



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**ADAPTACIONES DE TELENOVelas CÓMICAS ENTRE LOS AÑOS
2006-2009: ¿FÓRMULA PERFECTA O FALTA DE CREATIVIDAD EN
MÉXICO?**

T E S I S

Que para obtener el grado de
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
OPCIÓN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

P R E S E N T A

VALERIA VIANEY CONTRERAS NÁJERA

ASESOR DE TESIS:

DR. RICARDO JESÚS BALCÁZAR GARCILAZO

México, D. F., 2012





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A Dios por permitirme alcanzar mis metas con salud y amor a mí
alrededor.

A mis papás por brindarme todo su amor, apoyo, consejos y
motivación incondicional a lo largo de mi vida. Gracias por todo, los amo.

A mi hermana por su cariño y por ser el mejor ejemplo de una
hermana mayor. Te quiero.

Al Dr. Ricardo Jesús Balcázar Garcilazo mi asesor, profesor y amigo
por todo su conocimiento y dedicación a este trabajo. Gracias.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, mi Alma Mater por
darme la oportunidad de formar parte de ella. Gracias.

Al resto de mi familia por apoyarme siempre. Los quiero.

A mis amigos por ser parte importante en este proceso y por ser mis
cómplices en todo momento. Los quiero.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	
Telenovela y empresas productoras.....	4
1.1 La telenovela.....	5
1.2.1 Tipos de telenovela.....	7
1.2 Historia de la Telenovela.....	10
1.3 Telenovelas Latinoamericanas.....	16
1.3.1 Telenovela Mexicana.....	19
1.3.2 Telenovela Colombiana.....	31
CAPÍTULO 2	
Temáticas y Roles en las Telenovelas.....	39
2.1 Innovación en las temáticas.....	40
2.2 Perfiles de los personajes (nuevos roles de los protagonistas).....	57
CAPÍTULO 3	
Telenovelas Cómicas y sus Audiencias.....	63
3.1 Telenovelas cómicas.....	63
3.2 Yo soy Betty, la fea.....	65

3.2.1 Argumento Original.....	66
3.2.2 Personajes.....	69
3.2.2.1 Personajes principales.....	70
3.2.2.2 Personajes secundarios.....	74
3.2.2.3 Estereotipo y arquetipo.....	79
3.2.3 Macroestructuras y microestructuras.....	81
3.2.4 Aspectos técnicos.....	89
3.2.5 Rating.....	93
3.3 La Fea más Bella.....	95
3.3.1 Adaptación (Argumento).....	95
3.3.2 Personajes.....	99
3.3.2.1 Personajes principales.....	99
3.3.2.2 Personajes secundarios.....	101
3.3.3 Estereotipos y arquetipos.....	103
3.3.4 Macroestructuras y microestructuras.....	104
3.3.5 Aspectos técnicos.....	110
3.4 Diferencias y similitudes.....	114
CONCLUSIONES.....	117
FUENTES CONSULTADAS.....	124

INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de los medios de comunicación la sociedad latinoamericana se convirtió en ferviente consumidora de los productos presentados en éstos. Los productos audiovisuales buscaban informar, pero sobre todo entretener; de esta forma, se siguió con la exploración del medio y con ayuda de las innovaciones tecnológicas se dio una evolución en los medios y sus productos, hablando específicamente de los programas capitulados.

Éstos experimentaron cada uno de los medios de comunicación (periódico, radio, televisión), pasaron de los folletines a las radionovelas, de las radionovelas a los teleteatros, hasta llegar al punto de análisis: las telenovelas. Las telenovelas, específicamente en México y Colombia, se convirtieron en el principal producto no sólo consumido, sino también producido desde la aparición de la televisión en los años cincuenta.

Conforme conocían el funcionamiento de la industria de la televisión iban produciendo todo tipo de telenovelas que también eran dirigidas a todo tipo de público. Sin embargo, esto trajo consigo que cada país se especializara en un tipo de telenovela; México, a través de Televisa posicionó la telenovela rosa como la base de su industria, y Colombia, con Caracol Televisión y RCN Televisión, produjo melodramas con toques realistas.

