



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

# EL MELODRAMA EN LA TELEVISIÓN: ESTUDIO DE CASO “LA ROSA DE GUADALUPE”

TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:  
ANA PAULA GONZÁLEZ ELGARTE

ASESOR:  
FEDERICO DEL VALLE OSORIO

MÉXICO, 2013



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

# ÍNDICE

**INTRODUCCIÓN** | 3

**CAPÍTULO 1** El melodrama | 6

1.1 Inicios del melodrama | 8

1.2 El cuento y el melodrama | 13

1.3 El melodrama y su estética | 19

1.4 El melodrama en los medios de difusión | 27

1.4.1 Del folletín a la historieta | 29

1.4.2 Radio | 35

1.4.3 Cine | 39

1.4.4 Televisión | 46

**CAPÍTULO 2** El melodrama en la televisión | 56

2.1 ¿Cómo se cuentan? | 57

2.1.1 ¿Cómo se estructura un capítulo? | 68

2.2 El impacto en México y el mundo | 70

2.2.1 El espectador frente al melodrama | 80

**CAPÍTULO 3** Estudio de caso: “La Rosa de Guadalupe” | 86

3.1 La Virgen de Guadalupe dentro de un melodrama | 91

3.2 Todo en un capítulo: ¿cómo se hace *La Rosita*? | 97

3.3 La audiencia de “La Rosa de Guadalupe” | 100

3.4 La Producción de *La Rosita* | 111

**CONCLUSIÓN** | 118

**FUENTES** | 124

**ANEXOS** | 128

# DEDICATORIA - AGRADECIMIENTO

Este trabajo de más de cien hojas está dedicado a las personas que me ayudaron y me dieron ánimos para terminarlo.

Me gustaría que estas líneas sirvieran para agradecer a todas las personas que han estado presentes en mi vida. Ustedes saben quiénes son. Hago énfasis en quienes me facilitaron la investigación de este trabajo dentro de Televisa, en especial a Meli, Rosy, Cris, Naye y al creador de “La Rosa de Guadalupe”; a los compañeros de la Facultad con los que viví durante cuatro años y medio momentos extraordinarios; a los profesores que marcaron cada etapa de mi educación y a mi asesor el Prof. Federico del Valle, por la orientación y ayuda que me brindó para culminar este escrito; a la Universidad Nacional Autónoma de México que me dio las herramientas necesarias para desarrollarme íntegramente.

Y, por supuesto, el agradecimiento más profundo y sentido va para mi familia, Silvina, Chucho, Octavio, Diego, Sole y Rodrigo, quienes nunca dejaron de creer en mí. Sin su apoyo, colaboración e inspiración habría sido imposible llevar a cabo esta tesis que para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Muchas gracias.

ANA PAULA

# INTRODUCCIÓN

La televisión actual ofrece una gama de formatos diferentes para entretener a su audiencia: concursos, *realities*, musicales, documentales y sobre todo, producciones de ficción. Ahora bien, si nos adentramos en este último tipo de programas, con sólo seguir la trama unos instantes, encontramos fragmentos que aportan al espectador gran cantidad de información, con una serie de técnicas y códigos típicos de cada género dramático hecho ficción.

Un género que fácilmente podemos identificar es el melodrama. Nuestro referente principal de este tipo de producción narrativa es la telenovela. Es imposible no remitirnos invariablemente a Televisa, empresa que incursiona en este género desde 1958 con la historia “Senda prohibida”, ya que desde su inicio se convirtió en una de las principales fuentes de ingreso para la compañía mexicana.

No tardó mucho en que este género melodramático se produjera en toda Latinoamérica, como sucedió en Brasil, Argentina, Venezuela, Colombia y actualmente en Chile y Perú.

La telenovela se ha convertido en un producto audiovisual que representa uno de los espacios de expresión, reconocimiento y recreación cultural latinoamericana, y a la vez, en uno de los productos mediáticos masivos más distintivos y reconocidos de la industria televisiva. El impacto de este género ha hecho que países fuera de Latinoamérica quieran producir sus propias telenovelas, como Estados Unidos, China, Gran Bretaña, entre otros.

Lágrimas, amor, desamor, anhelos, son sólo algunos de los elementos que aderezan a las telenovelas transmitidas por televisión. Los personajes, la producción, la dirección, la escenografía y sobre todo un guión que presente casos y situaciones surgidas de la vida real, son características necesarias para este tipo de ficciones.

El espectador se involucra con las telenovelas a partir de los obstáculos, las intrigas, las falsedades, las alegrías y los amores de los personajes, que llegan a formar parte del existir diario del espectador, involucran a la audiencia con su valor, coraje, temeridad, espíritu heroico e imaginación dentro de la trama.

Al enfocarse en temas cotidianos cargados con un poco de humor, infortunios y suspenso, transforman este género televisivo en un entretenimiento atractivo para el

público, quien decide enchufarse a una ficción manejada por el ritmo de edición de la pantalla de cristal, el cual crea intrigas entre cada uno de los cortes comerciales y entre cada capítulo.

Así la popularidad de la telenovela se ha filtrado a diferentes sectores sociales a través del aparato televisor. Se ha convertido en uno de los géneros de mayor difusión en nuestro país. Sin embargo, poco se conoce del trabajo que hay detrás de la pantalla ¿Por qué nos atrae el tono melodramático? ¿Por qué nos sentimos fascinados con el melodrama? ¿Cómo se cuenta una telenovela? ¿Cómo logran las historias enganchar a la audiencia? ¿Qué pasa detrás de cámaras?

A lo largo de este escrito se explicarán estos cuestionamientos, no en un afán de hacer una apología del melodrama, sino con un enfoque objetivo para entender el por qué y cómo ha capturado a miles de espectadores.

Esta investigación parte del análisis de la serie melodramática “La Rosa de Guadalupe”, que desde 2007 a la actualidad, se ha posicionado en el gusto de la audiencia, ya que en cada episodio cuenta una ficción distinta con una problemática en donde la única forma de solucionarla es con una petición a la Virgen de Guadalupe.

Inevitablemente sentí el impulso de hacer una crítica por el modo en que el melodrama se presenta en la pantalla chica, sumado a eso se me hizo interesante la forma en la que se aborda el tema de la religión católica, bajo el escudo de ser una simple herramienta para contar una historia de amor, escudada bajo el lema de que “Todos tenemos una historia de lucha y esperanza...”.

La organización del texto consta de tres capítulos. En el primero de ellos hay una breve descripción acerca del melodrama y sus características, y grosso modo se hace una similitud entre el cuento y el melodrama, además de mostrar cómo ha sido adaptado a la literatura, prensa, radio, cine y televisión, construyendo una identidad y estética propia en cada medio en el que incursa.

En el segundo capítulo, se define qué es una telenovela y sus características. Conjuntamente se explica la estructura narrativa que emplea para entender el impacto social que tiene este producto de ficción audiovisual.

El capítulo siguiente, se centra en el análisis de “La Rosa de Guadalupe”, desde cómo introducen a la Virgen de Guadalupe en un melodrama hasta cómo se crea un capítulo, su tipo de audiencia y su forma de producción televisiva.

La experiencia de realizar mi Práctica Profesional en Televisa dentro de la Producción de Miguel Ángel Herros, así como lo aprendido en la carrera de Ciencias de la Comunicación, hacen que este escrito sirva de guía para futuras consultas acerca del melodrama y la manera en que se ejecuta en una telenovela dentro de la televisión actual.

# CAPÍTULO 1

## EL MELODRAMA

Durante el siglo XX y lo que va del XXI el melodrama ha sido el género más representado en los medios de difusión masivos (radio, cine, televisión, historietas, entre otros). Entre la población latinoamericana esta forma de construir una historia ha impactado profundamente en su inconsciente colectivo. Todos por lo menos conocemos, aunque sea superficialmente, alguna de estas historias.

Gracias a la televisión, el melodrama pudo entrar a más hogares en menos tiempo, que con cualquier otro medio, razón por la cual ha cautivado a tantos espectadores.

Desde “Cumbres Borrascosas” hasta “La Familia Burrón”, pasando por “Kalimán” y “Nosotros los Pobres”, comparten ciertas características con las que podemos reunirlos en un mismo género: el melodrama. Antes de enumerar los puntos de unión entre dichas obras es necesario comprender el significado del término “género”.

Según la Real Academia de la Lengua Española el término “género” tiene diversos significados, algunos de ellos son: “Conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes”, y “Clase o tipo a que pertenecen personas o cosas”, “En las artes, sobre todo en la literatura, cada una de las distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y de contenido”<sup>1</sup>, éste último es el que más nos compete.

En su obra “La Poética”, Aristóteles explica que un género se determina por las categorías convencionales que comparten ciertas obras. Éstas se distinguen según el modo de imitación del comportamiento de los hombres, que está en función de cómo los personajes principales enfrentan las diferentes situaciones en las que son puestos.

Es complicado definir precisamente el término “género” ya que ha contenido diferentes significados a través del tiempo. La palabra de la que tratamos puede considerarse como el plan de acción, como una fórmula que precede, programa y moldea la producción narrativa de la industria cultural; como estructura, como el marco formal sobre

---

<sup>1</sup> “Diccionario de la Real Academia Española” <http://lema.rae.es/drae/?val=g%C3%A9nero> revisado el 21 de agosto de 2011.



el que construyen las obras parciales; como etiqueta, como la denominación de una categoría que es fundamental para las decisiones y comunicados de los distribuidores y exhibidores; como contrato, como el punto de vista que demanda el público en cada producto audiovisual.<sup>2</sup>

Entre todas estas acepciones se encuentra como característica común que el género funge como modelo, forma, estilo y estructura que determina la elaboración de los productos, y vincula la producción, exhibición y recepción de la obra.

Sin embargo, la clasificación aristotélica es más óptima debido a su estructura discursiva. El autor conforma tres categorías básicas: épica, lírica y dramática. En la antigüedad las formas que definían estos modos literarios eran rígidas, los géneros actuales no se construyen bajo reglas tan estrictas, lo que hace que puedan existir unos en otros.

En el género épico era la representación narrativa de sucesos históricos reales o imaginarios, generalmente de carácter bélico. En estas historias se describe la realidad, no las emociones del escritor, por lo que predomina el tono objetivo en la narración. En los poemas épicos, los personajes principales representan los más altos valores de la comunidad (la valentía, la solidaridad, la templanza, etc.), es decir, son personajes ejemplares que reciben el nombre de *héroes*. El formato narrativo más frecuente para las obras épicas ha sido el cuento y la novela.

La lírica es quizá el género que menos transformaciones ha sufrido a lo largo de la historia, ya que se le sigue considerando la expresión del mundo interior del poeta (sus pensamientos, sus emociones, sus sentimientos, sus creencias) y de sus reflexiones existenciales sobre diversos temas como la vida, la muerte, lo sagrado y el amor, entre otros. Además, la poesía sigue pensándose como una forma de expresión armoniosa, en la que es fundamental la creación de efectos sonoros y de imágenes sorprendentes; la principal diferencia con la poesía lírica antigua reside en el hecho de que ya no se crea para ser acompañada por instrumentos musicales.

La dramática fue concebida para ser representada por actores en un escenario, mediante el diálogo y la acción frente a los espectadores, lo que provoca una fuerte

---

<sup>2</sup> ALTMAN, Rick. "De qué hablamos cuando hablamos de género". Estudios Cinematográficos: Géneros cinematográficos. No.19. junio-octubre. 2000. México. P13.

conexión empática en estos últimos. Los grandes poemas dramáticos de la antigüedad pretendían conmover a los espectadores mediante la presentación de situaciones de consecuencias humanas trascendentes, en el caso de la tragedia, o simplemente realizar críticas mediante la representación de acciones cómicas de personajes comunes y corrientes, como la comedia. Actualmente sigue existiendo la tradicional división entre tragedia y comedia, además de que el verso dejó de ser la única forma de expresión para los textos dramáticos, aumentó el número de subgéneros, que dependen de cómo el personaje actúa en el desarrollo de la narración. Estos son la pieza, la farsa, la tragicomedia, la obra didáctica, y lo que nos interesa en este trabajo, el melodrama.

Después de sus primeros pasos en las obras dramáticas, el melodrama, siguió desarrollándose en múltiples áreas de producción narrativa, se vuelve parte esencial de la cultura popular, además, mantiene una relación estrecha con nuestra cotidianidad en los medios masivos como la prensa, la radio, el cine y posteriormente la televisión.

## 1.1 INICIOS DEL MELODRAMA

Las actuales producciones de la industria cultural no se pueden concebir sin la existencia del melodrama, el cual tiene sus raíces en los mitos antiguos. Estos expresan una visión del hombre y del mundo, significan una organización del cosmos y de la sociedad.<sup>3</sup> Por una parte, sirven como auxiliar para interpretar la realidad, y por otra, le dan sentido a la existencia.

El mito y la religión ayudan a resolver conflictos psicológicos que genera el ser humano cuando se enfrenta a la naturaleza. Gracias a los primeros, el hombre encuentra una forma para liberar la frustración debida a las limitaciones que tiene frente a la realidad, con lo que obtiene un alivio (imaginario). La fantasía social de “alivio” es determinada por la cultura dominante de cada sociedad. Por lo general, producida por una élite ligada a los grupos de poder (algún grupo de brujos, de sacerdotes, de creadores de la industria cultural, literatos, etc.).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> BARTHES, Roland. “Mitologías”. Siglo Veintiuno Editores. México. 1999. P15.

<sup>4</sup> QUIROZ G. “Hacia una teoría de la significación: el caso del melodrama” Pensamiento Universitario. Centro de Estudio sobre la Universidad. UNAM. No.39. México. 1980. P5.

“El mito y sus modernas derivaciones, responden a funciones universales de seguridad en el hombre y la sociedad. Funciones que han perdurado casi invariables en el transcurso de la historia, y variado sólo en su forma expresiva”.<sup>5</sup>

Esta estructura de los mitos se repetirá en las religiones, en las narraciones populares, en los cuentos de hadas, en las grandes obras de la literatura y en las producciones de la industria de nuestros días.

Encontrar elementos del mito en el melodrama facilita el estudio de los géneros populares. Esta estrategia transforma lo que podría haber sido una fórmula comercial vacía en una categoría funcional para la investigación antropológica.<sup>6</sup>

La raíz etimológica de melodrama es *melos* (μέλος), canto con acompañamiento de música y *drama* (δρᾶμα), tragedia o drama.<sup>7</sup> Este género surge como una clara reacción a la utilización de la música formal en el teatro, buscando exaltar las emociones.

En el teatro el melodrama era un espectáculo musical y literario que tenía como eje las historias sentimentales, caracterizadas por los conflictos y las emociones profundas (amor, odio, dolor, placer, etc.). En estas obras la música y el texto se complementaban entre sí.

Las características del melodrama en el teatro se representan aún, las cuales señala Marcela Ruíz y Ariel Contreras en el libro *Glosario de términos del arte teatral*: “Es una obra de carácter dramático popular, en la cual triunfa la virtud, y el crimen es castigado (por ejemplo, la muchacha falsamente acusada logra, después de tremendas dificultades, comprobar su inocencia). El melodrama usa todos los medios posibles para impresionar al auditorio: choques de trenes, terremotos, situaciones exageradas (ganar la lotería o en las carreras de caballos, puede salvar a un hombre injustamente arruinado), gran tensión dramática, dificultades extremas, etc. El melodrama muestra sentimientos nobles y heroicos en lucha contra las pasiones bajas, la maldad, etc. Lo importante en este género son las situaciones y los incidentes, no así la caracterización... Se representaba acompañado de

---

<sup>5</sup> Ídem. P7.

<sup>6</sup> ALTMAN, Rick. Op. Cit. P17.

<sup>7</sup> “Diccionario de la Real Academia Española” <http://lema.rae.es/drae/?val=melodrama> 1 de agosto 2011

música instrumental en varios pasajes (causa de su denominación), aunque luego se haya representado sin música”.<sup>8</sup>

La palabra melodrama nace en Italia del siglo XVII, y designaba en aquel entonces una obra dramática enteramente cantada que se origina con la ópera. El término fue introducido por el filósofo francés Jean-Jacques Rousseau para hacer referencia a cierto tipo de drama en el que las palabras y la música se presentaban intercaladamente y donde la expresión oral es de cierto modo enunciada y preparada por la música.<sup>9</sup>

Un siglo después el género se popularizó en Francia, donde tomó distancia de la ópera y se dirigió a la pantomima muda o dialogada mezclada con el drama de gran acción de un solo personaje. Las obras sobrepasaron el estrecho marco del monólogo, por lo que aumentó el número de personajes y se incluyó el ballet. En aquellos años ese tipo de teatro representó una fuente de cultura literaria para el público.

El melodrama adquirió varias de sus características en el siglo XVIII, cuando en Francia se prohibieron los diálogos en los espectáculos populares en 1680, lo que hizo necesaria la utilización de la música y exageradas expresiones corporales de los actores.

La novela sirvió al melodrama como una cantera inagotable de anécdotas y peripecias, lo que generó que se vincularan estrechamente a lo largo del siglo XIX. Así, los dramaturgos de la época fueron también novelistas. Durante esta época los géneros teatrales tradicionales tendieron a preocuparse cada vez más por un desarrollo escénico movido y por una elaboración más cuidada de los decorados y el vestuario, aproximándose de algún modo y según su forma, a un tipo único de trama pantomímica y novelesca que sería después el melodrama.

A finales del siglo XIX y principios del XX, el melodrama se abocó en la novela romántica, donde se promovía el heroísmo. Los autores enfatizaban las acciones extraordinarias e inesperadas. Los sucesos inauditos narrados iban de la calamidad a la catástrofe (tormentas, elementos fantásticos, descarrilamientos, etc.), y aumentaban la angustia experimentada por el espectador al poner en riesgo la vida del héroe.

---

<sup>8</sup> RUÍZ Lugo, Marcela y CONTRERAS, Ariel. “Glosario de términos del arte teatral”. México. Trillas. 1983. P140.

<sup>9</sup> “Diccionario Teatral” <http://meti2.com.ar/teatro/diccionarios/glosarioteatral/diccionarioM/diccionarioM.htm> revisado el 3 de agosto de 2010.

Las características del romanticismo se relacionaron intrínsecamente desde ese entonces con el melodrama. La expresión “sentimental” se volvió de uso común cuando se refería a sentimientos elevados y refinados. La novela de amor fue una de las aportaciones del movimiento romántico. El deterioro del término se debió a la influencia de la mojigatería y la hipocresía religiosa que predominaron en esa época victoriana, de tal suerte que “sentimental” adquirió una connotación peyorativa. En la actualidad, es sinónimo de una actitud autocomplaciente, lacrimógena y, en ocasiones, cursi.<sup>10</sup>

El melodrama se desarrolla a la par que el capitalismo. En la primera y segunda fase de este modo de producción, que abarca de 1815 a 1889, se establecen varias de las características del género. Este hecho marcará definitivamente el carácter del melodrama, convirtiéndolo en una “mercancía” más.

En su tercera fase (1890-1914), con la invención de los grandes medios de difusión como la radio y el cine, el melodrama cautiva a más espectadores de todas las clases sociales, y con la invención de la televisión en la cuarta fase (1948-1977), se vuelve parte esencial del imaginario colectivo.<sup>11</sup> De ser producido por artistas individuales en sus inicios, comienza a producirse en masa por un equipo de técnicos y obreros, con la misma organización y dinámica que cualquier otra producción en masa.

Una característica fundamental en la configuración del melodrama es la simplificación moral, en la cual el bien siempre triunfa sobre el mal. Este género dramático representa comportamientos y actitudes morales que pertenecen a su época, especialmente los que sirven para mantener el orden establecido.

El sufrimiento, valor fundamental para el cristianismo y mediante el cual, según dicha religión, se llega a la liberación y purificación del alma, es un elemento principal en este tipo de obras. La felicidad y la plenitud, son sólo estados pasajeros de los personajes. La superposición de estos estados de ánimo en la trama de la obra mantiene al público entretenido.

---

<sup>10</sup> FERNÁNDEZ Violante, Marcela. “Melodrama, origen y tradición”. Estudios Cinematográficos: Géneros cinematográficos. No.19, junio-octubre. México. 2000. P35.

<sup>11</sup> QUIROZ G. Op.Cit. P15.

Con este esquema básico de sufrimiento y felicidad se construyen las bases del melodrama, en este caso la afirmación, “si has visto una obra, las has visto todas” cobra sentido. Aunque en cada obra, programa, episodio o capítulo varíen los detalles, se conserva el modelo básico, sin cambio alguno. Los conflictos fundamentales se resuelven una y otra vez de manera similar. “Los géneros regularmente repiten estrategias similares (los géneros tiene un desarrollo predecible)”.<sup>12</sup>

Para entender el porqué de la repetición en los temas del melodrama es necesario referirse al *impulso a la repetición*. El psicoanálisis ha encontrado que el hombre tiene una tendencia a repetir ritualmente sus conflictos psicológicos. En efecto, Freud descubrió que existe una compulsión a la repetición imaginaria de experiencias traumáticas, generalmente por medio de juegos, fantasías, palabras o actos.<sup>13</sup> La tendencia a ver conflictos en los que conocemos que triunfará el bien sobre todas las cosas produce “tranquilidad” en el público.

A lo largo de la historia, el melodrama ha tomado características de diferentes géneros, como señala Quiroz en el texto “Hacia una teoría de la significación: el caso del melodrama”: “La forma moderna del melodrama heredó de los mitos antiguos los elementos formales del significado: el héroe invencible contra el villano o el dragón, la bella rescatada, la amenaza al héroe, su brillante acción y su final victorioso. De la tragedia clásica heredó: los mitos de la fatalidad, del destino trágico, de la grandeza de la batalla, la lucha por el poder. De la novela de terror inglesa: su gusto por el suspenso, ambientes misteriosos de países lejanos, científicos criminales, el ocultismo, los escenarios efectistas, etc. De la novela policiaca: gusto por el crimen, su trilogía mítica héroe-detective, villano-perseguido, bella-rescatada, el detective y el villano científicos, el enigma del cuarto cerrado, la violencia, etc. Del drama burgués: sus personajes, sus situaciones, su lujo, su lenguaje doméstico, sus bellas damas, su castillo (que a través del tiempo han ido adecuándose, actualmente sería la mansión moderna) y sus carruajes (automóviles de lujo). Y de los relatos propiamente populares: los lamentos del oprimido, la sumisión del pobre al impecable burgués, la inseguridad de la pobreza, el sufrimiento, la bondad, la nobleza”.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> ALTMAN, Rick. Op.Cit. P17.

<sup>13</sup> QUIROZ G. Op.Cit. P29.

<sup>14</sup> Ídem. P14.

El melodrama es el género dramático más representado y con el que tenemos un contacto más cotidiano, toma características del mito, y por ende de la literatura oral. A través del tiempo sus reglas se han modificado, esta flexibilidad ha permitido que sea uno de los más socorridos en el siglo XX y en lo que va del siglo XXI.

## 1.2 EL CUENTO Y EL MELODRAMA

Buena parte de la teoría reciente sobre géneros ha llegado a la conclusión de que las estructuras narrativas provienen directamente de los arquetipos mitológicos manifiestos en los relatos populares, y presentados en las producciones audiovisuales. “La noción de que los géneros tienen cualidades esenciales hace posible equipararlos a los arquetipos y los mitos, y tratarlos como expresiones de cuestiones humanas universales y perdurables”.<sup>15</sup>

La obra melodramática es constituida para demostrar que, naturalmente, quien mantiene una conducta destructiva, termina por destruirse a sí mismo; que todo el mundo cosecha, tarde o temprano, lo que siembra, y que nadie escapa de las consecuencias de sus actos. Esto se encuentra en el corazón de todo relato popular perdurable, tal como el cuento popular.

Se entiende como cuento popular a una narración breve de carácter ficcional protagonizada por un grupo reducido de personajes. Estas narraciones se transmitían originalmente vía oral, sin embargo, con la industrialización y las nuevas tecnologías de la información se han creado nuevas formas para difundirlos.

El cuento y el melodrama parten del orden social, imponiendo la visión cultural del mundo en donde son elaborados, lo que crea formas de identificación, de desahogo emocional, lúdico y formativo (en el sentido de “aprendizaje para la vida”). Ésta es precisamente la razón de que sea posible establecer una relación clara entre el cuento popular, el melodrama, y sus variantes actuales en la sociedad urbana contemporánea, como las series televisivas melodramáticas. Que tienen como principal exponente a la telenovela.

---

<sup>15</sup> ALTMAN, Rick. Op. Cit. P17.

El melodrama guarda una relación muy cercana con las narraciones tradicionales, por lo que tiene una estructura similar a la del cuento popular. Ambos tipos de narración siguen una serie de reglas o leyes que determinan sus narrativas. Los siguientes puntos parten del planteamiento que hace Julio Camarena sobre el cuento popular, para hacer una similitud con el melodrama.

- Se narran cronológicamente (en una sucesión de eventos encadenada por relaciones de causa-efecto), se puede enmarcar como la “ley de sucesión ordenada de los hechos”.
- Los elementos descriptivos e introspectivos se subordinan a los de la acción, que ha de describir por sí misma a los personajes, “bueno” es el que actúa como “bueno”, no el que dice serlo; además de que el protagonista “debe serlo” por antonomasia. Ésta es la “ley de la caracterización por la acción”.
- Se prefiere la reiteración, en lugar de la descripción directa, verbal, prolongada, como medio de calificar a los personajes, los protagonistas en cada oportunidad que tienen son amables y bondadosos, por otro lado, los villanos no dejan de realizar actos bajos y despreciables.
- Precisamente debido a que no pueden recurrir a una prolongada enumeración de las características de cada personaje, el narrador se apoya en el uso de arquetipos, propiedades atribuidas, epítetos, apodos y otros recursos narrativos, para simplificar la presentación de los personajes, y la comprensión rápida de su función en el relato, por ejemplo, la ropa negra y la risa de la bruja. Esto se llama la “ley de los personajes funcionales incluyendo sus nombres y apariencias”.
- Se apoya en el uso de elementos recurrentes de cultura a la que pertenece el autor, y a una estética colectiva que conforman un repertorio en constante confirmación y renovación, ejemplo de esto son diferentes estereotipos, tales como cereal en el desayuno, el leñador con camisa de cuadros y un hacha, entre una infinidad más.
- Son producidos para una sociedad, un “receptor colectivo”, por lo que ésta participa activamente en su creación, sea directamente (en la transmisión oral), sea indirectamente (como en la creación “comercial”); por lo mismo, se puede decir que en cierto modo, su creación es colectiva (su creación está “abierta” al receptor).
- Igualmente, están abiertos a la re-creación: a través de variantes en sus versiones que se adaptan a las cambiantes circunstancias sociales ya las nuevas modalidades de



transmisión, siempre “auto-corrigiéndose” (siempre modificando aquellos elementos que transgreden las expectativas del receptor, que no logran agradaarle, o que no tienen ya sentido en nuestros días). Esta es la “ley de la autocorrección constante”, como las diversas adaptaciones cinematográficas de una misma obra literaria.

- Hacen un gran uso de las oposiciones: belleza-fealdad, simpatía-antipatía, riqueza-pobreza, inteligencia-tontería, etc.; y de exagerar la caracterización de personajes y situaciones, para simplificar la decodificación de sus respectivos roles en la “historia”, ésta se conoce como la “ley de opuestos”.
- Polarizan las acciones mostradas en función de su utilidad para la sobrevivencia ordenada y estable del grupo social, lo cual las vuelve “buenas”-“malas”, según sea el caso. Esta superposición va ligado a la función moral que cumplen las narraciones populares en la sociedad.
- No se aceptan los principios y finales bruscos, pues es necesario desarrollarlos gradualmente, haciendo que el receptor pueda, primero conocer a los personajes, y después prever el final de la obra, incluso con detalle, por el comportamiento o los sufrimientos vividos por el protagonista durante el desarrollo de la historia; la obra es creada con la mira puesta siempre en el final, y cada elemento previo de la narración tiene que relacionarse con él. Esta es la “ley de la introducción y la conclusión”.
- Los fracasos previos realzan el éxito del héroe, además de mantener la tensión narrativa en ascenso, como lo exige la estructura narrativa del relato popular en nuestra cultura, conforme a la “ley de popa”.
- El cuento popular también lo llamamos “cuento maravilloso”, porque por definición debe de maravillar al receptor, para que éste lo siga atento. Un buen cuento nunca será ni insignificante, ni mediocre, ni “plano”, así que, por definición, todos relatan hechos para llamar la atención. El cuento, como el melodrama, prefiere eventos extraordinarios, pues éstos por un lado realzan el valor del personaje que es capaz de vivir conforme a los valores de la colectividad pese a las adversidades, y por el otro lado permiten al receptor ensoñar, alejarse momentáneamente de la monotonía de su rutina cotidiana.
- La narración, por definición, debe de tejerse en torno a los personajes principales, “ley de la concentración en torno al personaje principal”.

- Se establece la relación entre personajes y situaciones de naturaleza similar, por medio de una gran cantidad de rasgos comunes. “Ley de la presentación esquematizada”; en el caso de las telenovelas, nos encontramos productores que visten a los personajes de la misma familia con ropa igual, para indicar su parentesco.
- La “ley de los gemelos” maneja grupos de personajes que viven en distintos grados o tiempos un mismo rol, lo que permite que en un momento dado, uno retome la acción abandonada por el otro.
- La narración no puede ser resumida sin relatar cuando menos una serie de escenas-hito, que representan también los momentos de mayor intensidad narrativa. Esta es la “ley de la plasticidad”.<sup>16</sup>

Basados en el escrito de Camarena se hace una relación de leyes que inciden en la creación de un cuento popular perdurable, pero sólo tres de esas leyes no emplea el melodrama como la telenovela. Se trata de:

- La “ley de unicidad del hilo conductor”, que requiere no narrar más “historias” en una obra que la principal. Ahora bien, si se estudia atentamente la construcción de una telenovela, se comprende que la ruptura de la ley es sólo aparente. Si bien la longitud propia de la telenovela, exigen manejar subtramas, éstas sólo existen para sostener a la principal, para permitirle desarrollarse de manera más natural y detallada.
- La “ley de la dualidad escénica”, dicta que no se pueden presentar en una misma escena a más de dos personajes de peso, o grupos de ellos, interactuando, para facilitar la comprensión de la narración, pues de otra forma la atención del espectador se dispersaría. Otra vez, aunque la telenovela pueda darse el lujo, por su longitud, de mostrar en un momento dado, la reacción de todos los personajes a un cierto evento, está sin embargo habrá de ser mostrada secuencialmente. Como en cualquier obra narrativa popular, sólo es posible mostrar a un personaje “actante” (actuando o hablando) a la vez. Y si hay más “en escena”, entonces deberán de interactuar entre sí, lógicamente.

---

<sup>16</sup> CAMARENA, Julio. “El cuento popular”. *Anthropos*. Revista de Documentación Científica de la Cultura. Literatura Popular. Conceptos, argumentos y temas. Barcelona. No.166/167. 1995. P30.

- La “ley de la tríada”, que recomienda manejar siempre los mismos números para facilitar la memorización de las distintas obras. Así resulta que los reyes en los cuentos suelen tener tres hijas (no dos ni ocho, que son números difíciles de recordar). La televisión permite grabar a cada personaje y volverse audible, aportándonos tanta información sobre él, que la memorización se facilita mucho. Así las cosas, el manejo de números “clave” resulta menos necesario, que en una obra de transmisión oral. Esto sin embargo no implica que la telenovela se haya apartado del todo de los números tradicionales (mnemotécnicos), que también se repiten más que los demás.<sup>17</sup>

El melodrama y el cuento popular se construyen en torno a un principio de justicia, el cual se basa en los siguientes puntos:

- Un final justo o feliz, no es un final fácil de lograr. Conseguir que cada persona coseche lo que sembró, de manera natural, proporcional y verosímil, a pensar de cuanto el escritor haya permitido que se complicaran las cosas, es sumamente difícil y para muchos imposible. Y nos da la medida de la capacidad y del ingenio de un autor. Un final que no sea justo, tan sólo demuestra que la obra rebasó a su escritor, y que éste carecía de ingenio y creatividad suficientes como para conseguir una conclusión justa.
- En el melodrama, como en el cuento popular, las acciones y su juicio moral caracterizarán al personaje de manera polarizada; siempre habrá “buenos” y “malos” claramente diferenciables. Si no los hay, es que el escritor no trata de escribir una historia melodramática. Ahora bien, esto no significa que los personajes tengan que ser contruados de manera burda; normalmente, ni en la vida real, ni en un buen melodrama, hay “malos” sin cuando menos un rasgo favorable, ni “buenos” sin cuando menos algún defecto, cuando se cuenta una “historia” de gran longitud y detalle.<sup>18</sup>

Existen todavía más puntos de correspondencia entre el cuento popular y el melodrama:

---

<sup>17</sup> Ídem. P31.

<sup>18</sup> Ibídem. P31.

- Como el cuento popular, el melodrama emplea personajes creados para cumplir cabalmente con la función narrativa que les corresponda. Son simbólicos ya que representan entidades abstractas, grupos e instituciones, las cuales son fácilmente reconocibles por el público. En ocasiones son estereotipos porque representan los ejemplos más evidentes de los personajes tipo. En las obras que dan identidad a la sociedad, el personaje debe ser comprendido de manera unívoca por la mayoría de la gente. Además de que no puede lograrse el final justo cuando las acciones de los personajes no permiten un juicio moral claro a la luz de la visión del mundo que da cohesión a su sociedad.
- Ambas formas narrativas buscan máximo impacto emocional, porque sólo así el mensaje propuesto por las obras se grabarán intensamente en la memoria del espectador. En el caso de una telenovela, mientras mayor sea el impacto emocional (sin exceder el umbral del dolor de la persona, claro está), más fácil será retener al público, a lo largo de sus capítulos.<sup>19</sup>

Con todos estos puntos queda claro que las leyes que regulan la creación del melodrama tanto del cuento popular, como la selección de los elementos mostrados y la morfología de su estructura, es muy similar.

"La Poética" de Aristóteles, señala que toda obra está compuesta por seis elementos principales. Actualmente los críticos utilizan categorías que han evolucionado desde la concepción aristotélica para describir cualquier obra contemporánea. Los seis elementos son: personajes (quienes actúan en la historia), lenguaje (forma de expresión), música (ritmo), acción (argumento), espectáculo (estética visual), y pensamiento (ideas, concepto). Según éste filósofo griego, el elemento más importante es la acción, componente vital de toda obra y actuación teatral.

Mediante la acción el melodrama se liga con el público, buscando explicar la escena sin palabras, en comparación con el cuento. Según explica Pixerecourt "escribo para los que no saben leer". "El melodrama nace como *espectáculo total* para un pueblo que puede ya

---

<sup>19</sup> Ibídem. P31.

mirarse de cuerpo entero, *imponente y trivial, sentencioso e ingenuo, solemne y bufón, que respira terror, extravagancias y jocosidad*".<sup>20</sup>

Con esta forma emocional el melodrama se coloca del lado popular, y se vuelca a lo masivo, borrando fronteras en sus relatos. Así, se integra aspectos de la realidad con elementos de la cultura popular y con formas procedentes de otros modos discursivos.

La repetición insistente de los mismos temas, aunado con los esquemas mercantiles para la producción de dichas obras, proyectan al "melodrama" como sinónimo de entretenimiento poco creativo y cursi. Sin embargo, este género de ficción ha acompañado a la sociedad desde mucho tiempo atrás, se adecúa a las diferentes épocas y logra complacer al público, que espera con ansias los enredos por los que pasan los personajes, donde los protagonistas terminan unidos, bajo el régimen moral de la época.

### 1.3 EL MELODRAMA Y SU ESTÉTICA

El melodrama es una forma de representación de la vida cotidiana y sus problemas, y en ocasiones, una fuente de consejos prácticos. En su desarrollo se han establecido sus reglas, como pueden ser: las conclusiones tranquilizadoras y las alegorías morales. Estas convenciones son vistas por sus productores en el mismo sentido que los poetas a las reglas de la poesía.

Los finales felices obedecen a la necesidad de fomentar una actitud optimista, como lo señala Marcela Fernández Violante "a un vestigio de la ancestral concepción del matador del dragón, como una última apoteosis del amado de los dioses".<sup>21</sup> El triunfo alcanzado durante el combate contra un enemigo poderoso e implacable confirma en el espectador la noción de que el pleno valor de la vida sólo se consigue luchando.

El factor que se modifica en los melodramas es la forma de tratar los problemas de la vida cotidiana, se acopla y adapta a temas contemporáneos de cada época. Si analizamos un mito de forma somera es fácil entender su historia, pero si hurgamos más profundamente

---

<sup>20</sup> BARBERO, Martín. "Matrices Culturales de las Telenovelas". Revista Mexicana de Comunicación. V.5. N.27. México. 1993. P139.

<sup>21</sup> FERNÁNDEZ Violante, Marcela. Op. Cit. P35.

en su simbología nos daremos cuenta de sus significados provenientes de quienes detentan el poder en cada época, y surge la pregunta de por qué quieren que detentemos esos valores que pregonan en su narrativa.<sup>22</sup>

Por ejemplo, dentro del Romanticismo la forma de retratar un melodrama fue una persistente exageración de la realidad, una fantasía que se inclinó hacia los excesos. Mientras que el Naturalismo se apartó del modesto ámbito de la virtud y, en lugar de buenos y malos, los personajes se transformaron en débiles y fuertes.<sup>23</sup>

La concepción del melodrama es anecdótica, la acción debe ser exterior y diversa, y su flujo debe ocurrir de modo continuo, mediante un juego de contraposiciones entre valor y antivalor, entre el bien y el mal, enfrentados sucesivamente. Es a través de la acción como el personaje puede develarse.

