patrocinadores comenzaron a cambiar de medio de comunicación, Palmolive patrocinaría la primer telenovela y obtendría a cambio, una gran alza en las ventas de sus jabones. Colgate Palmolive desaparece de las radionovelas, dejando en la calle a muchos de los actores que participaron dentro de las mismas y obligando a muchos, a emigrar a Estados Unidos para trabajar en cine, haciendo doblaje de películas, la mayoría lo hacía para Disney.

“El grupo de exclusivos desapareció en 1961 y con ellos el bloque más importante de la radionovela en México. Los actores, productores y toda la gente que conformaba el cuadro de actores y de producción buscaron otra posibilidad de trabajo, lo más lejos de la influencia de Azcárraga. Algunos con lo que les dieron de indemnización,

⁴ Rebeil Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Edit. Trillas, Tercera impresión, México, 2000. Pág. 183.

vivieron de sus rentas, otros pusieron negocios; algunos más se fueron del país o se retiraron”.⁵

Sin embargo, algunos actores pioneros de los exclusivos como Antonio González, Rita Rey y Emma Telmo no se dedicaron al doblaje, decidieron crear su propia empresa productora de radionovelas. Por su parte, Carlos Chacón tuvo la idea de independizar a la radionovela, es así que crean Proa (Programas de Radio) independizándose y formando una cooperativa, para improvisar una cabina con algunos operadores e ingenieros.

Ya para 1977 se hizo notar la paulatina declinación de este género. Por otro lado, Radio Educación lucha para que no desaparezca el género y hacia finales de los años 70's principios de los años 80's, fue la pionera en crear estos contenidos y es cuando se da el fenómeno de las radios públicas a nivel nacional. Este fenómeno prolifera porque se comienza a destinar dinero para la producción de estas historias y Radio Educación se vuelve en ese momento, la institución productora por excelencia de radionovelas.

Como Radio Educación no tenía mucho presupuesto, comienza a exportar al por mayor, las radionovelas dentro de toda la República Mexicana.

Sin embargo, estos años buenos no durarían mucho, “las radionovelas también comienzan a desaparecer en Radio Educación por el alto costo y sobre todo porque comenzó a aumentar la plantilla de trabajadores, en aquel entonces éramos 37 hoy en día casi llegamos a 3000 trabajadores.”⁶

Los años ochenta marcaron el fin de una época. En 1982, la XEW dejó de transmitir la barra matutina de radionovelas, sustituidas por programas de revista, siendo uno de ellos era conducido por Janette Arceo, en donde a las amas de casa se les daba consejos para el hogar. Habían desaparecido las novelas por la radio en las mañanas y sería muy difícil que éstas volvieran.

La XEW era la radiodifusora que más caro cobraba el tiempo dentro de la radio y se cobraba lo mismo, si se transmitía música o radionovelas. Sin embargo, decidieron

⁵ Molina López, Fernando. Género del ayer: la radionovela y otras cosas (revisión de 1940 a 1991), UNAM, Acatlán. Edo. De México 1993. Pág. 131.

⁶ Entrevista a Guadalupe Córtez productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

sustituir las radionovelas con programas que contenían música grabada. Es decir, se buscaba la mayor ganancia con la menor inversión, la transmisión de música grabada.

“Los ingresos por publicidad eran los mismos en las horas que se transmitía música grabada y en las que se pasaban radionovelas, pero el costo de producción de estas últimas era mucho más alto y con toda probabilidad aquellos ingresos no alcanzaban a compensarlo”.⁷

La radionovela empezaba a ser poco rentable, exigía de mucha producción pero las ganancias eran las mismas, que si sólo transmitieran música grabada, así se comenzó a optar por la música.

La única emisora que a pesar de esto, siguió transmitiendo radionovelas dentro del Distrito Federal fue la XERED, la cual a principios de la década tenía toda su barra llena de radionovelas tanto en la mañana como en la tarde, estaba afiliada a Radio Programas de México y tenía 44 estaciones afiliadas en 11 estados del país, en donde siguieron teniendo éxito con títulos como “Amor de adolescentes”, “Envidia”, “Pasiones Indómitas”, “El ojo de vidrio” y “Kalimán”.

Por su parte, radiodifusoras como Radio Sinfonía y Radio Variedades, que sólo transmitían música grabada, fueron las que consiguieron un mayor *rating*. De esta forma, la radionovela comercial se desgastó.

Cabe aclarar que su decadencia no es el género en sí, sino la de su rutina en donde también tienen que ver los usos y costumbres de hoy en día. Es decir, algunos factores sociales pueden haber contribuido al declive de dicho género.

A este respecto María Antonieta Rebeil señala, “mucho ganaría la radionovela comercial si se preocupara por recoger la genuina problemática de la gente, lo que son realmente sus necesidades y aspiraciones; si buscara reflejar su cotidianeidad, la manera en que le afectan los acontecimientos sociales... La radionovela comercial no necesariamente tiene que ser cursi y melodramática; también puede ofrecer un

⁷ Rebeil Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Edit. Trillas, Tercera impresión, México, 2000. Pág. 187.

entretenimiento digno y difundir valores socialmente útiles. Ése es su reto y de la respuesta que ofrezca dependerán sus perspectivas”.⁸

La radionovela no desapareció gracias a la aparición de la telenovela, sólo fue uno más de los agentes que ayudó a su casi desaparición. Fuera de esto, el factor más grande para su declive fue el no haber innovado, el no haber cambiado de estrategia o de forma de tratar temas de ese tipo, no renovarse y reinventarse, al ritmo de la misma sociedad, careció, en una palabra, de actualización.

El autor de la obra “La era audiovisual” nos dice lo siguiente, con base a lo anteriormente dicho:

“Es indudable que, además del atractivo de la imagen y el ansia de novedad y de escapismo, fue la propia radio quien lanzó a su audiencia hacia la televisión por falta de una reestructuración de contenidos, de fórmulas expresivas, de programación, etc., a la que se vería obligada más tarde por la presencia beneficiosa de la televisión”.⁹

El guión es otro de los factores que tuvo un importante peso en el declive de la radionovela ante la televisión; mientras que la telenovela buscaba lo más novedoso para acaparar la atención del público, la radio se empeñaba en buscar dentro de sus mismas fórmulas, algo que mantuviera a su público.

En entrevista, el Lic. Lauro Alvarado¹⁰, quien tuvo la fortuna de hacer las últimas radionovelas para Raúl del Campo Jr., el “Sr. Radionovela”, asevera que fueron dos factores importantes los que llevaron a la radionovela a su casi desaparición:

⁸ Rebeil Corella, Maria Antonieta. Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Edit. Trillas, Tercera impresión, México, 2000. Pág. 187.

⁹ Faus Belau, A. La era audiovisual: Historia de los primeros cien años de la Radio y la TV. Ed. Internacionales Universitarias. Barcelona, 1995. Pág. 64.

¹⁰ Comenzó a trabajar en la XEW con el “Sr. Radionovela” primero como actor y después como asistente de producción, es así como nace su amor por la radionovela.

A finales de los 80’s se le abren las puertas para hacer radionovelas pero ahora como productor, es entonces, que surge un proyecto muy importante en Televisa, cuando intentaron rescatar la radionovela, se lleva a cabo gracias al Sr. Miguel Ángel Erros, otro señor apasionado de las radionovelas, puesto que le surgió la idea de echar la carne al asador para rescatar las radionovelas.

Tiempo después se retiró de la XEW, porque lo invitaron a colaborar capacitando a actores en el CEA Centro de Capacitación Artística de Televisa y desde entonces, también colabora con Lupita Jones en la

“Fueron dos factores muy importantes los que tuvieron mucho que ver con el declive de la radionovela. El primer factor que empujó a la radionovela a terminar un ciclo sería lo desgastado de los temas.”¹¹

Tal vez los productores no querían darse cuenta, que la sociedad estaba cambiando y una nueva época se avecinaba.

“Los escritores y los productores ejecutivos, pero sobre todo éstos últimos, no se quisieron a atrever en muchos aspectos a cambiar la temática aunque el mundo estuviera cambiando en muchos sentidos. La radionovela debió haber sido más atrevida, todavía cuando se acabaron las novelas habían muchos tabúes, no podías abordar muchos temas tan abiertamente si hubiéramos tenido la libertad que tenemos hoy, la radionovela temáticamente hubiera seguido funcionando, internamente la radionovela se estaba dejando morir.

El segundo factor sería la efervescencia de la música hacia los jóvenes, de repente comienzan a tener una pasión por la música, aunque siempre nos ha gustado sin embargo, no se difundía con tanto fervor y tanta pasión como ahora.”¹²

A finales de los años 50’s, México se ve influenciado por Estados Unidos con la revolución de la música como fue el rock and roll, empero, se seguían produciendo radionovelas tomando en cuenta su público más importante, las amas de casa.

Por lo tanto, este factor sería poco determinante, no podría ser la razón primordial para el declive de la radionovela pues la industria musical aumentó gracias a la necesidad de la radio por tener audiencia a bajo costo.

De esta forma, se reitera que la peor equivocación de las radionovelas fue lo poco innovador de sus temas, hubiera sido interesante el intentar llamar la atención de los jóvenes en un amplio bagaje de radionovelas juveniles e infantiles abarcando otro tipo de lenguaje, otra forma de dirigirse al público para aumentarlo.

preparación de las chicas de Nuestra Belleza México. Además dirige el Centro de Capacitación Raúl del Campo, el cual tiene 25 años preparando comunicadores.

¹¹ Entrevista al Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

¹² *Idem.*

Pudieron haber abarcado otros campos dentro de su misma audiencia, como hoy en día lo intenta hacer la televisión.

Lupita Cortéz¹³ quien ha hecho radio teatros y ha sido productora de radionovelas dentro de Radio Educación, asegura que:

“Frente a esa programación musical ellos venden y venden productos disqueros y se olvidan de invertir en lo que es guión, musicalización, dirección de escena, actores, estudios, grabación, operador, entre otros.

Es entonces que comienza un proceso de cambio que, para 1968, provoca un alto porcentaje de los trabajadores creativos desechados y muchos de ellos llegaron a Radio Educación cuando ésta apenas comenzaba.”¹⁴

Sin embargo, todos los factores van entrelazados. Así narra la productora Lupita Cortéz la caída de la radionovela y sus factores:

“El factor económico fue de suma importancia. En 1962 surge el disco de 45 revoluciones y todo esto hace que el mercado de los discos se dispare y sea el factor importante en la radio. Es así como la radionovela comienza a perder sentido para los empresarios, sin embargo, esto no quiere decir que pierda sentido para mi como productora, porque mi generación de 1953 es la que nace con los derechos culturales, antes de nosotros era difícil hablar de derechos culturales porque tuvo que pasar la segunda guerra mundial para que se establecieran los derechos humanos y después hubiera derecho a la información y dar pie a los derechos culturales, es decir, todo esto que tiene que ver con el crecimiento y la transformación de toda una cultura.”¹⁵

Definitivamente son varios factores los que influyeron en el declive de la radionovela, factores que uno con otro van entrelazados y en donde no hubo esa iniciativa de luchar por mantener todo lo que se había logrado. Tal vez muchos intereses

¹³ Guadalupe Cortéz lleva 32 años de trayectoria en la radio, fue reportera, guionista, musicalizadora y productora en Radio Educación. Actualmente está produciendo una radionovela que lucha por difundir los Derechos Humanos.