No obstante, la repetición de las telenovelas y la producción de remakes desencadenó, en la década de los noventa, una ola de innovación dentro de las temáticas de las telenovelas latinoamericanas, especialmente en Colombia y Argentina.

En el caso de Colombia, fue uno de los primeros países en adentrarse en esta innovación, haciendo de la mezcla del realismo con la comedia la fórmula perfecta dentro de la industria de la telenovela. Al darse cuenta del impacto obtenido con el público, las televisoras colombianas comenzaron abordar todo tipo de temáticas (política, religión) con toques melodramáticos, pero bajo una comedia inteligente y satírica.

Gracias a esto, el resto de los países latinoamericanos prestaron atención a la industria colombiana y los elementos de impacto de sus nuevas telenovelas; provocando que México, uno de los principales exportadores de telenovelas, decidiera comprar telenovelas ya producidas y sobre todo libretos para adaptarlos a la cultura mexicana.

Es así como México se vuelve partícipe de esta innovación temática; de esta forma, existieron telenovelas que marcaron no sólo la industria de su país sino también la industria de la telenovela a nivel internacional; tal fue el caso de la telenovela colombiana *Yo Soy Betty, la Fea* que presentó problemáticas sociales y estilos de vida de los propios televidentes.

Tras su rotundo éxito alrededor del mundo, tuvo retransmisiones y un sinnúmero de adaptaciones; siendo una de las más importantes la mexicana *La Fea Más Bella*. De esta manera, en el siguiente trabajo se analizará el género de la telenovela, sus características, su evolución y los tipos de ésta que predominaron antes de la llegada de estas nuevas temáticas, basándonos en las telenovelas colombianas y mexicanas.

Asimismo, se presentarán los cambios significativos en torno a los personajes, sus roles dentro de las telenovelas, y la adaptación de libretos colombianos en México;

esto se hará a través de las telenovelas *Yo Soy Betty, la Fea*, telenovela colombiana y *La Fea Más Bella*, telenovela mexicana. De esta manera, se conocerá a profundidad el género de la telenovela y su evolución temática, y técnicamente desde su aparición hasta la actualidad.

Capítulo 1. Telenovela y empresas productoras

Desde los inicios de la televisión, hubo un producto audiovisual que causó revuelo dentro de la televisión; dicho producto fue, la telenovela. La telenovela significó un cambio no sólo en la industria audiovisual, sino también revolucionó el mercado posicionándose como uno de los productos más comercializables en el campo. Dejando atrás las radionovelas y modernizando a las audiencias, las telenovelas invadieron el espacio televisivo marcando la industria televisiva a nivel mundial.

En los últimos años, las telenovelas mexicanas han modificado sus temáticas dejando de lado las típicas telenovelas rosas¹, dando paso a un nuevo formato que combina los géneros dramáticos y televisivos que dan como resultado telenovelas “cómicar” que logran captar rápidamente la atención del público.

Sin embargo, estas nuevas temáticas no son escritas por mexicanos sino que son importadas en su totalidad de dos países: Argentina y Colombia. Éstos últimos han logrado imponerse como dos de los principales exportadores de libretos originales en América Latina.

La televisora más importante de México, TELEVISIA, ha sido la principal compradora de dichos libretos, por lo que la mayoría de sus producciones son *remakes* que han funcionado en otros países y los cuales tienen en su mayoría el mismo éxito en nuestro país.

¹ Las novelas rosas están dirigidas en su mayoría al público femenino. Debido a que su argumento central gira en torno a las peripecias amorosas de sus protagonistas. En una novela rosa la protagonista es casi siempre una mujer joven de costumbres en apariencia muy libres, que la mayoría de las veces entra en conflicto con un personaje masculino, con el cual, luego de luchas y desencuentros, se casan. En otros casos se trata de una muchacha pobre o que es mirada en menos por su entorno social, de la cual se enamora un joven rico y atractivo, capaz de ver en ella un diamante en bruto, y con el cual se casa. “La Novela Rosa”. En: <http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/segundo-ciclo-basico/lenguaje-y-comunicacion/lectura/2009/12/98-4080-9-3-genero-narrativo.shtml> (en línea). Domingo 20 de mayo 2010, 13:10 hrs.