Los diálogos de este género se presentan bajo un tono sentimental, dramático y realista, reinterpretado por cada generación, lo que explica el rápido envejecimiento de sus diálogos de una generación a otra. Además, las modificaciones que sufre el teatro en el siglo XVI, como relegar el discurso hablado y apoyar las formas de expresiones corporales, gestuales, musicales y táctiles, provocó la expresión estereotipada y exagerada de los sentimientos para lograr la comprensión y el contacto con los espectadores. Dada la preferencia por las situaciones, el melodrama fue una de las primeras formas teatrales que se apartó deliberadamente de la escritura tradicional del teatro y optó por un lenguaje escénico.<sup>24</sup>

La magia de lo visual y del sentimentalismo, se confirieron al teatro melodramático. Los escenarios donde se desarrollaban este tipo de tramas atendían a la parte simbólica que se refiere a cada lugar. Algunas constantes fueron: la choza, el bosque, la posada y el castillo.

Los pilares importantes para el desarrollo del lenguaje melodramático fueron: el vestuario, donde su confección conjugaba el exotismo y el realismo de la obra; el baile, representado por el ballet; y la música, sirviendo de herramienta reafirmante del drama. Los

---

<sup>22</sup> BARTHES, Roland. Op. Cit. P22-24.

<sup>23</sup> FERNÁNDEZ Violante, Marcela. Op. Cit. P34-37.

<sup>24</sup> Ídem. P34.

actores reforzaban la personalidad dramática con sus capacidades mímicas, así le daban a la sensibilidad toda su fuerza y sus matices.

En el teatro se daban cita todas las clases sociales, era un espectáculo popular, lo que le confería una gran fuerza en la vida social y cultural en esos momentos. Muchas obras que habían tenido mucho éxito se solían presentar en intervalos regulares, de tal modo que cada generación disfrutaba las obras más célebres de la generación anterior. El papel de los pequeños barrios fue determinante debido a que constituyeron los primeros peldaños de éxito de las obras maestras del melodrama. Después, los teatros de provincia presentaban las obras que habían alcanzado consagrarse en las principales ciudades como París.

La evolución de género hizo que a principios del siglo XX, aparecieran dos corrientes fundamentales: una que intenta perpetuar la forma del melodrama tradicional; y la otra, basada en la estética melodramática, se adapta a las nuevas formas. Sin duda, con la llegada de la radio se intenta rescatar la ilusión de que cada individuo recree sus propios personajes y escenarios. Este tipo de programas radiofónicos recurrieron a los grandes éxitos del género, con lo que se repetían los estereotipos y la tipología del melodrama. Lo mismo sucederá con el cine y la televisión, que se consagrarán como los medios "amos de la ilusión visual, del espacio y del tiempo, donde el melodrama experimentará un renovado vigor".<sup>25</sup>

Y no podrá ser de otra forma, como lo afirma Marcela Fernández Violante "uno de los atributos del melodrama es esta concepción sobre la pugna entre héroes y villanos, entre fuertes y débiles que lo hace semejante a la vida. Porque la vida que cada ser humano conoce mejor es aquella en que se liberan las grandes batallas entre el bien y el mal".<sup>26</sup>

Este género es el único que "garantiza que el villano será destruido... bien muerto, con todas las de la ley".<sup>27</sup> Debemos tener en mente que la creación de un villano alucinante y enloquecedor es uno de los requisitos fundamentales del melodrama.

Con la representación cinematográfica actual del mal se busca atenuar la inverosimilitud creando personajes cuya infamia y crueldad queden justificados por un

---

<sup>25</sup> THOMASSEAU, Jean-Marie. "El Melodrama". Fondo de Cultura Económica. México. 1989. P152.

<sup>26</sup> FERNÁNDEZ Violante, Marcela. Op. Cit. P37.

<sup>27</sup> Idem. P33.

desequilibrio patológico, de ahí la constante presencia en pantalla de seres demenciales, maniáticos y locos.

“El melodrama apoya su *dramaticidad* básicamente en la puesta en escena y en un tipo de actuación muy peculiar”.<sup>28</sup> La prioridad es el espectáculo sobre la representación misma: *lo que se paga es lo que se ve*. Dentro de esto incluyen los efectos sonoros, ópticos, el manejo de los decorados. Así se hace uso de estos efectos, reduciendo el lenguaje verbal. Como la utilización de la música para marcar los momentos solemnes o los cómicos, por ejemplo, para caracterizar la entrada del antagonista.

El efectismo de la puesta en escena va ligado a un modo de actuación, basado en la *fisionomía*: correspondencia entre la figura corporal y el tipo moral. Se produce una estilización metonímica, que traduce lo moral en rasgos físicos, la parte visible del personaje, de valores y contravalores éticos, por ejemplo, las canas para enfatizar la vejez.

Estos puntos corresponden a un espectáculo en donde lo importante es *lo que se ve*, pero a la vez toda su fuente de codificación de características parte de la cultura popular.

Entonces el melodrama propone conflictos entre seres humanos, sean éstos de orden individual o colectivo, de ahí que su planteamiento ocurra en el campo de la moral.

Este género a través de sus personajes lleva al público moralejas útiles: el rencor y el amor brotan como fuerzas telúricas del pecho de la figura más frágil, nada vence a la fuerza del amor verdadero, la familia es el territorio de la epopeya intimista donde condenación y abnegación remontan su calvario, el dinero no es la vida, pero sí casarse con un millonario, la felicidad es resignada recompensa de quien aprende de los mayores fracasos “se sufre... pero se aprende”, concluía sabia la defensa del camión destartado de la cinta “Nosotros los Pobres”.<sup>29</sup>

En esta película se muestra la *pobreza* como un designio divino, una situación que “les tocó vivir”. En los personajes hay una actitud de resignación ante el hecho de ser pobres, considerándolo como una fuente de virtudes y de valores. En la película de Ismael Rodríguez, el argumento era: “los pobres son felices porque tienen amor”. Eso sí, son felices

---

<sup>28</sup> BARBERO, Martín. Op. Cit. P139.

<sup>29</sup> GARCÍA, Gustavo. “Me lo dice el corazón. Notas sobre el melodrama en el cine mexicano”. Revista de la Universidad de México. UNAM. Junio-Julio. V. 5. N. 593. México. 2000. P43.



porque son sencillos y tienen amor, muy devotos de la Virgen María, y su manera de alegrarse el día es con unos tequilas y unas canciones.

Aquí podemos ver que la *familia* es lo más importante, es vista como lo único que tienen. Los pobres sólo se tienen unos a otros, para enfrentar juntos las desgracias de la vida.

Aunque el melodrama no goza de una buena reputación, debemos tener claro que es un género artístico tan legítimo como cualquier otro y tan noble como la farsa. Uno de los atributos del melodrama es esta concepción sobre la pugna entre héroes y villanos, entre fuertes y débiles que lo hace semejante a la vida. "Porque la vida que cada ser humano conoce mejor es aquella en que se libran las grandes batallas entre el bien y el mal".<sup>30</sup>

Para el investigador Edward A. Wright, por ejemplo: "los melodramas constituyen un teatro muy estimulante. Pueden conmover al público hasta las lágrimas de simpatía y también incitarlo a la acción franca" y continúa "han hecho grandes aportaciones al dramatizar problemas sociales, económicos y religiosos".<sup>31</sup> Sin embargo, ¿qué hay más allá de lo fácilmente perceptible en un melodrama?

Roland Barthes asegura que los mitos se imponen o los impone la sociedad, casi siempre hay algo que esconden y está dado por la forma. Además pueden ser un control para la sociedad si se imponen desde el poder.<sup>32</sup>

Es precisamente en esos finales felices y en las alegorías morales, donde los eventos se resisten a ser coherentes y constituyen una negación de nuestro mundo real, será donde la ideología dominante será la norma. En este sentido ya no es el tema, sino la misma forma del género la que se aleja de los "verosímil", de la realidad. El melodrama deja intactas las concepciones llenas de prejuicios del sentido común, y abre, por lo tanto, el camino a las concepciones, ideas, valores y representaciones de la ideología dominante.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> FERNÁNDEZ Violante, Marcela. Op. Cit. P37.

<sup>31</sup> Citando a Edward Wright de la tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: ONTIVEROS Aguilera, Alejandra. "El melodrama en el cine mexicano en el periodo salinista (1988-1994)". UNAM. México. 2001. P9.

<sup>32</sup> BARTHES, Roland. Op. Cit. P23.

<sup>33</sup> QUIROZ G. Op.Cit. P33.

Así, este género se ha convertido en una peculiar representación de ver el mundo y sus conflictos; en un foro donde se muestran las formas de pensar y sentir de nuestras sociedades; en un foro donde el sistema mantiene al público controlado. Atrás de todo esto se encuentra una visión ideologizada del hombre, quien está designado a actuar bajo esas normas y valores.

Muchas veces, las situaciones narrativas de la obra se interpretan como soluciones imaginarias a problemas reales de una sociedad. Estas supuestas soluciones se estructuran de manera que persuaden al público, y éste las acepta, las cuales sirven para propósitos del poder en turno.

Esas estructuras narrativas están complementadas por muchos factores que producen efectos ideológicos y que forman parte de otros sectores de la ideología como es el caso de la religión, la educación escolar, el derecho, la familia, etc. Por lo tanto, lo estético del melodrama y de lo psicológico contenido en él, tiene también connotaciones ideológicas.

Louis Althusser desarrolló el término de “ideología” considerándolo ahistórica, como una relación normal entre individuos con la sociedad en un sistema determinado por fuerzas políticas; formando parte de la realidad social, pero está solo es inteligible a través de su estructura. “La ideología se presenta en representaciones, imágenes, señales, etc., pero estos elementos considerados cada uno aisladamente no hacen la ideología: en su sistema, su modo de disponerse y combinarse es lo que le dan su sentido, es, su estructura las que lo determina en su sentido y función...”<sup>34</sup>

Los elementos de la ideología no pueden existir aislados, están insertos en el conjunto de las representaciones de la sociedad y es por eso que su connotación se lleva a cabo en todos los dominios de la vida social, promovidos institucionalmente a través de los aparatos ideológicos.

Así como la ideología está presente en el melodrama, también encontramos elementos que realmente representan el mundo. Ahí cada hombre puede reconocer elementos de su mundo, en su pensar, de su sentir, de su sufrir, etc.

“El melodrama comercial, como lo vimos, se ha desarrollado casi paralelamente al capitalismo y en realidad ha constituido un producto de este sistema. De ahí que la ideología

---

<sup>34</sup> Ídem. P32.

burguesa este ligado a los grupos industriales más dinámicos, sobre todo en la forma radial, cinematográfica y televisiva”.<sup>35</sup>

En estos medios, la ideología no es presentada tal cual, considerándose difusa e irreflexiva. Pero en otras ocasiones es explícitamente sistematizada, como en los melodramas creados con intenciones de propaganda contra el comunismo, el nacionalismo, proselitismo del ejército, etc.

“En los primeros melodramas del siglo pasado, en forma de novelas cortas, escritas por artistas individuales, se buscaba al escribirlas logros en la belleza y el arte, y por lo tanto la ideología permanecía difusa e irreflexiva. El escritor no pretendía mantener o reproducir un orden social determinado y menos provocar comportamientos en su público, a él, le interesaba hacer literatura que lograra cierta claridad y que constituyera una obra en sí misma, que produjera altos sentimientos de belleza”.<sup>36</sup>

Es indudable que el escritor de esta primera época del melodrama estaba inmerso en una ideología determinada (en la ideología hegemónica) y que por ende, se plasmara de una forma difusa en su obra. Indudablemente podemos encontrar que son más los elementos “reales” de la descripción del mundo que éste hace de los elementos falseados por una ideología.

El melodrama comienza a ser una mercancía cuando el escritor va dejando paulatinamente su libertad de creación para irse sujetando a los árbitros del capitalista de la cultura. “Cuando el escritor se convierte en asalariado y por tanto, vende su fuerza de trabajo intelectual, enajena su libre creatividad a los designios de un editor. El cual tendrá una concepción del mundo y de los negocios, adecuada a su posición de capitalista”.<sup>37</sup>

La originalidad con la que contaba el escritor, su autonomía, será abolida en la naciente industria cultural por la obra estandarizada que ha pasado por la selección y manipulación de los dueños de esta industria.

---

<sup>35</sup> Ídem. P35.

<sup>36</sup> Ídem. P36.

<sup>37</sup> Ibídem. P36.

Al capitalista le interesará utilizar productos que hayan probado su eficacia en el mercado, pues como buen negociante, no arriesgará su capital en productos que a su criterio no prometan obtener grandes ganancias.

Justificándose ideológicamente, no acepta ciertos productos de calidad artística, argumentando que al público no le gustará. Así todo queda reducido al gusto del industrial, quien conforma el gusto de las masas.

Fueron los requerimientos de comercialización y el gusto del capitalista, los que dictaron el código del melodrama y fueron las necesidades de reproducción de la fuerza de trabajo las que constituyeron sus contenidos ideológicos.

Aunado a eso, el fenómeno de la explosión demográfica, demandará un mayor índice de obras, de narraciones, novelas y teatro aplicadas para la prensa, la radio, el cine y la televisión. Lo que repercutirá en la disminución de la calidad del melodrama. Pues la industria cultural requerirá contratar a un mayor número de escritores que, por la falta de experiencia, tendrá una mediana capacidad para la narrativa. O a los mejores escritores que esta industria pueda tener, les exigirá más cantidad de melodramas, aunque la calidad sea menor.<sup>38</sup>

Actualmente se continúa con ese mismo mecanismo configurador de productos culturales: los poseedores de la industria cultural, ligada a la industria en general, a los medios de difusión y comercialización son los que toman las decisiones de que proyecto se realiza.

El melodrama comercial deja de ser el producto de un solo autor, se convierte en un proceso industrializado, y muy tecnificado, en el cual toman parte un gran número de asalariados, coordinados por los jefes de la industria.

Este género involucra una visión del mundo igual que el mito, mediante este tipo de representaciones el público empieza a aceptar la ideología preponderante, como la aceptación de la moral burguesa, la competitividad, el consumismo, el anti-comunismo, y quizá lo más importante: la identificación con el explotador. Que para los países capitalistas significa la identificación con el *American way of life*, con sus negocios y con sus productos. O a través de las telenovelas latinoamericanas, la población bombardeada con este tipo de

---

<sup>38</sup> Ídem. P38.

información se identifica con la burguesía criolla, con su dominación, sus empresas y su forma de vida. Esta última inaccesible para las mayorías latinoamericanas, por lo que funciona como un compensador de un ideal inalcanzable, bajo el concepto aspiracional de movilidad social muy ligada a las representaciones de la ideología religiosa, con su paraíso prometido.<sup>39</sup>

Este tipo de manipulación ejercida por la clase dominante se acentúa en los medios de difusión, donde el melodrama y publicidad son algunos de los mecanismos para moldear la psique del espectador.

Por lo tanto el desarrollo del melodrama comercial comienza su creación con los grupos industriales más dinámicos, desarrollándose sobre todo en la forma impresa, radial, cinematográfica y televisiva.

#### **1.4 EL MELODRAMA EN LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN**

Con la aparición de los distintos medios de información el término melodrama se convirtió en un sinónimo de una producción cultural que busca situaciones cotidianas. El hecho de hacer sufrir al personaje principal induce las emociones del espectador. La trama de este género está diseñada para divertir, distraer y sorprender.

El melodrama atrapa al público por su forma de narrar una historia, basada en los giros súbitos de la acción, juega con las connotaciones morales y el resorte sentimental que mueve a los personajes. Este género ha sido de los más utilizados en las formas narrativas, su aceptación en el gusto popular es de antaño, transportándose a través del tiempo, estableciéndose en diferentes épocas y lugares del mundo, adaptándose de lo escrito a lo sonoro, y a las distintas formas dentro de los medios.

Para éste y otros géneros, la revolución tecnológica ha jugado un papel preponderante. La evolución del mismo melodrama ha ido de la mano del modo de producción capitalista, y por ende el desarrollo de los medios está vinculado con el desarrollo tecnológico y la forma en la que el melodrama se introduce e incide en nuestro quehacer diario.

---

<sup>39</sup> Ídem. P33.

Es justo esa revolución la que modifica la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad, las costumbres y los hábitos de la sociedad, y justo los medios de difusión han tenido mucho que ver. La radio, el cine y la televisión, cambiaron la forma de recibir información y entretenimiento. Si antes la gente asistía a los teatros y a las carpas, o a conciertos; ahora muchas veces prefiere escucharlos y observarlos por alguno de estos medios.

Los medios de comunicación deben adaptarse a los cambios que se producen, porque de otra manera quedarán obsoletos, es decir, para tener mayor eficacia, tienen que ocupar todas las formas posibles para publicar su información, ya sea la radio, el cine, la televisión, la gráfica y por supuesto Internet.

En la actualidad, los medios de comunicación se vuelven indispensables para las sociedades industrializadas. Para el Estado llegan a ser vitales, lo ayudan a cumplir con sus funciones de transmitir la información rápidamente y a un mayor número de personas.

En México, el gusto por el melodrama se remonta al folletín y a las historietas, publicados en algún periódico o revista. Es en la segunda década del siglo XX cuando se posiciona en la radio y el cine, se adaptan a la perfección para una sociedad que se encontraba vulnerable por los años de la Revolución.

Las generaciones que nacieron a principios del siglo pasado descubrieron la magia de la radio, donde los sonidos cotidianos llevaban a evocar escenarios imaginarios; del cine, donde la llegada de una locomotora estremecía a los espectadores, creían que el tren saldría de la pantalla; de la televisión, la transmisión en vivo de la llegada a la Luna, recibiendo y transmitiendo imágenes y sonidos a distancia. Las generaciones de las últimas tres décadas del siglo XX asimilaron de manera *natural* estos medios en su vida. Actualmente parece difícil imaginar la vida sin estas tecnologías.

La producción masiva de la ficción melodramática produce una catarsis lacrimógena en el espectador, lo que posibilita la empatía que tiene este último con el género. Por esta razón este género se posiciona entre los favoritos del público. El melodrama ha desarrollado características específicas en cada uno de estos medios y ha logrado mantenerse vigente en las diferentes producciones audiovisuales e impresas contemporáneas.

### 1.4.1 DEL FOLLETÍN A LA HISTORIETA

Los primeros formatos que hacen del melodrama un entretenimiento popular son el teatro, la novela de folletín y la historieta; crean las bases y el código que regirá la forma del género en la radio, el cine y la televisión.

El género folletín surgió en el Romanticismo francés a mediados del siglo XIX, en un momento en donde se extendía la alfabetización hacia las clases iletradas, gracias a las revoluciones burguesas. A la vez hubo una revolución tecnológica en las formas de impresión, que haría que estos nuevos letrados tuvieran un mayor acceso a los medios impresos.

En un principio la producción de folletines iba dirigida a un sector muy reducido de la población, a los que sabían leer. El impacto que causó en la sociedad impulsó a que otros sectores se interesaran por aprender a leer.

La población demandaba textos de bajo costo, los dueños de los periódicos descubrieron su potencial como herramienta de mercadotecnia para aumentar la venta de los periódicos y promover a los escritores.

Los diarios incluyeron pequeños capítulos de novelas en la franja baja de los periódicos. En estos textos se integraban temas censurados en las otras secciones del diario, esta mezcla entre literatura con política marcó una parte de este nuevo formato.<sup>40</sup> Otra manera de difusión de este tipo de obra fue a través de cuadernillos o folletos (de ahí el nombre “folletín”). Estas dos formas continuaban con la historia día a día y cada ejemplar terminaba en suspenso para suscitar la curiosidad del lector y por tanto engancharlo a su lectura. Así el folletín se convierte en el primer tipo de texto popular que es dirigido a las masas.

El folletín comenzó con los clásicos de la literatura universal, pero como resultado de la gran difusión que tenía y de su prolífica producción desarrolló su propia técnica narrativa. Debido a ello, las novelas impresas en este formato podían disfrutarse por cualquier individuo con conocimientos básicos de lectura.

---

<sup>40</sup> BARBERO, Martín. Op. Cit. P151.

La novela de folletín se transforma en una mercancía más, creciendo a la par del desarrollo de la Revolución Industrial, y como a cualquier mercancía, se le da mayor importancia a su valor de cambio que a su valor de uso.<sup>41</sup> Y es aquí en donde se produce el alejamiento más marcado entre literatura artística e industria cultural.

Algunos textos que sobresalieron son: “El Lazarillo de Tormes”, publicado en *La Siecle* en 1836, junto con la novela de Honorato de Balzac “La Vieille Fille” o “Los Misterios de París” de Eugenio Sué publicada entre 1842 y 1843; “El Conde de Montecristo” o “Los Tres Mosqueteros” de Alejandro Dumas, todos ellos publicados en Francia.

En Inglaterra sobresalen los trabajos de Charles Dickens con la novela “Papeles Póstumos del Club Pickwick”. En Italia, Emilio Salgari publicó su novela “Sandokán, el tigre de la Malasia”, y Carlo Collodi, “Las aventuras de Pinocho”. En Rusia fueron folletines “Crimen y Castigo” y “Los hermanos Karamázov” publicados en el diario *El Mensajero* por Fedor Dostoievski.

El folletín rápidamente se trasladó de Europa a América, y su primer destino fue México. Arribó a mediados del siglo XIX e hizo su entrada triunfal con Manuel Payno, quien tras haber conocido el furor que causaban los folletines europeos, comprendió el poderoso efecto de este género con su narración “El Fistol del Diablo” publicada, capítulo a capítulo, en la *Revista Científica y Literaria* entre 1846 y 1847.

Uno de los escritores más relevantes en México fue Juan A. Mateos, quien narró el lapso en la historia mexicana que comprende desde la Guerra de Independencia hasta el Imperio de Maximiliano. Una de sus novelas más leídas fue “El Sol de Mayo”, publicada en 1868. Otro autor destacado fue Vicente Riva Palacio, quien escribió entre 1868 y 1872 varios títulos que trataban sobre historias de la Inquisición: “Monja y Casada” o “Las Dos Emparedadas”.

Cada vez que estaba por lanzarse una nueva novela de folletín se elaboraban carteles promocionales, colocados en las calles principales, además, se entregaba un escrito donde se revelaban los datos generales de la obra, incorporando un fragmento de la historia que estuviera lleno de suspenso, con el fin de cautivar principalmente a las mujeres, que eran el público objetivo de este tipo de textos, y quienes estaban fascinadas con las aventuras y

---

<sup>41</sup> QUIROZ G. Op. Cit. P13.



desventuras de los protagonistas; aunque claro está que también el folletín tuvo buena aceptación entre los hombres.

“El hecho de escribir día a día, sobre un plan pero permeable a las reacciones de los lectores se inscribe también en la confusión del relato con la vida, que permite la duración. Con lo que se constituye una de las claves de la configuración del género y de su éxito: la retroalimentación del público con los creadores del melodrama”.<sup>42</sup>

Las historias se prolongaban en función de la demanda del lector. Cada capítulo remitía a la repetición y la temporalidad que ella instaura, o el esquematismo en su relación a los procesos de identificación y reconocimiento.

“El pensador y autor liberal Ignacio Manuel Altamirano advirtió entonces que la novela, además de servir como herramienta de educación, podía ser un instrumento útil para la construcción nacional. Así conminó a sus compañeros de gremio para que, con la ayuda de este género, acercaran a las masas ideas, doctrinas y opiniones.”<sup>43</sup> En México, al finalizar la Guerra de Reforma y la intervención Francesa, el folletín inició una segunda etapa, volviéndose combativo y portador de ideales.

Este formato representó todo un éxito y elevó la venta de periódicos gracias a la cantidad y organización del texto en su relación con los hábitos de consumo, con las necesidades y posibilidades de lectura: semanal como el ciclo de trabajo de un asalariado. Tiempo después de su primer tiraje en capítulos, muchas de esas obras narrativas se publicaban como libros a precios bajos.

Según Martín Barbero el éxito de la novela de folletín radicó en la organización material del texto quien considera los siguientes puntos:

- Generalmente se elegía una tipografía de letras grandes y espaciadas, la cual daba formato a todos los capítulos.
- El relato se articuló con un discurso narrativo organizado en unidades: episodios, partes, capítulos y subcapítulos, con lo cual la lectura se dividió en lecturas sucesivas sin perder la historia global.

---

<sup>42</sup> BARBERO, Martín. Op. Cit. P154.

<sup>43</sup> [http://sepiensa.org.mx/contenidos/l\\_novo/home/folletin2.html](http://sepiensa.org.mx/contenidos/l_novo/home/folletin2.html) revisado el 18 de julio de 2011.

- La duración del episodio permitía al lector adentrarse en la vida de los personajes y sus peripecias.
- El suspenso melodramático era fundamental dentro de la narración para mantener el interés de los lectores. Se construía cada episodio con información suficiente para que en cada capítulo los lectores neófitos comprendan a cabalidad el relato y queden enganchados del mismo. En cada episodio se desentrañaba un problema pero se creaba otro que sería descubierto en la siguiente entrega y así sucesivamente, se establece una continuidad dramática.
- Se desarrollan dos historias: una en torno al protagonista, y la otra en torno a los personajes secundarios. Pero estas dos historias tienen una sola dirección, el momento en que los malos gozan de la buena vida y aparentan honestidad mientras que los buenos sufren, y donde al final sólo triunfa la justicia; la resolución de las situaciones en un relato como éste será progresiva y sucesiva.
- Los secretos de los personajes se van descubriendo poco a poco a lo largo de la historia y al final el villano es vencido por el héroe.<sup>44</sup>

El folletín se conforma como un nuevo modo de comunicación ya que se trata de un formato que acoge características de otras formas narrativas. Gracias a este formato los autores lograron un nuevo estilo de escritura, porque el suspenso se volvió esencial para relatar una historia fraccionada en capítulos; es decir que, aunque utilizaban argumentos y esquemas narrativos simples, exigía la aparición de un elemento misterioso al final de cada episodio. Así, con esa sencilla fórmula, logró convertir a los lectores de prensa en lectores de literatura. Aunque se dice que el folletín como género ya no existe, en realidad ha evolucionado y se ha acoplado a otros formatos melodramáticos.

Las historietas, otro de los pilares para el desarrollo del melodrama, también se sirvieron del suspenso. Los primeros dibujos se publicaron en los diarios con el manejo de caricaturas, donde se parodiaban sucesos de la época. Las publicaciones eran esporádicas, sin embargo, el interés de la gente hizo que los dibujos se volvieran comunes en los periódicos.

---

<sup>44</sup> BARBERO, Martín. Op. Cit. P151-161.

En México la primera historieta, llamada “Don Lupito”, de Andrés Audiffred, se publicó en 1903 para el periódico Argos. En ese entonces la creación de historietas en nuestro país era casi nula. Los cuentos de dibujos estadounidenses eran la preferencia de los lectores ya que había más cantidad de tiras cómicas producidas por el país del norte. Esto tenía un inconveniente: la tardanza con la que llegaba el siguiente número a los puestos donde se vendían las publicaciones periódicas. Debido ello se contrataron dibujantes para la creación de historietas nacionales.

En 1921, El Heraldo de México publicó la primera historieta periódica llamada “Don Catarino”, ilustrada por Salvador Pruneda, y con un argumento de Fernández Benedicto. A partir de este primer intento más diarios publicaron estas historias dibujadas, ejemplos de ello son: El Demócrata, El Nacional, El Universal. A medida en que las historietas desarrollaron una identidad nacional, también los ilustradores la encontraron, quienes popularmente se conocieron como “Moneros”.

En la década de los treinta estos dibujantes constituyeron las llamadas “tiras”, o revistas de historietas, que se convirtieron en series periódicas (quincenales, semanales o diarias). Las revistas contaban con episodios más largos que cuando se publicaban en los periódicos, y variaban entre cuatro y doce páginas por entrega, impresas a una sola tinta.

Los lectores prefirieron historietas que incluían personajes de política, deporte, farándula, héroes y villanos en forma caricaturesca, ya que reflejaban su cotidianidad.

A diferencia de las “tiras” de los periódicos, las nuevas historietas contenían lenguaje literario y coloquial, también tenían más detalle en el dibujo, además de textos más reducidos. Con esta nueva forma entra el melodrama conformándose como punto crucial de las historietas.

Aunque el dibujo fuera a una sola tinta, el desarrollo de la impresión a medio tono generaba más realismo en los gráficos. Los guionistas y dibujantes mejoraron su técnica debido a las limitaciones de las imágenes monocromas. El estilo y lenguaje de las secuencias dibujadas y los argumentos de estas obras se perfeccionaron para beneplácito del lector, el cual dejaba volar su imaginación con cada entrega de estos cuentos.

Los temas esenciales de la trama en las historietas se adecuaron al momento histórico que vivía el país, a esa realidad con la que la población se enfrentaba todos los días. Así, las historietas crearon a héroes cósmicos, charros, parodias de gente importante,

leyendas de México, aventuras deportivas, románticas, entre otras fantasías que calaron profundamente en el tejido social de la época.

Los temas predilectos en la historieta mexicana marcaron un estilo melodramático nacional. Se publicaban dramas que iban del lujo y la abundancia, a la pobreza y carencia absoluta. Se ambientaban en lugares de ensueño como palacios y mansiones, o en los más abyectos como vecindades, callejones, calles maltrechas, cabarets y cantinas. Los personajes, ya fueran ricos o pobres, se aventuraban a conseguir lo más deseado, amor o fortuna, según fuera el caso. Se trataba de llevar los argumentos de estos trabajos al punto álgido a través de una serie de enredos que generaban suspenso para enganchar al público.

En la década de los cuarentas las historietas mexicanas entrarán en su auge con títulos como: “Los Supersabios” de Germán Butze publicada desde 1936 a 1968, “Memín Pingüín” de Yolanda Vargas Dulché y Sixto Valencia realizada en 1945 y con varias reediciones que terminaron de publicarse en 2011, “La Familia Burrón” que se publicó de 1948 al 2009 y “Los Súper Locos” de 1939 a 1949, ambas de Gabriel Vargas,

Los dibujantes más destacados son Adolfo Mariño Ruiz y José G. Cruz quienes cultivan el western y el melodrama respectivamente. En este último subgénero, la revista más popular es “Lágrimas, Risas y Amor”, cuyas historias serían adaptadas a cine y televisión.

En la década de los cincuentas, surgen nuevos formatos y temáticas de historietas: se editan relatos completos de 250 o 300 páginas, y comienzan las publicaciones de contenido erótico, religioso y las protagonizadas por luchadores.

A partir de los sesentas, renace la historieta de tema político e ideológico con revistas como “La Garrapata” en la que se dan a conocer autores como Helio Flores, *Jis*, *Magú*, Rogelio Naranjo y sobre todo *Rius*. Este último crea en 1964 “Los Supermachos” y el libro-cómic “Cuba para principiantes”, que marca el inicio del estilo didáctico del dibujante.

A partir de la década de los ochenta los grandes editores como Novedades Editores o Grupo Editorial Vid enfocaron su producción al material importado, lo que les resultaba más barato porque no tenían que contratar dibujantes ni escritores, además de que existía un *boom* en la producción de historias de súper héroes estadounidenses y de manga japonés.

Con la imponente llegada de la radio y tiempo después la televisión, el folletín y la historieta pasaron a segundo plano y sus tirajes se redujeron drásticamente. Respecto a la pérdida de interés en estos géneros, el escritor Armando Bartra explica que “los mexicanos

no hemos dejado de leer historietas para leer otra cosa, simplemente hemos dejado de leer. El derrumbe de los monitos es una catástrofe civilizatoria. En el México del fin del milenio el lector es una especie en extinción”.<sup>45</sup>

Muchas veces estas obras servían como herramienta para que todas las personas leyeran, si consideramos que a la semana se publicaba un ejemplar, al año un individuo consumía 52 títulos como mínimo. Actualmente las estadísticas arrojan los datos de que los mexicanos leen un libro al año, lo que significa un detrimento en la cultura nacional.

### 1.4.2 RADIO

La radio surge gracias una serie de inventos efectuados en el campo de la electricidad, la telegrafía y la telefonía. A finales del siglo XIX se unificaron los avances de la época en esos campos y para 1901 se realizó la primera transmisión trasatlántica y sin cables de voces humanas, había nacido la radio.<sup>46</sup>

La industria radiofónica y los conflictos internacionales se desarrollaron paralelamente. En el transcurso de la Segunda Guerra Mundial se mejoró la calidad de la transmisión y los aparatos receptores se fabricaron a menores costos, razón por la cual pudo llegar a todos los hogares.

Con el surgimiento de la radio comercial desde la década de los veinte en Estados Unidos, aparece la radionovela, el radioteatro o radiodrama, y la novela radiofónica, que tuvieron como origen directo el folletín. En un principio se acoplaron muchas de esas historias a la radio, también se adaptaron clásicos de la literatura universal, después los escritores fueron construyendo historias propias para la radio, muchas de ellas se colocaron en un lugar predilecto de la cultura popular.

Las diferencias esenciales entre estos tres formatos radiofónicos son las siguientes: el primero es una dramatización entregada por capítulos; el segundo representa una obra teatral completa; y el tercero en comparación a los demás, no tiene un objetivo lucrativo,

---

<sup>45</sup> [http://www.rlesh.110mb.com/04/04\\_bartra.html](http://www.rlesh.110mb.com/04/04_bartra.html) revisado el 31 de agosto de 2011.

<sup>46</sup> “La radio. Historia de los medios de comunicación: radio, televisión y cine” [http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio\\_radio.htm](http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio_radio.htm) revisado el 22 de diciembre de 2010.

más bien se inclina hacia contenidos culturales, sino que está fundamentada en fuentes histórico-literarias como libros, manuscritos, testimonios escritos u orales, tradiciones, mitos, leyendas, etc.

La radionovela es una novela emitida en muchos capítulos con una trama continua. Lo cual exige constancia del radioescucha para poder seguir el argumento hasta su culminación, pero ésta tarea no era difícil, ya que cada capítulo terminaba en suspenso dramático, lo cual mantenía pendiente al auditorio hasta el siguiente episodio.

Las historias que narran en una radionovela pueden estar basadas en un hecho real, o ser producto en su totalidad de la imaginación del autor, pero en cualquiera de los casos el objetivo es que el oyente se involucre en ella y que se identifique con la pieza dramática y con sus personajes.

En cada capítulo se desarrollará la vida de los personajes a través de intrigas, enredos amorosos y la eterna lucha entre el bien y el mal. Sólo que ahora cuenta con una característica determinante: el patrocinio de anuncios publicitarios.

Varias compañías financiaron radionovelas para posicionarse en el gusto del consumidor. No sólo fueron los productos los que se colocaban en la mente de los mexicanos, también lo hicieron las ideas.

La fuerza de la mercadotecnia en las radionovelas viene del periodo en la década de los veinte donde la publicidad se caracterizaba por el consumismo generado por las relaciones entre la industria y el consumidor. En este sistema no se trata de satisfacer una necesidad básica, si no de crear necesidades que sólo se compensen al adquirir determinado producto. Ahora, el consumidor no está completo como ser social hasta que no usa la marca anunciada por los publicistas.

El blanco perfecto de estas obras era el ama de casa, por lo que se anunciaban artículos del hogar y de belleza, de forma que aumentaba las ventas de dichos productos.

Esas mismas compañías extendieron su hegemonía en toda Latinoamérica por lo que también patrocinaban las radionovelas mexicanas. Con la consolidación de la XEW de los treinta a los cuarentas, la radionovela gana adeptos. Las más célebres de esa época son: "Elena Montalvo", "Martha y María", "Momentos apasionantes", "Corazón de madre", "La familia González", "El que hace la paga" y "Anita de Montemar".

En cada capítulo se plantea una trama que se desarrolla paulatinamente en cada una de las emisiones con ayuda de los efectos sonoros para ambientar el drama radiofónico. Con ello el radioescucha deja volar su imaginación y se transporta mentalmente al lugar de los hechos, conoce pasajes históricos como si estuviera viviendo los acontecimientos al involucrarse con la vida de cada uno de los personajes.

La radio fue el medio masivo por antonomasia debido a sus características principales: la capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes, su inmediatez, su accesibilidad y los bajos costos de producción.

La magia de la radio es que no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, cuenta con mensajes sencillos y fáciles de entender, y es apta para cualquier público, a diferencia del folletín en el cual el público tenía que saber leer, además de que se pueden realizar otras actividades mientras la escuchamos.

Los programas radiofónicos de ficción dependen del diálogo, la música y los efectos de sonido para ayudar al oyente a imaginar la historia. El guionista radiofónico escoge las palabras de forma que estas creen las imágenes adecuadas en la mente de su oyente, consiguiendo así que su relato sea comprendido y debidamente interpretado.

Las imágenes que produce la radio, a diferencia de esas otras imágenes que ofrecen el cine y la televisión, no están limitadas por el encuadre, y por lo tanto los objetos y personajes que existen en éste. Por lo que no se necesitan tantos trabajadores y especialistas para realizar un producto radiofónico de ficción. Sin embargo para producir una radionovela se requieren de muchas horas de estudio.