¹⁴ Entrevista a Guadalupe Cortéz productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

¹⁵ Entrevista a Guadalupe Cortéz productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

estuvieron de por medio y a mucha gente, sin duda alguna, le impactó ver imágenes que tal vez nunca había imaginado.

Sin embargo, hubo gente que añoraba aquellos años en donde se podía escuchar una novela en la radio, por ello, en 1990 un grupo de personas en la XEW se dieron a la tarea de intentar rescatar la producción de radionovelas. Respecto a esto, habla el Lic. Lauro Alvarado:

“En 1990, para el proyecto del rescate de las radionovelas me dieron la Coordinación General y grabamos cuatro radionovelas simultáneas, abrimos una barra programática de radionovelas con cuatro medias horas diarias. Dichas radionovelas se hicieron con actores de doblaje en un 80 por ciento, aunque no todos funcionaban.”¹⁶

Las cuatro radionovelas con las que iniciaron el rescate fueron: *Violeta*, *Voces de la noche* (suspenso), *Amarga Ciudad*, *Ambición mortal*. Siguieron con la producción de éstas hasta llegar a un aproximado de 32 radionovelas, con un promedio de 100 capítulos por radionovela.

El proyecto de rescatar las radionovelas duró aproximadamente seis años. Sin embargo, llegó a su fin sin haber tenido el reconocimiento merecido por sus más de 352 capítulos realizados.

“Todos los que amamos la radio pensamos que es un género (la radionovela) que jamás debió haber desaparecido, es más, nos resistimos creemos que todavía vive en sueños.”¹⁷

¹⁶ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

¹⁷ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

III.2 LA RADIONOVELA COMO PRODUCTO POCO RENTABLE

Se ha hablado de los altos costos que conllevan la producción y realización de una radionovela, por ello es importante hacer hincapié en este punto en específico y, sobre todo, analizar si hoy en día es o no rentable llevar a cabo la producción de una radionovela y qué es lo que piensan algunos productores.

“La radionovela es cara porque se tiene que pagar una cabina de radio grande y más adaptada acústicamente, porque no cualquier cabina sirve para hacer radionovelas, también se necesita un escritor, mínimo tres operadores, un musicalizador, un realizador, por lo menos ocho actores por capítulo y un productor de radionovela que pueda concentrarse en cinco cosas a la vez sin ningún problema.”¹⁸

Se podría decir que es un producto caro y con muchas exigencias, sobre todo en la gente que trabaja para hacer una radionovela, tendrían que ser personas con mucha experiencia o con mucha iniciativa y que le tenga pasión a la radio y al trabajo que está desarrollando, para que sea un producto de calidad; no se puede llamar a personas improvisadas como lo hay actualmente en los medios.

“Sí, es un producto caro pero también es redituable, porque hoy en día hay empresas con mucha efervescencia de los supermercados y sería una gran posibilidad de venta a través de las radionovelas.”¹⁹

Es luchar contra el gran monstruo radiofónico musical, para atraer a ese público ansioso de escuchar algo más que música y programas banales. Por ello, el Lic. Lauro Alvarado nos habla acerca de lo que enfrentaría hoy en día, la radionovela.

“En la Ciudad de México tenemos aproximadamente 60 estaciones de radio y de las 60, 95% son musicales, porque es más fácil y más barato poner una cabina chiquita, un locutor que el mismo se opera, ya no hay necesidad de contratar un operador, creyendo que ser locutor es estar diciendo barrabasadas todo el día (hay muchos de éstos) y poniendo música, costándote todo esto lo mínimo.”²⁰

¹⁸ *Idem.*

¹⁹ *Idem.*

²⁰ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

Hoy en día nos llenan la radio de música y de spots, es entonces que la comercialización de la música y la simplificación de la radio, es lo que más daño le ha hecho a la radionovela.

En la entrevista realizada a la productora Guadalupe Cortéz, nos dice aproximadamente el costo que tiene hoy en día una radionovela.

“Para la radionovela de CONAPRED cada capítulo viene saliendo, aproximadamente, en doce mil pesos y se están haciendo veinte capítulos de veinte minutos cada uno, para obtener este precio se hicieron negociaciones y sobre todo se abaratan los costos, justamente con quién los estás haciendo.”²¹

Actualmente, el costo de realizar una radionovela se elevaría por los derechos de autor y, si se vuelve a retransmitir el producto, la obligación es pagar a los actores la retransmisión.

Por otra parte, Radio Educación, no puede vender, entonces tampoco se puede lucrar y como no se puede lucrar entonces no tienen todavía las mismas sanciones con las que deben cumplir las empresas comerciales que hacen un producto.

Para pensar en volver a producir radionovelas, se tienen que tomar en cuenta varios aspectos, los cuales nos llevan a dos puntos, el económico y las ganas de sacar adelante el género que está a un paso de su desaparición.

“Para que resurja la radionovela se necesitaría un grupo de locos que se decidan, en primer lugar, un loco inversionista y actores que estén dispuestos a actuar sin que se les pague mucho. Un grupo decidido a experimentar y de entrada no pensar en el negocio, pensar en rescatar la radionovela que sería la radionovela como lo hace Radio Educación porque sigue habiendo locos ahí, que han encontrado fórmulas distintas para la radionovela.”²²

Sin duda alguna, habría que buscar un inversionista, que esté dispuesto a invertir lo suficiente para llegar a hacer algo atrevido, novedoso pero retomando el género de la radionovela. Un proyecto que vaya más allá del concepto radionovela de los años

²¹ Entrevista a Guadalupe Cortéz productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

²² Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

40's, reposicionarlo como producto novedoso y atractivo que cuando hablemos de dicho género no nos remita a algo antiguo o desecho, sino a un proyecto que se puede explotar aún más, dentro del contexto que vivimos actualmente.

III.3 EL AUGE DE LA TELENOVELA

Primero se hizo teatro radiado, en donde durante una obra de teatro se colocaban micrófonos y se transmitía dicha obra, después llegó el radioteatro en donde se adaptaban obras de teatro a la radio y para que no hubiera espacios en blanco, un narrador llevaba de la mano al radioescucha y tiempo después, surgen las radionovelas que eran novelas escritas totalmente para radio.

Posteriormente, la telenovela toma el molde de la radionovela, se podría decir que las bases son las mismas, con la diferencia de que la telenovela se enriquece con la imagen.

“La primera telenovela en México fue *Senda prohibida*: se transmitió en vivo a partir del 12 de junio de 1958, a las 6:30 p.m. en Canal 4, bajo el rubro “La telenovela Colgate”. Silvia Derbez, protagonista de este melodrama, fue también la actriz principal de *Elisa*, la primera telenovela de 15 minutos que patrocinó Forhans. Derbez interpretó a una paralítica y se transmitió de marzo a mayo de 1959, a las siete de la noche por Canal 4.”²³

La avalancha de telenovelas comenzó a extender sus horarios. Así, Raúl Ástor escribió las tres primeras telenovelas, que se proyectaron en el horario de las seis de la tarde, desde mayo de 1960: *María Guadalupe*, *Donde comienza la tristeza* y *La ambiciosa*.

Poco a poco, la telenovela se fue abriendo paso, pero los productores y guionistas comenzaron a buscar nuevas temáticas, para seguir manteniendo ese buen comienzo de dicho género.

²³ Terán, Luis. *Crónica de la Telenovela. Lágrimas de exportación*. Edit. Clío, Primera Edición. México, D.F 2000. Pág. 8.

“La telenovela más bien ha sido como un refugio, en donde los asiduos radioescuchas de radionovelas se apoyan en la telenovela cuando ésta aparece.”²⁴

La telenovela surge de la radionovela, es un género que hasta la fecha ha tenido éxito, entra todas las tardes a los hogares de millones de mexicanos, algunas historias han sido buenas y otras más, no tanto. La telenovela es un tema muy controversial puesto que, hay personas a favor y otras en contra, por los contenidos que se muestran en éstas.

Pero sin duda alguna y a pesar de las críticas, la telenovela en México y en todo el mundo ha tenido mucho éxito. Sin embargo, el cuestionamiento hecho en este apartado es ¿en qué momento ha tenido un auge la telenovela, o simplemente ha tenido algunos despuntes? Es decir, ¿la telenovela ha tenido su época de oro como lo tuvo la radionovela?

En entrevista con Diego Bonaparte²⁵, productor de telenovelas dentro de la casa productora Argos, comenta:

“La telenovela es un medio extremadamente influyente, en donde cada día te sorprende más la cantidad de espectadores que ven el proyecto que sale al aire y creo que realmente es un fiel reflejo de los usos, costumbres y patrones de vida en nuestra sociedad.”²⁶

Pero hablar de un auge en la telenovela es un tanto complejo, puesto que cada persona ve la historia de la telenovela de diferente forma, un claro ejemplo está en el productor Diego Bonaparte quien dice que uno de los despuntes de la telenovela, fue el cambio de temas rosas a temas más apegados a la realidad, a la cotidianidad de cada espectador.

“Los contenidos van variando por épocas como todo en la vida, en la novela también, hay periodos en donde la gente quiere ver lo que está pasando y hay periodos en

²⁴ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

²⁵ Productor de telenovelas dentro de la compañía de Argos, su última telenovela fue *Vivir sin ti*. El productor lleva 23 años trabajando profesionalmente en cine, publicidad y los últimos tres años en telenovela.

²⁶ Entrevista a Diego Bonaparte, productor de telenovelas de la casa productora Argos, realizada el día 31 de Julio a las 14:30hrs.

donde la gente no quiere saber nada de lo que está pasando y prefiere historias mucho más rosas.”²⁷

Según asegura Diego Bonaparte, que antes de hacer una telenovela jamás se le pregunta al público qué es lo que quiere ver, es decir, no hacen ningún sondeo, en lo que se basan, para saber qué es lo que quiere ver el público, es en la telenovela de mayor *rating* que haya en ese momento, o en su defecto, y resultando un poco riesgoso, lo que hace Argos es transmitir una telenovela totalmente diferente a la de mayor *rating*.

Tal fue el caso de la telenovela “Vivir Sin Ti”, que se comenzó a transmitir a finales de 2007, ésta exponía la historia de Natalia, una mujer de 40 años dedicada al hogar la cual, descubre que su marido le es infiel. A pesar de todo Natalia y su marido Juan Carlos, intentan salvar su matrimonio; sin embargo, Juan Carlos se va sintiendo atraído por Mariana, una alumna de la Universidad. Se enamora apasionadamente de ella y ansioso por darle un segundo aire a su vida, deja a Natalia y a Mariana le propone pasar “el resto de su vida” a su lado.

Así comienza la historia producida por Epigmenio Ibarra, una historia que no dista mucho de la realidad y con la que gran parte de las mujeres televidentes se podrían sentir identificadas.

Sin embargo, *Vivir Sin Ti* fue rechazada por el público al cambiar de canal y ver la telenovela competencia titulada *Fuego en la Sangre* en canal 2, en donde tres hermanos rancheros quieren vengar la muerte de su hermana, para ello tienen que enamorar a las tres hermanas Elizondo, sin saber que al final terminarán enamorados de éstas. Sin duda, fue una telenovela inverosímil, forzada y poco original, al tomar el concepto de la película “Los Tres García”, una clásica de la época de Oro dentro del Cine Mexicano.