Causa extrañeza que México, al ser uno de los primeros productores de telenovelas a nivel mundial y uno de los principales exportadores de éste producto, tenga que recurrir a compra de libretos a países que desarrollaron más tardíamente la industria de la telenovela como es el caso de los países anteriormente mencionados.

Por lo anterior, en el siguiente capítulo, se analizará el género de la telenovela, su historia y los tipos de telenovela que han estado presentes en la televisión desde su aparición. Asimismo se mostrará la evolución de la telenovela latinoamericana tomando como referente la telenovela de dos países: México y Colombia; mostrando su evolución desde la aparición de dicho producto en la televisión.

Sin embargo, para comprender los actuales formatos de telenovela que invaden la televisión se debe de empezar por saber qué es y cómo funciona la telenovela en general.

1.1 ¿Qué es telenovela?

Durante el siglo XIX se dieron transformaciones que tuvieron una repercusión importante en el futuro de los medios audiovisuales; una de las transformaciones más relevantes fue la incursión de los relatos, especialmente en la televisión. Dichos relatos comunican una historia a la audiencia; a través de acontecimientos reales o imaginarios. Sin embargo, dentro de estos relatos el de más impacto en la televisión, específicamente en la televisión mexicana, fue la telenovela.

La telenovela no es un género nuevo, a diferencia de varios que actualmente invaden la televisión, se produce desde hace más de cincuenta años. La telenovela

es “toda ficción televisiva que dure varios capítulos”²; tienen una emisión diaria con una duración aproximada de una hora. Éstas se basan en acciones vinculadas por relaciones causales, temporales y espaciales. La mayoría de las telenovelas, hablando en especial de las telenovelas mexicanas, se centran en relatar la típica historia de amor. Por lo que es común que “los relatos están centrados en los encuentros, los desencuentros y el definitivo reencuentro de una pareja protagónica”.³

De esta manera, la historia de amor sigue un mismo formato, el cual radica en superar todos los obstáculos que se les ponen a la pareja protagónica, dar un castigo ejemplar a los antagonistas y lograr que los protagonistas alcancen el final feliz por el cual lucharon a lo largo de la historia. Siendo la lucha del amor contra el odio el principal agravante dentro de los relatos.

Simplemente, las telenovelas desde sus inicios brindaron a través de sus historias una sensación de justicia a la audiencia, ya que fomentaban el triunfo del bien sobre el mal. Sin embargo, eran y actualmente son vistas como un medio a través del cual la audiencia puede ver reflejadas sus esperanzas, temores, y fantasías.

Asimismo, las telenovelas significaron un producto audiovisual necesario dentro de la televisión; ya que gracias a ella no se necesita la creación de varias producciones debido a que con una sola se puede cubrir más horas de programación. Esto se debe en su mayoría a que el ritmo de la telenovela es lento, beneficiando a que sea transmitida en varios capítulos.

² Elsa Bettendorff, Raquel Prestigiacomo, *El relato audiovisual: la narración en el cine, la televisión y el video*, Buenos Aires, Longseller, 2002, pág. 75.

³ Nora Mazziotti, *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 1996, pág. 32.

De esta manera, las telenovelas significan un mercado muy importante en América Latina; debido a que es el género que más se produce y por consecuencia el más lucrativo, gracias a las importaciones y exportaciones de formatos. Los principales países productores de telenovelas son: Argentina, México, Colombia, Brasil, Chile, Perú y Venezuela.

Por lo que, "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."⁴

Mucho de éste dinamismo dentro de la producción televisiva se debe a la clasificación que se les ha dado a las telenovelas desde su aparición; debido a que se han clasificado de acuerdo al tiempo y espacio en el cual se desarrollan; según al público al que está dirigida, ésta clasificación depende en cierta forma del horario en el cual se transmitirá; y finalmente, de acuerdo al género abordado en la historia.