Primero se graban varias tomas de cada escena. Durante este proceso, el director les indica a los actores el tono, el volumen y la intensidad de las voces que previamente se han trabajado, también les dicta los matices, las intenciones y el ritmo, con los que interpretarán los diálogos. Una vez concluido el trabajo en bruto, hay que post-producirlo, editarlo, generar la ambientación, los efectos y tejer los diálogos. “Para tener una referencia del trabajo que requiere este tipo de proyectos: producir un minuto requiere en promedio media hora de actuación y una hora de postproducción”.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> “Convenciones del relato” <http://www.angelfire.com/mn/radial/convguion.html> revisado el 19 de julio de 2011.

Aunque la producción radiofónica nunca se comparará con las producciones televisivas o cinematográficas, ni en tiempo de producción, ni en dinero invertido, el trabajo necesario para realizar un capítulo es arduo.

La vitalidad de la radio reside en la en la diversidad de voces que emplea, los giros de tonalidad de las frases, y la idiomática local.

La duración de estas entregas dependía muchas veces del interés de la audiencia, alargándose a veces por meses. Algunas radionovelas que mantuvieron cautivo al público en México por un largo tiempo son: “Porfirio”, “El ojo de vidrio”, “La tremenda corte”, “Kalimán”, “Chucho el roto”, entre otras. No es casualidad que muchas de las radionovelas con mayor éxito fueran adoptadas al cine o a la televisión.

Así sucedió con “Senda prohibida”, historia que se convertiría en una de las primeras telenovelas producidas en México. “El derecho de nacer” de origen cubano fue otra radionovela que se adaptó para la televisión y para el cine; lo mismo sucedió con la historia de “Corazón Salvaje”.

A través de la radionovela se dibujó la representación de la mujer, del hombre, de la familia, de lo mexicano y sus conflictos. Insertó en la trama elementos de la realidad social, con lo que se describieron y denunciaron sus problemas fundamentales. Fueron las primeras historias en mostrar el adulterio, a mujeres con grandes secretos, llenas de amor y desamor, tan sufridas que pusieron al hilo de sus emociones a todos los escuchas.

Todos los temas eran tratados bajo un prisma conservador, había una censura en el uso del lenguaje, temas que no se debían tocar, como dijo la en ese entonces famosa actriz radial Rita Rey, “había una censura muy dura hacia las radionovelas: no podíamos usar ciertas palabras como divorcio, cáncer y otras”.<sup>48</sup>

Muchos de los espectadores buscaban consejo en estos programas porque mostraban conflictos similares a los que experimentaban en su día a día. Este mismo fenómeno sucedió con la televisión posteriormente. Las estaciones recibían una gran cantidad de cartas enviadas por los radioescuchas, quienes, conmovidos o impresionados por el relato de la radio, manifestaban su amor, odio o solidaridad con los personajes.

---

<sup>48</sup>VALADEZ Calderón, Irma Carolina. “La radionovela mexicana, en agonía” *Etcétera*. 19 de octubre de 2009. <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1747> revisado el 27 de diciembre de 2010.



Hay que destacar que la forma de representar la vida cotidiana está determinada por la visión del mundo e ideología del productor, quien es el último responsable del contenido en las transmisiones radiofónicas.<sup>49</sup>

Lo que afectó la producción del melodrama en la radio fue la llegada de la televisión, muchos talentos de la radio migraron a este nuevo medio, además de que se generaron cambios de consumo mediático y a medida en que la televisión se abarató, provocó que la gente prefiriera mirar a escuchar las historias. Tal vez podría retomarse este género en emisiones más cortas, tal como los *podcast*.

### 1.4.3 CINE

El cine fue el producto final de una suma de investigaciones, inventos y aparatos de entretenimiento como el zoótropo. Este medio fue oficialmente inaugurado en París durante el año de 1895, cuando los hermanos Auguste y Louis Lumiere presentaron su invento, el cinematógrafo, con una función excepcional que hizo al público gritar de pavor y emoción: la llegada del tren.

A inicios del siglo XX un amplio número de personas habían sido espectadores de las maravillas creadas por el cine. Aunque en un principio era percibido como una simple curiosidad, gracias genios creativos como Melies, el medio comenzó a adquirir un lenguaje propio, de manera tal que se podían contar historias con la concatenación de imágenes en movimiento.

Su avance continuó con la incorporación del sonido, en un principio había música en vivo que acompañaba a la imagen. En 1930 se introdujeron los diálogos y se logró hacer una sonorización en general que seguía al montaje. Mientras que el uso del color se adaptó hasta 1950.

Desde entonces ha experimentado una serie de cambios en varios sentidos. Por un lado, la tecnología del cine ha evolucionado mucho, desde el primitivo cinematógrafo mudo de los hermanos Lumiere, hasta el cine digital del siglo XXI. Por otro lado, se ha desarrollado

---

<sup>49</sup> QUIROZ G. Op. Cit. P15.

el lenguaje cinematográfico, en donde se incluyen las convenciones del género, para crear así los géneros cinematográficos.

Estos han sido definidos por la industria del cine y reconocidos por el público que identifica los rasgos característicos de cada película; “los géneros tienen identidades y límites claros y fijos; los géneros tienen un impulso predecible; los géneros se ubican en un tema, estructura y hechos particulares, compartiendo ciertas características fundamentales, tienen una función ritual e ideológica”.<sup>50</sup> La industria cinematográfica, para responder a los deseos del público, crea géneros bien definidos que perduran por su capacidad de satisfacer necesidades humanas, las cuales, muchas veces corresponden a estructuras que cada país tenía respecto a su industrialización.

Los géneros a través del tiempo cambian, sin embargo conservan una identidad fundamental, que los define como tales, y que sigue constante con el paso de las décadas, los métodos de producción, las formas de exhibición y los nuevos públicos.<sup>51</sup>

Cada nueva película se nutre de las películas previas: tipos de personajes, títulos de películas, estructuras narrativas, características de la producción, entre muchas otras características que hacen de una película lo que son. A la vez que toman esas características la cinta, también mantiene una conexión estrecha con la cultura que las produce, sirve como referencia del uso simbólico de imágenes, sonidos y situaciones clave.

Tras el impulso de la cinematografía se desarrollaron nuevos géneros, esa clasificación partió en un principio de los géneros literarios, sin embargo, una vez que el cine se consolidó como forma narrativa para las masas en diversos países, con diferentes visiones y reflexiones sobre la vida, se construyeron nuevas formas de clasificarlos. Tal vez la más simple es la dicotómica: no ficción y ficción. El melodrama es un ejemplo de esta última.

Son pocos los relatos audiovisuales de ficción que no tienen al menos un componente melodramático, ya que sus características están presentes en casi todos los relatos de cine y televisión, de forma más o menos diluida.

La exageración del melodrama se hizo presente en la actividad histriónica, ya sea al exaltar los sentimientos a lo largo de la trama, o en el lenguaje utilizado, que suele ser poco

---

<sup>50</sup> Ídem. P24.

<sup>51</sup> Ibídem. P24.

coloquial. La música aparece en los momentos de mayor tensión dramática para recalcar los sentimientos y, aquí es donde el director suele utilizar primeros planos.

El cine se constituyó en una forma de educación visual y sonora, mejor que los espectáculos populares conocidos hasta ese momento, y gracias a la imagen cinematográfica el público que no sabía leer pudo comprender sin problema las historias.

El melodrama se convierte en un producto serio de producción masiva y en él se multiplicaron los esfuerzos de su creación estableciendo una estructura narrativa dentro del cine. El melodrama se convierte en uno de los géneros predilectos dentro del cine. Fue de gran éxito durante su fase del cine mudo, influido por el teatro popular de donde procedían la mayoría de sus artistas.

Las primeras producciones cinematográficas se auxiliaban de la música en vivo para enfatizar los momentos claves de la narración. Los recursos de la edición (fundidos, elipsis, sobreimpresiones) incrementaban esas proyecciones que ya desde el teatro se había ofrecido al público.

Para narrar una historia el melodrama se alió con todo tipo de instrumentos, desde extensos letreros que daban al espectador la información suficiente para comprender la historia, hasta milagros guadalupanos que desafiaban a los submarinos alemanes y también a toda lógica.

La pasión llevada al extremo dentro del melodrama, alcanzó su apogeo con las divas italianas que irrumpieron en las pantallas entre 1910 y 1920, las que encarnaban a la “mujer fatal”, la vampiresa misteriosa y magnética, la heroína apasionada devorada por el deseo.<sup>52</sup>

El cine como medio permitió crear espacios de ficción en los que el espectador se sentía inmerso en el mundo de la pantalla. El público aceptaba las situaciones más descabelladas e inverosímiles para satisfacer el persistente deseo atávico de ser entretenido y conmovido. Para estructurar una acción de semejante complejidad se requería de encarnaciones estereotipadas: el héroe arrojado y noble, la inmaculada y sufrida heroína y el villano alevoso y cruel.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> GARCÍA, Gustavo. Op. Cit. P43.

<sup>53</sup> FERNÁNDEZ Violante, Fernanda. Op. Cit. P35.

El cine mexicano es uno de los más desarrollados de América Latina, junto a los de Brasil y Argentina. La primera aproximación de película hecha en México fueron las vistas (películas de muy corta duración que reflejaban aspectos cotidianos de la sociedad) con “El Presidente de la República paseando a caballo en el Bosque de Chapultepec” realizada en 1896 por Claude Ferdinand Bon Bernard y Gabriel Veyre, enviados a México por los hermanos Lumiere para presentarle el cinematógrafo al presidente Porfirio Díaz.

El éxito de esta nueva forma de entretenimiento fue aceptado inmediatamente, además del hecho de que el nuevo invento proviniera de Francia, aseguraba su aceptación oficial en un México con un "presidente" que no ocultaba su gusto "afrancesado".

En poco tiempo surgen los grandes estudios y un sistema de estrellas, siguiendo el modelo norteamericano. La popularidad de las historias de aquellos años, el éxito arrollador del mariachi en el mundo, y principalmente, la producción en idioma español, contribuyen a la supremacía del cine mexicano en América Latina. Con un mercado expandido, los estudios aumentan considerablemente la producción y el presupuesto de las películas, llegando a límites históricos de producción hacia finales de la década del treinta y comienzos de la década siguiente.

La mayor parte de los directores en este nuevo cine son jóvenes, habitualmente relegados de la estructura productiva cinematográfica, pujan por ofrecer su mirada sobre una realidad que compromete a todos y que ha sido celebrada por el público.

La Revolución marcó un gran paréntesis en la realización de filmes de ficción en México. La creación de películas en ese periodo fue fundamental para documentar parte de la historia mexicana.

Algunos filmes de ficción de esa época fueron: “El Rosario de Amozoc” realizada en 1909, filme de Enrique Rosas; y “El aniversario del fallecimiento de la suegra de Enhart” en 1912 realizada por los hermanos Alva, el más antiguo filme de ficción del cual todavía se conservan copias. Esta cinta es una comedia interpretada por los actores Vicente Enhart y Antonio Alegría, cómicos del teatro "Lírico", que muestra una marcada influencia francesa en su estilo de realización.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> ORTIZ, Pablo. “Cine y Revolución. La Revolución Mexicana vista a través del cine”. Instituto Mexicano de Cinematografía. México. 2010. P19.

Con la culminación oficial de la guerra civil que vivía México, en 1917, el género de ficción fue estimulado. Los temas que acompañan a la cinematografía nacional nacieron en esos años, por ejemplo la película de “El Tepeyac” de 1917 relacionada con las apariciones de la Virgen de Guadalupe con el hundimiento de un barco en el siglo veinte, fue filmada por Fernando Sáyago. Otros filmes son “Tabaré” de 1917 y “Tizoc” de 1957 ambas con la trama similar, el indio que se enamora de la rica heredera de piel blanca.

“Santa”, creada por el escritor Federico Gamboa, hizo su primera aparición cinematográfica en la cinta dirigida por Luis G. Peredo en 1918. Otra versión de “Santa” de 1931, iniciaría la era sonora del cine mexicano y marcaría el rumbo de uno de los principales arquetipos femeninos de nuestro cine: la prostituta o cabaretera.

Junto a las películas de ficción empezaron los seriales, un ejemplo de estos últimos es “El automóvil gris” producido en 1919 y realizado por Enrique Rosas. Se produjeron doce episodios de esta serie, donde se narran las aventuras de una banda famosa de ladrones de joyas que se hizo popular en la Ciudad de México en 1915.

Estas series cinematográficas comenzaron en Francia en 1913 con “Fantomas” de Louis Feuillade, una serie sobre el famoso ladrón elegante de las tiras cómicas. Una de las series en Estados Unidos fue titulada “Los peligros de Paulina”, la cual se realizó en 1914, y que narraba los líos en los que una joven reportera se metía debido a su profesión. Este fue un tema innovador ya que hablaba sobre el papel activo de la mujer en el campo laboral.

Por su parte, “El automóvil gris” inauguró el "serial" mexicano. Esta serie poseía un elemento novedoso y controversial: un argumento inspirado en hechos recientes acontecidos en el país, y los personajes que aparecían en pantalla eran claramente identificables por el público.

Para completar la controversia, una de las escenas de la serie constituía una extraña mezcla de ficción y realidad: “el fusilamiento de algunos miembros de la banda no era actuado, sino que habían tomado una escena original filmada, y la había incluido en la cinta. De esta manera, el filme aseguraba, de manera mórbida, su popularidad en el público”.<sup>55</sup>

La serie fue exhibida en cine y televisión, sufriendo grandes modificaciones para adaptarse a cada uno de estos nuevos medios. En 1933 fue sonorizada. Los diálogos muchas

---

<sup>55</sup> Ídem. P40-41.

veces ridículos por el tono teatralizado que se añadía, rompían parte de su originalidad. En 1960, la cinta fue editada para convertirla en largometraje, mutilaron segmentos que servían para entender parte de la historia y así entender las acciones de los ladrones de joyas. De tal manera que lo que resta del serial, hoy en día es una versión confusa de la serie original.

A la par de los conflictos internacionales podemos encontrar que la primera época del cine mudo mexicano coincidiera con el inicio de la Primera Guerra Mundial; mientras que la mejor época del cine sonoro nacional coincidiera con la Segunda Guerra Mundial. Durante ambos conflictos disminuyó la producción de películas en las grandes potencias que participan en la guerra durante esos años.

El éxito de las películas iniciales indujo a la multiplicación de la producción y el avance de una industria cinematográfica. Tras algunos vaivenes económicos, el melodrama a 24 cuadros por segundo se consolida en México con la introducción de la película sonora, y en asociación con la música vernácula, conquista el mercado local y latinoamericano.

En el período que comprende desde la década de los treinta hasta mediados de los sesentas, se contempló el nacimiento, el auge esplendoroso y la decadencia del cine en México, que incluía a sus cultivadores, directores, guionistas, actores y actrices.

En los años cuarentas y cincuentas, aparecieron figuras como el guionista, productor y director mexicano, Fernando Fuentes, quienes establecieron los escenarios del melodrama: la inmensa vecindad o el departamento de lujo. Mientras que Alejandro Galindo se encargó de llevar a la pantalla grande lo que pareciera una crónica fiel de lo que era en ese entonces el México urbano al recrear los comportamientos y el habla popular de la Ciudad de México, hecho que difería con la escuela teatral de los treinta. Con esto se creó un universo propio a partir de personajes y situaciones representativas del México moderno, por ejemplo el film “Campeón sin corona” de 1945.

“La certeza de que el modo de hablar puede ser una definición cultural, abrió las puertas a los acentos étnicos como valor del personaje, ya no como un chiste denigratorio”.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Ídem. P45.

Luis Buñuel formó su idea del género a partir de modelos franceses y españoles, tanto teatrales como literarios y cinematográficos. Ismael Rodríguez lo hizo a partir de los estereotipos del cine mexicano ya echado a andar.

Las características del melodrama se reflejaron en las películas de Rodríguez, la familia se convirtió uno de los temas más importantes. “A la ideología mexicana no le cabe mayor certeza que la solidez familiar como refugio contra una realidad inestable y en crisis sistemática, es el signo de reconocimiento: la mujer, sí quiere casarse y que la saquen de trabajar, la pareja espera que los suegros le aseguren techo y empleo. Esta certeza fundó a la familia melodramática, donde la autoridad del patriarca es raíz y razón, la inconformidad filial es una amenaza apocalíptica y la pureza femenina un dogma”.<sup>57</sup>

Ismael Rodríguez declaró haber creado retratos fieles del mundo de los pobres en sus películas, el entorno creado es en todo momento idealista. Lo anterior se comprueba con las siguientes obras: “Nosotros los pobres” de 1948, “Ustedes los ricos” de 1948, y “Pepe, el Toro” de 1952, obras en cuyo personaje principal fue representado por Pedro Infante.

En algunos melodramas mexicanos encontramos que la mujer sustituye al hombre. No es tanto un ablandamiento de la coraza viril de la muchacha sino una reacción al afeminamiento del hombre, por ejemplo, la abuela en “Los tres García” de Ismael Rodríguez realizada en 1946.

Todo este sistema de representación, matizado por las excepciones, las cumbres y los tropezones, no resistió la primera crisis del cine mexicano. Para mediados de los sesentas Buñuel producía en Francia. Los veteranos de la industria se enfrentaron a una situación cinematográfica mundial y a un público local completamente distinto: las nuevas generaciones.

La creación de nuevas temáticas se evocó en crear un melodrama austero, se instauraron nuevos rostros, y cada una de éstos expuso su personalidad en la pantalla grande. Sin embargo, el nuevo melodrama era tan extremista y escandaloso como el viejo.

Cada género tiene momentos narrativos específicos, los cuales se repiten una y otra vez en cada obra, la misma confrontación de personajes, la misma toma, el mismo *two shot*, la misma escena de amor. Esas reproducción de las películas de género disminuyen el

---

<sup>57</sup> Ídem. P47-48.

impacto que viene al final de la película porque el espectador conoce exactamente lo que va a ver, desde que comienza, sabe como concluirá el relato gracias al proceso de causa-efecto tan utilizado en el melodrama. Estas películas sirvieron para reforzar situaciones, temas e íconos de la cultura de cada país por medio del manejo de referencias intertextuales.<sup>58</sup>

Actualmente el cine con corte melodramático en México y en el resto del mundo ha cambiado respecto a las primeras películas donde se uso el género, considerado como el “melodrama clásico”. Se conservan algunos elementos pero poco a poco se han incorporado características de otros géneros, como se había mencionado los géneros cambian constantemente pero guardan las características básicas, adecuándose a cada generación.

El melodrama parece caduco, por lo que se ha alejado de las pantallas; los temas que trata no corresponden con la sociedad actual. Antes había toda una serie de valores que se reforzaban en el cine, por ejemplo, el sentido del honor. Ahora la inocencia del público se ha perdido y lo que antes inflamaba los sentimientos de los cinéfilos ahora apenas produce chispas.

Es necesario innovar, así como encontrar los conflictos a los que la sociedad se enfrenta en esta época ¿Cómo haces para que el personaje no se entere de un determinado secreto cuando trae un celular en su bolsa, cómo se evade un mensaje enviado a tu amada en el que dice que has bebido una pócima para simular tu muerte; sería muy difícil que sucediera una tragedia como la de Romeo y Julieta. Se deben buscar dentro de las viejas reglas caminos nuevos; cómo salirse de esas acotaciones sin realmente romperlas para modernizar el género.

#### 1.4.4 TELEVISIÓN

La televisión es el resultado de una serie de fenómenos tecnológicos e investigaciones simultáneas desarrolladas aisladamente. El descubrimiento de la “fototelegrafía”, a mediados del siglo XIX (la palabra “televisión” no se usó hasta 1900, dicha palabra” proviene del vocablo griego *tele*, distancia y del latino *visio*, visión.), debe su avance a la

---

<sup>58</sup> ALTMAN, Rick. Op. Cit. P20-21.



experimentación con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas de Paul Nipkow, John Logie Baird, Ives y Jenkins y Vladimir Sworykin.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC (*British Broadcasting Corporation*) en Inglaterra durante 1927, y la CBS (*Columbia Broadcasting System*) y NBC (*National Broadcasting Company*) en Estados Unidos tres años después. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular.

Las emisiones con una programación periódica se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos en 1939. Poco a poco los precios de los televisores disminuyeron al punto de que al final de la Segunda Guerra Mundial la mayoría de los hogares contaba con uno de estos aparatos.

Con el paso de los años, la televisión, se constituyó como la manera principal con la cual la población se relacionaba con el mundo. A través de la pantalla chica se disponía de una ventana al exterior. Hace ochenta años nadie imaginaba que la televisión “conectara” al espectador con el mundo entero desde la “comodidad” de sus hogares.

Así se convirtió en el detonante del entretenimiento, apropiándose de todos los hogares, oficinas, aeropuertos, estaciones de camiones, supermercados de todo el mundo. Desplazó a la radio de forma proporcional al aumento de audiencia televisiva. La industria del cine comenzó su declive con el cierre de muchos locales, aunque no perdió tanto terreno como le sucedió a la radionovela o al folletín.

El “nuevo accesorio” se enriqueció con el lenguaje cinematográfico y radiofónico, además de que poco a poco dio origen a nuevas estrellas, figuras que se iniciaron en la pantalla de cristal y que demostraron tener el mismo nivel de popularidad que los del cine y la radio.

México fue el primer país de Latinoamérica en tener un sistema de transmisión de imágenes a larga distancia, o televisión. Sus primeros pasos se dieron en la década de los treinta, mientras el Ingeniero Guillermo González Camarena experimentaba con esta tecnología. Él perfeccionó un sistema de televisión de circuito cerrado para transmitir las primeras imágenes en blanco y negro desde su hogar.

Una vez creado el soporte técnico necesario para la transmisión de imágenes en movimiento, algunos científicos, pero sobre todo empresarios, comprendieron que la televisión podía tener el éxito que tenía la radio. La televisión comenzaba su industria en

varias partes del mundo, y no tardó mucho tiempo en que se empezara a desarrollar el uso comercial de este nuevo artefacto en México.

En nuestro país las dos familias poseedoras de importantes estaciones radiofónicas, Azcárraga y O’Farril, vislumbraron una buena oportunidad para expandir sus negocios y entrar en la nueva tecnología.

El gobierno de México otorgó las concesiones para un canal de televisión. Contando con amplia experiencia en la operación de estaciones de radio, no les fue difícil emprender el nuevo camino hacia la creación de programas de televisión. Así que O’Farril y Azcárraga hicieron su petición. Rómulo O’Farril transmitió al aire por primera vez en 1950 a través del Canal 4, XHTV; y Emilio Azcárraga Vidaurrieta un año después por el canal 2, XEWTV. EN 1955 se unificarían estos dos con González Camarena director del Canal 5, XHGC y para 1973 terminarían por unirse con el canal 8 de Grupo Alfa de Monterrey; formando Televisión Vía Satélite S. A., mejor conocido como Televisa.

Los primeros programas televisivos obligaron a que se creara una estructura y una metodología para su creación, tal como en la radio y en el cine se hacían. Para este proceso de producción se necesitó de una profesionalización en cada una de las áreas necesarias para la pantalla chica.

El apuntador electrónico, “...de origen netamente mexicano... creado en diciembre de 1951 por los hermanos Nolla Reyes, técnicos del canal 4”,<sup>59</sup> era un pequeño reproductor de sonido que se colocaba a la altura del oído con el objeto de escuchar las instrucciones del Director de Escena o los parlamentos del libreto. Fue de gran ayuda en las telenovelas en los años cincuentas, las cuales se realizaban en vivo.

Otro invento que revolucionó la producción televisiva fue el videotape, el cual surge en 1958. A partir de entonces grabó y editó la programación, lo que significó mayor calidad ya que se reducían los errores que se transmitían en vivo. Por otra parte, se hizo posible exportar programas a otros países.

---

<sup>59</sup> SÁNCHEZ de Armas, Miguel Ángel. “Apuntes para una historia de la televisión mexicana”. Fundación Manuel Buendía. México. 1998. P41.

También las transmisiones a color y el desarrollo de la comunicación satelital hizo de la televisión, el sistema de telecomunicación más potente inventado hasta entonces, en cuanto a su alcance e impacto a la sociedad.

La televisión ha experimentado cambios significativos a lo largo de su historia. De ser un medio que sólo transmitía programas porque no tenía un sistema de grabación; ahora, se ha consolidado como una industria que abarca redes de televisión por cable, estaciones independientes nacionales y regionales, públicas y privadas, renta de videos y juegos de video, y el progreso tecnológico del aparato, que cambió de un tubo catódico a más complejas sistemas como pantallas de LCD (*Liquid Crystal Display*, pantalla de cristal líquido), Plasma o LED (*Light-Emitting Diode*, diodo emisor de luz) o con imágenes en tercera dimensión, lo que aumenta la definición y calidad de la imagen.

El melodrama se ha refugiado en la televisión y específicamente en la telenovela. El tipo de producción precursor de esta última fue el teleteatro.

Como ya se había mencionado, el Canal 4 fue la primera televisora comercial en México inaugurada en 1950, por este medio se transmitían obras teatrales adaptadas para televisión y realizadas en vivo, llamadas teleteatros.

Se producían con elementos técnicos y narrativos similares a los del cine: tomas, acercamientos de la lente de la cámara, usaban micrófonos e iluminación en el estudio. El actor tenía que ser consciente de que no estaba frente al público, sino que se enfrentaba a las cámaras de televisión que captaban su imagen para difundirla a un público mucho más numeroso que el de una sala de teatro.

Aunque el teleteatro no era más que una puesta en escena televisiva, puede considerársele como antesala de las telenovelas por varias razones:

- Eran programas de entretenimiento.
- Perseguían un fin comercial al ser patrocinado. Con los teleteatros la puesta en escena era fragmentada en varios cortes para meter anuncios del patrocinador.
- Los temas recurrentes del teleteatro eran los mismos del melodrama.

En un principio se recurre a las obras clásicas, pero tras el desarrollo de las técnicas televisivas se optó por crear obras teatrales originales únicamente para la pantalla chica.

Para cada transmisión era necesario crear sets de televisión ambientados según lo que la historia necesitara. Al igual que el vestuario, maquillaje, los efectos de iluminación y sonoros. El director tenía la última decisión en cuanto a todos los elementos que componían la obra, y gracias a eso se generaba una ambientación con un estilo definido.

Fabricar un escenario distinto para cada transmisión resultaba muy costoso, por lo que se recurrió a producir adaptaciones de radionovelas a la televisión. A partir de ese momento se crearon sets que servían durante el tiempo que duraran estas historias. A las series melodramáticas de televisión con entregas periódicas, en las cuales el argumento está basado en una historia de amor, regida por exaltar los sentimientos, se les llamó telenovelas.

A la par del desarrollo de la telenovela en Latinoamérica y algunos otros países de Europa (Italia, España, entre otros) en la década de los cincuenta, en Estados Unidos y otros países anglosajones crean las *soap operas* (la palabra *soap* significa jabón, que hace alusión a los primeros anunciantes que vendían productos de limpieza; y *opera* se refiere a lo melodramático del romántico género musical).

Estos dos géneros comparten muchas características y muchas veces se usan como sinónimos, sin embargo, su estructura es diferente. Los puntos que comparten son los siguientes:

- Ambas son historias que basan sus estructuras en las acciones melodramáticas: tomando las emociones como parte del espectáculo.
- En sus comienzos son adaptaciones de las radionovelas para la pantalla chica, por lo tanto se realizaban bajo las rígidas fórmulas del tiempo y se soportaban en la actuación de los actores.
- Al igual que las radionovelas, durante la transmisión de los programas se anuncian sus patrocinadores, lo que los convierte en narrativas vinculadas al marketing de los productos de estos últimos.
- Su target son audiencias populares, el cual está enfocado primordialmente en el público femenino.
- Se transmiten durante la semana todos los días y no son gobernadas por el sistema de “temporadas” como otras narrativas televisivas.
- Son historias inverosímiles y en cada emisión basan su trama en el suspenso.
- Ambos géneros televisivos comparten la paradoja de ser exitosos y desdeñados a la vez.

Como ya se mencionó estos dos géneros televisivos tienen diferencias fundamentales que consisten en que:

- Las telenovelas tienen un número de capítulos predeterminado, aunque su extensión puede estar en función del éxito comercial que tengan, y sin lugar a dudas tiene una conclusión definitiva. Las *soap operas* cuentan un número ilimitado de episodios, están diseñadas para no tener fin y su duración depende del *rating*, es decir, mientras el programa tenga un número importante de seguidores, su estancia al aire se prolongará indefinidamente, el ejemplo más significativo es *General Hospital*, el cual está en el aire desde 1963 de forma ininterrumpida.
- Las telenovelas tienen personajes establecidos desde su inicio, no rotan o cambian, siempre son los mismos protagonistas, de hecho suelen ser arquetipos del bueno y el malo. En las *soap operas*, los personajes mueren o salen cuando sus historias se encuentran agotadas, también es común ver como reingresan al argumento cuando los productores lo creen necesario, por lo tanto sus personajes rotan. Aquí los personajes suelen tener cambios de personalidad y algunas otras suelen ser estereotipados.
- En las *soap operas* es común que un personaje "muera" sólo en apariencia (después de que éste tenga un accidente, convenientemente nunca encuentran su cuerpo), para que tenga oportunidad de reaparecer años después en la trama, ya distorsionada y modificada. También es común que un personaje sea asignado a un nuevo actor/actriz (término que denominan *recast*). Estas dos decisiones de producción ("muertes" y "recast") tienen que ver con el hecho de que los contratos de los actores no pueden ser por tiempo ilimitado como la duración de este tipo de producción anglosajona. Además cuando un actor no quiere volver a firmar, es necesario eliminar el personaje o cambiar al actor que lo personifica. Mientras que en las telenovelas es muy extraño que ocurra eso, y cuando ocurre es por alguna situación desafortunada para el actor/actriz.
- Las telenovelas determinan el *star system* en América Latina. En general, no se asume que los actores de telenovelas son "buenos" o "malos". Se les juzga de acuerdo a la calidad de su trabajo. Eso no ocurre en la *soap opera*, ya que hay la percepción generalizada de que sus actores y actrices son "de segunda".

- Como las telenovelas terminan, los actores y actrices que laboran en ellas tienen la oportunidad de trabajar en múltiples telenovelas a lo largo de su carrera. Debido a ello, el público los recuerda en diferentes roles. En el mundo de las *soap operas*, como éstas no terminan, puede ocurrir que un actor/actriz trabaje por décadas en el mismo rol y le sea muy difícil poder hacer que el público lo acepte en otro personaje.
- Así como en las telenovelas vemos algunas historias básicas/clásicas que se repiten de una telenovela a otra, en las *soap operas* vemos que cada cierto número de años se reciclan las historias: un asesinato y su respectivo juicio donde descubriremos al verdadero culpable, una trama de adicción (alcohol o drogas), una historia de una enfermedad que parece incurable, un accidente que le cambia la personalidad a uno de los personajes, entre otras.
- En los últimos tiempos, los *soap operas* se han adentrado en temas más complejos como la anorexia o la homosexualidad, claramente distintos a los de las telenovelas, donde la base del programa es la historia de un amor que no es correspondido. Aunque las temáticas en ambos casos suelen ser excesivamente dramáticas, las telenovelas han generado estilos de comedia, juveniles o históricos, pero siempre con la misma base temática. En algunos casos como Ecuador o Colombia, se ha creado un nuevo estilo como la telenovela mafiosa, por ejemplo, se desarrollan historias con el narcotráfico como situación y escenario principal. En Brasil, las telenovelas han alcanzado un nivel de producción mayor, con coproducciones internacionales, e inclusive tratan temas complejos de la sociedad como el conflicto entre las clases más bajas con las clases más altas, lo que las hace más realistas. En México este tipo de temas se han empezado a introducir, pero de manera muy suave, pues su público no está acostumbrado a esas tramas.<sup>60</sup>

Desde los años cincuenta, la creatividad en la producción televisiva dio los mejores resultados que cualquier canal y actor pudieran desear. Las telenovelas han sido un clásico

---

<sup>60</sup> ACOSTA-ALZURU, Carolina. "Telenovelas vs. Soap Operas II". 6 de enero de 2008. <http://telenovelas-carolina-esp.blogspot.com/2008/01/telenovelas-vs-soap-operas-ii.html> revisado el 27 de julio de 2011. "Es lo mismo una soap opera que una telenovela" <http://buscandoelejecultural.wordpress.com/2010/11/10/es-lo-mismo-una-soap-opera-que-una-telenovela/> revisado el 27 de julio de 2011.

en la historia de la televisión, han mostrado una evolución pasando del teleteatro, una forma de serial pero con una escenografía estática, cuyos personajes entran y salen de cuadro de forma parecida a una escena teatral y con una forma de grabar similar a la de los planos secuencia, a novelas de las más estereotipadas y clásicas, pasando por híbridos culturales donde se mezcla la retórica de las comedias situacionales con las de las telenovelas clásicas, e inclusive ha llegado a tener productos similares a las *soap operas* como “Chiquititas” producción argentina que estuvo al aire cerca de 6 años.

En Cuba surgió la primera telenovela en 1951 “Ángeles de la calle”, la cual se presentaba una vez a la semana. Mientras que en México, Telesistema Mexicano (formada por los canales de televisión XEW Canal 2, XHTV Canal 4 y XHGC Canal 5) bajo el mando de Emilio Azcárraga, transmitía en el Canal 4, la primera telenovela titulada “Senda prohibida” en 1958, la misma que se transmitía de lunes a viernes en el horario de las 19:30 horas, contaba con una duración de 30 minutos, y con imagen en blanco y negro.

Los actores, anunciantes, televidentes y los estudios han reconocido que este género es de los más influyentes entre todos los producidos por la televisión. Algunas de las primeras telenovelas son: “Teresa” la primera versión realizada en 1959, “Gutierritos” de 1958, “El derecho de nacer” realizada en Cuba en 1958 y en nuestro país hasta 1966, la cual fue un hito en la historia de la televisión; “Los ricos también lloran”, de 1979, se convirtió en el primer melodrama en darle la vuelta al mundo con un rotundo éxito.

A través de los años, las telenovelas han cobrado mayor importancia, han evolucionado tecnológicamente, y se han consolidado como el programa de entretenimiento más popular en la televisión mexicana.

Actualmente la telenovela atraviesa por un momento importante, durante el cual ha dejado de ser considerada como la más peligrosa de las trampas ideológicas y cuyo ámbito profesional ya no es el más degradante. La percepción que se tenía de ella cambió paulatinamente, ante la crisis del cine y la superación de los extremismos ideológicos. A la televisión, y en particular, a la producción de telenovelas, se le incorporaron profesionales creativos como actores, directores, o guionistas que en la actualidad aportan temáticas y estilos que exponen aspectos cruciales de las culturas de cada país.

Países que han incursionado en la creación de este tipo de melodramas son muchos, pero entre los que se destacan por la cantidad de programación son México, Brasil,

Venezuela, Colombia y Argentina. Se han encargado de desarrollar su producción, no sólo para el mercado local, sino que la mayoría de las veces se exportan a diversas naciones como Italia, Rusia, Francia, China, Filipinas, otros países de Latinoamérica; entre otros lugares.<sup>61</sup>

La producción de telenovelas en México ocupa un lugar preponderante para la televisión nacional. Televisa comanda la realización de dicho género con el Canal 2, El Canal de las Estrellas, aunque en los canales restantes de la empresa de Azcárraga, Canal 5, Canal 4 y Canal 9, también han transmitido series melodramáticas. Por otra parte, TV Azteca tiene el Canal 13 (Azteca 13) como principal difusor de sus melodramas, asimismo en el Canal 7 (Azteca 7) recientemente los ha empezado a transmitir.

Las telenovelas son un género que va más allá de la simple pantalla de la televisión, su ámbito no se restringe únicamente a su producción y transmisión televisiva, sino que han trascendido a los corazones del público.

Los productores regulan la forma de narrar la historia de amor mediante la búsqueda de los gustos del público. La audiencia está acostumbrada a ciertas formas de actuación y a la vez rechaza las que no le agradan, porque “muchos de los parámetros que las telenovelas manejan son para el público que las ve a golpe de vista, porque ésa es otra característica del melodrama, que no te permite reflexionar sobre lo que estás viendo, es de primera impresión.”<sup>62</sup>

Las productoras de telenovelas ofrecen diferentes perspectivas estéticas, esto no cambia la forma de abordar el tema, sino que cambian el cómo lo muestra, las tomas, los encuadres, los escenarios reales, la forma de introducir a un personaje a la historia, la edición, entre muchas otras características que varían de acuerdo a la empresa que cree el melodrama.

Por ejemplo, al comparar las telenovelas de Argos Comunicación y las de Televisa, observamos que en ambas el relato es similar, lo distinto, es la técnica audiovisual que usan para contar los relatos melodramáticos. En Televisa se emplean los encuadres clásicos de la

---

<sup>61</sup> TORRES, Francisco Javier. “Telenovelas, Televisión y Comunicación. El caso de México”. Ediciones Coyoacán. México. 1994. P13.

<sup>62</sup> GONZÁLEZ Mello, Flavio. “El melodrama televisivo: viejas reglas, nuevas soluciones”. Estudios Cinematográficos: Géneros cinematográficos. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos. No.19. Junio-Octubre. 2000. México. P39.



televisión, mientras que Argos fusiona los encuadres de cine con el de la televisión. Esos elementos de realización, hacen que el auditorio tenga una percepción diferente de cada obra.