A pesar de todo, en esa ocasión, el público decidió ver una historia poco apegada a la realidad.

Argos, bajo la dirección de Epigmenio Ibarra, ha podido conjuntar un equipo que está ansioso por dejar en claro, que la telenovela es más que una historia de Cenicienta, es

²⁷ *Idem.*

un grupo creativo al que le gusta innovar y sobre todo llegar a sorprenderse ellos mismos, de lo que pueden llegar a proponer, aunque esto a veces les cueste fracasos o baches durante el camino duro de es el seguir manteniendo a la telenovela en la posición en la que está.

“Sin embargo, hay temas que la audiencia acepta muy por encima o muy en contra de lo que tú, a lo mejor, supones que es una novela. Por ejemplo, un caso muy peculiar es el caso de la telenovela *Mirada de Mujer*, que fue una novela que revolucionó en su totalidad lo que se esperaba de una novela, fue una novela que varió el espectro a ciento ochenta grados y como tal fue un fenómeno cultural, porque reflejó un montón de inquietudes que estaban latentes y que la gente tenía ganas de escuchar.

Hoy por hoy, se ha aceptado esa regla de lo que fue el fenómeno *Mirada de Mujer*, para después darle paso a *Nada Personal* y *Demasiado Corazón*.”²⁸

En 1996, TV Azteca comenzó a transmitir la telenovela *Mirada de Mujer* la cual, abordaba el tema del SIDA y la relación amorosa entre una mujer madura y un joven escritor. Esta historia alcanzó altos índices de audiencia en México y rompió con el esquema de la telenovela rosa, con la fórmula de la protagonista joven y bonita en busca de su príncipe azul.

Antes de la telenovela *Mirada de Mujer*, el público mexicano estaba acostumbrado al clásico melodrama en dónde la mujer de bajos recursos económicos se enamora de un hombre apuesto, con dinero, sin embargo, para llegar a consumir su amor tendrán que pasar infortunios. *Mirada de Mujer*, llega a darle todo un giro a este tipo de historias, para mostrarnos temas que jamás se habían tocado dentro de una telenovela.

El productor Epigmenio Ibarra, dio un gran paso en atreverse a plasmar situaciones que son una realidad en nuestra sociedad y de los cuales nadie hablaba, como fue el tema del SIDA y la relación amorosa de una mujer de cincuenta años con un hombre veinte años más joven que ella.

Epigmenio Ibarra, según diversas figuras del espectáculo, está cambiando el rostro de la telenovela, otorgándole mayor verosimilitud. Dentro de las grabaciones no se usa

²⁸ Entrevista a Diego Bonaparte, productor de telenovelas de la casa productora Argos, realizada el día 31 de Julio a las 14:30hrs.

apuntador electrónico, hay más entusiasmo del equipo en el proyecto, una relación emocional de los actores con sus personajes, que no tenían antes en este medio.

“El mismo productor ha revelado en ruedas de prensa que ya basta de la Cenicienta; ellos, en su compañía Argos, tienen otra propuesta. Y a las pruebas se remite; nada como los hechos que constan.”²⁹

El productor de Argos, Diego Bonaparte nos dice que desde su perspectiva si hubo un auge de la telenovela, que fue cuando entra al aire las telenovelas *Nada Personal* y *Mirada de Mujer*.

“Yo creo que si hubo una caída de la novela, la cual coincide con la aparición de *Mirada de Mujer*, cuando pasó dicha telenovela, el mercado de la novela se estaba viniendo abajo porque estaba gastado, era la misma fórmula una y otra vez, y de repente cuando llega *Mirada de Mujer* logra regenerar el interés en las telenovelas, como un método de encauzamiento de valores, generó valores. Sin embargo, hay situaciones que siguen siendo tabú dentro de una telenovela, porque ésta sigue teniendo un alto componente familiar.

La novela tiene una estructura muy anticuada, sin embargo, generalmente se usa ese modelo anticuado para seguir generando historias clásicas que hoy por hoy caen en desuso.”³⁰

Cabe destacar que tiempo después, Epigmenio Ibarra sacó al aire la telenovela *Tentaciones* que trataba sobre el amor que podía sentir un sacerdote, sin embargo, fue un tema no bien aceptado por el público, puesto que el *rating* fue bajísimo y optaron por cortarla.

“Los dos éxitos seguidos de Argos que fueron *Nada Personal*, *Mirada de Mujer* y después le siguieron con *Demasiado Corazón*, fueron novelas que cambiaron la forma de producción, cambiaron la típica novela de televisa.”³¹

²⁹ Terán, Luis. *Crónica de la Telenovela. Lágrimas de exportación*. Edit. Clío, Primera Edición. México, D.F 2000. Pág. 48.

³⁰ Entrevista a Diego Bonaparte, productor de telenovelas de la casa productora Argos, realizada el día 31 de Julio a las 14:30hrs.

³¹ *Idem*.

En desacuerdo un poco con lo que dice Diego Bonaparte, acerca del auge de las telenovelas, puedo decir que, al llegar los nuevos formatos o nuevas fórmulas de hacer telenovelas, si cambió un poco la perspectiva de los mexicanos de ver historias. Sin embargo, no creo que sea esto un auge dentro del género, más bien lo vislumbro como un despunte dentro de toda la trayectoria de la telenovela.

Por otro lado, tenemos la opinión de un productor de Televisa en cuanto al auge de la telenovela, el Lic. Lauro Alvarado, él lo puede ver pero desde otro sentido muy diferente.

“En donde yo puedo ver el auge de la telenovela, es en la internacionalización de las novelas. Televisa vende telenovelas a todo el mundo, a los cinco continentes, esto es lo que más le ha redituado, más que, lo que le pueden dejar las telenovelas que se transmiten dentro del país.

Este auge internacional no se dio de la noche a la mañana, se ha ido picando piedra poco a poco, como dato importante tenemos que la primera telenovela de exportación fue *Los ricos también lloran* con Verónica Castro.”³²

El extraordinario éxito de *Los ricos también lloran* y *El derecho de nacer* en el enorme territorio ruso, llevaron poco tiempo después a la importación de otras dos telenovelas: *Simplemente María*, con Victoria Rufo y *Mi segunda madre*, con María Sorté. Las dos fueron del gusto del público ruso.

“Ahora el auge es mundial porque la telenovela mexicana es la más comercializada en el mundo, es así como trasciende.”³³

Otro de los fenómenos de los últimos años del Milenio fue la novela *Esmeralda*, la cual estuvo al aire en plena guerra en Yugoslavia. “Mientras ocurría aquella batalla de religiones y de castas con masacres de miles, incluidos mujeres, niños y ancianos, el serial mexicano que presentaba los sufrimientos de una campirana ciega, constituyó un fenómeno de público en los países donde sucedía la contienda.”³⁴

³² Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

³³ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

³⁴ Terán Luis. *Crónica de la Telenovela. Lágrimas de exportación*. Edit. Clío, Primera Edición. México, D.F 2000. Pág. 82.

De esta forma el Lic. Lauro Alvarado es como ve el auge dentro de la telenovela, sin embargo, es tan amplio el campo de dicho género que sería muy difícil que se pusieran de acuerdo conociendo la perspectiva de cada quien, comenzando por saber para quién trabajan.

A pesar de estas discordancias, la telenovela sigue vigente y al parecer seguirá vigente por muchos años más, tal vez con algunos cambios o variantes de temas más interesantes, y estará transmitiéndose hasta que el propio público decida qué es lo que quiere ver y de qué calidad.

“La telenovela va a seguir como hasta ahora mientras siga siendo negocio, no olvidemos que, tanto Televisa como TV Azteca, son negocios. Ahora las novelas harán cosas más interesantes, ya las telenovelas tendrán que adoptar el modelo del cine para aprovechar en plenitud la tecnología y la alta definición.”³⁵

Tal vez una de las razones por lo cual la telenovela sigue vigente es porque han encontrado una forma de hacer historias y esa forma no cansa al público. Explica Diego Bonaparte:

“Una novela es un género de fórmula, una película dentro del cine norteamericano es un género de fórmula, en cambio, el cine ruso, francés, chino, entre otros, es un cine que no es de fórmula. La gente quiere ir a ver una fórmula, ésta existe, funciona y reditúa.

Las fórmulas sirven para todo, sin embargo, lo que importa es el contenido. La fórmula o no fórmula, los proyectos funcionan porque la historia logra una compenetración con el público.”³⁶

La telenovela puede estar generando debate en temas o historias, que necesitan ser debatidas por la sociedad, aunque también se encuentra la opción de poder decir: no quiero hacer ningún debate y seguir estancado pero seguro por algún tiempo.

³⁵ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

³⁶ Entrevista a Diego Bonaparte, productor de telenovelas de la casa productora Argos, realizada el día 31 de Julio a las 14:30hrs.

“Si metes temas que generen un debate entonces se está cumpliendo un objetivo porque entonces se está haciendo que el público opine a favor o en contra y opinar es bueno.”³⁷

La telenovela es una historia muy sencilla, plagada de posibilidades y planteando relaciones humanas que son explosivas. Lo que pasa dentro de una novela, es la confrontación permanente con esa realidad de relaciones.

“El género de la novela es un género tan peculiar que no creo que muera. Tal vez si se puede condesar. La telenovela se debe reformar o morir, pero más bien lo que va a suceder, es que va a ir perdiendo audiencia en el dado caso que ésta no se modifique, pero la novela se va a ir modificando junto con la sociedad.”³⁸

³⁷ *Idem.*

³⁸ *Idem.*

III.4 LA RADIONOVELA EN NUESTRO TIEMPO

La radionovela es un género maravilloso y rico en oportunidades para poder establecer comunicación con públicos muy diversos, de todos los géneros, de todas las edades, de todas las etnias, porque la radionovela simplemente cautiva.

Sin embargo, hoy en día las etiquetas se cayeron en pedazos. Por ejemplo, el concepto ama de casa ya no existe como tal, por lo tanto, los contenidos deben ir enfocados a los nuevos roles que encontramos en la sociedad actual, en lo que debería enfocarse es en saber qué se va a entregar, si es algo verdaderamente bueno, porque una buena historia es escuchada, cualquiera que sea el público a quien va dirigido.

“La radionovela, a mi en lo personal me provoca mucho, porque hay que fabricar escenarios enormes, además aquí las imágenes son sonoras.

La radionovela ya no es un elemento de factor comercial sino un elemento de importancia social y cultural, refiriéndonos al amplio concepto de lo que significa cultura, había mucho más que una historia contada. Con Enrique Tonal* toda nuestra generación aprendió a hacer radionovelas pero con temas históricos, como la de “Zapata” o la de “Francisco Villa”, se retoma el romanticismo desde otra perspectiva, como es el amor a la patria, en estas historias te encuentras una pasión y una entrega absoluta, en este caso, a la patria, es así como eran románticos pero en el más amplio sentido de la palabra, sin tocar a la cursilería.”³⁹

Actualmente en el Distrito Federal la producción de radionovelas es muy escasa, todavía se transmiten algunas en la frecuencia de AM. La única radiodifusora que produce hoy en día radionovelas es Radio Educación, pero ésta no es muy constante, puesto que en los últimos ocho años sólo se han producido tres.