1.2.1 Tipos de Telenovela

Al ser la telenovela el programa más significativo en la televisión latinoamericana, es de esperarse que exista una gran clasificación y diversidad de ésta; debido a que desde su aparición hasta nuestros días han ido modificando sus temáticas, innovando y mezclando géneros, produciendo telenovelas a la vanguardia.

Las telenovelas tienen la siguiente clasificación:

a) De acuerdo al *público*⁵ al que está dirigida la telenovela:

⁴ *Ibidem*, pág. 25.

⁵ Mónica Gutiérrez, Myrthala Villareal, *Manual de Producción para TV. Géneros, lenguaje, equipo, técnicas.*, México, Trillas, 1997, pág. 52.

1) Infantil: telenovela dirigida al público infantil, en México se transmiten en el horario de las cuatro de la tarde, la última telenovela infantil fue *"Atrévete a Soñar"* (2009). Sin embargo, a lo largo de la historia se han transmitido telenovelas que explotaron al máximo el éxito obtenido, un claro ejemplo fue *"Carrusel"* (1989).

2) Juvenil: dirigida a los adolescentes, abordando problemáticas actuales y con un elenco juvenil, apoyándose en los cantantes del momento; México le dedica el horario de las siete de la noche a dichas telenovelas, como es el caso de *"Camaleones"* (2009).

3) Clásica: permanece con la regla del público femenino (amas de casa), como *"Soy tu Dueña"* (2010). Por lo regular dichas telenovelas son las transmitidas en el horario estelar de las nueve de la noche, hablando del caso de la televisión mexicana (TELEVISA).

b) De acuerdo al *tema*⁶ que se trata en la historia:

1) Política: telenovela que trata temas de índole político. Son escasas las telenovelas que han abordado una temática política; sin embargo, la última producción con esta temática *"El Candidato"* (2000), producción de TV Azteca.

2) De Misterio: telenovelas en las cuales se involucran eventos sobrenaturales relacionados con fuerzas superiores (brujería, reencarnación), como *"El Extraño Retorno de Diana Salazar"* (1988).

⁶ Ídem.

3) Cómica: telenovela llena de situaciones de comedia pero que sigue relacionada al melodrama, como *"Los Sánchez"* (2004). Estas telenovelas han sido recurrentes desde su aparición debido al éxito que han tenido en la audiencia.

4) Rosa: se caracteriza por que la protagonista es una muchacha guapa y pobre, la cual se enamora de un joven rico y apuesto; un factor clave y decisivo es la villana/o, quien busca destruir la felicidad de los protagonistas, como *"El Manantial"* (2001).

5) Fantástica: telenovela que reúne en la trama elementos extraordinarios, un ejemplo es *"Serafín"* (1999).

6) Educativas: telenovelas que incluyen en la trama de su historia fines educativos; uno de sus principales objetivos es educar a la audiencia. En México son llamadas telenovelas pro desarrollo y la primera en producirse y transmitirse fue *"Ven Conmigo"* (1975).

7) De época: telenovelas que se sitúan en algún periodo de la historia, un claro ejemplo es *"Alborada"* (2009).

8) Histórica: telenovela que se basa en un hecho del pasado intercalando situaciones ficticias, una telenovela histórica de gran éxito en México fue *"El carruaje"* (1972), además de ser la primer telenovela histórica a color que se produjo en México.

Toda esta clasificación han sido temáticas que han estado presentes dentro de las telenovelas latinoamericanas; sin embargo, existen países que se han encasillado en un tipo de telenovela como el más importante y producido en su país. En México, la telenovela rosa ha sido constante desde su aparición; en Argentina, han

logrado modificar e innovar sus temáticas dándole un giro y mezclando el melodrama con la comedia de situación. En Colombia se tratan temas más escabrosos, pero también se hacen telenovelas satíricas que combinan a la perfección temas actuales con el humor y el drama.

Sin embargo, para lograr la transición a la telenovela actual tuvieron que pasar por varias etapas evolucionando de esta manera:



Transformando la industria televisiva marcando un nuevo fenómeno televisivo a nivel mundial.