Pese a las características de cada productora, el televidente invierte tiempo personal en cada melodrama televisivo todos los días; no es el mismo tiempo que invierte en el cine o el teatro, donde solo está sentado durante dos horas, a que hayas visto cerca de 200 horas de programación, durante 6 meses. El público, aunque sepa el final, elige enchufarse a una realidad ficticia que maneja un ritmo de edición televisiva que no permite despegarte de la pantalla, ni siquiera en cada corte comercial.

La respuesta resulta obvia ¿Cómo podemos invertir tantas horas frente a la pantalla parpadeante para que al final nos terminen contando el mismo cuento? Nos sucede como a los niños cuando les cuentas una historia breve, se sienten defraudados si no la terminas. Si lo haces demasiado *simple* el público pierde el interés; si lo haces demasiado *intelectualizado*, el público tampoco la ve; entonces se necesita un equilibrio.

# CAPÍTULO 2

## EL MELODRAMA EN LA TELEVISIÓN

La ficción televisiva es el género con más éxito en la pantalla de cristal, según cita Orozco y Vassallo es “donde se realiza la mayor y quizá más significativa experimentación mercadotécnica y la innovación narrativa en la producción y transmisión programática actual, al punto de incluirlo en la narrativa con un tono muy natural”.<sup>63</sup>

Estos programas sirven para tratar temas sociales y políticos actuales, sirven de proyección para ciertos candidatos o matizan ciertas problemáticas contemporáneas, como el aborto, la eutanasia, la pena de muerte, la violencia intrafamiliar, entre otros.

Al hablar acerca de las series melodramáticas podemos incluir telenovelas, series, miniseries, telefilmes, programas unitarios, docudramas, etc. Sin embargo, en Latinoamérica, las telenovelas son el producto de fabricación más constante, el que tiene técnicos con mayor oficio y profesionalidad, el que genera los mayores réditos y casi el único que circula internacionalmente.

Es claro que el melodrama ha sido un campo de experimentación programática y mercantil, su capacidad de adaptarse a los diferentes formatos tecnológicos, no se explica simplemente a través de lo comercial o ideológico.

Parte de ese éxito se debe a “la mediación efectuada por el melodrama entre el folklor de las ferias y el espectáculo popular-urbano, es decir masivo. Mediación que en el plano de los relatos pasa por el folletín, a la radio, al cine y a la televisión”. Los vínculos que establece con sus audiencias están dados por el intercambio cultural, mediado por sus historias y guiados por sus protagonistas, que anteceden acuerdos de comercialización o de integración formales: “...la estandarización de modos de sentir y de expresar, de gestos y sonidos, ritmos de danza y cadencias narrativas”, así las telenovelas vienen a construir las

---

<sup>63</sup> OROZCO Gómez, Guillermo y IMMACOLATA Vassallo de Lopes, María. “Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos”. Comunicación y Sociedad. N.13. Guadalajara. enero-junio 2010. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2010000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2010000100002&script=sci_arttext) revisado el 5 de agosto de 2011.

bases en procesos de modernización, construcción de la nación y la transnacionalización de Latinoamérica.

La telenovela se perfila como un producto global audiovisual y catalizador del gusto por medio del entretenimiento para gran parte de los televidentes. En un futuro este género irá cambiando, adaptándose a nuevos modos de narración de historias de amor, en una sociedad que cada vez presenta más formas para contar la ficción y opciones de interactuar entre el producto-público.

El éxito de su transmisión en países tan dispares como lo son Rusia, Israel, Alemania, China o Bulgaria se debe principalmente a las historias. Se trata de narraciones basadas en los sentimientos y las pasiones humanas. Son universales ya que las comprenden espectadores de cualquier país por esta razón logran capturar a un vasto auditorio.

La ficción televisiva en los países que conforman este ejercicio de observación permite apreciar que sus transformaciones, tanto mercadológicas como de estéticas visuales, de narrativas y de formatos, están marcando cambios importantes y reforzando tendencias en la oferta y en el consumo televisivo. Esta industria continúa fortaleciendo la producción televisiva en países latinoamericanos y el resto del mundo.

## 2.1 ¿CÓMO SE CUENTAN?

Los capítulos diarios de la telenovela que llegan cada día a los hogares mexicanos se insertan como punto de referencia importante en la cotidianidad de las familias. Así lo han demostrado algunas telenovelas que han impactado a la sociedad como “Los ricos también lloran” en 1979 o “Cuna de lobos” en 1985.

Una telenovela puede ser original o un *remake*. El primer caso significa, que es una historia construida desde cero, con personajes, historia, escenarios y título inéditos, y el segundo se trata de una producción previa con un gran éxito, simplemente adaptada al momento de volverla a producir.

Para crear un buen melodrama se tienen que tener bien definidos a los personajes, sus antecedentes (quién es, de dónde viene, cuáles son sus motivaciones), su perfil psicológico (qué quiere, qué es lo que persigue). Al tener determinado esto, el escritor sabrá hasta qué punto puede llegar el personaje.

La actuación es esencial. Un melodrama con pésimos actores no logrará atraer la atención del público con suficiente fuerza. Muchas veces las telenovelas tienen muchas fallas porque se incluyen actores no profesionales.

Todos estos problemas también corresponden a los Directores de Escena y hasta al mismo Productor, quien no exigen que el actor realmente represente la situación a la que su personaje se debe enfrentar, por ejemplo algún error de la continuidad relacionado con el vestuario y maquillaje: después de mucho tiempo llorando la heroína sigue teniendo el maquillaje como si se lo acabara de retocar.

“Al parecer se está formando un nuevo código del melodrama en el cual la actuación no es tan importante como lo es su cotidianidad y su prolongado tiempo de narración”.<sup>64</sup>

Podemos describir el desarrollo que lleva una telenovela a partir de la forma en la que Miguel Sabido, escritor, director y productor mexicano de telenovelas, crea la estructura actual de la telenovela latinoamericana.<sup>65</sup> Toda telenovela es una gran reflexión acerca del bien y del mal, protagonista contra antagonista. A la vez se puede hacer una relación entre este esquema y las etapas narrativas por las que atraviesa una telenovela que estructurarán la acción dramática.

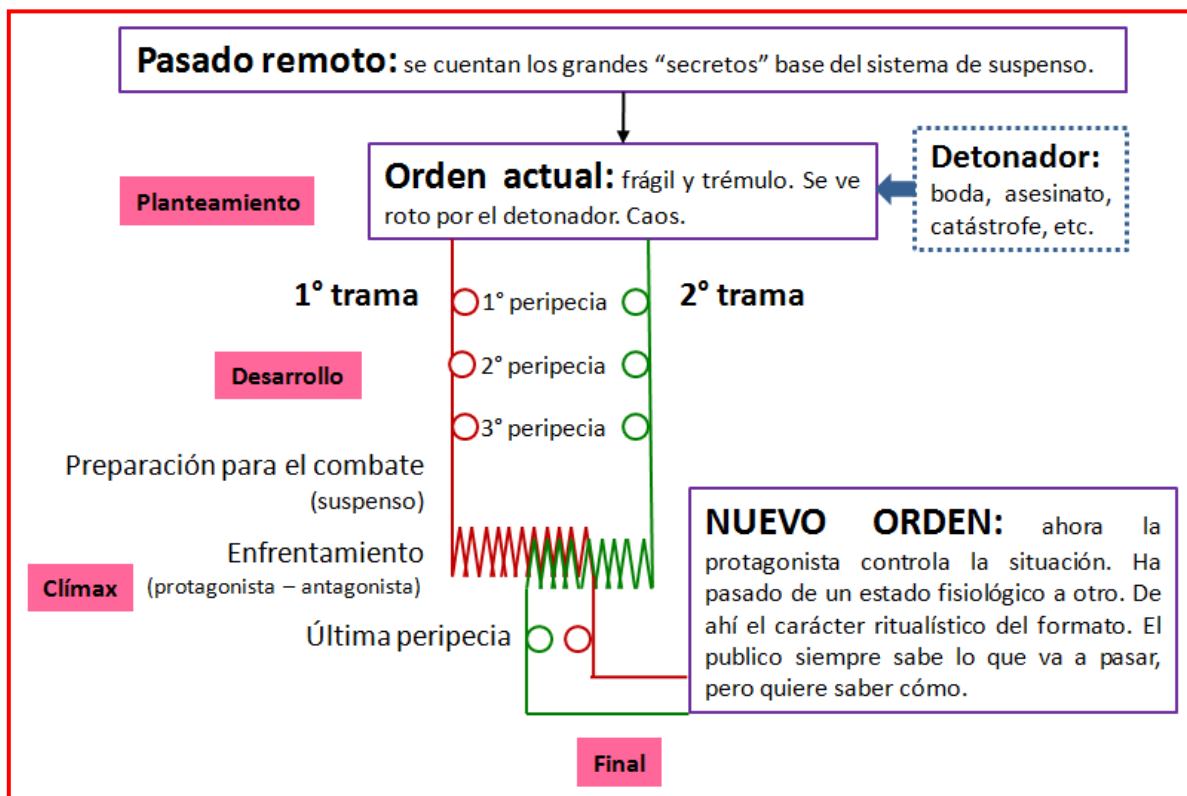
---

<sup>64</sup> QUIROZ G. Op. Cit. P23.

<sup>65</sup>SABIDO, Miguel. “El entretenimiento educativo”. 2005. <http://www.miguelsabido.com/index-uso.htm> revisado el 8 de septiembre de 2011.

**ESQUEMA 1 - Estructura actual de la telenovela latinoamericana según Miguel Sabido** <sup>66</sup>

donde se integran las etapas narrativas generales de la telenovela.



En una ficción melodramática siempre existe algún **pasado remoto**. Encontramos algún secreto con el cual el espectador se vuelve cómplice del personaje central, éste puede presentarse en un principio o a lo largo de la trama.

El **planteamiento** de la historia comienza en orden cronológico. Precisamente la sencillez comunicativa es particular de esta narrativa. Se parte del **orden natural** de los personajes, donde se dan a conocer sus características, los propósitos del protagonista y antagonista(s), se muestra el conflicto central donde se encuentran las dos fuerzas en pugna. Esta parte sirve para familiarizar al televidente con la ficción, evidencian las principales dificultades que tendrán los protagonistas y así se llega al **detonante**, que dará pie al **desarrollo** de la acción de la telenovela.

Al escribir una telenovela se plantea una historia de amor principal, se considera la trama principal, la **primera trama** con los protagonistas, y con los demás actores se crean

<sup>66</sup>íbidem. <http://www.miguelsabido.com/index-uso.htm> revisado el 8 de septiembre de 2011

tramas alternas, **segundas tramas**. Las reglas estrictas del melodrama no se aplican sobre ellos, como las que se exigen para los estelares.

Esta podría ser la etapa más larga de la ficción melodramática, el **desarrollo** de la acción, aquí la situación que genera el conflicto progresa dinámicamente. Se despliegan los nudos argumentales que desencadenan una serie de obstáculos y dificultades en torno a los protagonistas (sin salirse de los cánones telenovelescos), que sirven para generar y mantener la narrativa.

La narrativa de la telenovela ofrece la posibilidad de incluir argumentos que permitan modificar el curso de la historia, así la trama se llena de **peripecias**, situaciones que debido a un accidente imprevisto cambian el estado de las cosas. El escritor incluye estos sucesos dependiendo de los requerimientos comerciales de la empresa o como consecuencia de algunas contrariedades que se le presenten. Por ejemplo, en Televisa, Las telenovelas comienzan sus transmisiones antes de que hayan sido totalmente grabadas, por lo que las grabaciones van a la par con los programas que pasan al aire. Proceder de esta manera permite terminar con la producción cuando el *rating* no es el esperado.

Estas peripecias de la primera y segunda trama irán subiendo de intensidad hasta llegar al **enfrentamiento** principal: el protagonista contra el antagonista. Se puede considerar el **clímax** de la historia, es en ese momento cuando se eleva la tensión al máximo, los personajes enfrenan las situaciones más extremas en este momento, lo que permite que la narración desemboque en la **última peripecia**.

Todo esto lleva al **nuevo orden**. Esta es la última fase de la telenovela, en donde las acciones llegan a un punto de equilibrio. Siempre se concluirá con un **final** justo o feliz. En esta etapa se satisfacen las expectativas tanto morales como emotivas del televidente: cada personaje recibirá de manera natural lo que sembró a lo largo de la historia. En particular en México, el que se cierre una historia con una boda, con un ritual religioso le otorga más fuerza al encuentro, se finaliza "como debe ser".

Las telenovelas de Televisa mantienen un esquema dramático tradicional, es decir que el estado inicial de la narración, como las acciones en el transcurso de la trama y los resultados de éstas, no tienen una coherencia de causa-efecto reales, sin embargo, existen ciertos detalles que guardan una cercanía con la realidad, lo que le proporciona verosimilitud a la historia.

Las situaciones presentadas en la telenovela parten de la realidad, no obstante, el tratamiento y la manera en que éstas son presentadas al público son lo que les otorga su carácter imaginario. Al participar en este tipo de juego narrativo, el espectador acepta la ilusión de que el simulacro que se ofrece existe más allá de sus fantasías.

A través de una serie de tácticas, estas historias de amor pretenden acercarse a la cotidianidad del televidente, pero sólo se convierte en un reflejo distorsionado de la misma. Tales estrategias tienen que ver con las siguientes características:

- La simultaneidad entre sucesos verídicos y eventos ocurridos en la telenovela, por ejemplo, el día de Navidad o el día de San Valentín.
- La incursión de personajes “reales” dentro de la trama, por ejemplo, el Presidente de la República.
- La utilización de escenografías de acorde al tiempo de transmisión, ya sea referido a los adornos de alguna festividad.
- Las grabaciones en escenarios sencillamente reconocidos por el televidente, como los sitios tradicionales de alguna ciudad.

Las telenovelas son narraciones románticas, sustentadas en los encuentros, enamoramientos, peleas y reconciliaciones de las parejas, así como en las pasiones, celos, infidelidades y rencores entre las mismas. Gran parte de los acontecimientos están encaminados a:

- Obstaculizar tales relaciones a través de intrigas y malentendidos.
- Mostrar personajes antagonistas encargados de la creación de triángulos amorosos.
- Presentar situaciones amorosas: besos, caricias, etc.

Tradicionalmente el elemento que brinda cohesión a la familia es la pareja monógama. En torno a ella giraban los problemas, las pugnas, y las complicaciones que darán razón de ser a la telenovela. La familia, es uno de los ejes centrales de los sucesos, es la institución social básica de la sociedad mexicana.

Dentro de los contenidos de las historias de ficción se adoptan las nuevas tendencias de la realidad familiar: el cambio familiar como la convivencia y los nacimientos fuera del

matrimonio, las familias sólo de padre o de madre, el mismo divorcio, menos matrimonios, nada de hijos, más violencia, abusos; parece que prevalece la percepción de una precipitada e irreversible decadencia de la familia. Sin embargo pese a esta serie de enfrentamientos se confirma que al estar unidos y con un amor incondicional, los problemas se pueden superar. A pesar de todo, la unión de los seres queridos al estar juntos, nunca será toda por las crisis en una telenovela.

Los melodramas se adecúan a las nuevas estructuras familiares existentes en cada sociedad, se adaptan las formas de convivencia al relato. En nuestra época no hay duda de que los matrimonios son menos frecuentes y más inestables, por lo que la familia misma los pluraliza en una variedad de formas. Igualmente cambian las relaciones entre los géneros, desde las relaciones entre intergeneracionales hasta el carácter patriarcal de la familia mexicana.

Para representar las relaciones familiares se presentan diferentes situaciones que hemos podido observar dentro del territorio de la televisión:

- Las secretas aventuras del padre o la madre.
- Enfrentamientos entre hermanos, entre padres e hijos.
- Fuertes relaciones de dependencia-dominación entre madre-hijo(a).
- Alianzas malignas o benignas entre madre-hijo(a) para conseguir fines comunes.
- Peleas y rencillas que obstaculizan las relaciones amorosas de sus descendientes.
- Rechazo de los padres hacia personajes femeninos que no han respondido a la educación honesta que se les inculcó y resultan embarazadas.
- Lo hijos se avergüenzan de sus orígenes raciales o la posición económica de sus padres.
- La búsqueda de los hijos, el abandono, robo y hasta el cambio de vástagos.
- Los personajes carecen de progenitores, y si corresponde a los protagonistas, esta falta adquiere dimensiones mayores.
- Grupos familiares disgregados por la incapacidad de afrontar sólidamente problemas graves.
- Irreparables rupturas matrimoniales.
- Dramas de celos.
- Matrimonios con problemas por obsesiones de maternidad.



- Hijos abandonados por padre ausentes.
- Amores ofuscados.
- Una impresionante frecuencia de adulterios.
- Familias reconstruidas, nacidas de nuevas unión entre personas que ya han experimentado precedentes matrimonios y divorcios.

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

“Familia y televisión todavía están conectadas tanto en el espacio física de la casa (la televisión es el medio de comunicación más doméstico) como en la esfera de las ansiedades colectivas, donde continua erradicado el temor de los efectos deletéreos de la televisión sobre la vida y sobre las relaciones familiares”.<sup>67</sup>

El recurso de presentar a los protagonistas tan desabrigados emocionalmente, promueve inevitablemente el deseo de “protección” por parte del espectador. Las lágrimas se convierten en una forma de éxito, estremecen al espectador, el melodrama de las telenovelas arranca de ahí, es la respuesta a la evidencia de las imágenes desde que apareció la televisión.

En las telenovelas de Televisa encontramos una característica común: la protagonista de la telenovela es literalmente la encarnación de la honestidad, de sentimientos nobles, del amor incondicional a su familia y a su hogar, víctima de innumerables intrigas, fiel a la verdad y a los valores religiosos. Frente a las circunstancias más adversas encuentra la voluntad y la valentía suficientes para sobrellevarlas, sin que importe su rol, ya sea como sirvienta, secretaria, madre de familia, ejecutiva o estudiante.

La división de clases sociales es una de las particularidades de la telenovela, la brecha entre ricos y pobres comparte el escenario ficticio de la serie. Aquí entran los estereotipos de los diferentes grupos sociales. Si se es pobre, por consiguiente habla mal, viste incorrectamente, muchas veces con harapos, entre otras características físicas que muchas

---

<sup>67</sup> BUONANNO, Milly. “El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales”. Gedisa Editorial. Barcelona. 1999. P96.

veces llegan a lo extremo, además se identifican con la bondad, la sencillez, la humildad, la sinceridad. En cambio, si se es rico, se muestran en casas grandes, carros modernos, y “bien arreglados”, por otra parte se les atribuye toda una serie de defectos, el egoísmo, el deseo de poder, la soberbia y la hipocresía. Los personajes de la alta y de la baja sociedad se pueden relacionar, pero sin perder la “esencia de clase”.

Estas oposiciones clasistas muchas veces provienen de nuestra cultura melodramática. Es frecuente encontrar una historia donde la pareja protagonista es de diferente nivel socioeconómico, sin embargo, al final siempre se logrará el “anhelado” ascenso económico, en general la mujer resulta pobre y el galán el adinerado.

El motivo religioso es otra característica de las ficciones mexicanas. Ocupa un lugar preponderante la veneración religiosa de la que es objeto la Virgen de Guadalupe, icono de la cultura popular y el folclore mexicano. Así cada vez que se presenta un problema las personas más devotas de la Morenita le imploran su ayuda.

En el mundo narrativo de la telenovela abundan también acontecimientos por demás sensacionalistas: enfermedades, violaciones, secuestros, encarcelamientos, embarazos fingidos, bodas frustradas, asesinatos, chantajes, etc. La incursión de tales temáticas, evidentemente se debe a la necesidad de generar tensiones entre los personajes.

Se pueden catalogar ciertas características que acogen todos los melodramas televisivos según el Director de teatro, cine y televisión, Flavio González Mello:

- **Narrador onnisapiente y omnipresente:** Este narrador no aparece en la historia, por lo que los hechos parecen fluir por sí solos, presentándose de manera directa a través de imágenes y diálogos. La historia de la telenovela se articula de tal modo que, si el espectador omite alguna parte del relato, logre llenar rápidamente y fácilmente esas lagunas, teniendo un entendimiento de la trama.
- **La representación de la temporalidad:** La época en la que se desarrollan algunas telenovelas nunca es mencionada, con excepción de los programas de época. En general la narración de las telenovelas parece que transcurre en un tiempo indeterminado, que en ocasiones suceden a la par de la vida cotidiana del espectador. Sin embargo, el televidente puede deducirla de ciertos detalles como el vestuario, peinado, maquillaje, o la presencia y utilización de algunos objetos como los muebles. Pero esos aspectos van *ad hoc* con las circunstancias del televidente.

Aún tratándose de producciones que especifican la época en la que transcurre la historia, la indeterminación temporal está presente.

- **Los eternos martirios:** Otra de las particularidades más notorias del género es la sucesión de muchos sufrimientos y calamidades que le ocurren a una sola persona, regularmente a los principales.
- **El destino:** Los acontecimientos de la narrativa melodramática van a ser guiados por el destino y las coincidencias que podrán considerarse improbables; sin embargo el público alguna vez en su vida ha experimentado alguna, por lo que la reacción inmediata es: “Sí, sí puede ser, yo me encontré a mi ex novio en París”. La suerte de los personajes se manifiesta en sucesos aparentemente casuales, pero bien intencionados y necesarios para el desarrollo de las acciones de la obra, ya que ninguna acción es fortuita en el melodrama. Estos hechos accidentales contribuyen a complicar los acontecimientos, principalmente del hilo narrativo principal, y se utilizan para atraer la atención del espectador, y por consiguiente aumentar el número de capítulos. Por tal motivo se considera válido el exceso de casualidades, como la interrelación de los personajes, los encuentros y reencuentros inesperados en ciertos lugares, la sincronización de eventos, entre muchos otros.
- **La presencia de malentendidos:** La exageración de las coincidencias provoca inevitablemente la aparición de equívocos y malentendidos. Esto resulta muy útil para enredar las acciones. Se puede apreciar que los hechos siempre ocurren en el preciso momento. Por ejemplo, cuando algún personaje realiza una buena acción que parece mala, o al momento de revelar un secreto o con una simple plática, de pronto aparece alguien que no debería de observar ese hecho, ocasionando múltiples complicaciones.
- **Situaciones llevadas al límite:** Muchas veces se crean estrategias narrativas que suelen rayar en lo absurdo o ridículo, en realidad son parte integral, aunque no básica de la telenovela y contribuye a la creación de su propia identidad como género. Pese a las irrealidades e inverosimilitudes, parece que la telenovela adquiere cada vez más fuerza.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> GONZÁLEZ Mello, Flavio. Op. Cit. P38-40.

La evolución de cómo contar una historia en la pantalla chica ha influido en la producción. Por ejemplo, el escritor no puede hacer que un personaje que está en una situación “x” pase a una situación “y” por corte directo, tiene que haber una acción paralela en medio. No sucede como en el cine, en donde el protagonista dice “le voy a llevar serenata” y corte, está llevándole serenata. Esto se da porque antes la televisión se hacía en vivo, así las telenovelas y demás series se realizaban en un foro con tres escenografías; entonces una actriz estaba en un set, *switchaban* a otra cámara, a otros personajes en el segundo set, en lo que la primera se cambiaba al tercer set, y así todo el tiempo. De hecho, cuando sucede esto los realizadores y editores han acuñado un termino “es que salta”.<sup>69</sup>

El uso de escenarios naturales, ya sea en interiores o en exteriores actualmente es una de las tendencias de las telenovelas latinas. Estos nuevos escenarios permiten acciones más realistas. Una percepción distinta del melodrama por parte de la audiencia, potenciada por el uso de una tecnología videográfica digital, con mayor resolución visual, lo que acerca las producciones de ficción televisiva más recientes, en particular de telenovelas, al mundo del cine.

Se debe considerar que la cantidad de dinero del que se dispone determinará toda la producción de una obra televisiva, desde saber a qué figuras protagónicas se puede convocar y el número de exteriores, desplazamientos, decorados, vestuario, técnicos, entre otros. Pero tampoco una gran inversión es la receta infalible para que un producto tenga calidad.

Una crítica muy común en las telenovelas es que las formas de tratar las situaciones son muy similares, muchas veces parecen idénticas. Las empresas productoras de este género televisivo han comprobado que esas fórmulas resultan efectivas, donde los actores y actrices en personajes anteriormente aceptados consiguen gran audiencia.

La estructura de Televisa, impone a los escritores ciertos problemas que se encuentran ante flujos imprevisibles a veces determinados por las respuestas del mercado. A veces tienen que matar a un personaje antes de tiempo, e incluso, resucitar con extraños

---

<sup>69</sup> GONZÁLEZ Mello, Flavio. Op. Cit. P38.

artificios a un personaje muerto, pues su presencia es reclamada imperativamente por las protestas del público.

Ha heredado varias de las características del melodrama desarrollado en otros medios masivos de información, tales como:

- La tardanza en la resolución de los conflictos.
- Un gran número de intrigas y secretos, los cuales contribuyen al estado de tensión en que se mantiene al televidente asiduo.
- La organización de la cronología de los acontecimientos de la manera más conveniente para influir en el ánimo de los televidentes.
- Despertar mediante un estímulo previo a un fuerte deseo de averiguar lo que acontece.
- Propiciar la incertidumbre del desenlace.
- La presentación de situaciones llevadas al límite.
- La interrupción de las escenas en las situaciones límite (puntos clímax), o sea, los momentos en los que el televidente más desea conocer que sucederá a continuación.

El retraso en la aclaración de los problemas, sin importar su magnitud, a través de interrupciones en la narración ocasiona el suspenso, lo que es indispensable para construcción de un relato; más aún tratándose de la telenovela, donde la narración llega a niveles hipertróficos.

Pese a lo que pudiera pensarse, tantas interrupciones no desalientan el seguimiento de la trama; por el contrario, se inmiscuye al televidente en un juego en donde la tensión emocional y la relajación de la misma se van presentando de manera alternada.

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

De este modo las audiencias “se apropian de un texto, lo disfrutan, lo incorporan a las vivencias cotidianas y pasan a conformar el imaginario social”.<sup>70</sup>

La suma de esas características permite una eficaz identificación-proyección, grandes pasiones y dramas que en el espectador crean una válvula de escape, un sentimiento de “superioridad” en una operación de autosublimación.

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

### 2.1.1 ¿CÓMO SE ESTRUCTURA UN CAPÍTULO?

Un programa de ficción televisivo implica tener en cuenta una estructura narrativa con la cual se articula un proyecto de imágenes o fragmentos que producen la impresión de ser una historia completa. Cada palabra, cada parte del guión debe ser reflejada en acciones que expliquen la trama de la manera más efectiva, por lo que hay que ser muy precisos.

El guionista busca la identificación del público con su historia. Para crear un guión se realizan varios pasos, lo primero es definir el argumento del capítulo, de ahí se pasa a la trama secundaria para desarrollar el tratamiento, es decir, una descripción narrativa o sinopsis de lo que ocurre en cada escena, y entre más detalles haya, se escribirá con mayor facilidad el primer esbozo. Todos estos pasos son necesarios para llegar a crear la primera versión, de ahí se vuelve a reescribir varias veces, hasta ajustarlo correctamente.

Para que un guión se produzca debe producir una gran impresión en una primera lectura, para ello las descripciones de las situaciones y lugares son preponderantes a la hora de escribirlo.

La televisión es una forma de arte visual, por lo que la imagen debe predominar sobre el diálogo. “El escritor debe siempre preguntarse: ¿cuáles son las palabras que logran

---

<sup>70</sup> MAZZIOTTI, Nora. “La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina”. Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. 1996. P12.

comunicar mi mensaje de una manera más descriptiva o metafórica?”<sup>71</sup> No se debe abusar de las acciones dialogadas, a veces es suficiente con una imagen, un silencio o la ausencia de palabras, que resultan tan efectivos como un parlamento.

“En una obra para televisión cada línea tiene un valor. Si el diálogo no hace avanzar el argumento, si no revela algún aspecto nuevo del personaje, entonces no va bien al guión, es un exceso”.<sup>72</sup> Deben considerarse todos los aspectos en un diálogo, tanto lo que se dice como lo que en realidad se quiere expresar, tratar de buscar detrás de las palabras y las emociones, es decir, el subtexto. Al escribir una parte de la historia se plantea algo y el subtexto unas veces lo completa. Se acopla cada parlamento al modo de hablar del personaje para que la historia sea creíble, y se evita que los diálogos caigan en lo literal y evidente.

Las líneas argumentales de los melodramas giran en torno a emociones humanas a los sentimientos de la vida diaria tales como el amor, el temor, la pérdida, la ansiedad, los celos, la ambición.

En una telenovela la escena es la unidad de acción que hace avanzar al guión. Se edifican una encima de otra para explicar la historia completa, desarrollada por los movimientos, encuadres y efectos de la cámara.

Cada escena debe mover el argumento hacia adelante y avanzar la trama. Si la escena no muestra información nueva e importante sobre la historia, ésta no debe pertenecer al guión, por muy bien escrita que esté. La escena debe ayudar al material en conjunto. Es una parte integral de la continuidad de la historia.

Las escenas no deben de sobrepasar dos o tres minutos pues rompen el ritmo del guión. Generalmente, cuando sucede esto, significa que hay un exceso de diálogo, en vez de que la exposición se dé por medio de imágenes para que avance y progrese el argumento.

Los cambios rápidos entre tomas interior y exterior, y los diversos escenarios utilizados sirven para añadir riesgo, suspenso y acción necesaria. Así el guionista debe adentrarse en el argumento con rapidez y atraer a la audiencia.

---

<sup>71</sup> DIMAGGIO, Madeline. “Escribir para televisión. Como elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas”. Paidós Comunicación. Barcelona. 1992. P30.

<sup>72</sup> Ídem. P53.

Para enganchar al público es importante que cada episodio tenga un planteamiento claro y conciso, porque cuanto más rápido se introduce en la trama, más fácilmente se atrapa a la audiencia. Otro punto crucial dentro de la televisión es que se trabaja con limitaciones de tiempo, si el planteamiento no se desarrolla rápidamente, no quedará espacio para el argumento.

El guionista tiene claro que cuenta con una cantidad de tiempo limitada para desarrollar un capítulo, cada uno de estos estará fraccionado en bloques o actos, los cuales están en función de los cortes comerciales, y que además tienen el objetivo de seleccionar los fragmentos o imágenes que explican la historia de una manera más efectiva, para que subsecuentemente se elimine el resto de fragmentos e imágenes que no aportan nada a la historia.

Los actos tienen una estructura específica dentro de la trama de cada capítulo, cuentan con su propio clímax y final.

En el transcurso el primer acto se desarrolla el planteamiento, al final del primer bloque el espectador tiene que estar enganchado con la historia para que continúen viendo el programa después de la pausa publicitaria. Así el primer acto es el de confrontación.

El segundo y tercer acto sirve para desarrollar el argumento, mientras que el cuarto es el acto de resolución. En él la trama llega al clímax y se resuelve la historia de cada capítulo. Se considera el acto más importante, de hecho el corte previo a éste dura el doble que los otros. En el melodrama seriado es en este momento cuando ocurre la crisis más importante. Cuanto más consistente sea, mayor éxito tendrá.<sup>73</sup>

Así como los finales de los actos son importantes, también lo son los finales de escenas. En cierto modo, le da el último toque, y por lo tanto, facilita el corte.

## **2.2 EL IMPACTO EN MÉXICO Y EL MUNDO**

Las telenovelas juegan un papel preponderante en la programación televisiva. En México tenemos dos grandes televisoras que gran parte de su producción la destinan a estos

---

<sup>73</sup> Ídem. P122.



melodramas. En los principales canales de estas empresas, la barra programática de la tarde y noche se abarrotan de este tipo de ficciones donde tratan de ganar más audiencia.

Estas cadenas de televisión no podrían sobrevivir en el mercado si sus programas no cautivan a un mayor número de televidentes. Para la medición de los niveles de la audiencia existen empresas como Aresco (Compañía Argentino Española de Consultoría), IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística), Nielsen Media Research, entre otras. Ellas se han especializado en medir el tamaño y la composición del público espectador junto con el tiempo determinado que dedica a ver un programa y un canal.

Todo esto es posible a través de los *peoplemeter*, computadoras que se conectan al televisor y miden segundo a segundo cuánto tiempo permanece ese televisor encendido y en qué canales. La medición es automática, porque nadie interviene en el proceso. Cuando se enciende el televisor, también lo hace el *peoplemeter* conectado a éste, que empieza de inmediato a registrar la información sobre el consumo, tan necesaria para las televisoras. Las casas en las que son instalados cumplen con características específicas por las que son elegidas. La selección de las casas en donde el sistema es instalado depende de una metodología estadística.

Esta forma de estudiar la audiencia en los medios masivos ha asignado dos términos que sirven como guía a propietarios, directivos, agencias, anunciantes y productores. Uno es el *rating*, que mide el número de personas u hogares que se exponen a una determinada programación televisiva. Mientras que el *share*, representa el total de los aparatos receptores encendidos que sintonizan un programa en un momento dado en diferentes canales. Por lo que el *rating* siempre será un número menor al del *share*.

La institución que proporciona estos reportes a nuestro país es IBOPE, fundada en 1942, como instrumento de orientación del proceso de decisión de las empresas, lo que permite minimizar los riesgos y maximizar los ingresos de quienes la contratan.

IBOPE AGB México entrega datos a Televisa y Tv Azteca acerca de las características demográficas de las audiencias, sus gustos, la clase social y el tiempo que destinan a ver la televisión, todo esto con la finalidad de dirigir, casi de forma infalible, su publicidad.

Para esta medición se considera que un punto de *rating* es el 1% del universo al que se hace referencia.<sup>74</sup> Según datos que proporciona Televisa el universo de televidentes en las 27 ciudades principales del país donde trabaja IBOPE es de 38 millones, entonces un punto de *rating* de televidentes a nivel nacional equivaldría a 380 mil televidentes.<sup>75</sup> Actualmente estas microcomputadoras, también llamadas *peoplemeters* registran los gustos de la audiencia de 27 ciudades en México. En una entrevista Ana María Ortega Gómez, Vicepresidenta de Relaciones Públicas Corporativas de IBOPE menciona que la empresa brasileña en México cuenta con tres mil veinte procesadores, y si se considera que en cada casa hay un promedio de 2.4 televisores, entonces se puede decir que la medición de los *peoplemeters* se duplica, y se miden entonces un poco a más de siete mil microcomputadoras en nuestro país.<sup>76</sup>

Aunque esta forma de medir el público que se conecta a la pantalla de cristal sólo ofrece datos cuantitativos, no cualitativos y no se puede saber la opinión de la gente sobre la programación a la cual está expuesta. Esta información recabada no es cien por ciento confiable, pero es el medio más socorrido por parte de los productores y anunciantes, pese a las críticas.

La ficción se convierte en un espejo de aspectos importantes de la producción de la industria cultural audiovisual de los países latinoamericanos, a la vez que introduce formas y formatos creativos para contar la “realidad” a las audiencias, cada vez más ávidas de historias, afectos y estéticas audiovisuales.

De estos formatos, la telenovela es el que sigue dominando las pantallas televisivas de la mayoría de países latinoamericanos, este tipo de ficciones sigue obteniendo el mejor *rating* en toda la programación, en comparación con otros géneros y bloques programáticos, como el noticioso, el deportivo o los programas de revista y espectáculos.

---

<sup>74</sup> <https://www.ibopeagb.com.mx/preguntas.php> revisado el 20 de septiembre de 2011.

<sup>75</sup> <http://www.televisa.com/ventas/119735/preguntas-frecuentes> revisado el 20 de septiembre de 2011.

<sup>76</sup> FERNÁNDEZ F., José Antonio. “Entrevista con Ana María Ortega. En IBOPE ya estamos listos para que en México se conozcan los ratings al momento mismo de la transmisión”. *Telemundo*. No. 112. 7 de abril 2010. [http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id\\_notas=9002](http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id_notas=9002) revisado el 20 de septiembre de 2011.

Decenas de personas alrededor del mundo miran telenovelas o formatos cercanos a ella, este hecho habla de una expansión en el consumo. “Tiene relación con una de las marcas de nuestra sociocultura (la latinoamericana), como es el crecimiento en los medios de productos articulados narrativamente, en detrimento de los discursos informativo-argumentativo. Son muchos los registros en diversos países sobre la repercusión de este género, que hablan no sólo de su importancia comercial e industrial sino de su significación cultural y social”.<sup>77</sup>

Es indudable que este género televisivo ha cautivado a los espectadores a quienes se les debe la respuesta de la pregunta, ¿qué mecanismos se utilizan para que el espectador no abandone parcial o totalmente la telenovela?

- La creación de personajes fácilmente identificables.
- La exteriorización libre de los sentimientos de los participantes a través del dramatismo.
- Utilización de elipsis, para que el nivel espectacular de la trama no se pierda.
- Proporcionar ciertos datos al espectador a fin de que éste pueda intuir, visualizar y predecir los conflictos que se desencadenarán.
- Acompañar las escenas con una musicalización adecuada, acorde al tipo de sentimientos y emociones que se pretenden resaltar en la pantalla. Todo melodrama que se aprecie de ser un buen ejemplar de su tipo, debe sustentarse en una apropiada selección de melodías.
- Invitar al televidente a que compruebe que no serán violadas las reglas de creación narrativa del género.
- El carácter episódico de la telenovela contribuye en gran parte ya que le permite a ésta adentrarse en la cotidianidad del espectador.
- Además, la información efímera que ofrece la telenovela no puede normalmente volverse a leer, lo que colabora también en mantener el interés del público.
- Dentro de las estrategias utilizadas para conseguir que el auditorio no pierda detalle de cuanto acontece en la telenovela, sobresale indiscutiblemente, la incursión del

---

<sup>77</sup> MAZZIOTTI, Nora. Op. Cit. P10.

suspense en los finales del capítulo y, en aquellas correctamente editadas, al igual que entre cada corte a comercial.