“Realmente hoy es muy difícil producir radionovelas. La primera me la pidieron en Culturas Populares, para celebrar los festejos de Marzo, de Yucatán, de las lenguas nativas, es la primera radionovela bilingüe, está hecha en español y en Maya. La dirigí en Maya con actores mayas, la historia trata sobre un caudillo de la rebelión maya

* Cofundador y productor de Radio Educación.

³⁹ Entrevista a Guadalupe Cortéz productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

llamado Cecilio Chí, novela que escribió un poeta maya al cual se le pidió su autorización para llevar a cabo el proyecto.

‘Mi segunda radionovela fue una co-producción con el Teatro Helénico llamada Novecento, fue una adaptación que se hizo con actores de teatro. Sin embargo, el director era de teatro y muchas veces, las escenas no nos servían mucho para la radio. Esta radionovela se hizo con música original, la cual es muy importante, hecha por Enrique Neri que es uno de los grandes pianistas del país.

La última radionovela que se está produciendo actualmente es para CONAPRED, es totalmente escrita de manera original por Nuria Gómez y trata sobre los derechos humanos y todo ocurre en dos edificios, además se inventaron cada uno de los personajes.”⁴⁰

Sin duda un trabajo arduo el que ha hecho Lupita Córtez en pro de la radionovela. Por otro lado, tenemos a Oscar Trinidad, productor del IMER, que también dirige el Festival Radio Macabro de CONACYT. Además, tiene proyectos en Radio Educación, Televisa Radio y Radioactivo.

Dentro del *Festival Radio Macabro*, Oscar y su equipo de producción lanzan una convocatoria, sobre todo para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, para que realicen un guión de radionovela de máximo cinco minutos con el género de terror.

“No se ha hecho como tal un estudio de públicos, sin embargo, recibimos aproximadamente 150 trabajos, cada vez que se hace la convocatoria y afortunadamente hemos tenido mucha afluencia de radioescuchas. Por ello, este año se pedirán guiones de máximo 25 minutos.”⁴¹

La convocatoria va dirigida a estudiantes de ciencias de la comunicación, para darles una oportunidad de que puedan ser creativos y su trabajo sea transmitido por la radio, otro punto a su favor es que aprenden el cómo se realiza una mini radionovela. Además de enviar su guión, también lo realizan y Oscar funge como productor.

⁴⁰ Entrevista a Guadalupe Cortéz productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

⁴¹ Entrevista a Oscar Trinidad Cárdenas, productor de IMER, Radio Educación, Televisa Radio y Radioactivo, se realizó el día 13 de Mayo de 2008 a las 13:00hrs.

“Otro de los objetivos por lo que produzco el Festival Radio Macabro es porque creo que hay una crisis de falta de identidad, de seguridad y tenacidad por parte de las personas que estudian la carrera de ciencias de la comunicación y al participar en nuestro proyecto se pueden dar cuenta si lo que quieren es hacer radio, por que realmente les gusta y no sólo por hacerlo, como lo hace mucha gente.”⁴²

Un comunicador, hoy en día, debe tener la clarísima misión de establecer comunicación con una idea muy clara, de lo que quiere hacer, de lo que le gustaría comunicar pero con una sola intención atrás de todo esto, servir.

Visiblemente se puede notar que el género se encuentra a un paso de su extinción. Sin embargo, aún hay personas que creen en la radionovela y apostarían por este género renovado.

III.4.1. Resurgimiento de la radionovela

La nostalgia por volver a hacer radionovelas, todavía vive en algunos productores y la gente que pudo vivir aquella época. Empero, no se busca regresar a aquellos años, sino aprender de ellos y avanzar para mejorar el producto.

Así vislumbran los productores de radio el resurgimiento de la radionovela:

“Sí apostararía por una radionovela, pero por una nocturna y de terror porque el público, en especial el mexicano, se identifica con las leyendas, desde siempre el mexicano ha contado historias de terror y le gusta escucharlas porque es parte de nuestra cultura. Sin embargo, no la realizaría de mucho tiempo, máximo de 20 minutos puesto que ya es muy difícil que la audiencia esté escuchando una radionovela más de una hora. Lo que buscaría es, entretener en poco tiempo con un programa de calidad para un público joven, en donde puedas hacer uso de tu imaginación, curiosidad y tu capacidad de asombro”⁴³

Con base a la duración de una radionovela hoy en día, coincide el Lic. Lauro Alvarado con el Productor Oscar Trinidad.

⁴² Entrevista a Oscar Trinidad Cárdenas, productor de IMER, Radio Educación, Televisa Radio y Radioactivo, se realizó el día 13 de Mayo de 2008 a las 13:00hrs.

⁴³ Entrevista a Oscar Trinidad Cárdenas, productor de IMER, Radio Educación, Televisa Radio y Radioactivo, se realizó el día 13 de Mayo de 2008 a las 13:00hrs.

“La radionovela tendría que funcionar en la mañana, durante el día y yo estoy totalmente de acuerdo, en que la radionovela se hiciera con capítulos más cortos, con temas totalmente actuales, temas que le interesan a la juventud actualmente, porque la radionovela no sólo entretiene también educa, lleva información. Por ejemplo, ahora se podría hacer una radionovela abordando el tema del SIDA, sin duda, sería un tema muy interesante.

Sólo nos hace falta un empresario que piense un poquito menos en el negocio, de entrada, y así es como se podrían rescatar las radionovelas.”⁴⁴

Empero no se puede encasillar en un solo público, también se deben tomar en cuenta otras opciones de horarios, dependiendo de la temática de cada radionovela.

Por su parte, la productora de Radio Educación, Lupita Córtez, no está de acuerdo en hablar de un resurgimiento y se aferra a la radionovela, lo podríamos entender puesto que, ella sigue en la lucha por rescatar al género, generación tras generación.

“Yo no hablaría de un resurgimiento de la radionovela yo diría que la radionovela aquí está, y solamente falta que la volteemos a ver, creo que va a haber un reacomodo de cosas empezando con la tecnología y la internacionalización, en donde las radiodifusoras tendrán que competir a nivel mundial y no podrán enviar sus programas de chismes y chistes locales, puesto que eso no se va a vender, en ese momento van a tener que proponer series que tengan un contenido más llegador y totalmente atemporales.

La radionovela está viva, no está muerta, ahí están los actores, estamos los que la sabemos hacer, hay chavos que están conmigo que están aprendiendo a hacer radionovelas.”⁴⁵

“Yo creo que todo es cíclico y la radionovela algún día regresará, sin embargo, resurgiría una radionovela renovada aplicando nueva tecnología y explorando nuevas técnicas, sería erróneo pensar en hacer una radionovela con el formato, parlamentos y

⁴⁴ Entrevista a el Lic. Lauro Alvarado, comunicador, catedrático, productor y actor de radionovelas, se realizó el día 1 de agosto de 2008 a las 11:30hrs.

⁴⁵ Entrevista a Guadalupe Cortéz productora de Radio Educación, se realizó el día 27 de mayo de 2008 a las 18:00hrs.

temáticas de aquella época, puesto que los públicos van cambiando, así que no hay que dudar si se trata de renovar.”⁴⁶

Hay mucha gente que está ansiosa de escuchar nuevos productos, que no se conforma con deleitarse con música todo el día, el mexicano por naturaleza gusta de escuchar historias. Sin embargo, no es contar únicamente sino tener calidad y para ello se necesita de gente que sea apasionada de la radio, con iniciativa y con amor a la radionovela.

⁴⁶ Entrevista a Oscar Trinidad Cárdenas, productor de IMER, Radio Educación, Televisa Radio y Radioactivo, se realizó el día 13 de Mayo de 2008 a las 13:00hrs.

CONCLUSIONES

La radionovela, fue uno de los mejores ejemplos de los géneros radiofónicos dentro de los años 30's a la década de los 60, pues despertó la imaginación y la curiosidad en el público que las escuchaba convirtiéndose éste en un excelente medio de entretenimiento. Ocupó un lugar muy destacado en la radio dramatizada puesto que inundó día con día los hogares de México.

Las radionovelas, en la actualidad, encuentran su símil con las telenovelas, eran todo un *hit*, lo que se traduce como una gran fuente de ingresos económicos para quienes las producen. Su alcance era basto, abarcaba todo el país y trascendía fronteras con la compra de las mismas en países latinoamericanos.

Dicho género tenía un gran arraigo porque no toda la gente tenía la posibilidad económica para poderse comprar una televisión, ésta aún no se “democratizaba” en las ciudades y mucho menos en sus alrededores, este proceso fue lento.

Tiempo después, aparece un factor fundamental para el declive de la radionovela, los espacios destinados a la publicidad en televisión comenzaron a ser muy codiciados por las marcas y por grupos políticos quienes preferían ser identificados por un medio novedoso, con el que se pretendía tener mayor impacto, que a través de un medio antiguo y, quizá, poco rentable como la radio.

Lo anterior, en términos artísticos y de producción, resultó ser muy duro pues todos los implicados en los menesteres de las radionovelas se vieron obligados a incursionar dentro de los nuevos medios y tecnologías o, por el contrario, condenarse al fracaso. Los costos de producción de radionovela y la baja de anunciantes en radio fueron mellando a este género. La necesidad fue más fuerte que el amor al arte.

Con lo anterior, la opción más viable que se encontró en la radio fue el abaratamiento de costos, lo que produjo un detrimento de las producciones radiofónicas enfocándose éstas solamente a la programación de música grabada.

Actualmente, en la radio se mantiene el mismo fenómeno pues la mayoría de las estaciones, en la ciudad, sólo transmiten música o, en su defecto, realizan noticieros y

programas de variedad que no requieren de más producción que una cabina pequeña y algún locutor con renombre.

Como comunicóloga, no puedo decir que cuando llegó la televisión, automáticamente desapareció la radionovela, aunque fue un elemento determinante en este proceso, el cual se vio acompañado de otros factores como:

- El desgaste de los temas: la repetición de temas y exaltación de valores morales no iban a la par de las condiciones de contexto que se daban en la sociedad.
- Las generaciones iban cambiando: los jóvenes que vivían en las décadas de los 60's y 70's mostraban una rebeldía ante las normas establecidas por la sociedad y buscaban nuevas alternativas ante la moral de la misma. La radionovela no buscó dar cabida a este tipo de público, por el contrario siguió centrándose en su mismo público conservador dejando de lado la posibilidad de incrementar su mercado atrayendo nuevos públicos.
- La llegada de nueva tecnología: la aparición de la televisión marcó una tendencia en los medios de comunicación, ésta se convirtió en una "dadora" de status tanto para quienes la podían tener a la mano como para quienes la producían.
- La influencia de la publicidad: como ya se dijo, el impacto efectuado por la televisión, dentro de la sociedad, fue mucho mayor que el efectuado por la radio. Por lo que, los anunciantes prefirieron cambiar el medio para publicitar sus productos creyendo que su alcance sería mayor en el público.
- Intereses económicos de otra índole: los productores buscaban la forma de reinventarse por medio de la televisión, pues las posibilidades eran amplias. Los actores, por su parte, dejaron de obtener regalías por las retransmisiones lo que motivó a éstos a incursionar en otros ámbitos como el doblaje y la televisión.
- Interés por estar dentro de un *star system* televisivo: toda tendencia se traduce en moda y quien no estaba con la tendencia televisiva no estaba a la moda. El aparecer dentro de las transmisiones televisivas hacía que la gente reconociera

al personaje y, con esto, su presencia era solicitada dentro de otros programas, dando paso al nacimiento de íconos de la cultura mexicana.