1.2 Historia de la Telenovela

Los antecedentes de las telenovelas se remontan al siglo XVIII con la novela sentimental inglesa; como su nombre lo indica ésta estaba llena de sentimentalismo, y la mayoría de sus historias abordaban la atracción emocional entre un hombre y una mujer que sobrepasaba la atracción física.

Uno de entre tantos autores de ésta época fue Samuel Richardson, quien escribió la novela *Pamela* en 1740; la historia de "una virtuosa doncella llamada Pamela Andrews y su modesta delicadeza y determinación para rechazar a su amo, el señor B., que intenta seducirla. Finalmente, ella consigue reformarlo y él demuestra su

sinceridad proponiéndole matrimonio. Pamela intenta acomodarse a la alta sociedad y edificar una relación exitosa con su esposo”⁷.

Sin embargo, no sólo existieron las novelas escritas por hombres, tiempo más tarde los autores femeninos norteamericanos como Augusta Evans Wilson y Mary Jane Holmes se hicieron presentes abordando historias concernientes a las mujeres. Por lo que “la novela sentimental se caracterizó por su emocionalismo y su deliberada atracción por producir el llanto en los lectores”⁸; siendo la mayoría del sexo femenino.

Tras un siglo de producción de novelas sentimentales, en el siglo XIX debido al impacto obtenido, surgieron novelas narradas en capítulos, que eran publicadas en revistas y periódicos. Sin embargo, la evolución rumbo a la telenovela daba paso a un concepto denominado *film chapter-play*, los cuales eran promocionales de periódicos que se basaban en presentar historias de heroínas; al final de cada episodio dejaban cabos sueltos para captar la atención del lector en la siguiente entrega.

De este modo, los relatos seriados se convertían en un arma utilizada por los anunciantes; pero cobrarían más importancia cuando éstos vieron en la industria de la radio un medio masivo de comunicación y propaganda. El desarrollo de estos relatos seriados radiofónicos empezó en manos de las agencias de publicidad, las cuales se encargaban en su totalidad de la creación de los programas que se transmitían toda la semana.

⁷ “Pamela o la virtud recompensada”. en: http://es.wikipedia.org/wiki/Pamela_o_la_virtud_recompensada (en línea).
Viernes 21 de enero 2011, 18:34 hrs.

⁸ Francisco Javier Torres Aguilera, *Telenovelas, televisión y comunicación*, México, Ediciones Coyoacán, 1994, pág. 18.

La mayoría de los programas eran patrocinados por alguna compañía transnacional que buscaba incrementar sus ventas y convertir su producto en un objeto de uso diario en la casa de los radioescuchas.

La radio se había convertido en un medio importantísimo para la publicidad de aquella época (1926-1930); no sólo por el alcance obtenido con los radioescuchas sino porque al mismo tiempo generaba bastantes ganancias para los involucrados en los proyectos.

Un aspecto que ayudo a ver en esta forma de publicidad el inicio de las radionovelas fue "el interés de la audiencia por los programas tipo seriales, donde se va siguiendo la historia del programa en episodios."⁹ Surgiendo de esta manera un antecedente más de las telenovelas: las radionovelas.

Rápidamente, las radionovelas se convirtieron en el principal programa emitido de la radio, en gran medida gracias al incremento del uso de la radio por parte de la población; por lo que los anunciantes seguían invirtiendo y creando más programas para promocionar sus productos. "Cuando las radionovelas estaban en su punto más alto, hasta 64 programas eran producidos cada día".¹⁰

Para 1940, las radionovelas eran producidas en todo el mundo; en el caso de México las radionovelas incursionaron de la misma forma que en el resto del mundo, a través de los anunciantes "la idea era la misma: producir y patrocinar programas gracias a la compra de tiempo de las cadenas radiales".¹¹ Dentro de los anunciantes estaban Colgate-Palmolive, Procter and Gamble, Vick VapoRub y Cigarrera El Águila. En México existió otro programa radiofónico también

⁹ *Ibíd*em, pág. 19.

¹⁰ Francisco Javier Torres Aguilera, *Telenovelas, televisión y comunicación*, México, Ediciones Coyoacán, 1994, pág. 23.