El público que mira estos productos de ficción televisiva es muy variado, pues se ha diversificado en subgéneros como: las infantiles, juveniles, cómicas, educativas e históricas. Adaptándose a cada sector del auditorio, teniendo como base claramente la preferencia femenina. “Brasil, México y Estados Unidos destacan por la audiencia más expresiva entre el público de 24 a 49 años, mientras en Argentina la mayor expresividad se encuentra en el público joven (hasta 24 años)”.<sup>78</sup>

Existen países donde las transmisiones de capítulos originales se transmite de lunes a viernes, en otros se emiten los sábados, o dos-tres veces por semana. O el mismo capítulo se emite en dos o más horarios diferentes. A veces, en el fin de semana se pasa un resumen semanal. A veces se transmiten en la mañana, otras en la tarde, y las estelares en la noche. Todo esto dependerá del hábito de consumo de las audiencias y de las estrategias de programación de las televisoras, pues muchas veces las telenovelas, sin proponérselo, influyen en las prácticas sociales, ya que forman hábito de reunir a las familias en cierto horario para disfrutar la dosis diaria de emociones.

La industria de la telenovela constituye la zona más dinámica de la producción televisiva en América Latina, y en muchos casos genera los mayores réditos económicos. En algunos países del continente ha desplazado de manera notable a la programación norteamericana, incluso en el horario central, el *prime time*. “Las tendencias de mercado guiaron la programación en el rumbo de la especialización de la ficción nacional para ocupar el *prime time*, el horario más comercial de las televisiones. De ahí se reafirma que el *prime time* es: *nacional*”.<sup>79</sup>

La ficción se ha consolidado también como escenario privilegiado de la publicidad, no sólo a través de los cortes comerciales, sino que ha tenido que desarrollar nuevas formas de persuadir al espectador.

---

<sup>78</sup> Ídem. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2010000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2010000100002&script=sci_arttext) revisado el 5 de agosto de 2011.

<sup>79</sup> Ibídem.

Ante la llegada del control remoto (lo que permite que durante los cortes comerciales los televidentes cambien de canal) las estrategias comerciales se han transformado, utilizando a los personajes de la ficción, del modo que ellos, al estar familiarizados con su público recomiendan o anuncian un producto, marca o servicio directamente a los televidentes. Se asume que los protagonistas tendrán un mayor impacto y convencerán de que el producto funciona en comparación con otros conductores o modelos en la consecución de los objetivos publicitarios entre las audiencias. Por eso quizá los personajes de la ficción comienzan a usarse también para publicitar ideas y deseos que contribuyan al bienestar emocional de los televidentes, como ha resultado en el caso mexicano.

Lo que más se publicita en la ficción son marcas de cosméticos, de limpieza, salud, nuevas tecnologías, como marcas y empresas de telefonía móvil y automotriz. También se ha introducido la propaganda política, anunciadas dentro y alrededor de sus contenidos, acoplándolas de forma natural en cada narrativa.

La inclusión de temas controvertidos de actualidad hace que las telenovelas se conviertan en ventanas desde las cuales se muestran y resuelven ciertas problemáticas contemporáneas, como el derecho al aborto, problemas de alimentación: bulimia y anorexia, problemas raciales, preocupación por el medio ambiente, *bullying*, la pena de muerte, la violencia intrafamiliar, las relaciones homosexuales o los derechos laborales de los trabajadores.

Los principales países productores de telenovelas son México y Brasil. Por un lado los productos brasileños de este tipo suelen tener historias sofisticadas, ponen más énfasis en reflejar cotidianidad y abordar problemáticas de fondo, no sólo relaciones amorosas. Cuidan la calidad en toda la producción, incluyen temas controvertidos como amor entre gente de diferente religión o sobre la clonación humana, "El clon" en 2001.

TV-Globo de Brasil fue la primera televisora que internacionalizó la telenovela. Ha exportado sus éxitos a Portugal desde mediados de los setentas, y desde comienzos de los ochenta barrió fronteras geográficas y políticas introduciendo sus telenovelas en España, Portugal, Dinamarca, Inglaterra y hasta en Japón. "La esclava Isaura" de 1976 y fue declarada en 1988 el mejor programa de televisión de los últimos diez años en Polonia.

Y las mexicanas tienden a ser más conservadoras, siguen el formato tradicional, aunque han sufrido cambios en la producción gracias a la tecnología y las adaptaciones de

los guiones. Concentran los ingredientes básicos de las relaciones amorosas en un contexto familiar complejo y personajes pobres que aspiran a la superación económica y personal.

Televisa de México se concentró en los setentas en el ámbito latinoamericano y en el público hispano de Estados Unidos, y desde mediados de los ochenta reestructura su estrategia de comercialización internacional haciéndose presente en Europa y el norte de África con enormes éxitos de audiencia como “Los ricos también lloran” de 1979, que fue transmitida desde Italia hasta Rusia.

Aunque se empieza a observar una descentralización de la producción de telenovelas fuera de estos dos países. Lo que significa es que el mercado se ha abierto a otras empresas productoras, con un potencial innovador muy alto para poder competir y sobrevivir con sus nuevos productos de ficción.

Tal como en Colombia, en donde existe la tendencia de mostrar características culturales del país, como los problemas producidos por la corrupción o la discriminación. La industria de las ficciones de amor es hoy para Colombia un sector de desarrollo que le permite eliminar barreras en el mercado internacional al seguir las líneas de las telenovelas mexicanas y brasileñas. Entre sus producciones más populares se encuentra “La Potra Zaina” de 1993, “Café con aroma de mujer” de 1994, “Yo soy Betty, la Fea” de 2001, “Pedro el Escamoso” de 2001, “Hasta que la plata nos separe” de 2006 y “Sin tetas no hay paraíso” de 2006.

En Argentina estas producciones tratan de mostrar situaciones cercanas a la realidad de su país. Cuentan con tramas interesantes, e intentan de desarrollar la construcción de los diálogos y los personajes. Sobresalen telenovelas como “Montecristo” de 2006, “Rebelde Way” de 2002, “Los exitosos Pells” de 2008, “Patito Feo” de 2007 y “Vidas robadas” de 2008.

Venezuela ha tenido también un avance en este tipo de tramas, siguiendo el modo clásico de hacer telenovelas. Títulos como “Topacio” de 1984, “Cristal” de 1985, “Abigail” de 1988, “Kassandra” de 1992, “Mi gorda bella” de 2002, han causado gran impacto en el mundo, lo que ha permitido convertir a varios actores venezolanos en verdaderos ídolos alrededor del mundo.

En Estados Unidos, Telemundo se encarga de realizar telenovelas dirigidas al público hispano que radica en ese país. Los temas recurrentes son la inmigración, el choque cultural y la adaptación a un nuevo país. Los diferentes escenarios varían dependiendo dónde se

encuentre ambientada la telenovela, si se trata de un relato en Colombia, en Estados Unidos, en España, en México u otro lugar, como también de los convenios que maneje con varias de las televisoras antes mencionadas para la transmisión y realización de los melodramas. Las telenovelas que sobresalen son “La Reina del Sur” de 2011, “Doña Bárbara” de 2008, “Sin senos no hay paraíso” de 2008, “Pasión de Gavilanes” de 2003, entre otras.

Las diferencias entre sus principales productores muestra el gran desarrollo del género, y cómo cada una de las televisoras ha acostumbrado a sus audiencias a una determinada forma de ficción melodramática. Las producciones nacionales gustan más si se integran temas locales, así el público se identifica más con los personajes y las historias, pero son más difíciles de exportar. En aquellos países con producción importante como Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela, las telenovelas locales son preferidas a las de otros países. Mientras que en las naciones con menor producción local, no tienen más remedio que aceptar las regionales. Como señala Martín Barbero “Las telenovelas se adaptan mejor a las demandas culturales de los diferentes pueblos”.<sup>80</sup>

Así la narrativa y exaltación dramática ha encontrado una enorme resonancia y fidelidad de públicos en las más diversas y alejadas partes del mundo. El impacto social que tiene en cada región depende de las audiencias, su éxito es medible por las exportaciones y el posicionamiento que han alcanzado en diferentes territorios. Las historias narradas son tan universales que explican que no sólo son las favoritas de audiencias locales, sino que puedan ser exportadas a otros países. Aunque es difícil conocer las causas que explican el por qué tienen tanto éxito en lugares tan diferentes como la nación donde se produjeron originalmente.

La telenovela movilizaba e incorporaba a su espacio a la mayor cantidad y calidad de actores, directores, camarógrafos, sonidistas, escenógrafos, editores, escritores y críticos, logrando las mayores audiencias en toda la historia de la televisión latinoamericana; hace visible la diversidad cultural latinoamericana y cuando el éxito se convirtió en trampolín

---

<sup>80</sup> MEDINA, Mercedes y BARRÓN, Leticia. “La telenovela en el mundo. Television Soap Operas on a Global Scale”. Palabra Clave. Volumen 13. Número 1. Junio de 2010. <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewFile/1635/2071> revisado el 7 de agosto de 2011.

hacia su internacionalización, inició un movimiento de unificación de los formatos que equilibró las señas del conflicto entre identidad y heterogeneidad latinoamericanas.

En el caso de algunas telenovelas, las diferencias culturales son borradas de la producción original para que sean mejor aceptadas en otros países; otras conservan las características de las culturas locales en donde son producidas. “...los procesos de globalización son a la vez *homogeneizantes y diferenciadores*”.<sup>81</sup>

Los formatos de este tipo de ficciones se exportan y se adaptan localmente, e incluso se crean conceptos distintos de las versiones originales. Ya no sólo se trata de transmitir el material grabado, sino que se elaboran adaptaciones locales. “No sólo se vende el guión, sino también se explica cómo producir, y hasta la manera de promocionar el producto, el proceso, los criterios para el casting, la creación de talleres creativos para el desarrollo de proyectos viables, atractivos y listos para producción, la escritura de las historias, el desarrollo de los libretos, las adaptaciones y la asesoría en producción”.<sup>82</sup>

La globalización y la creciente inmigración, hacia Estados Unidos y Europa, ha favorecido la difusión de la cultura latinoamericana. Este factor no sólo ha causado el gusto por los melodramas, sino también la producción nacional de telenovelas en los países compradores, y que el género puede ser adaptado a culturas diferentes.

En el caso de México, Televisa comenzó la producción de telenovelas en 1958, y a partir de los años sesenta empezó su exportación a otras naciones latinoamericanas y una década después a Europa del Este. Actualmente exporta a más de cien países, se ha convertido en una empresa internacional de entretenimiento. En algunos casos, las adaptaciones de formatos extranjeros llegan a tener mayores ventas que el formato de la productora original, como “Yo amo a Juan Querendón” de 2008, que se vendió a 32 países, superando la versión original de Colombia “Pedro, el Escamoso”.<sup>83</sup> Este hecho muestra de alguna manera el prestigio de Televisa en el mercado internacional, y representa la televisora con mayor producción y exportación del género.

---

<sup>81</sup> *Ibidem*.

<sup>82</sup> *Ibidem*.

<sup>83</sup> *Ibidem*.



La primera empresa mexicana que compitió con las producciones melodramáticas de Televisa, fue TV Azteca, surgida en 1993. Tres años después se propusieron producir junto con la casa productora Argos sus telenovelas. La primera fue “Nada personal” de 1996, seguida de “Mirada de mujer” en 1997, alcanzando altos niveles de audiencia en México, la cual resultó ser su primera exportación, junto con “Amor en Custodia” de 2006 y “La hija del jardinero” de 2004, lo que colocó a esta compañía no sólo como competencia de Televisa en México, sino también a nivel internacional.

A todo esto las telenovelas latinoamericanas representan, según estudios realizados en 1999 publicados en el libro “Televisión: comunicación global y regionalización”; el 94% de las exportaciones de televisión en español eran producidas por seis compañías: Telefé (Argentina), Globo (Brasil), Caracol (Colombia), Televisa (México), RTCV y Venevisión (Venezuela). Este mismo texto nombra a México y Brasil como exportadores netos y los más antiguos en el mercado, seguidos de nuevos exportadores como Venezuela y Argentina, y los más recientes, Colombia, Perú y Chile.<sup>84</sup>

Respecto a que otros países fuera de nuestro continente miren este tipo de ficciones:

- Rusia continúa comprando melodramas a Latinoamérica, pero hace once años, en el 2000 consolidó una producción propia y en el horario de prime time se ofrecen series y telenovelas rusas.
- España también se ha convertido en productor de telenovelas, esta vez con guiones propios y temáticas locales.
- También la cadena británica BBC ha creado su propia telenovela con formato latinoamericano, “The Guardian” en 2006.
- Arabia Saudita, Siria, Egipto, Israel y China son países que se destacan en la producción de telenovelas nacionales.

Pero, ¿qué ventajas y desventajas tienen estas producciones propias? Los inconvenientes por los que atraviesan estos nuevos países productores de melodramas rosas son los altos costos de producción y la falta de experiencia del equipo para crear estos

---

<sup>84</sup> Ibidem.

formatos. Las ventajas como ya habíamos señalado es que el público siente más cercanía con las historias.

El mérito que tiene la ficción latinoamericana frente a las producciones estadounidenses y europeas, es el modo de tratar los valores universales, donde el núcleo familiar sigue siendo la raíz del desarrollo social, teniendo como referentes el bien y el mal.

Aunque está muy lejos de que las telenovelas latinoamericanas dejen de exportarse, siempre resulta más económico comprar “enlatados” que tienen un éxito comprobado.

### **2.2.1 EL ESPECTADOR FRENTE AL MELODRAMA**

Cuando aparece la televisión hacia los años cincuentas, se inserta en la sociedad fundamentalmente como un medio de información y entretenimiento. Su llegada tuvo tal impacto que invadió todo los lugares cotidianos de la sociedad. Un aparato que unía la imagen en movimiento con el sonido, como lo había hecho el cine, pero ahora era posible admirarla desde el hogar, el trabajo, la escuela y la universidad, los diversos establecimientos comerciales, los hospitales y hasta en el transporte.

Se constituyó como una nueva forma de expresión y de percepción audiovisual que nos permitía viajar en un sólo instante a otra parte del planeta, y en cualquier momento aprender algo sin que seamos conscientes de ellos, pues el aprendizaje viene de la simple observación, además su disfrute no exigía, ni exige necesariamente que abandonemos otras actividades y ocupaciones.

A través de la ficción, la televisión explica y, cuando lo hace, recoge y amplía desmesuradamente una tradición antigua de narración oral, quizá más aun que la escrita. No se trata simplemente de reconocer que la ficción televisiva es narrativa, sino que constituye además el cuerpo descriptivo más impotente de nuestros días y quizá de todos los tiempos. Ningún otro sistema narrativo del presente o del pasado ha implicado a audiencias de decenas de millones de personas como las que cada día en todo el mundo sintonizan este aparato.

Es cierto que cada medio, tiene efectos propios en las mentes de las personas, independientemente de su contenido, la relación que existe entre el televisor y su espectador resulta una tarea difícil analizar. No es una relación unívoca y directa, sino por el

contrario, está suspendida por distintos elementos situacionales, institucionales, culturales, económicos, políticos. Ni el emisor ni los receptores están en el vacío; son sujetos situados socioculturalmente. Su propia adscripción determina tanto el tipo de mensajes como su apropiación. El sujeto receptor no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco sino que “trae” a ella una serie de actitudes, ideas y valores que pone en juego con los mensajes televisivos.

“Los mensajes siempre corresponden a una intencionalidad global condicionada por los objetivos y funcionamiento de la televisión en una sociedad específica. La apropiación de los mensajes por parte de los receptores no es un resultado automático de su exposición a ellos, sino el producto resultante de negociaciones de la televisión. Muchas veces llevan a la resistencia y a la generación de contrapropuestas”.<sup>85</sup>

El televidente tiene la opción de “elegir” que ver de acuerdo a la oferta programática; más allá de la cantidad de tiempo dedicado a estar frente a la pantalla de cristal y los resultados del *rating*, mediante estos procesos no se estima el peso que logran las imágenes en el auditorio, por lo que es necesario cuestionarnos si, ¿es la atención del televidente la que determina la comprensión del mensaje televisivo o, por el contrario, es la comprensión la que posibilita mantener la atención en lo que acontece en la pantalla?

El receptor no “consume” irremediabilmente el mensaje propuesto, sino que “lleva” ese mensaje a otras instancias sociales: con sus amigos, vecinos, compañeros de trabajo, con los que también interactuará. Es en esta múltiple interacción social del sujeto receptor en la que el mensaje “llevado” de la pantalla es reapropiado una o varias veces. No hay ninguna garantía de que la apropiación final tenga la misma información respectó a cómo se contó, precisamente por las diferentes cabezas que lo interpretarán.

La inclusión de la televisión dentro de este continuo del desarrollo de tecnologías de información no sólo ha reforzado su desvinculación del contexto social y cultural en el cual se desenvuelve y en el cual existen los sujetos que reciben sus efectos, sino que además, estos efectos han sido relacionados con habilidades mentales (cognoscitivas) específicas y con el procesamiento de información. Por ejemplo, el movimiento de la cámara de un

---

<sup>85</sup> OROZCO Gómez, Guillermo. “Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio”. Universidad Iberoamericana. México. 1991. P23.

“acercamiento” a un “plano general” se dice que aumenta la capacidad del niño para hacer inferencias. En la misma línea, el paso de una toma centrada en un detalle a una donde se aprecia el todo al cual el detalle pertenece, se relaciona con la habilidad de comprensión espacial.

El proceso de conocimiento está a su vez influenciado por la cultura. Todo televidente es producto y miembro de una cultura y que ella está presente en sus formas de relacionarse socialmente y especialmente en su interacción con la televisión, desde la forma de acercarse a ella hasta la forma de narrar el contenido de algún programa.<sup>86</sup>

En Latinoamérica predominan las empresas privadas en la producción audiovisual, y es a través de este tipo de sistemas televisivos donde la representación de la cultura moderna se hace cotidiana para las mayorías. La construcción de sus relatos inicia su orientación bajo la demanda de los consumos culturales, según las necesidades de reconocimiento, familiaridad, identidad, individual y colectivos mundos sociales, costumbres, estilos de vida, acentos, rostros y paisajes.

“Para los miembros de una determinada cultura, las llamadas a satisfacer estas expectativas son, evidentemente, las formas expresivas y creativas que radican en la misma cultura; por tanto, el público local tiende a concordar su preferencia y su realidad con los productos locales, *cuando están disponibles y con la relativa igualdad de condiciones con los productos extranjeros*”.<sup>87</sup> Por ejemplo, en México la oferta televisiva está constituida por programas y contenidos producidos en ese país.

Para ofrecer a estas audiencias materiales y programas culturalmente próximos, ha sido necesario desarrollar una capacidad de producción a un alto grado de universalismo, mediante fórmulas, estructuras, temas, personajes, valores potencialmente accesibles y reconocibles para los miembros de culturas diferentes.

Fue entonces cuando la producción nacional empezó a crecer, bajo un proceso relativamente rápido se impulsó a la telenovela en varios países (México, Brasil, Venezuela, Colombia, Argentina, entre otros más). Para la década de los noventa las ofertas

---

<sup>86</sup> Ídem. P31-32.

<sup>87</sup> BUONANNO, Milly. Op. Cit. P36.

melodramáticas brasileña, mexicana o venezolana, habían desplazado por completo a la estadounidense del horario principal.

Con lo que la telenovela se va a convertir en una clave estratégica de la producción audiovisual latinoamericana, tanto por su peso en el mercado televisivo como por el papel que va a jugar en el reconocimiento cultural de estos pueblos.

Estudios demuestran cómo desde pequeños hemos desarrollado un “patrón mental del género”<sup>88</sup>, es decir, una plantilla mental de lo que es lo masculino y lo femenino, asociado a los estereotipos de la cultura de occidente.

Un factor decisivo en cuando a cómo actúan los sujetos receptores es el estrato socioeconómico en el que fluyan. La pertenencia a un determinado estrato interviene no sólo en la cantidad de programación que se “consume” diariamente sino también en el horario para ver televisión y, principalmente en el tipo de programación que es consumida. En las clases altas generalmente se cuenta con un aparato en cada habitación y cada quien puede escoger su programación, mientras que en las clases bajas solo existe un televisor, en el que se acoplan todos los gustos familiares al momento de ver el aparato.

De igual modo se otorga a los diferentes géneros un nivel de legitimidad, tal como sucedía con la radio y las radionovelas. Esta legitimidad por ejemplo se asocia a las telenovelas en el caso de la televisión y varía respecto al nivel social. En los estratos más bajos, se tiende a dar mayor legitimidad a la televisión en general y en particular a las telenovelas. Por ejemplo, madres de familia de un sector popular en la Ciudad de México coincidieron en opinar que de las telenovelas se “aprende para la vida”, mientras que madres de la clase alta consideran que éstas mismas “atrofian el desarrollo saludable de la inteligencia de sus hijos”.

Entonces diferentes géneros tiene un impacto en la audiencia, según se contextualice. Por la misma razón algunos géneros televisivos como la telenovela, pueden tener mayor impacto en los receptores que los programas culturales o educativos tradicionales, donde el discurso intelectual frío y poco estimulante es el que predomina.

---

<sup>88</sup> OROZCO Gómez, Guillermo. “Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio”. Universidad Iberoamericana. México. 1991. P32.

“El estudio del impacto de la televisión no puede limitarse al efecto intencionado, buscado a través de ciertos programas instructivos o culturales, ni sólo a lo que en estos programas se propone para ser aprendido. La influencia de la televisión va más allá de los efectos derivados de cierta programación y, por tanto, entender esa influencia integralmente significa ir más allá del estudio de ciertos efectos intencionados de la programación educativa. En el contexto mencionado hay que replantearse la pregunta acerca de los límites de la investigación de efectos en la comprensión del impacto de la televisión comercial en los niños”.<sup>89</sup> A esto corresponde el siguiente cuestionamiento, ¿dónde empieza y dónde termina un texto televisivo?

Tal vez a esto se le pueda atribuir que la telenovela nos acecha con sus imágenes en cualquier lugar público o privado, es esa presencia que al parecer la hace irresistible. Tanto la estrategia mercadológica como las raíces del melodrama actual propias de la cultura popular, fundan parte del placer de verlas.

“Y es también la base de un peculiar modo de lectura estructuralmente ligado a la oralidad: las mayorías que gustan de la telenovela lo que más disfrutan no es el acto de verla sino de contarla, y es en ese relato donde se hace “realidad” la confusión entre narración y experiencia, donde la experiencia se incorpora al relato que narra las peripecias de la telenovela”.<sup>90</sup>

La televisión se ha convertido en el único lugar donde de algún modo el auditorio se encuentra; y al mismo tiempo, donde la telenovela se convierte para las mayorías en el espacio de un orgulloso reconocimiento de sus figuras y sus regiones, como lo hizo “Café con aroma de mujer” en Colombia tomando a la industria cafetera como tema. Mientras tanto la “cultura minoría” vuelca en la televisión su impotencia hacia la pesadilla cotidiana, y la convierte en el blanco al cual cargarle las cuentas de la violencia, del vacío moral y de la degradación cultural.

La televisión es, al mismo tiempo, escenario de la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales las gentes se reconocen y representan lo que tienen derecho a

---

<sup>89</sup> Ídem. P14.

<sup>90</sup>MARTÍN-BARBERO, Jesús. “El melodrama en la televisión o los avatares de la identidad industrializada”. <http://www.scribd.com/doc/6313574/El-melodrama-en-television-o-los-avatares-de-la-identidad-industrializada> revisado el 1 de septiembre de 2011.

esperar y desear. La presencia en el espacio audiovisual del mundo de empresas como la mexicana Televisa o la brasileña Globo se logran a costa de moldear la imagen de estos pueblos en función de públicos cada día más neutros, más indiferenciados, disolviendo la diferencia cultural en el folklorismo y el exotismo más rentable y barato. Son las exigencias del modelo que impone la globalización las que orientan esos cambios.

La expansión del número de canales, la diversificación y crecimiento de la televisión por cable, y las conexiones vía satélite han acrecentado el tiempo de programación empujando una demanda intensiva de programas que abre aún más el mercado a la producción televisiva latinoamericana, y que produce a la vez pequeñas brechas en la hegemonía televisiva estadounidense y en la división del mundo entre un Norte identificado con países productores y un Sur con países únicamente consumidores.

# CAPÍTULO 3

## ESTUDIO DE CASO: “LA ROSA DE GUADALUPE”

Al revisar la programación actual de la televisión se vuelve evidente la gran oferta de series episódicas. Este formato siempre ha atraído al público televisivo, por ejemplo, la telenovela, reina de este tipo de ficción en Latinoamérica, ha estado presente, y ha sido la favorita del público, desde los inicios de la industria. Su formato es el más usual, una historia contada en varios episodios, siendo cada uno la consecución del anterior.

Su extensión depende directamente de la respuesta de la audiencia, así las historias en las diferentes entregas, pueden adaptarse para agregar el número de capítulos que se necesiten para terminar de contar la historia de amor.

La telenovela es muy flexible, en ella se incorporan diferentes motivos, temáticas y climas que vienen de otros géneros; hacen que aparezcan nuevas maneras de contarlos, por lo que “...constituye un buen ejemplo de cómo cambiar reglas, adaptar, parodiar, y continuar siendo un melodrama”.<sup>91</sup>

Otro tipo de series que gozan de gran popularidad tienen un esquema en el cual los episodios sólo están relacionados en un tema específico, y en donde usualmente los personajes e historias son diferentes.<sup>92</sup>

Existen series en las que en cada emisión se cuenta una parte de la historia de los personajes; otras series presentan una historia individual en un solo capítulo, muestran el planteamiento, el desarrollo y el final de esa entrega, lo cual permite al espectador ver una narración con distinta temática en cada transmisión, a este tipo de serie, se le denomina *serie unitaria*.

El objeto de este trabajo es el análisis de una serie unitaria llamada “La Rosa de Guadalupe”, que se rige bajo el esquema de una telenovela, tanto en su forma narrativa

---

<sup>91</sup> MAZZIOTTI, Nora. Op. Cit. P13.

<sup>92</sup> <http://www.nspilar.com/image/LOS%20G%C3%89NEROS%20TELEVISIVOS.doc> revisado el 12 de octubre 2009.



como de producción. En el portal de Internet de Televisa, la describen como “una telenovela compactada y contada con toda su intensidad en una sola hora...”<sup>93</sup>.

“La Rosa de Guadalupe” es una serie de televisión mexicana creada por Carlos Mercado bajo la Producción de Miguel Ángel Herros. Cada episodio cuenta una historia nueva de principio a fin, y en la cual sucede un milagro que funciona como catalizador para llegar al desenlace.

Generalmente se cuenta la historia de algún personaje que tiene un conflicto (personal, familiar, una mezcla de ambas, o vinculada con un amigo o un ser querido) difícil de solucionar, por lo que éste o alguno de sus allegados, después de vislumbrar el problema, le pide a la Virgen de Guadalupe, ayuda a través de alguna oración o petición. Instantes después de cada oración, aparece una rosa blanca, la cual es un símbolo de que la petición ha sido escuchada por la *Morenita* (motivo por el cual la serie recibe su nombre. el nombre “La Rosa de Guadalupe”), y la señal de que todo se solucionará adecuadamente.

Cuando se resuelve el problema, los involucrados son acariciados por un viento, que representa el actuar de la Virgen de Guadalupe, y al final de cada episodio, uno de los personajes narra el mensaje particular de cada capítulo a modo de moraleja. Carlos Mercado, creador de dicha serie, la define como “un programa unitario de una hora, donde la guía es la esperanza y la fe. Usa como pretexto a la Virgen de Guadalupe para contar una historia”.<sup>94</sup>

“La Rosa de Guadalupe” se transmite por el Canal 2 de Televisa. Su horario ha variado de acuerdo a la programación del canal, casi siempre en función del *rating* del programa siguiente, aunque se ha mantenido en la barra programática de la tarde, dominada por las telenovelas del *Canal de las Estrellas*. Se ha transmitido en otros horarios de acuerdo a lo que dicta el personal de programación del Canal 2. Actualmente su horario principal, donde se integran los capítulos originales, es el horario de las cinco de la tarde, los lunes, miércoles y viernes. De estas tres entregas, dos programas son originales y uno es una repetición. En la

---

<sup>93</sup> <http://www2.esmas.com/la-rosa-de-guadalupe/ficha-tecnica/001128/sinopsis-rosa-guadalupe> revisado el 26 de diciembre de 2011.

<sup>94</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

siguiente tabla se puede observar cómo la ficción guadalupana ha cambiado de horarios y qué tipo de programas se transmite:

**TABLA 1 - Horarios de transmisión de “La Rosa de Guadalupe”<sup>95</sup>**

HORARIO	FECHA	DÍA	TIPO DE PROGRAMA
5pm	5 de febrero de 2008	martes y jueves	original y repeticiones
no disponible	17 de mayo al 14 de junio de 2008	sábado	Repeticiones
5pm	1 de diciembre de 2008	lunes a viernes	original y repeticiones
no disponible	22 de mayo al 5 de junio de 2010	sábado	Repeticiones
4pm	12 de julio de 2010	lunes a viernes	original y repeticiones
no disponible	17 de julio al 30 de octubre de 2010	sábado	Repeticiones
4pm	24 de enero de 2011	lunes, miércoles y viernes	original y repeticiones
3pm	31 de enero de 2011	lunes, miércoles y viernes	original y repeticiones
5pm	4 de julio de 2011 a la fecha (este horario varia por la programación del Canal de las Estrellas, puede llegar a retrasarse hasta 15 minutos)	lunes, miércoles y viernes	original y repeticiones
7pm	27 de agosto al 17 de septiembre de 2011	sábado	Repeticiones
12pm	22 de septiembre de 2011 al 27 de abril de 2012	lunes a viernes	Repeticiones
9pm	17 de diciembre de 2011 a la fecha	sábado	Repeticiones

Durante los casi cinco años, "La Rosa de Guadalupe", se ha constituido en uno más de los espacios de expresión de la cultura popular. “La transmisión y recepción de la telenovela ha significado en las culturas latinas un acontecimiento de importancia en la vida cotidiana de sus audiencias, en la construcción de imaginarios individuales y colectivos, en la validación de creencias y expectativas y en la reconfiguración reiterada de esas identidades

<sup>95</sup> Datos obtenidos de la Producción de “La Rosa de Guadalupe” de Televisa.

volátiles, que no obstante dejan sedimentos que perduran por décadas y afloran en los sentires y en los modos de relacionarse unos con otros en los países latinoamericanos”.<sup>96</sup>

Con ese sello estilístico propio esta micro-telenovela se ha convertido en uno de los productos mediáticos de mayor impacto cultural no sólo en México, sino en todos los países a los que llega Televisa y el Canal 2. La idea original de dicho proyecto surgió de un planteamiento que Carlos Mercado había hecho para una telenovela, en donde el eje sería una mujer santa, en vez de la Virgen, sin embargo, no tuvo mucho revuelo y el proyecto fue desechado. Tiempo después se presentó un problema laboral, y Carlos Mercado pensó que no volvería a trabajar en Televisa. Fue cuando acudió a la Basílica de Guadalupe a rogarle a la *Morenita del Tepeyac* que le regresara su carrera. Ahí recordó el proyecto de aquella telenovela y lo relacionó cuando vio a la gente orando y pidiendo peticiones a la Virgen de Guadalupe, y dedujo que podría ser un programa de televisión.

El primer formato trataba sobre una rosa de cristal, pero Carlos supuso que una rosa de cristal iba a llamar mucho la atención, “no es como una rosa natural que a nadie le extraña que alguien la deje ahí. Si es una rosa de cristal, pues empiezas a averiguar, en cambio al ser natural, le da mucha cotidianidad y acerca más al público”.<sup>97</sup> Las demás características que tiene la serie se preservan, “siempre fue igual, siempre hubo vientecito y una petición”.<sup>98</sup>

El proyecto tardó casi un año con ocho meses en que Televisa accediera a producirlo. Carlos Mercado necesitaba de un productor para poder arrancar la grabación. Él relata que logró pasar a la grabación de las Mañanitas a la Virgen, realizadas en la Basílica de Guadalupe por el productor Miguel Ángel Herros. Mercado recuerda que el primer encuentro con ese productor no fue muy grato, “me regañó, estaba jugando con Sheyla (en la Basílica)... Nos saludamos muy efusivamente y nos pusimos a platicar. Entonces, volteó Miguel Ángel y dijo ¡guarden silencio!, lo que nunca en la vida, porque nunca grita. Y por dentro dije, ¡chin, ya

---

<sup>96</sup> OROZCO Gómez, Guillermo. “La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?”. *Comunicación y Sociedad*. N° 6. Nueva Época. Julio-Diciembre 2006. P11-35. P12.

<sup>97</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

<sup>98</sup> *Ibíd.*

valió gorro! Después me acerqué y le dije: miré Señor Herros le traigo este proyecto, y por ahí de enero o febrero del siguiente año, me habló para decirme que sí estaba interesado”.

Es así como comenzó la serie sobre la Virgen de Guadalupe. El primer capítulo fue transmitido el 5 de febrero de 2008 a las cinco de la tarde, con la primera emisión. Desde su inicio hasta el presente,<sup>99</sup> este melodrama lleva cerca de 490 capítulos y más de 1000 transmisiones, éstas incluyen los capítulos originales y sus repeticiones. La producción de más capítulos continúa en 2013. Los datos obtenidos del número de emisiones respecto a los programas originales y repeticiones durante los casi cinco años que lleva al aire es el siguiente:

**TABLA 2 - Número de programas originales y repetidos de “La Rosa de Guadalupe” de febrero de 2008 al 31 de diciembre de 2012 <sup>100</sup>**

AÑO	PROGRAMAS ORIGINALES	PROGRAMAS REPETIDOS	TOTAL
2008	80	28	108
2009	88	173	261
2010	110	153	263
2011	100	64	164
2012	103	88	191

A raíz de la aceptación del programa se han creado productos alternos para la comercialización. En el 2009, el segundo año que la serie estuvo al aire, salió a la venta en México y Estados Unidos el primer volumen en DVD de “La Rosa de Guadalupe” con algunos de los mejores programas. También ese mismo año, Televisa y Editorial Diana decidieron publicar el libro de “La Rosa de Guadalupe”. Y a finales de 2012 salió a la venta el libro “La Rosa de Guadalupe. Testimonio de fe y gratitud” bajo Editorial Televisa, donde se incluyen cerca de tres mil pensamientos sobre la Morenita del Tepeyac pedidos al público en una campaña realizada en 2011 dentro de las cortinillas del programa “La Rosa de Guadalupe”.

<sup>99</sup> Diciembre de 2012.

<sup>100</sup> Datos obtenidos de la Producción de “La Rosa de Guadalupe” de Televisa.

Carlos Mercado recuerda que siempre tuvo claro que iba a gustar, “lo inventé en un momento en el cual necesitábamos un programa como éste. Cuando yo lo escribí fue en 2005, en los meses previos a la espantosa elección que tuvimos en 2006, y yo si percibí la polarización política que tenemos actualmente... decidí que era el proyecto adecuado para mostrar a la gente la esperanza. Detecté la falta de esperanza y la falta de tranquilidad y de paz que hemos tenido como nación, iban a ser cubierta por este programa o iba a satisfacer ciertas necesidades del público”.<sup>101</sup>

Los diferentes premios que ha recibido esta producción son ejemplo de la gran aceptación que tiene en la empresa. En 2008 y 2009 fue ganadora de la Copa Televisa por mejor programa unitario. Tres años consecutivos, 2009, 2010 y 2011, la serie ha ganado el Premio Bravo por el “Mejor Programa Unitario del Año” otorgado por la Asociación Rafael Banquells A.C., Miguel Ángel Herros, Productor Ejecutivo y Carlos Mercado Orduña, escritor y creador de la idea original del programa, recibieron en noviembre de 2011 la Luminaria de Oro y plasmaron sus huellas en la Plaza de las Estrellas, por los cuatro años al aire de la telenovela guadalupana.

### **3.1 LA VIRGEN DE GUADALUPE DENTRO DE UN MELODRAMA**

En México la cultura de los medios ha alcanzado un auge y una recepción masiva tan amplia, que su aceptación formativa fue articuladora de parámetros socio-culturales, al gestar y guiar los códigos que aún hoy rigen las mentalidades y costumbres de nuestra sociedad.

El melodrama es uno de los géneros predilectos para construir dichos parámetros. Afín a la esencia cultural mexicana, este género tiene como marco al núcleo familiar. A través del sufrimiento, los sentimientos y excesos, se va tejiendo un sólido entramado de principios morales y religiosos.

Estos principios acompañados de los valores familiares son inculcados por la madre, por lo tanto resulta ser el eje de este género. Su figura encarna de manera incuestionable, la bondad, los sentimientos, la castidad religiosa, la generosidad absoluta, la devoción

---

<sup>101</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

incondicional hacia sus hijos. En la religión Virgen de Guadalupe actúa como la *madre protectora*. Esta figura religiosa durante estos últimos siglos ha sido personaje principal en obras de cine, teatro, canción popular, pintura, artes plásticas y televisión.