- Elección de programas económicos, seguros y redituables: las radiodifusoras prefirieron ya no invertir su dinero en producciones costosas y que generaban poco dinero por lo que escogieron dedicarse a la transmisión de música grabada la cual no representaba un alto costo y era segura, pues las canciones y cantantes ya eran reconocidos, convirtiéndose éste en un producto mucho más redituable que las radionovelas.

Dentro de esta investigación se quiso demostrar el por qué la imagen ha llegado a ser de gran importancia delimitándose a la novela. La conclusión obtenida es que el público mexicano goza de escuchar y contar historias de todo tipo, antes era por medio de la radio, ahora este fenómeno se da por medio de la televisión con historias más estructuradas pues con la imagen se establecen y se reestablecen los personajes. Con este hecho el público no deja, en ningún momento, volar su imaginación para crear así sus propios protagonistas o héroes, como cuando se lee un libro.

La telenovela no vino a sustituir a la radionovela, por el contrario, es un género derivado de ésta, es otra forma de contar historias al público con nueva tecnología y nuevos formatos, empero, las temáticas no han evolucionado mucho, sin embargo, existen sus honrosas excepciones.

La imagen audiovisual no es perjudicial, al contrario, es uno de los inventos más importantes que ha tenido el ser humano, lo perjudicial viene en la forma de cómo se maneja o se manipula la misma para fines lucrativos. En la producción audiovisual se retrata sólo la perspectiva hecha por el realizador creando una especie de realidad alterna que no necesariamente se sujeta a la verdadera, en este sentido, el receptor no elige qué quiere ver.

Así mismo, al hablar de telenovelas, se sabe que existe un muro que no permite la integración de la imaginación del receptor con la imagen dada (impuesta). El contexto y percepción del receptor se limita a un producto determinado y finito dado por el creador.

Se busca una homogenización de símbolos visuales pero ésta no siempre es bien lograda debido a que la interpretación del receptor depende de varios y diversos

factores como su posición social, sexo, creencia, nivel de estudios, entre muchos otros, creando una fractura en el mensaje original.

Actualmente, algunos productores de telenovela están preocupados por la pasividad de su público, por querer hacer historias que sean criticadas, debatidas y sobre todo quitar ese miedo a los tabúes, recordando que éstos fungen como métodos de control.

Argos es un ejemplo vivo de las productoras que intentan renovar la telenovela, sin embargo, muchas veces el público se ve renuente hacia ciertos temas y no permiten ir más allá de las historias de Cenicienta. Es cierto que la telenovela siempre se ha valido de una misma fórmula para encontrar el éxito de manera segura, pero también es cierto que si no se renuevan éstas pueden llegar a la extinción por la falta de novedad y atracción para el público, sólo vemos los refritos de los refritos, sin que deje algo novedoso en la mente de cada uno de sus receptores.

Hace mucha falta un gran atrevimiento por crear nuevos productos, quizá no sea por falta de creatividad sino por miedo al fracaso, este traducido como miedo a no crear un producto redituable pues se sabe que los productores responden a muchos anunciantes que exigen resultados rápidos y efectivos.

La radionovela era creadora y reforzadora de educación, cultura y valores, por su parte, la telenovela sólo se ha reforzado la creación de estereotipos perjudiciales y aspiracionales a la sociedad, creándole a ésta una realidad inalcanzable pero que es por muchos pretendida.

Sin duda alguna, en la actualidad, la comunicación es visual en su mayor porcentaje debido al crecimiento que ha tenido la televisión, el desarrollo tecnológico acelerado y porque somos una generación que nació con la imagen televisiva.

En conclusión, la telenovela no pudo llegar a sustituir a la radionovela, puesto que ambas tenían muchas diferencias, un ejemplo importante es que la radionovela se transmitía en horario matutino, pocas lo hacían por la noche, en cambio el horario de excelencia de la telenovela es el vespertino; en este sentido, se habla de dos públicos distintos, por lo tanto, no era competencia directa la telenovela, al menos no una competencia determinante para que la radionovela decayera.

Otro de los puntos a tratar dentro de esta tesis, es saber qué tan redituable es la radionovela.

Hoy por hoy, la radio vive una crisis de contenidos importante, pues la mayoría de las radiodifusoras están administradas por empresas privadas y los dueños no apuestan por la radionovela porque simplemente no tienen gente conocedora del tema y, mucho menos, gente que tenga pasión por un género tan demandante como la radionovela.

La gente tiene necesidad de percibir algo diferente, está deseosa por escuchar programas en donde puedan percibir algo más que música y chismes, a pesar de que, estos últimos, se venden muy bien en el mercado comercial radiofónico.

Hace falta que la radionovela se posicione como un producto rentable para los productores y la publicidad, un producto que te ofrezca una buena opción de entretenimiento acompañado de una dosis de cultura y conocimiento.

La radionovela no es un producto obsoleto sino un género que propone nuevas alternativas de comunicación. Sin embargo, no se han explorado todas las vertientes que el género puede manejar, aprovechando momentos coyunturales de la vida social y traducidas en la captación de nuevos públicos.

Quizá, la radionovela se pudiera convertir en un negocio para el mercado de marcas, tomando en cuenta que es un producto de arduo trabajo para tener como resultado final una verdadera comunicación. Sin embargo, el punto más importante es no perder de vista la reestructuración, y por ser un importante fenómeno de comunicación podría volver a atrapar al público entreteniéndolo y educándolo simultáneamente. Es una forma de dar cultura y diversión al mismo tiempo.

El guión es una parte fundamental dentro de la radionovela, no obstante, otro punto que tendría a su favor es que todavía existen buenos escritores que daban vida a las radionovelas, como lo es el escritor mexicano Joaquín Guerrero Casasola por ello, en lo único que habría que pensar es en cómo se podría comercializar y en romper reglas para llegar a esa renovación del género y a un resultado satisfactorio.

La vida es cíclica y en algún momento regresarán las radionovelas como producto renovado. Ya sea con temáticas culturales, sociales, educativas o de entretenimiento, el sacarla a la luz y apostar por una radionovela en un futuro, sería sorprendente.

Este trabajo hace recordar y crea conciencia de un hecho conocido pero no tomado en cuenta en estos tiempos: una mala idea (dentro de la producción audiovisual) con una gran inversión, tal vez podrá maquillar su mediocridad, sin embargo, una buena idea nunca dejará de ser una buena idea y no necesitará más que de la producción necesaria para su realización.

La radionovela es el ejemplo palpable de lo anterior, pues actualmente con poco presupuesto se han creado producciones de radionovela. Desgraciadamente, la falta de innovación influyó en el declive de la misma, quizá, de haberse renovado y seguir las tendencias marcadas por las nuevas generaciones la radionovela se mantendría como un género primordial en la radio.

BIBLIOGRAFÍA

ARZATE Camacho, Verónica, La radionovela, ¿un género rescatable?, UNAM, México, 1995, (Tesis de licenciatura).

BOHMANN, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. Alianza Editorial Mexicana. México, 1986.

CAMACHO, Lidia. La imagen radiofónica, Edit. Mc Graw Hill. México, 1999.

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN, México, D.F. La Industria de la radio y la televisión en México: Comunicación y Sociedad. Tomo 1.

DE ANDA y Ramos, Francisco. La radio, el despertar del gigante, Edit. Trillas, México, 1997.

DE MARÍA y Campos, Armando. El teatro del aire, Ediciones Botas, México, 1937.

DONIS A. Dondis, La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1976.

ECO, Umberto, Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. 6ta edición, Edit. Gedisa, España, 2001.

EYSSAUTIER de la Mora, Maurice. Metodología de la Investigación Social, Edit. Trillas México, 1997.

FAUS Belau, Angel. La era audiovisual; Historia de los primeros cien años de la Radio y la TV, Edit. Internacionales Universitarias. España, 1995.

FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. La radio mexicana, Centro y Regiones, Edit. Juan Pablos, México, 1997.

GONZÁLEZ Alonso, Carlos. Principios básicos de comunicación, Edit. Trillas, México, 1984.

GUTIERREZ Vivó, José. El mexicano y su siglo. Edit. Océano. México, 1999.

HERNÁNDEZ García Teresa, Las diferentes épocas de auge de la radionovela en el Distrito Federal, UNAM. México, 1995. (Tesis de licenciatura).

HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto, et. Alt. Metodología de la Investigación, Edit. Mc Graw Hill, México. 1998.

LOMBARDO García, Irma. Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años 30, FCPyS, UNAM, México 1984, (Tesis de licenciatura).

MARTÍNEZ Cruz Alberto y **GRANADOS** Ramírez Osvaldo. La telenovela en Televisión Azteca, UNAM, FCPyS. México, 2006, (Tesis de licenciatura).

MARTÍNEZ López, Roberto Carlos. La Televisión Directa, FCPyS, UNAM, México, 2000. (Tesis de Licenciatura).

MAZZIOTTI, Nora. La Industria de la telenovela: la producción de ficción de América Latina, Edit. Paidós, Argentina, 1996.

MEJÍA Barquera, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). Edit. Fundación Manuel Buendía. México, 2007.

MOLINA López, Fernando. Géneros del ayer: la radionovela y otras cosas (revisión de 1940 a 1991), UNAM, Acatlán, México, 1993, (Tesis de licenciatura).

REBEIL Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, Edit. Trillas, Tercera impresión, México, 2000.

REGALADO Hernández, Alfonso. Los estereotipos de las telenovelas, UNAM, FCPyS. México, 1998, (Tesis de licenciatura).

SOSA Plata, Gabriel. y Esquivel Villar, Alberto. Las Mil y Una Radios, Edit. Mc Graw-Hill, México, 1996.

TERÁN, Luis. Crónica de la Telenovela. Lágrimas de exportación. Edit. Clío, Primera edición. México, 2000.

TORRES Aguilera, Francisco, Telenovelas, televisión y comunicación, Ediciones Coyoacán, México, 1994.

ANEXOS

Entrevista con Oscar Trinidad Cárdenas

Oscar Trinidad Cárdenas ha sido productor en Reactor 105 con el programa “Reacción” el cual es el programa de investigación de la estación. También ha trabajado para la barra de cápsulas de “Conexión”.

Hoy en día dirige el Festival Radio Macabro de CONACYT. Además tiene proyectos en Radio Educación, Televisa Radio y Radioactivo.

¿Cómo productor que opinión te merecen las radionovelas?

“La radionovela es el mejor ejemplo de producción en todos los tiempos, la cual despertó la imaginación y la curiosidad en el público así como también luego se convirtió en un excelente medio de entretenimiento. Otro de los puntos a su favor es que podía llegar a juntar a familias enteras para escuchar los relatos de cada radionovela.”

¿Qué factores influyeron para que éstas dejaran de ser importantes en el mercado?