¹¹ *Ibíd*em, pág. 24.

patrocinado por estas compañías: los radioteatros, emisiones que el mismo día iniciaban y concluían como: *"Arriba el Telón"* y *"Suspense Colgate"*.

Sin embargo, las radionovelas eran el principal sostén de la programación de la radio mexicana; en un principio trataron de realizar remakes de radionovelas norteamericanas, pero debido a que la mayoría de ellas eran del género de suspense y aventuras el éxito obtenido en el país fue casi nulo. De esta manera, empezaron a realizar radionovelas basadas en historias melodramáticas que trataban de semejarse lo más posible a la realidad; dentro de las radionovelas más importantes en México se encuentran *"Secreto de Confesión"*, *"Un Ángel en el Fango"*, *"Ave sin Nido"*, *"El Derecho de Nacer"*, entre otras.

Por lo que era imposible siquiera imaginarse las telenovelas sino se tuviera de antecedente a las radionovelas; las cuales mostraron lo que el público buscaba para entretenerse y una nueva tendencia en los relatos seriados.

Para 1950, las radionovelas estaban en la cumbre del éxito y la radio era el principal vehículo de publicidad; sin embargo, también en esas fechas la incursión de la televisión en los medios audiovisuales era un hecho, iniciaban la transición de la radio a la televisión.

A nivel mundial, en sus inicios la telenovela o soap operas, compartían muchos rasgos característicos de las radionovelas, debido en gran parte a la carencia de conocimiento de la televisión y la forma de producir en ella; por lo que estos primeros melodramas eran en vivo. El formato de las telenovelas era casi el mismo que el de las radionovelas, programas patrocinados que se emitían diariamente con una duración de una hora aproximadamente.

Sin embargo, durante los años cincuenta las radionovelas todavía representaba una competencia significativa para las telenovelas, las cuales estaban muy bien posicionadas; "entre 1951 y 1959 fueron introducidos 35 melodramas en la televisión".¹²

Pero esto significaba que las radionovelas iban en declive, estaba claro que la etapa de las radionovelas había llegado a su fin; había cumplido varios objetivos que ayudaron a mejorar la industria audiovisual. Así, en los primeros años de la década de los sesenta y con la llegada del videotape a la industria de la televisión, la telenovela surgió como el nuevo formato de entretenimiento del hogar y al mismo tiempo la nueva forma de publicidad utilizada por los anunciantes.

En México, la evolución de la radionovela a la telenovela fue un poco diferente; debido a que se trataba de una industria completamente nueva, existieron carencias dentro de la producción en televisión; por lo que los primeros formatos que se transmitieron y que conformaron la programación de los canales nacientes en la televisión fueron los teleteatros.

Los teleteatros eran programas transmitidos en vivo y no necesariamente eran melodramas, debido a que no se podía tener una continuidad entre episodio y episodio por las complicaciones técnicas que esto generaba como la escenografía, montaje, entre otras.

La mayoría de los teleteatros estaban a cargo de personalidades del cine y la radio: "Ángel Garasa siempre tuvo uno semanalmente. Fernando Soler y sus comediantes, se llamaba otro de esos programas. El teatro de Manolo Fábregas era muy buscado

¹² Francisco Javier Torres Aguilera, *Telenovelas, televisión y comunicación*, México, Ediciones Coyoacán, 1994, pág. 24.

por el público. Teatro Colgate los viernes y Teatro Bon Soir los domingos eran estelares de Canal 2. Teatro Cucurucho, para niños era uno más.”¹³

Cuando surgió el videotape en los primeros años de la década de los sesenta los teleteatros dieron paso a las telenovelas; las producciones ya tenían un poco más de conocimiento de la industria televisiva y el videotape les era de gran ayuda para grabar, montar y transmitir. Es así como en 1960 salen al aire las primeras telenovelas mexicanas; su transmisión era seriada, dejaban el final de cada emisión con cierta incertidumbre para mantener el interés del público la transmisión del día siguiente y en la historia en general.