Es de suma importancia para el imaginario colectivo en América Latina ya que su imagen es un elemento femenino de la divinidad, y funge como la Diosa Madre, la Tierra, ya que es infinitamente fértil y dadora de vida. En estas creencias antiguas acerca de la Tierra Madre, al hombre lo han movido el afán y la esperanza de volver y ser cobijado por el seno materno. La concepción primaria de Tierra Madre dio paso con el cristianismo a la concepción de la Virgen Madre, quien nos remite al origen. La Gran Madre es un arquetipo, una imagen interior, eternizada en la conciencia y para la organización psíquica, a la vez un centro y fermento de unificación.<sup>102</sup>

Esa imagen protectora se ha trasladado al melodrama mexicano, presentada como la protagonista de muchas obras. Dentro del cine, es protagonista en uno de los primeros largometrajes de nuestro país, con la película “Tepeyac” de 1917, realizada por Fernando Sáyago.<sup>103</sup>

Este arraigo a la Virgen de Guadalupe empezó con la leyenda sobre su manifestación, y las historias que le acompañan están llenas de hechos interesantes que nos permiten describir la manera en que surgió el culto y cómo fue formando parte de la identidad nacional.

La leyenda parte de la aparición que tuvo ante un indígena llamado Juan Diego, nativo de Cuautitlán en su camino hacia Tlatelolco en el lugar que hoy se conoce como Sierra de Guadalupe. Al mostrarse ante este hombre, la Virgen le pidió que diera aviso de su aparición al Arzobispo de México, Juan de Zumárraga, y le dijera que ella pedía que se le edificara un templo en ese lugar. Juan Diego dio el aviso, sin embargo, la autoridad eclesiástica no le creyó y le pidió que comprobara el hecho. Él al regresar al lugar del anuncio, le contó a la Virgen lo sucedido y ella le entregó la prueba de su presagio. Le dio a

---

<sup>102</sup> MONTAÑO Mondragón, Guillermo. Tesis de Licenciatura en Psicología: “El proceso de construcción individual del creyente guadalupano: un estudio psicológico”. UNAM. Estado de México. 2000. P36-39.

<sup>103</sup> <http://cinemexicano.mty.itesm.mx/peliculas/tepeyac.html> revisado el 26 de diciembre de 2011.

Juan Diego unas rosas quien las depositó en su manto, en el cual quedó grabada la imagen de la guadalupana tal como hoy la conocemos.

Este hecho de la aparición aún hoy en día sigue causando polémica entre creyentes y escépticos. En la época de la colonización se dividió la población entre antiaparicionistas y aparicionistas. Parece que esta negativa de creer en el presagio de la Virgen, produjo un efecto contrario en los indígenas, es decir, mientras más se censuraba su creencia, ellos más se empeñaban en darle crédito y en adaptar sus antiguos ritos y prácticas religiosas con esta imagen, como un símbolo de unión en contra de los opresores españoles. La cuestión del milagro ha sido parte importante del sincretismo religioso en el caso de la Virgen de Guadalupe. De tal modo que las leyendas aparicionistas en América están ligadas a la Edad Media en España cuando las vírgenes se mostraban a los pastores en el campo, con la diferencia de que en América los indígenas eran supuestos testigos, y esto le da una fuerza muy importante ante los pobladores naturales, porque encontraban en la nueva religión una Diosa Madre, tal como la habían tenido antiguamente en Tonantzin (del náhuatl, *Nuestra Madre Venerada*).<sup>104</sup> Se produjo el sincretismo más notable que hubo en Mesoamérica como producto de la mezcla de las divinidades del antiguo México y los santos del catolicismo, con la conversión del santuario de Tonantzin-Cihuacóatl en el de Nuestra Señora de Guadalupe.

Como se sabe, la Virgen ha sido parte de la conciliación de las religiones católicas e indígena, lo que significó un símbolo único de reconocimiento entre los mexicanos. La *Virgen Morena* es descrita en numerosos estudios como patrona de los desamparados que vuelven a su seno materno; ha sido venerada en los siglos de la Colonia, utilizada como bandera por Hidalgo y Morelos en la lucha de Independencia contra España, en la que unió a criollos, indígenas y demás castas sociales de esa época; después se uso como ícono de la Lucha de Emiliano Zapata, luego como emblema del levantamiento Cristero, y en nuestros días como imagen de resistencia socio-cultural de la población chicana que radica en Estados Unidos.

Al incluir en un melodrama a la Virgen de Guadalupe proporciona beneficios claros al programa que la integre. Así en cada episodio de “La Rosa de Guadalupe” las peticiones que se le hacen a la *Morenita*, se convierten en un mecanismo que tiene el creyente, pese a los problemas que atravesase, de obtener la seguridad, mejorará a partir de esos ruegos que se le

---

<sup>104</sup> MONTAÑO Mondragón, Guillermo. Op. Cit. P30.

hagan a la *Madre Santísima*, de modo que deposita su fe en las diversas representaciones que esta divinidad tiene en cada capítulo.

Este programa de ficción ha sido criticado múltiples veces por tener un contenido religioso. El mensaje que aparentemente da es que para resolver cualquier conflicto humano es necesaria la intervención de un poder divino. Sin embargo según palabras de su creador, Carlos Mercado, “la guía (de este programa) es la esperanza y la fe. Usa como pretexto a la Virgen de Guadalupe para contar una historia de una hora”.<sup>105</sup> Esto significa que la serie se encarga de fomentar los valores positivos a través de una historia basada en los milagros de la Virgen.

Hay que tomar en cuenta que la facultad del milagro pertenece al ámbito de lo divino, corresponde su valor al hecho de tender siempre a amparar al ser humano en sus más grandes desgracias. Con todo esto se entiende que la fe hacia un ser superior se debe a que por medios mundanos no hay esperanza para sanar o solucionar un problema determinado, y se deja a la Virgen de Guadalupe la solución más conveniente. Carlos Mercado menciona que dentro de la serie no se habla de religión, nunca se incluye a ningún personaje perteneciente a ninguna Iglesia, simplemente se apoya en la significación de la Guadalupana. “Este programa aborda la fe, la esperanza y de cómo tú tienes que luchar inspirado en una figura... Lo que tú estás viendo es la lucha de un personaje por lograr un objetivo, inspirado en este caso en el ícono de la Virgen de Guadalupe”.<sup>106</sup>

La fe en la sanación, por medio de la Virgen o cualquier otro medio religioso-pagano, se sustenta y formaliza en la creencia, y sólo da explicaciones incuestionables que no pueden ser objeto de análisis por parte de los creyentes, que además darán todo su sentido a las tradiciones religiosas. “La fe se presenta como condición inmanente de fidelidad y pertenencia a una tradición religiosa y ésta a su vez se define como la creencia de lo sagrado y de lo que no lo es; es la creencia en símbolos que representan para el creyente su origen, sentido y pertenencia, además de su relación con el mundo en que vive”.<sup>107</sup>

---

<sup>105</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

<sup>106</sup> *Ibidem*.

<sup>107</sup> MONTAÑO Mondragón, Guillermo. Op. Cit. P.58-59.



Esa “fe” ha llevado a que México sea uno de los países con mayor cantidad de católicos, aunque en los últimos años esa cifra ha disminuido, tal como se observa en la siguiente tabla:

**TABLA 3 - Volumen y porcentaje de la población que profesa alguna religión y tipo de religión de 1950 a 2010<sup>108</sup>**

AÑO	PROFESAN ALGUNA RELIGIÓN						SIN RELIGIÓN	
	TOTAL		CATÓLICA		NO CATÓLICA (población que profesa alguna religión diferente a la católica)		ABSOLUTOS	PORCENTAJE
	ABSOLUTOS	PORCENTAJE	ABSOLUTOS	PORCENTAJE	ABSOLUTOS	PORCENTAJE		
1950	25 791 017	100.0	25 329 498	98.2	461 519	1.8	No disponible	No disponible
1960	34 508 976	100.0	33 692 503	97.6	816 473	2.4	192 963	0.6
1970	47 456 790	100.0	46 380 401	97.7	1 076 389	2.3	768 448	1.6
1980	64 758 294	100.0	61 916 757	95.6	2 841 537	4.4	2 088 453	3.1
1990	67 811 778	100.0	63 285 027	93.3	4 526 751	6.7	2 288 234	3.2
2000	81 078 895	100.0	74 612 373	92.0	6 466 522	8.0	2 982 929	3.5
2010	94 293 194	100.0	84 217 138	89.3	10 076 056	10.7	4 660 692	4.9

Pese a la disminución de católicos mexicanos, la cultura católica sigue arraigada en nuestra sociedad, nos basamos en su sistema de valores para discernir entre lo "bueno" y lo "malo", creemos en su mitología para representar nuestros símbolos morales. Por tal motivo la creencia de los milagros religiosos resultan válidos para la audiencia. Con la intercesión de la Virgen de Guadalupe los finales felices son posibles, rematan con una conclusión en donde la *Madre* es quien nos abriga con su manto, conclusión de un buen melodrama mexicano. Esto hace referencia a la frase de Juan Pablo II mencionada en su última visita a la Basílica de Guadalupe, “los mexicanos son cien por ciento católicos pero ciento cincuenta por ciento guadalupanos”.<sup>109</sup>

Entonces la televisión logra presentar contenidos morales dentro de un contexto ordinario de una manera más perfecta que en el cine y el teatro. Esto se debe a la cercanía e intimidad de este aparato en los hogares. En cambio en el cine y el teatro es más difícil

<sup>108</sup> <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=mrel01&s=est&c=27645> revisado el 20 de enero de 2012

<sup>109</sup> NOTIMEX. “Inicia la vigilia de oración por Juan Pablo II”. *El Universal*. Sábado 30 de abril de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/762436.html> revisado el 5 de enero de 2012.

sintetizar una realidad cotidiana con la moral que maneja el melodrama. Los productos de ficción con este tipo de tramas, manipulan toda clase de tendencias del inconsciente como medio de captar la atención de los grandes públicos. “Este fenómeno de transformar la excitación psíquica en atención es el secreto del éxito del melodrama televisivo”.<sup>110</sup> Según el psiquiatra y psicoanalista alemán, Martin Grotjahn “los realizadores de televisión usan la tensión para distraer, tranquilizar y posponer la integración de los conflictos”.<sup>111</sup>

Así, la narrativa del melodrama logra la explotación de las necesidades del inconsciente al resolver conflictos. Estos relatos atraen al público a jugar con todo tipo de tendencias inconscientes, sin ayudarlo a manejarlas y menos a integrarlas. En tales circunstancias, la realidad exterior, no ofrece apoyo para la reflexión que puede guiar a la resolución de problemas.<sup>112</sup> Por ejemplo, en la moraleja de la serie guadalupana siempre se involucra la imagen de la Virgen al momento en que desaparece la rosa blanca.

La televisión utiliza las necesidades internas del hombre para transmitirle una manera de ver el mundo, bajo ciertos valores y normas, ese mundo “real” que lo obligue a actuar de la forma que más convenga a la élite que tenga el poder.

“La Rosa de Guadalupe” como un producto, un negocio más de la empresa Televisa, ofrece estas necesidades, enseña los valores “de gente bien” y formas de actuar ante ciertos acontecimientos que impactan a sus personajes. Para su creador tratar esos temas es fundamental en esta época de crisis, “tengo el pleno convencimiento de que si hago reaccionar a una persona o una persona se sienta mejor, ya con eso vale más que cualquier comercialización”.<sup>113</sup>

---

<sup>110</sup> QUIROZ G. Op. Cit. P25.

<sup>111</sup> Ídem. P26.

<sup>112</sup> Ibídem. P26.

<sup>113</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

### 3. 2 TODO EN UN CAPÍTULO: ¿CÓMO SE HACE LA ROSITA?

Muchas veces se dice que si has visto una telenovela, las has visto todas. En cierto modo es verdad, todas siguen el esquema del melodrama, y terminan con un final feliz. Pero crearlo, es una tarea compleja. Atraer a un público y mantenerlo cautivo durante una hora, día tras día es un trabajo arduo.

Para lograr esa labor se crean relaciones muy específicas entre la estructura narrativa y los contenidos, argumentos, pausas, recursos expresivos y dramáticos, estereotipos, tipos de personajes tradicionales, de los vínculos entre realidad y ficción, y de la tradición y la modernidad que han marcado al género desde entonces. Un guión se basa en generalizaciones de lo que usualmente ocurre en determinados ambientes, no se trata de resultados espontáneos de la interacción social o de lo que ocurrió una sola vez. Tanto la secuencia como el orden éste, conllevan información cultural, resultado de acciones específicas que la gente emprende para sobrevivir en ciertos escenarios sociales. “Los guiones se pueden aprender por medio de la observación o de la participación directa en la secuencia de eventos. En este sentido los guiones ayudan al espectador a llenar las brechas sobre lo que es apropiado hacer en situaciones sociales específicas, aun cuando no se haya tenido esa experiencia de antemano”.<sup>114</sup>

El proceso para un escritor de televisión según el creador de esta serie es hacer una pequeñísima historia en tres renglones, después, se realiza una sinopsis de cuartilla y media que será transformada en escaleta. Sin embargo, Mercado considera que con su experiencia como co-escritor en las telenovelas “Tres Mujeres” de 1999, y haber sido parte del equipo durante un tiempo de “Mujer, Casos de la Vida Real” de 1985 a 2008, puede saltarse algunos pasos de ese proceso y empezar a escribir escena por escena.

Para realizar un guión de “La Rosa de Guadalupe” interviene Carlos Mercado y su equipo de co-adaptadores con una investigación sobre los temas que proponen en cada episodio, si son muy complejos, pueden llegar a estudiarlos durante quince días. “Desde que se me ocurre el tema, tengo incluso gente que me asesora, en cuanto a medicina, psicología,

---

<sup>114</sup> OROZCO Gómez, Guillermo. “Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio”. Universidad Iberoamericana. México. 1991. P44.

en cuanto a cuestiones legales, obviamente nosotros tenemos que transformar muchas cosas que no podrían pasar en televisión porque lo harían muy aburrido. Todos los temas son súper investigados, no nada más es con permiso ya se me ocurrió. Después de este proceso de investigación, con mi equipo comenzamos a hacer el libreto”.<sup>115</sup>

El equipo de escritores está consciente de la responsabilidad que significa tener un programa melodramático “no es cualquier programa, sabemos que la gente nos toma en cuenta. A lo mejor hay cosas que no lo decimos técnicamente como es, la gente no entendería. Nosotros somos un programa realista. No te puedes ir al extremo, ni puedes hacer las cosas pensando que tu público es estúpido, ni creer que estas creando la televisión de México. Creo que nosotros estamos en el punto medio, darle calidad al público, encontrando los elementos para poder conectar al público y con Miguel Ángel (el productor) lo logramos”.<sup>116</sup>

“La Rosa de Guadalupe” tiene una estructura de muchas escenas cortas. Por cuestiones administrativas, la hora del capítulo se divide en dos capítulos de media hora. El primero, tiene que durar más de 25 escenas, y el segundo, más de 32 escenas, de lo contrario, no se consideran terminados, según el criterio de escritores de dicha serie. “Son las maneras en que nosotros estamos narrando, la literatura siempre va a ser la misma. Simplemente que nosotros lo estamos narrando de una forma completamente diferente”.<sup>117</sup> Los temas que se muestran en la serie están vinculados con la experiencia social de los últimos años. Dramatizan la vida nacional: la corrupción, la guerrilla, el secuestro, el narcotráfico, y por otro lado se vuelve un drama social: los rompimientos generacionales, la independencia de la mujer, las rupturas amorosas, la violencia en las escuelas, la homosexualidad, los problemas alimenticios, la drogadicción, la prostitución, la violencia intrafamiliar, entre muchos otros temas de actualidad.

A esto Carlos mencionó que “el famoso *bullying*, nosotros fuimos el primer programa que hablo de ese problema, hace tres años hicimos un programa que se llama *El color del*

---

<sup>115</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

<sup>116</sup> *Ibidem*.

<sup>117</sup> *Ibidem*.

*viento*, en ese momento pensaban que exageramos, pero incluso uno platica con la misma empresa y te dicen que no hay ninguna prohibición para sacarlo”.<sup>118</sup>

A la producción han llegado historias del público, sin embargo, no se toman en cuenta para la realización de los guiones. “Respeto mucho las historias del público, y tenemos que tener clarísimo que esto es ficción. Y ese era el formato de *Mujer, Casos de la Vida Real* y sí, de si nos parecemos, bueno pues nos pareceríamos más. Y después vinieron una serie de lamentables demandas hacia *Mujer*, entonces muchas de estas personas dijeron que los plagiaron... Sí, claro que, escucho muchas historias respecto a la Virgen, tomo algunos aspectos, pero no es la historia de nadie que me la haya platicado”.<sup>119</sup>

Los argumentos de “La Rosa de Guadalupe” están repletos de enredos, misterios, identidades confundidas, encubiertas y reveladas, expresiones de emociones fuertes, exageraciones, repetidos ciclos de tensiones y resoluciones; los personajes maniqueos operan dentro de un orden melodramático que estructura una visión moralizante de la sociedad.

Se emplean los recursos narrativos necesarios para simplificar la presentación de los personajes, y la comprensión rápida de su función en el relato. Además de lo maniqueo de los personajes, de acuerdo a la visión del mundo defendida por la obra. Son tensiones entre “buenos” y “malos” padres, hijos, hermanos, esposos. Los “malos” están caracterizados por su egoísmo, codicia y envidia. En el caso de los buenos, su propia ambición nunca supera su dedicación a los lazos humanos; sus acciones siempre están regidas por los “vínculos” a otros personajes. Son precisamente estos vínculos lo que los “malos” desconocen y/o destruyen.

“Las bondades y las maldades de los personajes centrales se fundamentan en distintos casos en términos de una psicopatología individual condicionada por su inserción histórica”.<sup>120</sup>

En cada segmento del melodrama se presentan uno o varios personajes y conforme avance la trama, se busca el máximo impacto emocional de los personajes, que se intensifica

---

<sup>118</sup> *Ibidem*.

<sup>119</sup> *Ibidem*.

<sup>120</sup> SINNIGEN, John. “Melodrama y religión: la novelística de Catalina Macpherson”. Revista de Estudios Hispánicos. Universidad de Puerto Rico. Facultad de Humanidades. V.21. 1994. P39.

hasta alcanzar el clímax, momento en que termina el segmento y donde se coloca un comercial. Los demás segmentos repetirán este patrón. Esta serie basa su estructura en las relaciones familiares, y éstas están situadas en la sociedad que representa. En algunos casos, un personaje de extracción social baja desempeña un papel destacado, pero incluso en el final de algunos capítulos encontramos que se ha superado, lo que lo lleva al nuevo orden moral.

La resolución supone la eliminación de la causa del desorden. El principio ideológico según el cual la familia es el pilar del nuevo orden social. Además, aboga por la elección libre de los protagonistas, dentro de unos confines de clase, y por una relación de compañerismo entre ellos para asegurar la firmeza de la constitución del nuevo orden.

La televisión comercial generalmente contiene valores predominantes del sistema social, económico y político, prevalentemente se refieren a los modelos basados en la interacción social ya establecidos, son universales y adecuados a los propósitos de entretenimiento y a las metas de los anunciantes.

“Este modo de impartir sentido a las respuestas de los personajes no es arbitrario, sino que responde a una concepción específica de la audiencia de la televisión de modo que ésta no se toma como un conjunto de individuos *aislados*, ni tampoco como entidad *monolítica*. La audiencia es parte de una cultura históricamente contextualizada. Dentro de esta posición “culturalista”, el sentido que les dan a su aprendizaje de la televisión se toma como la resultante de una negociación continua de las valoraciones dominantes propuestas por las instituciones socializadoras. En parte porque los miembros de la audiencia se les muestra en la pantalla de la televisión una codificación de la realidad social”.<sup>121</sup>

### 3.3 LA AUDIENCIA DE “LA ROSA DE GUADALUPE”

Todo programa busca tener una audiencia constante, por lo que se considera un parámetro para medir el éxito de cada emisión, aunque resulta un misterio saber el por qué el espectador decide ver o no un programa de televisión, dar su visto bueno y decidir si seguirá

---

<sup>121</sup> OROZCO Gómez, Guillermo. “Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio”. Universidad Iberoamericana. México. 1991. P48.

enchufado a tal emisión. Hay programas que hacen grandes esfuerzos y definitivamente no encantan, hasta los grandes productores y escritores llegan a fallar.

Existen varios factores con los que se consigue cautivar al público estos son la calidad de una producción, un contenido atractivo con temas actuales, una edición con el ritmo adecuado, una postproducción que unifique la historia, una música que acompañe el ritmo dramático. Si se cumplen estas condiciones, es muy posible que el programa en cuestión tenga un alto índice de *rating* y *share*. Hay que considerar que la audiencia está ligada al término de receptores y son producto del contexto social que tiene que ver con intereses culturales, pero a la vez es un grupo anónimo, heterogéneo de individuos.

El programa de televisión “La Rosa de Guadalupe” ha persistido y ganado terreno en los hogares de los mexicanos y demás países donde se transmite. “Se enganchan con un todo... además del libreto, que ha sido muy importante... gente que no estaba contaminada por una televisión de ficción, a lo mejor eran grandes hacedores Miguel Ángel y su equipo, grandes hacedores de eventos especiales, pero no estaban en los contenidos y conceptos tradicionales de Televisa, en ese sentido fue muy fácil el poder tener una nueva narrativa visual, una nueva narrativa en la edición, nueva narrativa en la musicalización, nueva entre comillas, pero si una oferta distinta que le pareció atractiva al público”.<sup>122</sup>

Aunque en un principio le costó trabajo posicionarse entre los gustos de la gente, después de medio año de transmisiones en el Canal 2, el Canal de las Estrellas, logró hacerlo. “La Rosa de Guadalupe” vino a sustituir el espacio que ocupaba la serie unitaria “Mujer, Casos de la Vida Real”, que duró 23 años al aire, la cual presentaba problemas sociales de mujeres. Era producida y conducida por Silvia Pinal. Mientras que el formato de la serie producida por Miguel Ángel Herros, no sólo presenta los problemas de hombres, mujeres, niños o niñas, sino que los desarrolla y da una posible solución.

Al principio, la serie de Carlos Mercado trataba de cautivar al mismo público que la serie de Silvia Pinal, sin embargo, eso no tuvo mucho éxito. Mediante pruebas que se hicieron a la audiencia encontraron que el público que estaba presente frente a la televisión

---

<sup>122</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

en el primer horario que se le asignó a la ficción guadalupana, eran adolescentes. Pronto las entregas introdujeron temas de interés juvenil.

Es necesario conocer al público al que se dirigen los contenidos del producto audiovisual para saber qué motiva a los espectadores a atender y asimilar determinados mensajes emitidos por parte de los medios.

La empresa Televisa sigue métodos distintos para calibrar la medición de audiencia de sus programas. Uno es el resultado que da IBOPE, los grupos de opinión y encuestas que ayudan a conocer qué es lo que le agrada y desagrada a los televidentes. Esta información auxilia a la comercialización de la compañía y a los creadores de cada programa, dan datos cualitativos y cuantitativos. De acuerdo al público que se tenga, se modifican los contenidos del programa.

Tras los cambios de horario que ha tenido “La Rosa de Guadalupe”, ha logrado cautivar no sólo a jóvenes, sino que incluye a mujeres de 40 años. Por esta razón, en cada capítulo encontramos que muchas de las escenas recaen sobre la mamá, pero esto no significa que se descuide el público juvenil o que las temáticas cambien.

La audiencia les permite enfocarse en diferentes tópicos de estudio gracias a lo cambiante que es con el paso del tiempo, el público no es estático, incluso cambia su forma de pensar, influido por las novedades tecnológicas, sociales, culturales y políticas.<sup>123</sup> “Ahora está costando posicionar mucho más las cinco de la tarde, que lo que fue en un principio, porque el horario se echó a perder con un programa como *Laura* y el público huyó completamente, y ha costado trabajo hacerlo regresar. Para eso hemos tenido que hacer más llamadas de atención, investigando que es lo que quieren ver a las cinco de la tarde. Y que pueda seguir funcionando el programa”.<sup>124</sup>

Además el creador de la ficción guadalupana aclaró que “la industria es la fábrica. Desde la industria se determinan los diferentes pasos del armado de un producto. Los títulos se hacen bajo determinadas pautas, para tal tipo de público. Y, ahondado más, cuando se los

---

<sup>123</sup> “La Rosa de Guadalupe” volvió a su horario original, a las cinco de la tarde a partir del lunes 4 de julio de 2011, previo a esto se encontraba a las tres de la tarde.

<sup>124</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.



hace se tiene en cuenta el horario en que cada uno de ellos va a ser emitido, la frecuencia, diaria o semanal, o los acuerdos de venta en el exterior. Finalmente esta serie es un negocio para Televisa”.<sup>125</sup>

A pesar de que los estudios de audiencia tienen como prioridad las exigencias de la mercadotécnica, no deja de ser importante la razón por la cual el auditorio sigue ciertos programas, por lo que resulta difícil seguir el comportamiento del público. Con los siguientes cuadros podemos constatar el porcentaje tanto Nacional y del Valle de México, que durante una semana siguió “La Rosa de Guadalupe” en el horario de estreno de la tarde en la barra del Canal 2, donde su base es el melodrama.

Para entender mejor estos cuadros, hay que recapitular lo visto en el segundo capítulo de este trabajo, donde se definía el *rating* y el *share*. El *rating*, mide el número de personas u hogares que se exponen a una determinada propuesta televisiva. Mientras que el *share*, representa el total de los aparatos receptores encendidos que sintonizan un programa en un momento dado en diferentes canales. Por los que el *rating* siempre será un número menor al del *share*.

Dentro de los parámetros que estima IBOPE respecto al número de televidentes en México se estima que son 38 millones de personas. Entonces un punto de *rating* de televidentes a nivel nacional equivaldría a 380 mil televidentes.<sup>126</sup>

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI, el censo del 2010 reflejó que la población es de 112 336 538 habitantes en el país (112 336 538 mujeres, 54 855 231 hombres).<sup>127</sup> Sumado a ese total sólo el 98.2% cuenta con energía eléctrica<sup>128</sup> y la medición que hace IBOPE es sólo en 27 ciudades representativas del país. Hay que tener claro que estos resultados tienen un grado de incertidumbre, por lo que la información contenida en las tablas, sirve como referente.

---

<sup>125</sup> DIMAGGIO, Madeline. Op. Cit. P18.

<sup>126</sup> Ídem. <http://www.televisa.com/ventas/119735/preguntas-frecuentes> revisado el 20 de septiembre de 2011.

<sup>127</sup> <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=17484> revisado el 5 de enero de 2012.

<sup>128</sup> Ibídem.

**TABLA 4 - Rating y Share Nacional y del Valle de México del horario principal de “La Rosa de Guadalupe” de la segunda semana de enero de 2012.<sup>129</sup>**

**LUNES 9 DE ENERO DE 2012 / HORARIO 17:00HRS.  
RATING Y SHARE NACIONAL**

	CANAL 2		FORO TV		CANAL 5		CANAL 7		GALAVISIÓN		CANAL 13		LOCALES												
	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%											
17:00															17:00										
:15															:15										
:30	LA ROSA DE	14.6	39.5	LAS NOTICIAS	1.1	2.9	TRUE JACKSON	5.2	14	FILM 7	5.4	14.7	PELÍCULA	2.9	7.8	LO QUE CALLAMOS	6.4	17.5		1.4	3.7	:30			
:45	GUADALUPE	14.3	37.3	DE LAS 17:00	1.1	2.8	VP	5.6	14	LA CUEVA	5.8	15.2	IMPACTO 2	2.8	7.4	LAS MUJERES	7.1	18.5		1.5	4	:45			
18:00		15.3/39.4	15.3	38.5	1.0/2.8	0.9	2.4	5.6/14.9	6.2	15.4	5.8/14.8	5.8	14.6	ROCKY	3.2	8	6.5/17.5	7.1	17.9		1.3	3.4	18:00		
:15			17.4	42.4	0.8	2	LAS NOTICIAS	0.8	2	DRAKE Y JOSH	5.6	13.6		5.9	14.4	3.5/9.0	3.7	9.1	HUÉRFANAS	6.2	15.2		1.3	3.3	:15
					0.9/2.2		DE LAS 18:00			6.5/14.9							6.9/16.4								

**RATING Y SHARE DEL VALLE DE MÉXICO**

	CANAL 2		FORO TV		CANAL 5		CANAL 7		GALAVISIÓN		CANAL 13		CANAL 11												
	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%											
17:00															17:00										
:15															:15										
:30	LA ROSA DE	10.6	26.2	LAS NOTICIAS	2.6	6.5	TRUE JACKSON	7.3	18	FILM 7	5.8	14.2	PELÍCULA	4.3	10.6	LO QUE CALLAMOS	8.1	20	MISTERIOS DE LA	1.7	4.2	:30			
:45	GUADALUPE	10.2	24.4	DE LAS 17:00	2.6	6.2	VP	7.7	18.4	LA CUEVA	6	14.4	IMPACTO 2	3.7	9.3	LAS MUJERES	9	21.5	NATURALEZA	2.2	5.2	:45			
18:00		11.1/26.8	11.0	26.1	2.5/6.3	2.1	5.1	7.8/18.9	8.5	20.3	5.7/13.7	6.3	14.9	ROCKY	4.2	10	8.2/20.3	7.9	18.7	1.5/3.7	2.1	4.9	18:00		
:15			12.8	30.5	2.1	5	LAS NOTICIAS	2.1	5	DRAKE Y JOSH	7.6	18.2		5.5	13	5.1/12.4	5.4	13	HUÉRFANAS	6.6	15.7	HORIZONTE	1.9	4.5	:15
					2.1/5.0		DE LAS 18:00			6.5/14.9							7.9/18.5					1.5/3.7			

**MIÉRCOLES 11 DE ENERO DE 2012 / HORARIO 17:00HRS.  
RATING Y SHARE NACIONAL**

	CANAL 2		FORO TV		CANAL 5		CANAL 7		GALAVISIÓN		CANAL 13		LOCALES									
	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%								
17:00															17:00							
:15															:15							
:30	LA ROSA DE	14.1	37.3	LAS NOTICIAS	0.8	2.2	DRAKE Y JOSH	7	18.6	FILM 7	4.4	11.5	PELÍCULA	2.1	5.4	LO QUE CALLAMOS	7.8	20.6		1.7	4.4	:30
:45	GUADALUPE	15.1	39.2	DE LAS 17:00	0.9	2.3	6.7/17.6	6.4	16.5	3 DÍAS PARA	4.5	11.6	IMPACTO 2	1.6	4.2	LAS MUJERES	8.2	21.4		1.9	4.8	:45
18:00		15.7/39.6	15.7	40.1	0.8/2.1	1	2.3	6.2	15.9	MORIR	4.8	12.3	STAR WARS	1.5	3.8	8.2/21.1	8.2	20.8		1.9	4.8	18:00
:15			16.3	39.5	1.1	2.5	LAS NOTICIAS	1.1	2.5	DRAKE Y JOSH	7.3	17.7		4.7	11.5	EPISODIO IV	1.9	4.5		1.4	3.5	:15
					1.0/2.4		DE LAS 18:00			6.8/16.8						2.1/5.2						

**RATING Y SHARE DEL VALLE DE MÉXICO**

	CANAL 2		FORO TV		CANAL 5		CANAL 7		GALAVISIÓN		CANAL 13		CANAL 11												
	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%											
17:00															17:00										
:15															:15										
:30	LA ROSA DE	9.5	22.7	LAS NOTICIAS	2.1	5	DRAKE Y JOSH	9.6	22.9	FILM 7	4.9	11.7	PELÍCULA	3	7.2	LO QUE CALLAMOS	10.9	26.1	BESTIAS	1.2	2.9	:30			
:45	GUADALUPE	10.7	24.8	DE LAS 17:00	2.1	4.8	3/21.1	8.4	19.3	3 DÍAS PARA	5.5	12.8	IMPACTO 2	2.7	6.2	LAS MUJERES	12	27.7	LEGENDARIAS	1.5	3.5	:45			
18:00		11.2/25.5	11.1	25.6	2.2/5.1	2.3	5.4	7.9	18.2	MORIR	6	14	STAR WARS	2.2	5.2	11.6/27.1	11.8	27.3	1.3/3.1	1.5	3.5	18:00			
:15			11.7	26.3	2.4	5.3	LAS NOTICIAS	2.4	5.3	DRAKE Y JOSH	9.1	20.3		5.5	12.4	EPISODIO IV	2.9	6.4		12	27	LA VIDA	0.7	1.5	:15
					2.5/5.5		DE LAS 18:00			8.5/19.2						3.2/7.2						0.8/1.7			

**VIERNES 13 DE ENERO DE 2012 / HORARIO 17:00HRS.  
RATING Y SHARE NACIONAL**

	CANAL 2		FORO TV		CANAL 5		CANAL 7		GALAVISIÓN		CANAL 13		LOCALES												
	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%											
17:00															17:00										
:15															:15										
:30	LA ROSA DE	14.3	37.9	LAS NOTICIAS	1.1	2.8	DRAKE Y JOSH	7	18.5	POR FIN ES VIERNES	4.4	11.7	PELÍCULA	2.1	5.4	LO QUE CALLAMOS	5.8	15.4		1.8	4.9	:30			
:45	GUADALUPE	14.5	37.1	DE LAS 17:00	0.9	2.3	6.9/17.6	6.6	16.9	TSUNAMI PARTE1	5	12.9	IMPACTO 2	1.6	4.2	LAS MUJERES	6.8	17.4		1.8	4.6	:45			
18:00		15.1/38	15.3	37.5	0.8/2.2	1.1	2.7	6.6	16.2	4.4/11.9	6.1	14.9	CEMENTERIO DE	1.5	3.8	6.2/16.3	6.6	16.2		1.5	3.8	18:00			
:15			17.1	39.6	1.2	2.8	LAS NOTICIAS	1.2	2.8	I CARLY	7.3	17		5.9	13.7	MASCOTAS 2	1.9	4.5	HUÉRFANAS	5.9	13.8		1.6	3.6	:15
					1.2/2.8		DE LAS 18:00			7.8/17.8						3.9/9.6			6.7/15.5						

**RATING Y SHARE DEL VALLE DE MÉXICO**

	CANAL 2		FORO TV		CANAL 5		CANAL 7		GALAVISIÓN		CANAL 13		CANAL 11												
	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%	rat%	shr%											
17:00															17:00										
:15															:15										
:30	LA ROSA DE	10.9	25.2	LAS NOTICIAS	2.8	6.4	DRAKE Y JOSH	9.7	22.4	POR FIN ES VIERNES	5.8	13.4	PELÍCULA	4.6	10.6	LO QUE CALLAMOS	7.5	17.4	AL EXTREMO	1.5	3.6	:30			
:45	GUADALUPE	11.4	25.6	DE LAS 17:00	2.4	5.3	9.2/20.6	9	20.2	TSUNAMI PARTE1	6.5	14.5	IMPACTO 2	4.8	10.9	LAS MUJERES	8.7	19.6	1.4/3.3	1.7	3.8	:45			
17:00		11.9/26.4	12.3	27.0	2.1/5.1	2.7	6	8.3	18.3	5.3/12.8	7.9	17.2	CEMENTERIO DE	4.8	10.6	8.0/19.0	8.2	18		1.3	2.8	18:00			
:15			13.8	28.3	3.1	6.4	LAS NOTICIAS	3.1	6.4	I CARLY	9.1	18.6		5.9	11.9	MASCOTAS 2	5.8	11.9	HUÉRFANAS	7.6	15.6	SER ECOLÓGICO	0.9	1.8	:15
					3/6.3		DE LAS 18:00			9.6/19.4						5.6/12.4			8.5/17.4			1/2.2			

<sup>129</sup> Datos que IBOPE ofrece a la Producción de “La Rosa de Guadalupe” de Televisa.