“En realidad fueron varios factores pero entre éstos, la televisión que llega un momento en que se come a la radio por ser en aquel entonces el formato de moda y convirtiéndose así en el boom del momento, fue algo que absorbió a la gente.’

‘Aquella novedad fue haciendo estrellas en donde no tenían mucha cabida los actores de radionovelas, es así que emigran al doblaje.”

¿Se podría pensar en un resurgimiento de la radionovela?

“Sí, porque yo creo que todo es cíclico, sin embargo resurgiría una radionovela renovada aplicando nueva tecnología y explorando nuevas técnicas, sería erróneo pensar en hacer una radionovela con el formato, parlamentos y temáticas de aquella época, puesto que los públicos van cambiando, así que no hay que dudar si se trata de renovar.”

¿Qué factores impiden su resurgimiento?

“Tal vez es porque la radio está en crisis puesto que, la mayoría de las radiodifusoras están administradas por empresas privadas y los dueños no le apuestan a la radionovela porque simplemente no tienen gente que lo sepa a hacer y mucho menos tienen esa pasión con la que se debe de hacer para que todo salga de calidad.’

‘Sin embargo, la gente tiene necesidad de percibir algo diferente, podría decir que está deseosa por escuchar programas en donde puedan escuchar algo más que música y chismes, a pesar de que, estos últimos se venden muy bien en el mercado comercial radiofónico.’

¿Tú como productor apostarías por una radionovela? ¿Por qué?

“Sí, pero apostaría más por la radionovela nocturna y de terror porque el público, en especial el mexicano, se identifica con las leyendas, desde siempre el mexicano ha contado historias de terror y le gusta escucharlas porque es parte de nuestra cultura.”

Dentro del *Festival Radio Macabro* Oscar y su equipo de producción lanzan una convocatoria sobre todo para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación para que realicen un guión de radionovela de máximo cinco minutos con el género de terror.

“No se ha hecho como tal un estudio de públicos, sin embargo, recibimos aproximadamente 150 trabajos cada vez que se hace la convocatoria, y afortunadamente hemos tenido mucha afluencia de radioescuchas. Por ello, este año se pedirán guiones de máximo 25 minutos.”

“La convocatoria va dirigida a estudiantes de ciencias de la comunicación para darles una oportunidad de que puedan ser creativos y su trabajo sea transmitido por la radio, otro punto a su favor es que aprenden el cómo se realiza una mini radionovela. Puesto que, además de enviar su guión también lo realizan y yo funjo como productor.”

“Otro de los objetivos por lo que produzco el Festival Radio Macabro es porque creo que hay una crisis de falta de identidad, de seguridad y tenacidad por parte de las personas que estudian la carrera de ciencias de la comunicación y al participar en nuestro proyecto se pueden dar cuenta si lo que quieren es hacer radio por que realmente les gusta y no solo por hacerlo, como lo hace mucha gente.” ¿Por qué de cinco minutos? “Porque ya es muy difícil que la audiencia esté escuchando una radionovela más de una hora. Lo que busco con este proyecto es entretener en poco tiempo con un programa de calidad para un público joven, en donde puedas hacer uso de tu imaginación, curiosidad y tu capacidad de asombro”.

Entrevista a Don Vicente Morales

El Sr. Vicente Morales comienza su trayectoria como ayudante de operador en el año de 1944 en la XEQ, su trabajo consistía en acomodar los estudios en donde se iba a transmitir el programa, era un teatro estudio, posteriormente ayudaba a acomodar los discos en las tornamesas, fue ahí que se interesó mucho por la música para después ser un gran musicalizador de radionovelas.

Nos cuenta el origen de las Telenovelas:

Las radionovelas comienzan en Estados Unidos con una radionovela nombrada "pasos" y después llega Orson Wells con "La guerra de los mundos" la cual tuvo tanto éxito y tanto dramatismo que hubo gente que se suicidó pensando que el mundo se iba a terminar.

En 1930 comenzaban las radionovelas dentro de la XEW, la primera radionovela que se hizo fue "Los tres mosqueteros", sin embargo no tuvo mucho éxito hasta que llegó "Anita de Montemar" la cual protagonizó Emma Telmo. La base principal de una radionovela son los actores.

Para ese entonces ya había efectos grabados y los folies.

Las grandes radionovelas se hacían generalmente de 300 o 400 capítulos, por ejemplo, Kalimán tuvo 8, 000 capítulos porque fueron 15 años de transmisión.

¿Qué opinión le merece la radionovela?

La radionovela fue importantísima, ocuparon un lugar muy destacado en la radio dramatizada, la radionovela inundó día con día los hogares de México.

¿Cuál es la importancia que tiene un musicalizador y efectista dentro de una radionovela?

Los efectos motivan al actor, pero la música motiva al actor y motiva también al radioescucha, por ello es muy importante el musicalizador el cual debe de tener la sensibilidad para que la gente se imagine esos paisajes sonoros. Aunque hoy en día el

trabajo del musicalizador está desmerecido porque la tecnología terminó con la creatividad, a lo manual.

Hoy se escucha todo muy mecánico porque dentro de los efectos de sonido ocupan el mismo efecto de puerta para el baño, para entrar a la casa, para la habitación, antes se hacían diferentes tipos de puerta.

Por ejemplo, en la radionovela de Martín Corona, llegaba Pedro Infante con su caballo relinchando y pateando, tiraba la puerta de la cantina porque ahí estaba el enemigo, rompía vasos, copas, se escuchaban gritos y todo se hacía dentro de cabina, es entonces donde venía la creatividad del efectista acompañado de un buen musicalizador, cabe mencionar, que todo se hacía en vivo.

Las mejores radionovelas fueron las mexicanas y las cubanas sin duda alguna, atraía muchísimo público.

¿Cómo fue evolucionando la tecnología para llegar a las grabaciones?

Primero eran los discos de pasta muy gruesos, después vinieron los discos de acetato cambiando el reproductor de discos, posteriormente llega la grabadora, las primeras grabadoras fueron de alambre acerado, las cuales solo grababan quince o veinte minutos puesto que corrían a una velocidad impresionante sin embargo, la grabación no era de una calidad buena porque la voz se escuchaba muy aguda.

Después llegaron las grabadoras de cinta magnética, posteriormente llegaron las grabadoras con varios canales.

La tecnología es una maravilla, sin embargo, le quitó lo artesanal, lo precioso, lo bonito a la radionovela, le quitó lo que era más cercano a la realidad.

Hoy en día mandan llamar a personas que no saben actuar bien y se equivocan mucho y todo se corrige con el protocols o un día se graba la voz del primer actor y al otro día se graba la voz del segundo actor y después juntan la conversación.

El mejor doblaje que se hace es el mexicano, sobre todo se escucha mucho en las caricaturas.

¿Por qué cree que aún no habido un resurgimiento de la radionovela?

El primer problema es el económico y los intereses del productor, hoy en día la visión de los señores de las radiodifusoras es *para qué me meto en problemas si puedo ganar mucho invirtiendo poco*, inclusive de personal tienen solo los operadores en turno y dos telefonistas, de hecho el musicalizador como tal ya no existe en muchas radiodifusoras.

Debería de haber alguien que observara los problemas que hay en la sociedad, que haya un análisis para poder hacer una radionovela y dar orientación al público.

¿Cuál era la magia de la radionovela?

Era hacer tu propia radionovela, acomodar tus personajes como quieras, tus propios escenarios, eso era parte de lo mágico.

Se siente la añoranza porque antes era divertir, orientar y educar hoy en día se perdió esa radio y eso duele mucho. Porque ahora se da una educación muy sexy.

Entrevista con Diego Bonaparte

Diego Bonaparte lleva 23 años trabajando profesionalmente en cine, publicidad y los últimos 3 años se ha dedicado a producir telenovelas en Argos.

¿Qué opinión te merece la telenovela?

Es un medio extremadamente influyente en donde cada día te sorprende más la cantidad de espectadores que ven el proyecto que sale al aire y creo que realmente es un fiel reflejo de los usos, costumbres y patrones de vida en nuestra sociedad.

Obviamente los contenidos van variando por épocas como todo en la vida, en la novela también, hay períodos en donde la gente quiere ver lo que está pasando y hay períodos en donde la gente no quiere saber nada de lo que está pasando y prefiere historias mucho más rosas.

Sin embargo, hay temas que la audiencia acepta muy por encima o muy en contra en lo que tu a lo mejor supones que es una novela, por ejemplo, un caso muy peculiar es el caso de la telenovela *Mirada de Mujer* que fue una novela que revolucionó en su totalidad lo que se esperaba de una novela, fue una novela que varió el espectro a ciento ochenta grados y como tal fue un fenómeno cultural porque reflejó un montón de inquietudes que estaban latentes y que la gente tenía ganas de escuchar.

Hoy por hoy, se ha aceptado esa regla de lo que fue el fenómeno *Mirada de Mujer* para después darle paso a *Nada Personal* y *Demasiado Corazón*.

¿Cómo sabes cuál es el proyecto correcto, es decir, en qué momento sabes cuando el público quiere ver historias rosas y cuándo no?

Somos un grupo que estamos contratados para trabajar en una novela que de alguna manera formamos parte del grupo de selección de esa novela. Te lo puedo poner de una forma estructural, dentro de esta empresa tenemos quienes tenemos una posibilidad de hablar, sin embargo en esto funcionan cosas que son muy difíciles de medir, se debe de tener una sensación personal, obviamente tu estás inmerso en una sociedad pero se debe de tener un cierto olfato, parte de la forma de juzgar eso, se hace por medio de ver

qué temas se están manejando en la sociedad o si no están reflejados en un medio masivo.

Por otro lado, por parte de tu entrenamiento profesional vas viendo qué están haciendo otras empresas, no solamente a nivel competencia porque sí hay una competencia de mercado, pero si otra empresa está haciendo otro proyecto que similares características tienes de dos sopas o le das alguna vuelta para diferenciarte o abandonas el proyecto y haces otra cosa, porque obviamente aquí estamos tratando con audiencias que son fieles a una historia, entonces si tu vas a arrancar con una historia muy parecida, la gente va a decir “no, me quedo con esta”.

En el caso que quieras hacer una historia muy parecida a la de la otra empresa tendrías que tener muchísima fe en tu proyecto para estar casi seguro de que le vas a robar audiencia, en el buen sentido de la palabra, refiriéndome a que vas a lograr extraer la atención del publico con un proyecto que es nuevo ante el otro que ya está establecido.

Todo esto es una experiencia empírica, es decir, lo que vas aprendiendo a lo largo del tiempo dentro del medio y por otro lado tenemos los mecanismos de medición como es el rating, focus group, entre otros; Sin embargo, los focus group los hacen para seguir el desarrollo de un proyecto que ya está hecho, pero por ejemplo en las agencias de publicidad se hacen los focus group antes de hacer un comercial de eso depende si la propuesta es muy nueva o muy arriesgada.

Hay una forma muy importante qué destacar, antes que la forma está el contenido, se deben de tener libretos muy poderosos, es decir, libretos que realmente te atrapan. Todo comienza con la lectura, y con un buen libreto seguro se tiene un muy buen producto, es así como esto también decide el proyecto que se va a hacer.

Sin embargo, el escoger una historia es muy complejo.

Toda obra de arte es un producto artístico, en eso tenemos que ser sumamente respetuosos y como todo producto artístico tienes mejores y peores.