Mucho se habla de cuál fue la primera telenovela en salir al aire en México, algunos consideran que el programa que abrió las puertas de las telenovelas fue “*Ángeles de la Calle*. Este programa se transmitía semanalmente los sábados y era patrocinado por la Lotería Nacional...Otros mencionan el caso de *Senda Prohibida*, original de Fernanda Villeli, como la primer telenovela”.¹⁴

Sin embargo, lo que si queda claro es que gracias a la evolución que se dio de la novela inglesa al folletín, del folletín a las radionovelas, de las radionovelas a los teleteatros y de los teleteatros a las telenovelas; se dieron innovaciones importantes para la industria audiovisual; y con el paso de los años las telenovelas y los involucrados en su producción fueron creando pautas para su evolución. Como es el caso de las telenovelas latinoamericanas que han innovado y reestructurado la producción de las telenovelas.

¹³ Gabino Carrandi Ortiz, *Testimonio de la televisión mexicana*, México, Diana, 1986, pág. 172.

¹⁴ Francisco Javier Torres Aguilera, *Telenovelas, televisión y comunicación*, México, Ediciones Coyoacán, 1994, pág. 25.

1.3 Telenovelas Latinoamericanas

La telenovela latinoamericana a lo largo de la historia ha ido evolucionando pasando por diversas etapas de modernización e innovación dentro de los contenidos y formas de producción.

Es así como la *etapa inicial* de la producción de telenovelas latinoamericanas dio inicio en los años cincuenta cuando los programas eran transmitidos en vivo, por lo que no había forma de retransmitirlos. Sin embargo, años más tarde llegó un invento que transformó la televisión: el *videotape*, el cual modernizó la manera de producir televisión beneficiando especialmente a las telenovelas. Debido a que se grababan los capítulos, agilizando la producción de las telenovelas; además ayudó al uso de sets y al perfeccionamiento del producto audiovisual, debido a que se omitían los errores que se daban en las transmisiones en vivo a través del montaje que posteriormente realizaban del material grabado. Es así como "el videotape, permitió la posibilidad de grabar, editar y posproducir los programas"¹⁵.

La *etapa inicial* de la producción latinoamericana de telenovelas abarcó de los años cincuenta al inicio de los años sesenta, década donde surge el videotape, dando paso a la *etapa artesanal* de las telenovelas latinoamericanas; ésta inició en los primeros años de la década de los sesenta. Es la etapa en la que perfeccionaron el uso del videotape, otorgándole más organización a las producciones; sin embargo, durante estos primeros intentos de telenovelas no se producían libretos originales escritos para televisión sino que se realizaban adaptaciones de radionovelas

¹⁵ Jenaro Villamil, *La televisión que nos gobierna, modelo y estructura desde sus orígenes*, México, Grijalbo, 2005, pág. 23.

“debido, por un lado, al desconocimiento del nuevo medio y su lenguaje audiovisual, y por otro a las limitaciones técnicas”¹⁶.

Dando como consecuencia un cambio radical en las producciones, abandonan la mayoría de los rasgos característicos de las radionovelas como el uso de escenarios exóticos y el traslado en tiempo y espacio de la historia. Todo esto debido a que en la etapa artesanal de la telenovela se carecía de narrador y de los efectos de sonido utilizados en las radionovelas, los cuales ayudaban a los radioescuchas a trasladarse y posicionarse dentro de la historia mediante el uso de su imaginación.

En ésta etapa el modo de producir cambió, las telenovelas eran situadas en interiores y abordaban situaciones más cotidianas y simples; omitieron los traslados en el tiempo y espacio por la carencias de producción que vivían en esos años. No obstante, de los cambios realizados a los formatos de las radionovelas para convertirlos a telenovelas, esas adaptaciones seguían realizándose a lo largo de éste periodo de producción.

Así, la telenovela poco a poco logró posicionarse dentro del mercado latinoamericano; sin embargo, la periodicidad con la que se transmitía la telenovela en Latinoamérica podía variar dependiendo del país y sobretodo de la demanda que ésta tuviera, se transmitía ya fuera de forma unitaria con un inicio y un final, o de forma seriada con continuidad entre cada capítulo.