**TABLA 5 - Rating y Share Nacional y del Valle de México del horario principal de "La Rosa de Guadalupe" de la segunda semana de enero de 2013.** <sup>130</sup>

LUNES 7 DE ENERO DE 2013 / HORARIO 17:15HRS.  
RATING Y SHARE NACIONAL

	CANAL 2			FORO TV			CANAL 5			CANAL 7			GALAVISIÓN			CANAL 13			LOCALES			
	rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		
17:00																						17:00
:15																						:15
:30	LA ROSA DE	16.6	48.2	LAS NOT. DE LAS 17:00	0.6	1.8	BIG TIME RUSH	4.4	12.8	FILM :DETECTIVE	4.2	14.7	OLVIDADOS	1.3	3.7	LO QUE CALLAMOS	6.2	17.8		1.2	3.4	:30
:45	GUADALUPE	15.9	45.4	2.5/6.3	0.9	2.4	4.6/13.4	5.6	14.4	POR ERROR	4.5	15.2	3.5/9.0	1.2	3.5	LAS MUJERES	6.4	18.2		1.1	3.2	:45
18:00	16.7/48.4	16.1	43.4	LAS NOTICIAS	1.2	3.1	CARLY	5.3	14.3	4.1/11.7	5.2	14.6	GALACINEMA	1.2	3.4	6.8/18.6	6.7	18.1		1.3	3.6	18:00
:15		17.1	44.1	DE LAS 18:00	0.9	2.3	6.5/15.9	6.5	16.9	DIFÍCIL	4.4	11.4	SUEÑO DE	1.4	3.7	7	18.1		1.3	3.5	:15	
				2.1/5.0						DE CREER			AMOR									
										4.6/12.0			3.5/9.0									

RATING Y SHARE DEL VALLE DE MÉXICO

	CANAL 2			FORO TV			CANAL 5			CANAL 7			GALAVISIÓN			CANAL 13			CANAL 11			
	rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		
17:00																						17:00
:15																						:15
:30	LA ROSA DE	13.1	35.5	LAS NOT. DE LAS 17:00	1.7	4.5	BIG TIME RUSH	5.4	14.8	FILM :DETECTIVE	4	10.9	OLVIDADOS	1.3	3.5	LO QUE CALLAMOS	8.4	22.9	BEBES MILAGROSOS EN LA NAT.	2.7	7.4	:30
:45	GUADALUPE	11.9	32.4	2.0/5.3	2.2	6	5.7/15.5	6.1	16.6	POR ERROR	4.4	12	1.3/3.6	0.6	1.5	LAS MUJERES	8.7	23.9	2.0/5.4	2.5	6.7	:45
18:00	13.1/34.3	12.6	32.7	LAS NOTICIAS	3.1	8.1	CARLY	6.5	16.8	4.0/10.8	5.3	13.8	GALACINEMA	0.8	2.2	8.9/23.2	8.7	22.5	HORIZON	1.2	3.1	18:00
:15		14.1	35.6	DE LAS 18:00	2.3	5.9	6.5/15.9	8.1	20.4	DIFÍCIL	4.8	12	SUEÑO DE	0.8	1.9	8.5	21.5	1.0/2.4	0.9	2.1	:15	
				2.1/5.0						DE CREER			AMOR									
										5.0/12.5			2.1/4.7									

MIÉRCOLES 9 DE ENERO DE 2013 / HORARIO 17:15HRS.  
RATING Y SHARE NACIONAL

	CANAL 2			FORO TV			CANAL 5			CANAL 7			GALAVISIÓN			CANAL 13			LOCALES			
	rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		
17:00																						17:00
:15																						:15
:30	LA ROSA DE	17.7	50.0	LAS NOT. DE LAS 17:00	1	2.8	BIG TIME RUSH	4.8	13.5	FILM 7: DAN EN LA	3.7	11.5	OLVIDADOS 1.2/3.3	1.3	3.6	LO QUE CALLAMOS	5.8	16.3		1.2	3.4	:30
:45	GUADALUPE	17.7	49.7	0.9/2.5	1.1	3.1	4.8/13.3	4.5	12.5	VIDA REAL	3.6	11.6	GALACINEMA	1.8	5.1	LAS MUJERES	5.8	16.2		1.2	3.4	:45
18:00	17.9/48.7	18.2	48.5	LAS NOTICIAS	1	2.8		5	13.2	3.5/10.0	3.7	12.3	BAILA	1.8	4.8	6.5/17.6	6.5	17.2		1.3	3.5	18:00
:15		18.3	47.7	DE LAS 18:00	1.1	2.8	CARLY	5.1	13.3	DIFÍCIL	3.4	8.9	CONMIGO	2	5.2	7.1	18.5		1.4	3.6	:15	
				1.1/2.8			5.4/14.0			DE CREER			2.9/6.9									
										3.9/10.1												

RATING Y SHARE DEL VALLE DE MÉXICO

	CANAL 2			FORO TV			CANAL 5			CANAL 7			GALAVISIÓN			CANAL 13			CANAL 11			
	rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		
17:00																						17:00
:15																						:15
:30	LA ROSA DE	12.7	34.1	LAS NOT. DE LAS 17:00	2.5	6.7	BIG TIME RUSH	6.2	16.7	FILM 7: DAN EN LA	4.5	12.2	OLVIDADOS 1.8/4.9	1.6	4.2	LO QUE CALLAMOS	8	21.5	CAZADORES DE LA PREH	1.1	3.1	:30
:45	GUADALUPE	12.7	34.9	2.3/6.3	2.7	7.4	6.2/16.4	5.9	16.1	VIDA REAL	4	11.1	GALACINEMA	2.3	6.2	LAS MUJERES	7.4	20.3	1.3/3.6	1.2	3.2	:45
18:00	12.8/33.6	12.6	33.3	LAS NOTICIAS	2.7	7.1		6	15.8	3.9/11.0	4.5	11.9	BAILA	2.3	6.1	8.7/22.6	8.4	22.2	CRIANDO AL	0.8	2.2	18:00
:15		13.2	32.8	DE LAS 18:00	2.7	6.6	CARLY	6.7	16.5	DIFÍCIL	3.6	9	CONMIGO	2.6	6.4	9.5	23.7	BEBÉ	1.2	3	:15	
				2.7/6.8			7.0/17.1			DE CREER			3.7/8.3									
										3.9/9.4												

VIERNES 11 DE ENERO DE 2013 / HORARIO 17:15HRS.  
RATING Y SHARE NACIONAL

	CANAL 2			FORO TV			CANAL 5			CANAL 7			GALAVISIÓN			CANAL 13			LOCALES			
	rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		
17:00																						17:00
:15																						:15
:30	LA ROSA DE	19.6	50.8	LAS NOT. DE LAS 17:00	0.9	2.5	BIG TIME RUSH	7	18.5	LUCHA LIBRE WWE	2.6	7.3	OLVIDADOS	1.2	3.5	LO QUE CALLAMOS	5.2	14.8		1.2	3.4	:30
:45	GUADALUPE	18.4	52.7	0.8/2.3	1	2.8	4.6/13.3	6.6	16.9	SMACKDOWN	2.4	6.9	1.1/3.2	1.5	4.3	LAS MUJERES	5.9	16.8		1.2	3.5	:45
18:00	19.0/51.9	18.4	50.8	LAS NOTICIAS	0.9	2.4		6.6	16.2	3.5/9.2	3	8.3	GALACINEMA	1.5	4.2	6.1/16.8	6.2	17.1		1.2	3.2	18:00
:15		19.4	51.1	DE LAS 18:00	1	2.6	CARLY	7.3	17		3.2	8.5	EL ÚLTIMO	1.9	4.9	6.6	17.5		1.1	2.9	:15	
				0.9/2.5			6.1/15.2						REGALO									
													2.3/5.5									

RATING Y SHARE DEL VALLE DE MÉXICO

	CANAL 2			FORO TV			CANAL 5			CANAL 7			GALAVISIÓN			CANAL 13			CANAL 11			
	rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		rat%	shr%		
17:00																						17:00
:15																						:15
:30	LA ROSA DE	14.0	44.3	LAS NOT. DE LAS 17:00	2.3	7.3	BIG TIME RUSH	4.6	14.7	LUCHA LIBRE WWE	2.2	7.1	OLVIDADOS	1.2	3.7	LO QUE CALLAMOS	6.1	19.4	AL EXTREMO	0.7	2.4	:30
:45	GUADALUPE	12.1	38.3	2.0/6.6	2.5	7.9	4.6/15.0	4.6	14.6	SMACKDOWN	2.2	7.1	1.3/4.2	1.7	5.3	LAS MUJERES	7.6	24.1	0.7/2.1	0.4	1.4	:45
18:00	13.6/38.6	12.9	37.7	LAS NOTICIAS	2.2	6.5		4.9	14.3	3.5/9.3	2.9	8.4	GALACINEMA	1.8	5.4	7.9/22.8	8.4	24.7	CONSUMISTAS	0.6	1.6	18:00
:15		14.8	38.4	DE LAS 18:00	2.5	6.5	CARLY	5.2	13.6		3.4	8.7	REGALO	2.3	5.9	8.7	22.7	1.2/3.0	1.1	2.8	:15	
				2.4/6.4			7.1/17.1															
													3.1/7.1									

<sup>130</sup> Datos que IBOPE ofrece a la Producción de "La Rosa de Guadalupe" de Televisa.

A lo largo de casi cinco años que lleva al aire, las emisiones de esta serie se han basado en capítulos originales y repeticiones. En cierto momento, se transmitía de lunes a viernes con dos originales y tres repeticiones, en otro tiempo se pasaban cinco originales a la semana; o en otra solo se pasaban repeticiones. Sin importar mucho si se tratase de un programa nuevo o uno viejo, la puntuación del *rating* no disminuía, muchas veces tenían más los repetidos que los nuevos.

Estas dos muestras de *rating* y *share* del horario de la segunda semana de enero tanto de 2012 y de 2013, muestran que el programa de los milagros de la Virgen se mantiene el mismo nivel de audiencia. Su aceptación parte de los supuestos mensajes positivos que imperan en cada capítulo, aunque muchas veces sólo remarquen los estereotipos negativos de la sociedad, por ejemplo, la imagen de un adolescente que sólo se dedica a la escuela, lo pintan como un aburrido que usa frenos y lentes de fondo de botella, con una vestimenta que es anticuada y él es carente de personalidad, por lo que es molestado con frases como “¡Ay... es un nerdo!”.

Algo que critican los receptores es que las historias llegan a ser irreales, porque siempre terminan bien, y en la vida real las cosas no son así, a lo que Carlos comenta que “el día que el programa no termine con un final feliz y que no haya milagro, se acaba este programa”.<sup>131</sup>

Tener un final justo y feliz, no es un final fácil de lograr. El melodrama sigue al pie de la letra el dicho: *Cada quien cosecha lo que sembró*, de manera natural, proporcional y verosímil, a pensar de cuanto el escritor haya permitido que se complicaran las cosas. Esa conclusión tranquilizadora, confirma en el espectador la noción de que el pleno valor de la vida sólo se consigue mediante la actitud de ser *bueno*. “Un final que no sea justo, tan sólo demuestra que la obra rebasó a su escritor, y que éste carecía de ingenio y creatividad suficientes como para conseguir una conclusión justa”.<sup>132</sup>

Los guionistas han implementado un conjunto de frases en cada una de sus emisiones, tal vez en espera de que el público se adueñe de ellas, y así poder contrastar el

---

<sup>131</sup> Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

<sup>132</sup> DIMAGGIO, Madeline. Op. Cit. P24.

éxito de la serie. Algunas frases son: "Está del uno...", "Está de poca...", "Chiquibaby my love...", "¡Eres una buenaza!...", "Tiene un cuerpower...", "Mi sista...", "¡No manches!...", "Me lates cañón...", "Ya sacaste boleto...", "Está OMG...", "¡Ay... es un nerdo!", entre otras. Pero lo que realmente han logrado posicionarse y se ha llevado fuera de la pantalla chica, es el efecto de aire al que se enfrenta el protagonista cuando se resuelve el problema. Todas estas características han sido objeto de interés general, tanto en redes sociales como en pláticas triviales, tomadas muchas veces en tono de mofa. Sin importar, cual sea la forma en que se considere, han trascendido las fronteras de la pantalla chica.

Bajo el formato que a continuación se muestra el público, se ha creado un análisis cualitativo de cómo la audiencia percibe la serie de ficción en cuestión.

**ENCUESTA 1 – Encuesta del portal de Televisa “Tú Opinión es Importante” sobre “La Rosa de Guadalupe”.**<sup>133</sup>

**¿En que horario ves “La Rosa de Guadalupe”?**

De 12:00 a 1:00 pm       De 5:00 a 6:00 pm       En ambos horarios

En ninguno, ¿por qué? \_\_\_\_\_

**En general, los capítulos de “La Rosa de Guadalupe”, te parece que son:**

Nuevos       Repetitivos       No sé

**¿Qué tipo de problemáticas te gusta más que se aborden en “La Rosa de Guadalupe”?**

Las de niños       Las de jóvenes       Las de adultos

Todas las anteriores       Me es indiferente

**¿Te has llegado a identificar con alguno de los casos de “La Rosa de Guadalupe”?**

Sí       No

**Las soluciones a los problemas que se presentan en los capítulos de “La Rosa de Guadalupe” te parecen:**

Creíbles       Poco creíbles, ¿por qué? \_\_\_\_\_       Nada creíbles, ¿por qué? \_\_\_\_\_

**Para este 2012, ¿qué temas te gustaría que se abordaran en “La Rosa de Guadalupe”? Máx. 350 caracteres**

\_\_\_\_\_

**Correo electrónico:** \_\_\_\_\_ **Edad en Años:** \_\_\_\_\_ **Sexo:**  Femenino  Masculino

**Ocupación** \_\_\_\_\_ **Escolaridad** \_\_\_\_\_

**País** \_\_\_\_\_ **Ciudad** \_\_\_\_\_ **Estado** \_\_\_\_\_

**¿Dónde ves el Programa?**

**Escribe tus comentarios y tu mail para poder responderte Máx. 350 caracteres**

\_\_\_\_\_

<sup>133</sup> <http://encuestas.esmas.com/larosadeguadalupe/> revisada el 4 de enero de 2012

Este análisis de tendencias de opinión hechas a partir de la campaña “Tu Opinión es Importante” realizada desde 2010 para sondear los gustos de la audiencia que ve los programas de Televisa, refleja que los aciertos, desaciertos y sugerencias para el programa “La Rosa de Guadalupe”, estos son los siguientes:

#### **Aciertos:**

- Algunos capítulos gustan mucho.
- El público se identifica con algunos temas.
- El programa enseña valores para la sociedad.
- El programa ayuda a ver la problemática de los jóvenes en la actualidad y esto ayuda a los padres a mantenerse alerta.
- “La Rosa de Guadalupe” muestra situaciones complejas que nos pueden suceder y nos dan tips de cómo solucionarlos.
- Ayuda a los jóvenes a darse cuenta de los peligros que hay en la vida.

#### **Desaciertos**

- Pasan muchos anuncios, y esto hace que el público pierda la atención sobre el programa.
- Algunos de los episodios son poco objetivos y sienten que los milagros son falsos.
- Algunos de los programas están sobreactuados.
- El programa empieza a ser repetitivo y aburrido.
- El público se sintió ofendido con los capítulos sobre las culturas urbanas, como los otakus, frikis, cosplayer, emos, etc. Se percibe que no hacen investigación profesional de los temas.
- Antes gustaba más el programa, ahora han cambiado mucho las historias.
- En lugar de fomentar la diversidad de opiniones, ideologías y preferencias, atacan, humillan y discriminan a grupos sociales.
- Se piensa que el programa incita a los jóvenes a tener relaciones sexuales a los 15 años.

#### **Sugerencias**

- El público pide que las historias sean diferentes y no sean tan repetitivas.

- Los jóvenes no hablan así, les parecen raras las formas de hablar, le quita credibilidad.
- Al público le gustaría que abordaran otros temas y no sólo del maltrato escolar.
- Si hablan de un tema deben profundizar sobre él, ya que pueden ofender a alguien.<sup>134</sup>

La religión siempre ha formado parte del melodrama como anteriormente se había mencionado. No solo “La Rosa de Guadalupe” a tratado de enfatizar que por medio de la fe religiosa los problemas se solucionan.

Un programa unitario que aborda el tema de la religión es “Touched by an Ángel” nombre en su versión original y “El toque de un ángel” en Latinoamérica, serie de televisión estadounidense creada por Juan Masius, producida por Martha Williamson y emitida por Columbia Broadcasting System, CBS, entre 1994 a 2003. En total se emitieron nueve temporadas y 200 capítulos.<sup>135</sup>

La serie giraba en torno a las misiones de un grupo de ángeles que fueron enviados por Dios a la Tierra. El personaje principal es Mónica, un ángel dulce y cálido que entrega a la gente un mensaje de esperanza a varias personas que se encuentran en una encrucijada en sus vidas. Además se encuentra la Supervisora de Mónica, Tess. Desde la tercera temporada en adelante, se unió Andrew, el ángel de la muerte. La excusa para la trama de esta serie, es que Mónica esta en el proceso de que la promuevan a Supervisora, este título le es concedido después de su último caso en el final de la serie.

En México se creó “A cada quien su santo” melodrama de TV Azteca, producido en un principio por Genoveva Martínez y actualmente por Eva Hernández. Se basó en la idea original de Camila Villagrán y lo transmiten desde 2009 a la fecha, de lunes a viernes a las 16:00 hrs. por canal 13.<sup>136</sup>

En este programa se narrarán las historias de personas que se encomiendan al santo de su devoción, para pedirle ayuda por los problemas que atraviesan. El programa, casi

---

<sup>134</sup> Producción de “La Rosa de Guadalupe” de Televisa 2012.

<sup>135</sup> <http://www.touched.com/touched05/about.php> revisado el 2 de abril de 2012.

<sup>136</sup> <http://www.tvazteca.com/a-cada-quien-su-santo> revisado el 2 de abril de 2012.

siempre, funciona de esta manera: un personaje vive alguna catástrofe en su vida, pierde la “fe” a raíz de esta y acto seguido, empiezan a ocurrir atrocidades en su vida, después por alguna situación diferente, al personaje le vuelve su “fe” y su vida mejora.

La similitud entre estos dos programas y “La Rosa de Guadalupe” es que fomentan en el inconsciente colectivo la idea de que sus problemas, cualesquiera que sean, se resolverán por medio de la intervención divina, a través de la gran cantidad de sus rezos.

Son telenovelas compactadas y contadas a toda su intensidad en una hora, programas de divertimento familiar, que emiten mensajes positivos, de esperanza y de lucha, y que únicamente responde a la necesidad de creer en los milagros, en los sueños, en las historias de amor y finales felices, con personajes positivos y aspiracionales.

El programa estadounidense no define su intrusión en alguna religión en específico. Los ángeles son seres inmateriales a menudo representados como mensajeros de Dios. Ellos aparecen en los principales textos de la religión judía, cristiana o musulmana. Entonces, los ángeles son normalmente considerados como criaturas de gran pureza destinadas en muchos casos a la protección de los seres humanos. Con este programa los jóvenes se entretenían e identificaban con las acciones benévolas de estos seres celestiales con sus acciones moralmente positivas.

Este tipo de series apuestan por mostrar aspectos donde hay desesperanza, pobreza y tragedias, se habla de historias de fe, será algo que a la gente le gusta ver. Aunque podría ser un acierto para estos formatos, no es lo único por lo que hay que abogar en la televisión, puede buscarse otro modo más apegado a la realidad sin llegar a dictar un sermón tan moralista.

A pesar de que en México existe la pluralidad religiosa, las dos principales cadenas del país que dominan el espectro televisivo, Televisa y Tv Azteca, privilegian en sus programas la religión católica. Ya sea el 12 de diciembre, con “Las Mañanitas a la Virgen de Guadalupe”, donde sus cantantes y actrices le cantan a la Virgen, y en sus telenovelas hacen referencia a santos y vírgenes, milagros y obstáculos derribados por la fe.

Usan la imagen de la Virgen de Guadalupe para sacar partido, a pesar de que en México ningún grupo religioso tiene autorización para manejar un canal de televisión abierto, sólo pueden existir por los sistemas de paga, como es la señal por cable o vía satelital.



Pareciera que existe un acuerdo entre la Iglesia católica y las televisoras para difundir imágenes o contenidos religiosos, sin contratos en forma. Entienden el peso del culto mariano. Estas empresas resaltan tradiciones de una parte de la población, pero ¿dónde quedan representadas las otras fracciones? Por ley las empresas privadas de televisión, que usan por concesión el espectro radioeléctrico propiedad de Estado, deben ser laicas y abiertas a exponer todo tipo de creencias religiosas.

En varios lugares del mundo, donde hay grandes concentraciones de fe alrededor de un santo o una virgen hay parafernalias y ventas. Hasta cierto punto es inevitable la comercialización. El problema es cuando se tergiversa el espíritu de los devotos. Para empresarios y clérigos, es domesticar una creencia que les deje ciertas ganancias. La Virgen de Guadalupe representa el sincretismo de la religión indígena y del cristianismo, Tonatzin-Guadalupe elige al pobre, al desprotegido. Por eso en nuestros días es tan popular este símbolo.

Con la serie de televisión titulada "La Rosa de Guadalupe" el consorcio mexicano Televisa refrenda la suerte de patente informal que ostenta para sacar partido comercial del ícono religioso de este país. Los milagros de la Virgen, más allá de la pantalla chica, son entendidos como un bien, una subjetividad que provee de bienestar y paz, donde la empresa productora obtiene beneficios.

### **3.4 LA PRODUCCIÓN DE LA ROSITA**

Gran parte del éxito de un programa televisivo radica en combinar de manera atinada cierta dosis de creatividad y cierta disciplina para la organización del trabajo. Para lograrlo, es necesario conocer la serie de elementos que se interrelacionan durante una determinada producción.

Aunque no existe un método para la producción de programas, dado que cada uno plantea un reto distinto, se pueden establecer ciertas generalidades que ocurren siempre y que constituyen el proceso, lo cual ayuda a comprender la interrelación de variables de diversa índole cuya combinación le brinda un carácter único a cada emisión.

La palabra “producción” viene del latín, formada por el prefijo *pro*, significa hacia adelante y por *duce* y sus derivaciones, significa dirección o conducción, más el sufijo *tio* (ción), significa acción y efecto.<sup>137</sup>

El término *producción audiovisual* es el proceso que consiste en el desarrollo de aquellas actividades relacionadas con la planificación, organización y administración de recursos financieros y materiales para llevar a cabo un proyecto de realización audiovisual.

Es necesario señalar que la producción empieza mucho antes de la acción misma de producir al seleccionar la materia por transformar. Mientras mejor sea ésta, mejor será el producto final. Es necesario controlar su calidad con el mismo afán y cuidado con que se controlan los resultados.

En general dentro de la producción de televisión la calidad y cantidad del producto es directamente proporcional a la transformación esperada. Es como elaborar un pastel, la cantidad de cada ingrediente guarda una relación con el resto, de tal manera que si se quiere aumentar la cantidad de pastel, será necesario aumentar la de los ingredientes en la misma proporción. La función productiva de al hacer televisión, consiste en saber la cantidad y relación de los insumos a utilizar a fin de cumplir con la meta esperada en tiempo y forma adecuados.

Para dar cuenta de los insumos necesarios para crear un programa, se debe saber de antemano la dimensión del proyecto a realizar. Es forzoso conocer cómo se organizarán las tareas a realizar y los periodos de cada fase de la producción hasta la entrega del producto.

Al tener una relación de las necesidades de los procesos de producción se toman decisiones sobre los métodos precisos para conseguir los fines esperados. Estas decisiones son tomadas en determinados puntos alternativos que fijan el curso de la creación del proyecto y serán tomadas a partir del número de programas a producir, su periodicidad, el *staff* necesario, el tipo de actores que se incluirán, la cantidad de locaciones, la escenografía, la ambientación, los efectos visuales, entre muchas otras cosas.

---

<sup>137</sup>HORNELAS Pineda, Carlos Manuel. “La producción en televisión”. <http://productiontv.pbworks.com/w/page/18735960/La%20producci%C3%B3n%20de%20televisi%C3%B3n> revisado el 10 de febrero de 2012.

Cada producto implica cierto trabajo realizado en diversas fases hasta conseguir su transformación total. Puede establecerse un estándar de tiempo para cada fase a fin de controlar la producción.

De hecho, en algunos casos, pueden reducirse paulatinamente los tiempos, si se tiene en claro el número de etapas y las operaciones requeridas en cada una de las etapas de producción, a esto se le llama productividad, al realizar el proceso más eficientemente.

Una de las maneras de reducir el tiempo de producción es aumentar la especialización en las operaciones, es decir, hacer que cada sujeto encargado de ejecutar un determinado trabajo en una fase del proceso concentre su atención en una sola función. Por el contrario, cuando la producción recae en una sola persona, implica un mayor desgaste dado que las labores y tareas no están divididas y no pueden realizarse simultáneamente, lo cual hace que se consuma más tiempo, y que exista la posibilidad de un error humano.

Otra manera de reducir el tiempo de producción puede lograrse a través de conocer en profundidad las fases del proceso, porque ayuda a planear actividades que pueden realizarse de manera simultánea sin periodos de espera para reducir el tiempo.

Toda producción se orienta a conseguir determinados objetivos. Son éstos los que determinan en buena medida el proceso más idóneo para llevarla a cabo y el entorno en el cual se genera.

Desde el punto de vista de la competencia, se dice que el objetivo del proceso es entregar mejores resultados de manera oportuna a un precio asequible, con el mayor margen de ganancia. Lo cual implica planificar cuidadosamente cada etapa para obtener la mayor cantidad de producto y reducir al mínimo la cantidad de merma de manera simultánea durante el proceso.

Llevar a cabo un determinado proyecto televisivo implica tener nociones mínimas de administración. Se dice que en un proceso de producción es necesario controlar su gestión, en función de los productos o servicios esperados.

Al igual que ocurre con el equipo de producción de la cadena, no existe un único paradigma que se aplique por igual en todas las productoras independientes. La organización interna suele variar, sobre todo, en función del tamaño de la empresa y de la

envergadura de los proyectos que afronte.

En México muchas veces se toma como modelo la industria americana, de la que aplican sobre todo el perfil de Productor Ejecutivo (*Executive Producer*), máximo responsable del contenido televisivo en todas sus facetas (creativas, económicas, comerciales, etc.).

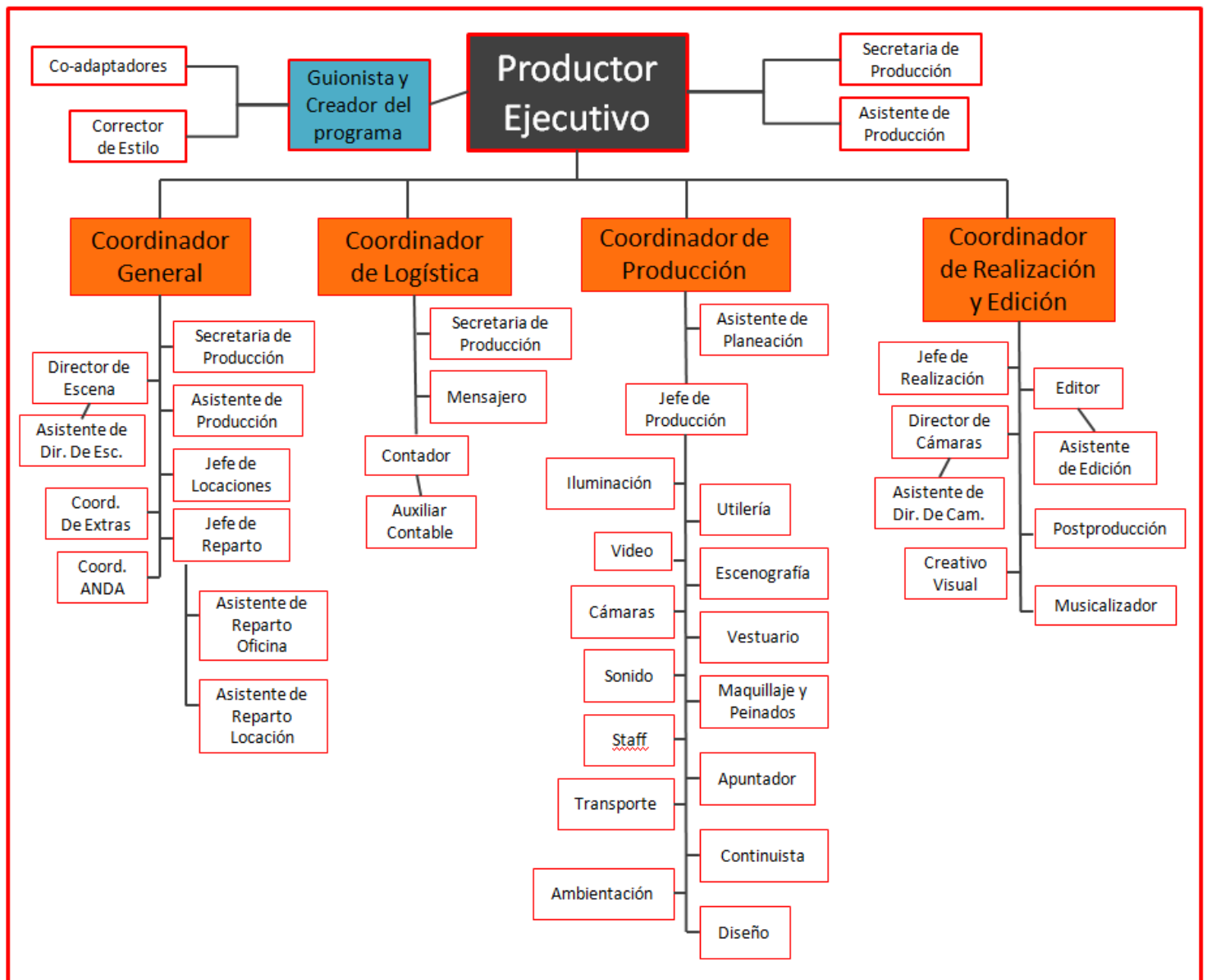
En el caso de Televisa cada uno de los departamentos de ficción está organizado de manera diferente, y de acuerdo con sus características particulares, su infraestructura y sus necesidades. En cualquier caso, las figuras principales son: el Productor Ejecutivo, los Coordinadores y el Guionista. Una vez establecida la modalidad de producción, cada parte aporta lo convenido.

En la “La Rosa de Guadalupe”, Miguel Ángel Herros es el Productor Ejecutivo, quien es el responsable último de la realización de la serie y se concentra en su figura el control absoluto y la supervisión del proceso completo de producción. Se puede hacer la analogía con un capitán de una embarcación: es el primero en incorporarse y el último en abandonar el barco, controla la sala de máquinas, la velocidad y las operaciones de guiado que permiten llegar a puerto.

El Productor Ejecutivo toma las decisiones que requiere cada programa, pues conoce profundamente el medio televisivo y la empresa en el que se encuentra. Desde los aspectos comerciales y administrativos hasta las partes artísticas y técnicas. No debe derrochar ni escatimar para no restar la calidad demandada de cada episodio de la serie guadalupana.

El Productor Miguel Ángel Herros delega tareas a los Coordinadores respecto a las áreas pertinentes que demande la producción: General, Logística, Producción, Realización y Edición. A la vez estos Coordinadores dividen su responsabilidad a otros para llevar a cabo la producción de esta ficción. El Guionista de esta serie, como se había mencionado, es también el creador de dicha serie y entrega los capítulos pocos días previos para la grabación. El organigrama describe cómo se compone el equipo de producción de esta ficción:

**ESQUEMA 2 - Organigrama de la Producción de “La Rosa de Guadalupe”<sup>138</sup>**



Bajo estos lineamientos se rige la producción de *la Rosita*, como también es conocida en el equipo que la hace. El proceso de la creación de un capítulo empieza con la investigación del equipo de escritores. Cuando ese proceso de escudriñamiento está terminado se escribe el guión. Luego se procede a seleccionar a los actores y las locaciones de acuerdo a los requerimientos del episodio.

<sup>138</sup> Elaboración propia.

Se hace la lectura del guión con todo el reparto, y se le da énfasis a los aspectos del guión que el Director de Escena quiere recalcar para darle más intensidad y realismo. La lectura del libreto son martes y jueves, por lo que los actores que comienzan a grabar el miércoles tienen un día para preparar su personaje y los del jueves tienen más días para estudiar sus parlamentos.

Esta serie se graba en HD (High-Definition, alta definición) 16:9, sin embargo, se sigue cuidando el aspecto SD (Standard-Definition, definición estándar) 4:3 de la televisión, porque este último es la resolución de video dominante desde el origen de la televisión hasta la aparición de la alta definición. Otro aspecto de esta serie es que siempre emplean locaciones para contar lo escrito en los guiones.

La grabación del capítulo se realiza en dos días y medio. Generalmente se comienza el lunes y el miércoles a medio día se termina de grabar. De inmediato se liga a otro episodio, para terminar el viernes. Casi siempre se descansa los fines de semana, a menos que los calendarios de grabación marquen fechas distintas, por ejemplo, si se comienza un martes se acabará un capítulo el jueves a medio día, y el siguiente se finalizaría el sábado.

Cada día se ingesta el material utilizado y se escogen las escenas que el Director de Escena, el Director de Cámaras y su Asistente consideran como buenas. El segundo día de grabación de un capítulo, se debe registrar las escenas donde aparece y desaparece la rosa blanca para entregarla al equipo de postproducción y así tener el tiempo necesario para el efecto de aparición y desaparición, parte fundamental del capítulo.

Al tener la edición del capítulo completa se seleccionan las escenas que necesitan tener algún efecto de color, por ejemplo, un flashback o un sueño, también los créditos de entrada y de salida son trabajados en ese momento. Esos segmentos se llevan a cabo en la postproducción y se agregan al episodio, junto con los efectos que se le hacen a la rosa blanca.

Con todas las modificaciones hechas el capítulo se musicaliza, para después nivelar el video y el audio. Casi al terminar se transfiere en una cinta con calidad HD (High-Definition) para que sea calificada por algún continuista de Televisa, que verifica que el programa no haya registrado algún problema técnico en el área de postproducción. Al pasar esta etapa

queda listo para ser transmitido en el canal 2, el Canal de las Estrellas de Televisa.

Como se mencionó el proceso de la creación de un libreto escrito tarda cerca de 10 días, mientras que la producción y postproducción se entrecruza en tiempos para reducir el tiempo de producción, y se terminan en un estimado de siete días. Un capítulo de “La Rosa de Guadalupe” tarda cerca de 15 a 20 días en crearse y cuenta con un presupuesto de 350 a 400 mil pesos, cifra muy baja en comparación con otras producciones.

Desde que empezó la serie guadalupana a enero de 2012, han participado cerca de 2400 Actores. En estas cinco temporadas han colaborado 17 Directores de Escena y 6 Directores de Cámaras.

También hay que tener en cuenta la significación del lenguaje de las tomas, la edición y la música, para darle una intención diferente al libreto. Y el hecho de que todo se grabe en locación le otorga una estructura visual más realista, a que si se grabara en foro.

El programa que vemos a través de la pantalla es el resultado final o último paso, de una larga cadena que se origina en una simple idea y representa el esfuerzo conjunto de muchas personas hacen posible que el espectáculo llegue a los espectadores.

Esta serie de pasos no está libre de problemas, muchos de ellos se deben a que los proveedores de algún servicio no cumplan con las fechas establecidas. También pueden intervenir conflictos personales y el estrés que determinan la dinámica del equipo que trabaja para ese determinado proyecto audiovisual. En fin, el proceso de producción es una labor muy grande en cuanto a inversión de trabajo humano, financiero y técnico se refiere.

# CONCLUSIÓN

Tras el desarrollo de esta investigación se encontraron diversos aspectos interesantes con los que se puede concluir que la televisión se ha instaurado en las sociedades como un medio omnipresente que genera una relación directa con el espectador. El medio utiliza a la telenovela como una herramienta para difundir los valores de la clase dominante al pueblo.

Como ejemplo del alcance de las telenovelas está el caso de “Marimar”, realizada en 1994 en México, y que llegó exitosamente hasta las Filipinas, donde la actriz protagonista, Thalia, fue recibida con honores reservados para Jefes de Estado.

La telenovela es un éxito rotundo, es evidente su alcance como *fenómeno cultural* por las demandas sociales y las dinámicas culturales a las lógicas del mercado en nuestra sociedad.<sup>139</sup>

Se pueden citar más telenovelas que han traspasado fronteras con sus historias “Cuna de Lobos” transmitida en más de 50 países, “Los ricos también lloran” donde la población en Rusia se paralizó ante su final, “Yo soy Betty la fea” de la cual se han realizado adaptaciones en 22 países, y se podría seguir con ejemplos de cómo la telenovela ha conquistado los hogares del mundo.

El éxito de este tipo de series radica en que siguen las reglas de los melodramas clásicos que se conjugan con los elementos de la época actual. La fórmula resulta la misma en todos los casos, sólo que los incidentes cambian y se adapta a los diferentes medios. Pese a lo criticable que pueda ser la receta utilizada en las telenovelas, ha demostrado que gusta al público y vende, por lo tanto creadores y patrocinadores, no ven la pertinencia de la transformación sustancial en ella.

La serie unitaria “La Rosa de Guadalupe” comparte el esquema de la telenovela en cada una de sus emisiones. Es una ficción que se maneja de acuerdo a ciertas fórmulas preestablecidas, con personajes y temas estereotipados, excusados por un milagro religioso.

---

<sup>139</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. “Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión en Colombia”. <http://es.scribd.com/doc/8800117/Television-y-Melodrama> revisado el 29 de marzo de 2012.



Esa fórmula narrativa a funcionado muy bien en especial para Televisa, quien nos ha instruido cómo debe ser la familia, desde su primera telenovela en 1958. Los significados morales defendidos por el melodrama corresponden a valores patriarcales y a valores judeo-cristianos. Estos contenidos funcionan como reafirmación del mundo conocido y asimilado por el espectador, lo que genera una familiaridad con el producto.

Bajo la ficción de “La Rosa de Guadalupe” y sus semejantes, la televisión vende sueños o, mejor dicho, simula realidades que influyen en quien los ve.

En cada capítulo de la *Rosita* se presenta un problema cotidiano al que se enfrentaría un joven, pero como toda representación solo se trata de una emulación, por lo que hay que saber equilibrar entre la acción y el diálogo. La fuerza del capítulo de una hora se basa en las escenas y el diálogo. Aunque en muchas ocasiones suelen ser redundantes y hasta cursis.