Una novela es un género de fórmula, una película dentro del cine norteamericano es un género de fórmula, en cambio, el cine ruso, francés, chino entre otros, es un cine que no es de fórmula. La gente quiere ir a ver una fórmula, ésta existe, funciona y reditúa.

La fórmula clásica es, arranca la película con un problema a los veinte minutos se plantea el conflicto fundamental y del minuto veintiuno en adelante tienes para desarrollar la historia con una resolución al minuto ochenta (si es una película de noventa minutos) y tienes del minuto ochenta y uno al noventa para cerrar tu conflicto final y hacer si quieres un epílogo. Esa fórmula es medible, puede variar en algunos aspectos pero nada mas.

Las fórmulas sirven para todo, sin embargo, lo que importa es el contenido. La fórmula o no fórmula los proyectos funcionan porque la historia logra una compenetración con el público.

¿Crees que la telenovela surja de la radionovela?

La novela es la continuación del radio teatro y la radionovela nada mas que adoptando nueva tecnología y obviamente esa nueva tecnología obligó a una serie de reelaboraciones, porque en la radionovela uno cierra los ojos y escucha y sabe perfectamente lo que está pasando con la historia, en la telenovela no, puesto que, todo es más visual.

La novela vende una serie de patrones culturales, patrones que para nosotros los mexicanos son como muy clásicos pero para tal vez para otros países no porque allá pudo haber tocado timbres que a lo mejor aquí en México no tocó o toca otros.

¿La telenovela ha tenido un auge como tal?

Yo creo que si hubo una caída de la novela, la cual coincide con la aparición de *Mirada de Mujer* cuando pasó dicha telenovela el mercado de la novela se estaba viniendo abajo porque estaba gastado, era la misma fórmula una y otra vez y de repente cuando llega *Mirada de Mujer* logra regenerar el interés en las telenovelas como un método de encauzamiento de valores, generó valores. Sin embargo, hay situaciones que siguen

siendo tabú dentro de una telenovela porque ésta sigue teniendo un alto componente familiar.

La novela tiene una estructura muy anticuada, sin embargo, generalmente se usa ese modelo anticuado para seguir generando historias clásicas que hoy por hoy caen en desuso.

Ahora y como una moda de la telenovela, se vuelve a esas historias que no tienen nada que ver con la realidad. Hoy por hoy me da la impresión de que se busca más un escape de la realidad que un reflejo de la realidad, nadie quiere saber qué es lo que está pasando.

Se debe de tener mucho cuidado en cómo va uno mechando porque la gente vive con esos personajes durante meses.

Desde tu perspectiva ¿hacia dónde va la telenovela?

La telenovela tiene un problema ahorita como género. Yo no creo que la telenovela se muera, yo pienso que está para quedarse, siempre va a existir por esta necesidad que tiene el público de ver historias.

La competencia severa que tiene la telenovela es la serie porque en menos capítulos se puede plantear el mismo conflicto pero con un mensaje porque la serie te permite explorar en capítulos unitarios un tema. Las novelas no tienen grandes efectos especiales, generalmente son muy pobres en eso, sin embargo, la gente se clava más en la historia que en los efectos y la serie es al revés porque las series son más efectistas aunque también tienen buenas historias pero su presupuesto es más alto para poder gastar en efectos, por ejemplo.

La novela es un gran libro y la serie es un cuento corto o una conexión de cuentos cortos, nunca haría la comparación de que si es más válido una novela que un cuento corto me parece que es una discusión absolutamente inexistente.

El género de la novela es un género tan peculiar que no creo que muera. Tal vez si se puede condesar

La telenovela se debe reformar o morir, pero como no creo que se muera, más bien lo que va a suceder es que va a ir perdiendo audiencia.

La novela es una historia muy sencilla plagada de posibilidades planteando relaciones humanas que son explosivas y lo que pasa dentro de una novela es la confrontación permanente con esa realidad de relaciones.

¿Cuáles son los paradigmas que han estado vigentes en cada época? Porque ahí ves tendencias.

¿Qué novelas han roto con esos paradigmas y por qué? Y ¿cuáles son los nuevos paradigmas que instauran?

Los dos éxitos seguidos de Argos que fueron Nada Personal, Mirada de Mujer y después le siguieron con Demasiado Corazón, fueron novelas que cambiaron la forma de producción, cambiaron la típica novela de televisa.

La novela refleja una situación social, dentro de las historias se cuidan los status porque la empleada se enamora del gran señor y es aquí en donde intervienen los paradigmas porque ¿cómo es que la empleada se enamora del gran señor? Porque ella viene de una familia de alcurnia pero ella no lo sabe porque fue abandonada de bebé y es entonces que la empleada no es una mujer cualquiera, sin embargo, en Mirada de Mujer no le importó retomar todas estas historias que no existen.

¿Cómo haces un producto que sea exitoso sin vender ética personal?

Se tiene que justificar cada escena que hagas, no puedes meter un desnudo injustificado.

Cuando hablamos de la influencia de la novela, es decir, tú tienes 4 o 5 millones de personas por poco, por ejemplo, a Televisa la estarán viendo entre 12 y 15 millones de personas todos los días. Entonces tienes un elemento en tus manos que es formador de opinión.

Con la novela se está transmitiendo un hecho cultural nos guste o no nos guste porque es un hecho cultural. Por medio de ese hecho cultural estás validando un montón de cosas que pueden ser buenas, malas o simplemente estancadas. Tu puedes estar generando debate en temas que necesitan ser debatidos en la sociedad o también puedes decir no quiero hacer ningún debate y estancarte.

No creo que la mirada de Televisa sea ingenua de ninguna manera. Ellos saben perfectamente en qué momento se cuestionan para hacer una novela y en qué momento repiten una fórmula.

Sería una verdadera tontería el que yo te dijera que yo voy a cambiar la visión de México, no puedes cambiar nada si nadie te ve, el problema está en cómo puedes mechar dentro de una historia muy tradicional cómo puedes generar un cambio en la sociedad o ya ni siquiera cambiar, aunque logres solo debatir y que la gente pierda el miedo a ciertos temas. Tal vez tendremos que esperar unos años más para que se dé esa apertura.

No está en la agenda de Argos hacer una telenovela de homosexuales ni mucho menos, pero si son temas que nos preocupan, nos preocupa tanto así como también nos preocupan las situaciones matrimoniales clásicos creo que todo es digno de tratarse.

Si hay cosas que te pueden repugnar y sobre todo cuando tú estás fomentando cosas en las que no estás de acuerdo, es entonces que ahí viene tu parte como productor en donde tratas de generar un cambio.

En una empresa como Argos nos pasamos de innovadores y proponemos cosas que la gente no quiere ver.

Todos los que tenemos alguna forma de manejo de los medios creo que tenemos la obligación de enseñar y hacer que la gente se vaya volviendo espectadores que discernen. Por ejemplo, en la prensa, hasta el día de hoy las personas creen que lo escrito es ley y no cuestionan y si lo ven mal escrito en el periódico ellos también lo van a escribir mal y lo mismo pasa con la televisión volviéndose verdad.

Si metes temas que generen un debate entonces se está cumpliendo un objetivo porque entonces se está haciendo que el público opine a favor o en contra y opinar es bueno.

Esas son las evoluciones de los géneros, la telenovela va a seguir evolucionando porque en la medida que va evolucionando el público también va evolucionando la novela.

Entrevista con Pita Cortéz

Guadalupe Cortéz es productora de radio educación, lleva 32 años de trayectoria en la radio, fue reportera, guionista, musicalizadora y ahora productora y pertenece a la generación que empezaron a crecer con el desarrollo de la televisión en México, sin embargo, aún alcanzaron el coletazo de la radionovela.

¿Qué factores influyeron para que las radionovelas dejaran de ser importantes en el mercado?

“El factor fundamental es que las marcas y los políticos se comenzaban a pelear por anunciarse en la televisión, esta situación costo mucho trabajo a los radiodifusores desprenderse de las radionovelas porque era como un proceso romántico el que las produjeran, pero al mismo tiempo tenían que a competir dentro de los mercados más grandes entonces tuvieron que abaratar costos y el producto más barato que tenían al alcance de sus manos era básicamente la programación musical.”

“Frente a esa programación musical ellos venden y venden productos disqueros y se olvidan de invertir en lo que es guión, musicalización, dirección de escena, actores, estudios, grabación, operador, entre otros.

Es entonces que comienza un proceso de cambio que, para 1968 un alto porcentaje de los trabajadores creativos prácticamente son desechados y muchos de ellos llegaron a Radio Educación cuando ésta apenas comenzaba”.

“Razones: el factor económico, 1962 surgimiento el disco de 45 revoluciones y todo esto hace que el mercado de los discos se dispare y sea el factor importante en la radio. Es así como la radionovela comienza a perder sentido para los empresarios, sin embargo, esto no quiere decir que pierda sentido para mi como productora porque mi generación de 1953 es la que nace con los derechos culturales, antes de nosotros era difícil hablar de derechos culturales porque tuvo que pasar la segunda guerra mundial para que se establecieran los derechos humanos y después hubiera derecho a la información y dar pie a los derechos culturales, es decir, todo esto que tiene que ver con el crecimiento y la transformación de toda una cultura”.

“La radionovela también tiene que ver mucho con toda esta tradición mexicana en donde la gente cuenta historias, hay mucha gente que sabe contar historias y también somos muchos los que disfrutamos escuchando historias”.

“Los que llegamos a radio educación crecimos con un principio que nos dejó Enrique Sena: *El hombre que tiene algo qué decir, se desespera al no encontrar oyentes, pero es más desconsolador para el que escucha el no tener alguien que tenga algo que contar*, para nosotros eso se volvió ley, principio fundamental y es lo que ha guiado mucho a nuestros trabajos dentro de Radio Educación, a lo largo de 32 años que yo llevo colaborando para la radio.”

“Es justo aquí en donde se junta la nostalgia, con la aventura y con el juego.”

Guadalupe Cortéz ha hecho radioteatros pero también radionovelas, explica la diferencia entre estos dos géneros:

“Hacer un radioteatro tiene mucho que ver con una formación teatral e imágenes teatrales, está muy cargado en lo que es el dramatismo en donde se podría no poner nada más que la voz con una buena actuación y un muy buen guión es un radioteatro maravilloso.”

“En cambio, la radionovela, a mi en lo personal me provoca mucho, porque hay que fabricar escenarios enormes, además aquí las imágenes son sonoras.”

“La radionovela ya no es un elemento de factor comercial sino un elemento de importancia social y cultural, refiriéndonos al amplio concepto de lo que significa cultura, había mucho más que una historia contada. Con Enrique Tonal toda nuestra generación aprendió a hacer radionovelas pero con temas históricos, como la de “Zapata” o la de “Francisco Villa”, se retoma el romanticismo desde otra perspectiva, como es el amor a la patria, en estas historias te encuentras una pasión y una entrega absoluta, en este caso, a la patria, es así, como eran románticos pero en el más amplio sentido de la palabra, sin tocar a la cursilería.”

“Hacia finales de los 70’s principios de los 80’s, Radio Educación se vuelve en ese momento la pionera en el país en consolidarse y es cuando se da el fenómeno de las

radios publicas a nivel nacional. Este fenómeno genera una proliferación porque se comienza a destinar dinero para la producción de estas historias y Radio Educación se vuelve en ese momento la Institución productora a diestra y siniestra de radionovelas.”

“Como Radio Educación no tenía mucho presupuesto, así que comienza exportar al por mayor las radionovelas dentro de toda la República Mexicana, sin embargo, las radionovelas también comienza a desaparecer en Radio Educación por el alto costo otra vez porque comenzó a aumentar la plantilla de trabajadores, en aquel entonces éramos 37 hoy en día casi llegamos a 3000 trabajadores.”

Realmente hoy es muy difícil producir radionovelas, tanto así que, yo te diría que en ocho años he producido tres. La primera me la pidieron en Culturas Populares para celebrar los festejos de Marzo de Yucatán de las lenguas nativas, es la primera radionovela bilingüe está hecha en español y en Maya. La dirigí en Maya con actores mayas, la historia trata sobre un caudillo de la rebelión maya llamado Cecilio Chí, novela que escribió un poeta “maya al cual se le pidió su autorización para llevar a cabo el proyecto.”

“Mi segunda radionovela fue una co-producción con el Teatro Helénico llamada Novecento, fue una adaptación que se hizo con actores de teatro, sin embargo, el director era de teatro y muchas veces las escenas no nos servían mucho para la radio. Esta radionovela se hizo con música original, la cual es muy importante, echa por Enrique Neri que es uno de los grandes pianistas del país.”

“La última radionovela que se está produciendo para CONAPRED es totalmente escrita de manera original por Nuria Gómez y trata sobre los derechos humanos y todo ocurre en dos edificios, además se inventaron cada uno de los personajes y para resolver lo de la música se contrato a un grupo musical de género “guapachoso” que trabaja en una marisquería.”

“La radionovela me parece un género maravilloso y rico en oportunidades para poder establecer comunicación con públicos muy diversos, de todos los géneros, de todas las edades, de todas las etnias porque la radionovela cautiva.”

“Sin embargo, hoy en día las etiquetas se cayeron en pedazos, por ejemplo el concepto ama de casa ya no existe como tal, mas bien en lo que deberíamos enfocarnos es en qué se va a entregar, si es algo verdaderamente bueno, porque una buena historia la escucha, una niña en su casa, una anciana en un asilo, un taxista, un abogado, etc.”

¿Se podría pensar en un resurgimiento de la radionovela?

“Yo no hablaría de un resurgimiento de la radionovela yo diría que la radionovela aquí está y solamente falta que la miremos, creo que va a ver un reacomodo de cosas empezando con la tecnología y la internacionalización en donde las radiodifusoras tendrán que competir a nivel mundial y no podrán enviar sus programas de chismes y chistes locales puesto que, eso no se va a vender, en ese momento van a tener que proponer series que tengan un contenido más llegador y totalmente atemporales.”

“La radionovela está viva, no está muerta, ahí están los actores, estamos los que la sabemos hacer, hay chavos que están conmigo que están aprendiendo a hacer radionovelas.”

“Siempre la radio te va a dar mayor diversidad en cuestión de información que la televisión, apróximadamente el 96% del total de las frecuencias de televisión están en dos empresas y alrededor del 80% de la radio están en manos de once empresas.”

COSTOS

“Para la radionovela de CONAPRED Cada capítulo viene saliendo apróximadamente en doce mil pesos y se están haciendo veinte capítulos de veinte minutos cada uno, para obtener este precio se hicieron negociaciones y sobre todo se abaratan los costos justamente por con quién los estás haciendo.”

Entrevista con el Lic. Lauro Alvarado

Trabajó en la XEW y tuvo la fortuna de hacer las últimas radionovelas que hizo Raúl del Campo Jr. que era el “Sr. Radionovela” era como el Ernesto Alonso de la televisión pero en la radio.

Comenzó a trabajar con el “Sr. Radionovela” primero como actor y después como asistente de producción, es así como nace su amor por la radionovela.

A finales de los 80’s se le abren las puertas para hacer radionovelas pero ahora como productor es entonces, que surge un proyecto muy importante en Televisa cuando intentaron rescatar la radionovela se lleva a cabo gracias al Sr. Miguel Ángel Erros, otro señor apasionado de las radionovelas, puesto que le surgió la idea de echar la carne al asador para rescatar las radionovelas.

Tiempo después se retiró de la XEW porque lo invitaron a colaborar capacitando a actores en el CEA Centro de Capacitación Artística de Televisa y desde entonces también colabora con Lupita Jones en la preparación de las chicas de Nuestra Belleza México, en la forma de cómo hablan en cuanto a la cultura general. Además dirige el Centro de Capacitación Raúl de Campo el cual tiene 25 años preparando comunicadores.

“En 1990, para el proyecto del rescate de las radionovelas me dieron la Coordinación General y grabamos cuatro radionovelas simultáneas, abrimos una barra programática de radionovelas con cuatro medias horas diarias. Dichas radionovelas se hicieron con actores de doblaje en un 80 por ciento, aunque no todos funcionaban.”

“Las cuatro radionovelas con las que iniciaron el rescate fueron: *Violeta*, *Voces de la noche* (suspenso), *Amarga Ciudad*, *Ambición mortal*. Siguieron con la producción de éstas hasta llegar a un aproximado de 32 radionovelas con un promedio de 100 capítulos por radionovela.”

“Todos los que armamos la radio pensamos que es un género que jamás debió haber desaparecido, es más, nos resistimos creemos que todavía vive en sueños.”

“Lo único que yo haría gratis a estas alturas de mi vida sería actuar en radionovelas porque me fascinan y como actor yo creo que es el medio que te permite ser más creativo porque no hay imagen y este sueño no solo es mío sino también el de muchos actores, a todos los compañeros actores que me encuentro siempre me preguntan si no voy a volver a hacer radio de nuevo. Entonces, ya me están inquietando mucho y yo creo que pronto vamos a hacer un proyecto aunque sea para calmar nuestras ansias, dirigiendo o actuando dentro de una radionovela.”

¿Cuáles fueron los factores que llevaron al declive a la radionovela?

“Fueron dos factores muy importantes los que tuvieron mucho que ver con el declive de la radionovela.”

“El primer factor que empujó a la radionovela a terminar un ciclo sería lo desgastado de los temas.”

“Yo pienso que los escritores y los productores ejecutivos pero sobre todo éstos últimos no se quisieron a atrever en muchos sentidos a cambiar la temática aunque el mundo estuviera cambiando en muchos sentidos. La radionovela debió haber sido más atrevida, todavía cuando se acabaron las novelas en 1996-1997 habían muchos tabúes, no podías abordar muchos temas tan abiertamente si hubiéramos tenido la libertad que tenemos hoy en la radionovela, la radionovela temáticamente hubiera seguido funcionando, en ese sentido interno creo que la radionovela cavó su propia tumba.”

“El segundo factor sería la efervescencia de la música hacia los jóvenes, de repente comienzan a tener una pasión por la música, aunque siempre nos ha gustado la música pero no se difundía con tanto fervor y tanta pasión como ahora.”

¿Hoy en día la radionovela es redituable?

La radionovela es cara porque se tiene que pagar una cabina de radio grande y más adaptada acústicamente, porque no cualquier cabina sirve para hacer radionovelas, también se necesita un escritor, mínimo tres operadores, un musicalizador, un realizador,

por lo menos ocho actores por capítulo y un productor de radionovela que pueda concentrarse en cinco cosas a la vez sin ningún problema.

“Dicho género tiene muchas exigencias, es un producto caro pero también es redituable porque hoy en día hay empresas con mucha efervescencia de los supermercados y sería una gran posibilidad de venta a través de las radionovelas.”

“Aunque por otro lado surgen estaciones musicales, en la ciudad de México tenemos aproximadamente 60 estaciones de radio y de las 60 95% son musicales, porque es más fácil y más barato poner una cabina chiquita un locutor que el mismo se opera ya no hay necesidad de contratar un operador, creyendo que ser locutor es estar diciendo barrabasadas todo el día (hay muchos de éstos) y poniendo música y eso te cuesta lo mínimo.”

“Hoy en día nos llenan de música y de spots, entonces la comercialización de la música y la simplificación de la radio es lo que más daño le ha hecho a la radionovela.”

TELENOVELA

¿Qué opinión le merecen las telenovelas?

La telenovela mas bien ha sido como un refugio en donde los asiduos radioescuchas de radionovelas se apoyan en la telenovela cuando ésta aparece.

Cuando hablamos de medios hablamos de medios integrales y de medios defectivos, la radio es un medio defectivo porque carece de imagen mientras que, la televisión es un medio integral puesto que, tiene imagen y audio. Por ello, la sociedad hoy en día es más visual porque nacimos con la televisión.

¿Qué se necesitaría para que hubiera un resurgimiento de la radionovela?

“Para que resurja la radionovela se necesitaría un grupo de locos que se decidan, en primer lugar un loco inversionista y actores que estén dispuestos a actuar sin que se les pague mucho. Un grupo decidido a experimentar y de entrada no pensar en el negocio, pensar en rescatar la radionovela que sería la radionovela como lo hace Radio Educación porque sigue habiendo locos ahí que han encontrado fórmulas distintas para la radionovela.”

“La radionovela tendría que funcionar en la mañana, durante el día, y yo estoy totalmente de acuerdo en que la radionovela se hiciera con capítulos más cortos, con temas totalmente actuales, temas que le interesan a la juventud actualmente.”

“La radionovela no solo entretiene también educa, lleva información, como ahorita se podría hacer una radionovela abordando le tema del SIDA sin duda, sería un tema muy interesante.”

¿La telenovela ha tenido un auge como tal?

La telenovela, basándose en la radionovela, iba dirigida a la ama de casa pero después se dan cuenta que existen otros nichos, por ejemplo, hoy funcionan las telenovelas juveniles e infantiles, han abarcado hacia todos lados.

En donde yo puedo ver el auge de la telenovela es en la internacionalización de las novelas. Televisa vende telenovelas a todo el mundo, a los cinco continentes, esto es lo que más le ha redituado, más que, lo que le pueden dejar las telenovelas que se transmiten dentro del país.

Este auge internacional no se dio de la noche a la mañana, se ha ido picando piedra poco a poco, como dato importante tenemos que la primera telenovela de exportación fue “Los ricos también lloran” con Verónica Castro.

Ahora el auge es mundial porque la telenovela mexicana es la más comercializada en el mundo, es así como trasciende.

¿Hacia dónde va la telenovela?

Ahorita lo que está de moda es recuperar el talento que hay en cualquier parte del mundo generalmente en el resto de América y entonces utilizar novelas exitosas para después adaptarlas a México y transmitir las en el país, como pasó con “Café con aroma de mujer” la cual era una telenovela Colombiana en donde se utilizó el guión para adaptarse a México llamándose “Destilando amor” y a pesar de ser un refrito fue una telenovela con mucho éxito.

La telenovela va a seguir como hasta ahora mientras siga siendo negocio, no olvidemos que, tanto Televisa como TV Azteca son negocios. Ahora las novelas harán cosas más interesantes ya las telenovelas tendrán que adoptar el modelo del cine para aprovechar en plenitud la tecnología y la alta definición.