En esta serie se puede constatar que se plantean valores y comportamientos como correctos (funcionales) o incorrectos (disfuncionales). Se asumen el conflicto como único, de origen individual, susceptible a ser resuelto por las vías existentes (la fe y el milagro guadalupano), al mostrar las consecuencias de realizar acciones inadecuadas o desempeñar insuficientemente los roles, al enseñar la manera cómo deben llevarse a la práctica las relaciones humanas o amorosas, al representar el triunfo insoslayable de la virtud y el bien (la aparición de la rosa blanca), se convierte en un discurso integrador y justificador del estado de cosas, contribuyendo a la estabilidad y permanencia de estructuras de poder.

Ese discurso integrador se muestra en el final de cada capítulo con una especie de moraleja, guiado por la línea tradicionalista de Televisa, para rematar con el desvanecimiento de la rosa blanca frente a la imagen de la Virgen de Guadalupe.

En suma, esta fórmula que maneja la empresa de Emilio Azcárraga Jean en “La Rosa de Guadalupe” retrata lo qué debería ser el mexicano (bajo la perspectiva antes mencionada), sus virtudes y sus defectos, sus sueños y deseos, aunque éstos puedan ser poco realizables no significa su no existencia.

La serie guadalupana es aceptada por el público, al dar solución positiva a los problemas que enfrentan los jóvenes, aunado al uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe, y es rechazada por otro sector, por involucrar dentro de esa solución un milagro llevado a cabo por un ser religioso, y hacer creer que mediante la simple fe y las peticiones se solucionarán los problemas de la vida.

Uno quisiera que la imagen emblemática de la Reina de México, Emperatriz de América, fuera utilizada con fines más nobles que la vendimia de medallitas benditas, tal vez que se recordara por el simbolismo que jugó dentro del movimiento Insurgente y dentro de la Revolución. En su lugar, como podemos ver sirve como un instrumento más de mercadotécnica para una de las mayores empresas de televisión de habla hispana, Televisa.

Parte del éxito de este programa es el empleo de la Virgen de Guadalupe, el cual resalta la idolatría a dicha imagen, a la cual los mexicanos ya están habituados; pero abusan de la creencia del pueblo que la ha seguido desde su supuesto presagio, hacen que se vea burdo y hasta absurda la utilización de esa Santa en las escenas de “La Rosa de Guadalupe”.

Dentro de este programa de ficción se promueve tanto los productos anunciados y se siembra el estilo de vida que Televisa desea. Por ejemplo, el modelo de una buena madre, una mujer que hace todo por sus hijos, pese a los insultos que reciba, trabaja hasta morir, sólo para que su familia “salga adelante”.

Un punto muy criticado de este programa son sus diálogos, parecen sacados de una cápsula del tiempo ante las situaciones inverosímiles que confina esta serie. Muchas veces pareciera que los que escriben creen que "la chaviza" va todavía a "la discotheque" para "cotorrear", y que “antro” es un lugar de perdición, parecido a un “hoyo funky”.

Sabemos que la televisión dentro de sus diálogos tiene que sintetizar una situación, pero muchas veces parecen irreales las formas de explicar dichas acciones. Todo debe ser fácil de digerirse para que al final del episodio, el público quede satisfecho y con la idea de que algo "aprendió" sin esforzarse.

Pese a todo esto, se puede decir que esta serie unitaria se ha convertido en un formato de televisión, ya que un programa con contenido similar podría realizarse en Portugal utilizando la imagen de la Virgen de Fátima, o con cualquier otro santo de otro país, aunque como cualquier formato puede no tener el mismo éxito.

La articulación de los mensajes dentro del melodrama mexicano es posible gracias a los referentes personales del público (porque el espectador es producto y miembro de una cultura y esta activo en su interacción social) y, en tanto no los transgreda abiertamente, garantiza un deseo por parte de la audiencia de seguir exponiéndose a ellos.

Esa estrategia se logra bajo la manipulación de las variables gramaticales (perspectivas y movimientos de la cámara, órdenes temporales, composiciones visuales

expresiones sonoras y todo lo que comprende el lenguaje audiovisual), que influyen en términos de percepción, comprensión y reacción emocional de las audiencias, los factores culturales o ideológicos que favorecen la elección de determinados códigos, la contribución de los elementos gramaticales a la presentación y a la construcción de los elementos de contenido.

El público de “La Rosa de Guadalupe” en su mayoría adolescentes, son los más propensos a construir su identidad según patrones o modelos de vida propiciados por los medios, como es el caso del amor, el estatus social, la violencia, entre otros. Muchas veces estos jóvenes carecen de una formación crítica para ver la televisión, simplemente se enajenan con el medio y apropian de las ideas melodramáticas, sin lograr discriminar muchas veces lo que es ficción.

La televisión y los demás medios generan una educación de tipo informal, por la difusión informativa que ejercen sobre su público, son considerados como una fuente más de donde tomar conocimiento.

Al parecer esta serie sirve de placebo para sus televidentes, pese a la incipiente crisis económica en México, que conlleva el aumento de la violencia, del narcotráfico, de la inseguridad pública, de la corrupción de los regímenes políticos, entre otros problemas, que originan una serie de situaciones y acontecimientos que amenazan el control y la gobernabilidad, frente a los cuales los medios, en especial la televisión se convierte en el principal emisor de los grupos de poder para ejercer una mediación que les permita conservar su poder.

El público decide enchufarse a la televisión, sin importar su edad, sexo, ideología, posición económica y cultural, para concentrarse en historias donde resalta la carga emocional, la redundancia, los estereotipos, la repetición de diálogos y la espectacularidad, como es el caso de “La Rosa de Guadalupe”.

A través de un mensaje positivo y caras “bonitas”, se invita al receptor a formar parte de un acontecimiento o situación que se supone va a cambiar su vida de una forma real.

Es claro que esta ficción guadalupana tiene éxito tras mantenerse al aire por casi cinco años, esto es medible por la cantidad de *rating* y *share* que arrojan los datos de IBOPE, día tras día.

Lo que realmente no queda claro es cómo se codifican los mensajes planteados en “La Rosa de Guadalupe”. No es que no cuenten la cantidad de tiempo dedicado o el tipo de programa frecuentado, sino, que el peso político o cultural de la televisión, como el de cualquier otro medio, no es medible en términos de contacto directo e inmediato.

Si los estudios de la recepción fuesen tomados en cuenta de una forma más fundamental se podrían transmitir programas con contenidos más amplios, que no sólo nos brinden entretenimiento.

Hoy en día existen diversos programas que siguen la línea de “La Rosa de Guadalupe”, que solo buscan adoctrinar a una audiencia con sus formas de ver la vida, tendencias de la producciones televisivas de Televisa. Es justo este punto donde debería la audiencia de ser crítica y decidir, tener el control de si esto le gusta, le conviene y si en verdad lo necesita.

En los últimos años ha habido un desarrollo en la infraestructura de la televisión por cable y de la venta de series, películas, entre otros formatos en video, han hecho que la gama de programas sea más amplia, esto hace que el nivel de audiencia de las telenovelas disminuya. Ya no se puede hablar de los altísimos *ratings* de 50 puntos como en las décadas pasadas.

Sin embargo, estas ficciones melodramáticas no dejan de dominar el mercado de los canales mexicanos producidas principalmente por Televisa y Tv Azteca. Sus producciones tienen una mayor influencia en los hogares de nuestro país.

Pese a que han sido criticadas las telenovelas de corte rosa y cursi se producen en demasía porque el televidente lo demanda, en tanto el público no solicite de manera efectiva otro tipo de programas, recibirá más de lo mismo.

Tras esta investigación queda claro la trascendencia que tiene la televisión y el melodrama tanto en México como en América Latina, reta al sistema educativo sobre cómo la población incursiona a la modernidad de la mano de programas de televisión, mas no de la mano de un libro o de la misma Academia.

Estamos en una época en que la sociedad muchas veces utiliza la televisión como fuente de información, donde se admite que los programas de ficción vinculan una “supuesta verdad”, ante una cantidad de programas que crean una mezcla indisoluble entre

información y ficción. La gama que ofrece la pantalla chica es parte del éxito que contribuye respecto a los otros medios.

Como audiencia debemos de empezar a ser más críticos y distanciarnos de la pantalla chica que tenemos actualmente en México, darle un giro a la forma de acercarnos a ella. Hay que tomar en cuenta el lugar que ocupa dentro de todos los hogares, más no se trata de apartarla de nuestra cotidianeidad, sino observar y ser participes en los programas que vemos, no conformarnos con programas basura, más bien, demandar a las empresas una televisión de calidad que no se interese solo por posicionar productos bajo una moral sesgada. Tal vez parezca una petición ingenua, pero es justo exigir este tipo de televisión en este tiempo en la que nos encontramos, para no quedarnos rezagados en esa industria.

# FUENTES

- BARTHES, Roland. "Mitologías". Siglo Veintiuno Editores. México. 1999.
- BUONANNO, Milly. "El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales". Gedisa Editorial. Barcelona. 1999.
- DIMAGGIO, Madeline. "Escribir para televisión. Como elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas". Paidós Comunicación. Barcelona. 1992.
- FERNÁNDEZ y PAXMAN. "El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa". Grijalbo. México. 2002
- GRAWITZ, M. "Métodos y Técnicas de las Ciencias Sociales I-II". Editorial Mexicana. México.1984.
- HERNÁNDEZ, Fernández Baptista. "Metodología de la Investigación". McGraw Hill. Colombia. 1994.
- MAZZIOTTI, Nora. "La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina". Paidós. Estudios de Comunicación. Argentina. 1996.
- OROZCO Gómez, Guillermo. "Miradas latinoamericanas a la televisión". Universidad Iberoamericana. México. 1996.
- OROZCO Gómez, Guillermo. "Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio". Universidad Iberoamericana. México. 1991.
- ORTIZ, Pablo. "Cine y Revolución. La Revolución Mexicana vista a través del cine". Instituto Mexicano de Cinematografía. México. 2010.
- PARDINAS, Felipe. "Metodología y Técnicas de Investigación". Siglo XXI Editores. México. 1969.
- RUÍZ Lugo, Marcela y CONTRERAS, Ariel. "Glosario de términos del arte teatral". México. Trillas. 1983.
- SÁNCHEZ de Armas, Miguel Ángel. "Apuntes para una historia de la televisión mexicana". Fundación Manuel Buendía. México. 1998.
- THOMASSEAU, Jean-Marie. "El Melodrama". Fondo de Cultura Económica. México. 1989.
- TORRES, Francisco Javier. "Telenovelas, Televisión y Comunicación. El caso de México". Ediciones Coyoacán. México. 1994.
  
- ALTMAN, Rick. "De qué hablamos cuando hablamos de género". Estudios Cinematográficos: Géneros cinematográficos. No.19. junio-octubre. México. 2000. P12-24
- BARBERO, Martín. "Matrices Culturales de las Telenovelas". Revista Mexicana de Comunicación. V.5. N.27. México. 1993. P137-164
- CAMARENA, Julio. "El cuento popular". Anthropos. Revista de Documentación Científica de la Cultura. Literatura Popular. Conceptos, argumentos y temas. Barcelona. No.166/167. 1995. P30-33

- FERNÁNDEZ Violante, Fernanda. "Melodrama, origen y tradición". Estudios Cinematográficos: Géneros cinematográficos. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos. No.19, junio-octubre. México. 2000. P32-37
- GONZÁLEZ Mello, Flavio. "El melodrama televisivo: viejas reglas, nuevas soluciones". Estudios Cinematográficos: Géneros cinematográficos. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos. No.19. Junio-Octubre. 2000. México. P38-42
- OROZCO Gómez, Guillermo. "La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?". Comunicación y Sociedad. N° 6. Nueva Época. Julio-Diciembre 2006. P11-35.
- QUIROZ G. "Hacia una teoría de la significación: el caso del melodrama" Pensamiento Universitario. Centro de Estudio sobre la Universidad. UNAM. No.39. México. 1980. P3-40
- SINNIGEN, John. "Melodrama y religión: la novelística de Catalina Macpherson". Revista de Estudios Hispánicos. Universidad de Puerto Rico. Facultad de Humanidades. V.21. 1994. P35-56.
- MEDINA, Mercedes y BARRÓN, Leticia. "La telenovela en el mundo. Television Soap Operas on a Global Scale". Palabra Clave. Volumen 13. Número 1. Junio de 2010. <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewFile/1635/2071> revisado el 7 de agosto de 2011.
- "Diccionario de la Real Academia Española" <http://lema.rae.es/drae/?val=melodrama> 1 de agosto 2011
- "Diccionario de la Real Academia Española" <http://lema.rae.es/drae/?val=g%C3%A9nero> revisado el 21 de agosto de 2011.
- <http://cinemexicano.mty.itesm.mx/peliculas/tepeyac.html> revisado el 26 de diciembre de 2011.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión en Colombia". <http://es.scribd.com/doc/8800117/Television-y-Melodrama> revisado el 29 de marzo de 2012.
- "Diccionario Teatral" <http://meti2.com.ar/teatro/diccionarios/glosarioteatral/diccionarioM/diccionarioM.htm> 3 de agosto de 2010.
- HORNELAS Pineda, Carlos Manuel. "La producción en televisión". <http://productiontv.pbworks.com/w/page/18735960/La%20producci%C3%B3n%20de%20televisi%C3%B3n> revisado el 10 de febrero de 2012.
- [http://sepiensa.org.mx/contenidos/l\\_novo/home/folletin2.html](http://sepiensa.org.mx/contenidos/l_novo/home/folletin2.html) revisado el 18 de julio de 2011.
- ACOSTA-ALZURU, Carolina. "Telenovelas vs. Soap Operas II". 6 de enero de 2008. <http://telenovelas-carolina-esp.blogspot.com/2008/01/telenovelas-vs-soap-operas-ii.html> revisado el 27 de julio de 2011.
- \_\_. "Es lo mismo una soap opera que una telenovela" <http://buscandoelejecultural.wordpress.com/2010/11/10/es-lo-mismo-una-soap-opera-que-una-telenovela/> revisado el 27 de julio de 2011.

- \_\_. “Convenciones del relato” <http://www.angelfire.com/mn/radial/convguion.html> revisado el 19 de julio de 2011.
- FERNÁNDEZ F., José Antonio. “Entrevista con Ana María Ortega. En IBOPE ya estamos listos para que en México se conozcan los ratings al momento mismo de la transmisión”. Telemundo. No. 112. 7 de abril 2010. [http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id\\_nota=9002](http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id_nota=9002) revisado el 20 de septiembre de 2011.
- ARROYO Redondo, Susana. “La estructura de la telenovela como relato tradicional”. Culturas Populares. Mayo-agosto 2006. <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf> revisado el 12 de diciembre de 2010.
- NOTIMEX. “Inicia la vigilia de oración por Juan Pablo II”. El Universal. Sábado 30 de abril de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/762436.html> revisado el 5 de enero de 2012.
- <http://encuestas.esmas.com/larosadeguadalupe/> revisado el 4 de enero de 2012.
- VALADEZ Calderón, Irma Carolina. “La radionovela mexicana, en agonía” Etcétera. 19 de octubre de 2009. <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1747> revisado el 27 de diciembre de 2010.
- <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=mrel01&s=est&c=27645> revisado el 20 de enero de 2012.
- <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=17484> revisado el 5 de enero de 2012.
- SABIDO, Miguel. “El entretenimiento educativo”. 2005. <http://www.miguelsabido.com/index-uso.htm> revisado el 8 de septiembre de 2011.
- <http://www.nspilar.com/image/LOS%20G%C3%89NEROS%20TELEVISIVOS.doc> revisado el 12 de octubre 2009.
- \_\_. “La radio. Historia de los medios de comunicación: radio, televisión y cine” [http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio\\_radio.htm](http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio_radio.htm) revisado el 22 de diciembre de 2010.
- BARTRA, Armando. “Fin de fiesta: Gloria y declive de una historieta tumultuaria”. Revista Curare, Espacio crítico para las artes. Número 16. Julio-diciembre 2000. [http://www.rlesh.110mb.com/04/04\\_bartra.html](http://www.rlesh.110mb.com/04/04_bartra.html) revisado el 31 de agosto de 2011.
- OROZCO Gómez, Guillermo e IMMACOLATA Vassallo de Lopes, María. “Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos”. Comunicación y Sociedad. N.13. Guadalajara. Enero-junio 2010. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2010000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2010000100002&script=sci_arttext) revisado el 5 de agosto de 2011.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. “El melodrama en la televisión o los avatares de la identidad industrializada”. <http://www.scribd.com/doc/6313574/El-melodrama-en-television-o-los-avatares-de-la-identidad-industrializada> revisado el 1 de septiembre de 2011.
- <http://www.televisa.com/ventas/119735/preguntas-frecuentes> revisado el 20 de septiembre de 2011.
- <http://www.touched.com/touched05/about.php> revisado el 2 de abril de 2012.
- <http://www.tvazteca.com/a-cada-quien-su-santo> revisado el 2 de abril de 2012.



- BELTRÁN Ruget Claudia. “Colombia. Contribuciones importantes al género”. TV MAS Magazine.[http://www.tvmasmagazine.com/paginas\\_edicionActual/telenovelas/feb-marz03/portada11.html](http://www.tvmasmagazine.com/paginas_edicionActual/telenovelas/feb-marz03/portada11.html) revisado el 4 de agosto de 2011.
  - <http://www2.esmas.com/la-rosa-de-guadalupe/ficha-tecnica/001128/sinopsis-rosa-guadalupe> revisado el 26 de diciembre de 2011.
  - <https://www.ibopeagb.com.mx/preguntas.php> revisado el 20 de septiembre de 2011.
- 
- MONTAÑO Mondragón, Guillermo. Tesis de Licenciatura en Psicología: “El proceso de construcción individual del creyente guadalupano: un estudio psicológico”. UNAM. Estado de México. 2000.
  - ONTIVEROS Aguilera, Alejandra. “El melodrama en el cine mexicano en el periodo salinista (1988-1994)”. UNAM. México. 2001. Tesis.
- 
- Entrevista a Carlos Mercado, Guionista y creador del programa “La Rosa de Guadalupe” realizada en México DF el 4 de noviembre de 2011.

# ANEXOS

## ENTREVISTA CARLOS MERCADO, GUIONISTA Y CREADOR DEL PROGRAMA “LA ROSA DE GUADALUPE”// REALIZADA EN MÉXICO DF EL 4 DE NOVIEMBRE DE 2011

- **¿CUÉNTAME CÓMO SURGIÓ LA ROSA DE GUADALUPE?**

La realidad es que yo había pensado en una mujer santa, antes que fuera la virgen. Era un proyecto más que nada de telenovela, pero lo deseche. Luego pasaron algunos años y un Ejecutivo menor, pero finalmente Ejecutivo. Tuve un problema con un Productor que me quiso robar un programa que se llamó “Refugio”, y yo no me dejé, porque era mío. De hecho lo presentó, la primera con mi nombre y la segunda sin nombre. A los actores y a la gente que participó de su producción la primera vez que lo vieron tenía mi nombre y cuando lo presentó con los Ejecutivos no tenía mi nombre. Y un Ejecutivo de la empresa (Televisa), por haberme defendido y exigido mis derechos me dio a entender que nunca más iba a volver a trabajar. Y yo dije pues ni modo, será como tiene que ser. La verdad me pareció una actitud injusta, y fue cuando fui a la Basílica de Guadalupe a rogarle a la Virgen de Guadalupe que me regresara mi carrera. Ahí me acordé de este programa, lo relacione con ella, cuando vi a la gente y dije ¡claro! que esto podría ser un programa de televisión y ahí empezó todo.

- **¿EL FORMATO QUE CONOCEMOS AHORA ES EL MISMO FORMATO QUE FORMULASTE EN UN PRINCIPIO?**

Claro, nada más que al principio era una rosa de cristal. Y después lo deseché porque me di cuenta que una rosa de cristal iba a llamar la atención, no es como una rosa natural que a nadie le extraña que alguien la dejé ahí. Si es una rosa de cristal pues empiezas a averiguar, en cambio al ser natural, le da mucha cotidianidad y acerca más al público, es un elemento mucho más cercano al público. Y vuelvo a insistirte si tú ves una rosa de cristal en tu casa, averiguas hasta que sabes de donde salió eso, en cambio si es una rosa natural pues pasa desapercibida, si preguntas quien la dejó aquí, si alguien la dejó aquí, pero alguien cualquiera, un regalo, mi hija que a lo mejor la dejó, el novio se la dejó, pues como lo hemos venido manejando, en un principio llama la atención, pero si es un elemento que le puedes restar importancia, si es una cristal, averiguas, porque averiguas. Ese fue el motivo por el que se cambió al natural. Siempre fue igual, siempre hubo vientesito, la petición. Gracias a Dios y a la Virgen nos funciona.

- **¿CÓMO PRESENTASTE EL PROYECTO AL PRODUCTOR MIGUEL ÁNGEL HERROS?**

Yo lleve primero el proyecto al Lic. Munguía, Jorge Eduardo Munguía, Vicepresidente de Producción, y le gustó. No me recibía, y lo agarré en un pasillo, y él me derivó a Roberto Gómez Fernández, que es el encargado de los unitarios. Empezamos un proceso de convencimiento que duro casi un año con ocho meses con la empresa de que valía la pena sacarlo. No tenía productor, llegó un proyecto que me di cuenta que la fuerza que tenía como escritor, había llegado a un límite y que necesitaba unir fuerzas con alguien y fue cuando

busque a Miguel Ángel Herros, y me colé a la Basílica, en una de las Mañanitas a la Virgen, el primer día me regañó, estaba yo jugando con Sheyla, que me une una profunda amistad, nos saludamos muy efusivamente y nos pusimos a platicar. Entonces volteó Miguel Ángel y dijo ¡guarden silencio!, lo que nunca en la vida, porque nunca grita. Y por dentro dije, chin ya valió gorro.

Después me acerqué y le dije miré Señor Herros le traigo este proyecto, y por ahí de enero o febrero del siguiente año me habló para decirme que sí estaba interesado.

- **¿QUÉ CUALIDADES ENCUENTRAS EN LA ROSA DE GUADALUPE QUE HACEN QUE GUSTE TANTO?**

Lo único que yo siempre tuve claro que iba a gustar mucho, es que lo invente en un momento en el cual necesitábamos un programa como éste. Cuando yo lo escribí fue en 2005, en los meses previos a la espantosa elección que tuvimos en 2006, y si percibí la polarización política que tenemos actualmente. También al ver que había ganado la elección Felipe Calderón y empezando con esta guerra espantosa que tenemos, decidí que era el proyecto adecuado para mostrar a la gente, la esperanza. Fui detectando que la falta de esperanza, y la falta de tranquilidad y de paz que hemos tenido como nación, iban a ser cubierta por este programa o iba a satisfacer ciertas necesidades del público.

- **¿ENTONCES EL PROGRAMA HA SIDO UNA OFERTA DE ESPERANZA PARA LOS TELEVIDENTES?**

Más del que pensé, más del que medí, más desde que fue el principio. Porque al principio no tuvo tanto éxito. Fue un proyecto que le costó mucho trabajo posicionarse, le costó mucho trabajo encontrar su público. Fueron muchos meses arduos de trabajo, desde febrero hasta junio-julio, que el programa quedó definitivamente.

- **¿QUÉ FUNCIÓN TIENE PARA TELEVISIÓN QUE REMARCAR ESOS VALORES?**

Esta comprobado por el Instituto de Investigaciones Sociales, que lo manda a hacer Televisa. El programa que más prestigio le da a Televisa, con respecto a la unión familiar, esperanza, etc., es la Rosa de Guadalupe.

Existen programas que la misma empresa ha prohibido dentro de la Rosa de Guadalupe, que los miedos internos como institución, Televisa, deciden no volverlo a sacar. Pero no es que exista una censura X. Por ejemplo, “Los Poetas Muertos”, fue un programa que sintieron que no correspondía a la realidad mexicana, que estábamos dando ideas, en vez de ayudar. Pero yo digo que no es así, porque muchos meses después, empezaron a surgir los chavos que empezaban a llevar pistola, el asunto de la chava con el picahielos, que picó a sus compañeros.

El famoso bullying, nosotros fuimos el primer programa que hablo de ese problema, hace tres años hicimos un programa que se llama “El color del viento”, en ese momento pensaban que exageramos, pero incluso uno platica con la misma empresa y te dicen que no hay ninguna prohibición para sacarlo.

No lo saca Miguel Ángel, porque él esta previniendo a que pueda causar problemas. Ya no hay ninguna prohibición para estos programas.

- **¿CUÁL ES EL PÚBLICO QUE VE LA ROSA DE GUADALUPE?**

Finalmente nosotros tenemos que entregar resultados, esto más allá de cualquier cosa, es un negocio para Televisa y Televisa tiene que tener resultados.

De acuerdo a lo que el público nos va pidiendo es como hemos ido modificando los contenidos del programa, por decirte algo ahora tenemos un grupo mayoritario de señoras de 40 años, que no teníamos

antes, por ejemplo el programa de hoy, si tu lo ves con más detenimiento, la mayoría de las escenas recaen sobre la mamá, sin embargo, para no perder nuestro público juvenil, tiene que tener relación con un joven.

O sea, los contenidos se van cambiando de acuerdo, primero a los cambios que hemos tenido de horarios y segundo que el público no es estático, es un público que va cambiando y que incluso va pensando de otra manera. Por ejemplo, ahora está costando posicionar mucho más las 5 de la tarde, que lo que fue en un principio, porque el horario se echo a perder con un programa como "Laura" y el público huyó completamente y ha costando trabajo hacerlo regresar. Para eso hemos tenido que hacer más llamadas de atención, tratando, que es lo que quieren ver a las 5 de la tarde. Y que pueda seguir funcionando el programa y hasta ahora va bastante bien.

- **¿CON QUÉ SE ENGANCHA EL PÚBLICO?**

Se enganchan con un todo. Por supuesto nosotros vamos de acuerdo a la vanguardia. Además del libreto, que ha sido muy importante, como me rodee de gente muy talentosa, de gente que no estaba contaminada por una televisión de ficción, a lo mejor eran grandes hacedores Miguel Ángel y su equipo, grandes hacedores de eventos especiales, pero no estaban en los contenidos y conceptos tradicionales de Televisa, en ese sentido fue muy fácil el poder tener una nueva narrativa visual, una nueva narrativa en la edición, nueva narrativa en la musicalización, nueva entre comillas, pero si una oferta distinta que le pareció atractiva al público, aunado por supuesto a un gran libreto.

- **¿CÓMO SE HACE UN LIBRETO?**

Hay una investigación sobre todo tema que nosotros vamos a manejar, prácticamente podre decir que 15 días de anticipación. Desde que se me ocurre a mí el tema, tengo incluso gente que me asesora, en cuanto a medicina, psicología, en cuanto a cuestiones legales, obviamente nosotros tenemos que transformar muchas cosas que no podrían pasar en televisión para porque lo harían muy aburrido, todos los temas son super investigados, no nada más es con permiso ya se me ocurrió. Después de este proceso de investigación, donde yo comparto toda la investigación con mi equipo comenzamos a hacer el libreto.

En mi caso es que yo soy un admirador del proceso, el proceso es infalible para cualquier persona. Si tú decides comenzar a escribir, pues primero tienes que tener que hacer una pequeñísima historia en 3 renglones, si te queda, ya tienes una historia, y ya te arrancas a hacer una cuartilla, cuartilla y media de una sinopsis que después será transformada en escaleta. Ahora estamos hablando de la televisión. La televisión requiere de una inmediatez, total, sino Miguel Ángel y su gente no podría grabar.

En general yo me salto los procesos y empiezo a escribir escena por escena, que cosa es lo que se requiere. Pero eso yo se lo recomiendo a un escritor que tiene mucha experiencia. Si quieres empezar a escribir, empieza con los procesos y ya agarraras experiencia. Ya ahora me lo brinco todo, llevamos 380.

Un libreto lo escribo en dos días y medio.

- **¿ALGUNOS MENSAJES IMPACTAN MAS A LOS TELEVIDENTES TAL ES EL CASO DEL SUICIDIO DE COAHUILA? ¿DEBERÍA DE EXISTIR UNA ADVERTENCIA PREVIA AL PROGRAMA PORQUE ESTA MUY APEGADO A LA REALIDAD?**

A mí no se me parece justo que sigamos pensando que el público mexicano es tonto. El público mexicano sabe que es un programa de televisión. De verdad confió en la inteligencia del público, es mucho más inteligente.

Pero aquí estamos hablando de responsabilidades sociales. La responsabilidad social de la televisión es una, y la responsabilidad de los padres es otra. Pero vamos a partir por partes, por supuesto conozco el caso de Piedras Negras, Coahuila, ahora lo están reinventando en Nicaragua. Por principio de cuentas, yo reto a cualquiera a que me muestre cual capitulo es dentro de la Rosa de Guadalupe, exista un programa donde alguien se suicide y la Virgen lo reviva. Nosotros somos muy cuidados de lo que nosotros llamamos ser merecedor de un milagro. Una persona que se suicida no es merecedora de un milagro. Nosotros construimos que el milagro sea positivo. Por eso vuelvo a insistir, incluso dejo de hacer este programa si alguien me lo llega a mostrar. Es una campaña de un medio electrónico.

Pero más allá de esto estamos hablando de responsabilidad social, y más bien tendría yo que preguntar, de que un niño llegue a pensar en un suicidio, será por un programa de televisión o por la carencia que tiene en el seno del hogar y que además no existe la suficiente información de los padres para decirle que lo que está viendo no es real, no creo que sea responsabilidad ni de Televisa, ni de la Rosa de Guadalupe, el hecho de que hubiese ocurrido esa situación de Coahuila. No existe tal situación, estoy consciente de lo que te digo, porque es algo que se pensó desde el principio, los personajes deben ser merecedores de que se obre un milagro en ellos, sino para nada se toma, no hay manera.

- **¿CREES QUE LA IMAGEN DE LA VIRGEN DE GUADALUPE SE HAGA UNA ESPECIE DE FANATISMO?**

Todo mundo tiene derecho de sacar su vida como sea. La Rosa de Guadalupe, no ha tratado de hacer mercadotecnia con respecto a la imagen de la Virgen, puedo hablar con el pleno convencimiento de que hago un programa que le hace un bien a la sociedad.

Todo el mundo comercializa cosas, a nivel personal no veo mal que alguien haga una bolsa y ponga la imagen de la Virgen de Guadalupe, hay una marca que creció con la Rosa de Guadalupe que se llama Destroyer, creciendo conforme el programa. Y cada quien sabe cómo se gana su dinero.

Tengo el pleno convencimiento de que si hago reaccionar a una gente o una gente se siente mejor, ya eso vale más que cualquier comercialización.

Nos tardamos mas en investigar que en escribir, estamos consientes de nuestra responsabilidad social, no es cualquier programa, sabemos que la gente nos toma en cuenta. A lo mejor hay cosas que no lo decimos técnicamente como es, la gente no entendería. Nosotros somos un programa realista. No te puedes ir al extremo, ni puedes hacer las cosas pensando que tu público es estúpido ni creer que estas creando la televisión de México. Creo que nosotros estamos en el punto medio, darle calidad al público, encontrando los elementos para poder conectar al público y con Miguel Ángel lo logramos.

La Rosa de Guadalupe es un programa unitario de una hora, donde lo guía es la esperanza y la fe. Usa como pretexto a la Virgen de Guadalupe para... Internet.

El gran reto de la Rosa de Guadalupe es que no lo sintiera religioso. No hace proselitismo de ninguna religión. Somos un país con más católicos en todo el mundo, cómo los otros nichos religiosos los puedo integrar.

Llega a los países que llega Televisa y pueden comercializar por 15 años.

- **SE SUPONE POR LEY QUE NO SE PUEDA INTRODUCIR EN UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PÚBLICA LA RELIGIÓN ¿CÓMO LOGRAS INTRODUCIR A LA VIRGEN DE GUADALUPE?**

En la Rosa de Guadalupe no se habla de religión, no es un programa que aborde la religión o de catolicismo, nunca ha aparecido ningún padre, monja o personaje de la iglesia. Este programa aborda la fe, la esperanza y de cómo tú tienes que luchar inspirado en una figura, que en este caso es la Rosa de Guadalupe.

Todas las religiones tienen un ícono y nosotros jamás hemos criticado a ninguna religión, incluso ha habido programas donde hemos sacado a una hebrea, a una judía que pide el milagro. De una manera indirecta, porque la fe, la esperanza, porque la felicidad. Lo que tú estás viendo es la lucha de un personaje por lograr un objetivo, inspirado en este caso en el ícono de la virgen de Guadalupe.

Ha habido momentos en que sale de manera indirecta, donde no se le da la presencia de que aquí está la Virgen. Por qué les gusta a los judíos, a los cristianos, porque sienten que es un programa vigente, y no religioso, lo que le pasa a cualquiera. No hace proselitismo de ninguna religión.

- **¿QUÉ COMENTAN LOS GRUPOS DE ESTUDIO RESPECTO A LA ROSA DE GUADALUPE?**

Hay veces que reclaman al programa que todo termina bien, porque saben que en la vida cotidiana las cosas no terminan bien. Eso es lo que han criticado, el hecho de que nosotros tratemos de mostrar un mundo irreal. El día que no haya el programa que no termine con un final feliz y que no haya milagro, se acaba este programa.

- **¿CÓMO SE RELACIONA CON MUJER, CASOS DE LA VIDA REAL CON LA ROSA DE GUADALUPE? 29:00**

La Rosa de Guadalupe es hija de Mujer, Casos de la Vida Real, y además es una buena hija. Finalmente todo lo que sea un programa unitario melodramático que dure una hora o media hora se va a parecer a Mujer. Porque además los géneros son exactamente los mismos, así como todas las telenovelas sentimos que se parecen, todos los programas se van a parecer. La ventaja de Mujer es que fue la primera, si la Rosa de Guadalupe hubiera sido la primera pues estaríamos hablando de situaciones contrarias, es decir que los géneros son lo que son y uno no puede inventar más allá, y por eso se sienten parecidos.

Ahora, en qué creo que están las cosas diferentes, por principio de cuentas, yo trabajé en Mujer muchos años con Jorge Lozano Soriano, que es el creador de Mujer, es mi maestro. El primer capítulo de la Rosa de Guadalupe lo vi en su casa, que era como si ahora él me pasará la estafeta de lo que iba a continuar.

Que diferencias encuentro, encuentro muchas. Por principio de cuentas Mujer era presentar problemas. La Rosa lo presenta, lo desarrolla y te da una posible solución, se cumple de una mejor manera esta figura aristotélica.

Mujer siempre presentaba problemas: y esta muchachita fue violada, amigos debemos que no se qué, qué no se cuanto, muchas gracias, nos vemos la siguiente ocasión. No desarrollaba más allá, entre las cosas que yo siento y que presenté a la empresa fue esa, que sentía que es el proceso de Mujer estaba a la mitad, eso es a nivel literario.

Mujer tiene una estructura mucho más lenta, con mucho menos escenas. La Rosa tiene una estructura infinitamente más rápida, con muchas escenas. El primer capítulo sino dura más de 25 escenas, no lo entregamos y el segundo sino dura más de 32, no lo entregamos, porque así es nuestro criterio. Son las maneras en que nosotros estamos narrando. La literatura siempre va a ser la misma. Simplemente que nosotros lo estamos narrando de una forma completamente diferente.

Y otra cosa sustancial, es este esfuerzo que ha hecho Miguel Ángel Herros, que a veces la empresa llama necesidad, de hacerlo todo en locación. Le da una estructura distinta a lo que tenía Mujer, una estructura visual a lo que se mostraba en Mujer. Derivamos de lo mismo, pero no somos lo mismo.

También por eso pienso que Mujer debe ser la madre de todos, porque fue la primera y duró 23 años. Pero nosotros somos la hija buena, ha habido muchas hijas y no han sido tan buenas. Vamos a cumplir 4 años en febrero.

- **¿HAS PENSADO EN DARLE UN GIRO A LA ROSA DE GUADALUPE, USANDO EL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO?**

Siento que no se están comunicando con el público. Que tanto mi contenido se conecta con el público. Temas como homosexualidad, los vientres alquilados, y así te puedo enumerar el avance que hemos tenido en contenidos en la Rosa de Guadalupe. Nosotros no estamos haciendo cine, no puedes someter el presupuesto que tienes en televisión al que tienes en cine. En la Rosa hacemos un capítulo en dos días y medio. Son los tiempos de la empresa en la que nosotros no tenemos injerencia, y la televisión pasa todos los días, por mí que un programa de la Rosa tarde una semana. Finalmente nosotros tenemos que cumplirle a los anunciantes para que saquemos un programa diario, y nos pagan para hacerlo con una calidad media, a lo mejor no con la mayor calidad.

Es un problema de logística y de inmediatez. La empresa ha ganado muchísimo dinero. Yo decidí ser escritor de televisión, porque es un público que no lee, y porque quería que mis mensajes, lo que yo sentía, mis pensamientos fueran a mucha gente. Si este país vendiera libros, escribiría libros.

- **¿TE HAN LLEGADO HISTORIAS DEL PÚBLICO?**

No ninguna y cuando me llegan, yo no las tomo. Respeto mucho las historias del público, y tenemos que tener clarísimo que esto es ficción. Y ese era el formato de Mujer y si de si nos parecemos, bueno pues nos pareceríamos más. Y después vinieron una serie de lamentables demandas hacia Mujer, entonces muchas de estas personas dijeron que los plagiaron. Si escucho muchas historias respecto a la Virgen, tomo algunos aspectos, pero no es la historia de nadie que me la ha platicado.