Los primeros capítulos de estas telenovelas tenían una duración de quince minutos y se transmitían una, dos ó tres veces por semana ó de lunes a viernes; aunque había países donde la transmisión la realizaban de lunes a sábado. Sin embargo, otro factor que tuvo influencia en la periodicidad de las telenovelas durante ésta

¹⁶ Nora Mazziotti, *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 1996, pág. 30.

etapa fue que las producciones eran auspiciadas por marcas norteamericanas; las cuales se encargaban de toda la producción de la telenovela y del posicionamiento dentro del mercado.

Pero, al subir la demanda de las telenovelas, los costos de producción se incrementaron provocando que los subsidios acabaran dando paso a las empresas televisivas, las cuales se hicieron cargo de toda la producción de las telenovelas. Aunque la publicidad que transmitían en los horarios de telenovela nunca desapareció, ya que las televisoras crearon pequeños espacios entre la programación para la transmisión de ésta; por lo que los costos de producción seguían siendo pagados por la publicidad transmitida y la telenovela quedaba segmentada en bloques.

La colocación de las telenovelas en el mercado también corría por parte de las televisoras productoras; existían varias formas de comercializar con la telenovela, la más común era la venta de la telenovela ya producida, pero se llegaban a dar casos de venta del libreto. Siendo esto el inicio de los remakes de las telenovelas latinoamericanas; circulando los libretos y las telenovelas producidas por todo el continente.

Sin embargo, la industria de la telenovela iba en incremento y perfeccionándose al paso de los años; ya para los años setenta y ochenta se posicionaron tres países a la cabeza de la producción de telenovelas México, Brasil y Venezuela, marcándose de esta manera la *etapa de industrialización* en la producción de telenovelas latinoamericanas. Siendo éstos países los principales exportadores de telenovelas a nivel mundial durante esta etapa; beneficiada en gran parte por la incursión del videotape en la etapa antecesora, ya que "la incorporación de la tecnología de

grabación en videotape permitió exportar series y programas hacia diversos países de América Latina¹⁷.

Desde los años noventa hasta la actualidad, la comercialización de las telenovelas latinoamericanas se estableció permanentemente alrededor del mundo, marcando la *etapa de transnacionalización* de la producción de telenovelas latinoamericanas. Ésta transnacionalización en gran parte se debe a las parejas protagónicas, debido a que si una pareja de actores funciona en una telenovela, se repite constantemente para que tengan el mismo éxito; convirtiéndose los actores en un factor importante ya que ayudan a la transnacionalización debido a la venta de su imagen.

Sin embargo, a pesar de que Colombia no desempeñó un papel relevante dentro de la producción de telenovelas en las etapas anteriores, a partir de la etapa de transnacionalización se posicionó dentro de los principales países productores y exportadores de telenovelas a nivel mundial.

Pero, México seguía dentro de los principales países de producción y exportación de telenovelas en el mundo; a pesar del encasillamiento de sus telenovelas en la típica historia rosa era y es del gusto del público.

1.3.1 Telenovelas Mexicanas

La industria de la telenovela mexicana fue una de las primeras en desarrollarse; es por eso que fueron de las primeras en exportarse a países como Colombia, Chile, Argentina, Perú y Centroamérica durante los años sesenta.

¹⁷ Fernando González... [y otros]; coord. Miguel Ángel Sánchez de Armas, *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*, México, Revista Mexicana de Comunicación, 1998, pág. 38.

La alta demanda que tuvo la telenovela mexicana desde sus inicios se debió a dos razones principales; la primera, radicó en la visión de las productoras para desarrollar el producto audiovisual desde la etapa inicial, y la segunda razón se debió a que los espectadores asociaban las telenovelas con las historias de la época de oro del cine mexicano y con las radionovelas; por lo que era de esperarse que se diera ésta asociación debido a que en sus inicios las telenovelas eran adaptaciones de los títulos que se habían producido en la radio.

Pero, las telenovelas heredaron más que aspectos técnicos y adaptaciones de las radionovelas; muchos de los escritores que anteriormente se habían especializado en melodramas radiofónicos dieron el paso a la televisión, como: Caridad Bravo Adams con *La Mentira*(1965) y *Corazón Salvaje* (1966); Delia Fiallo con *Esmeralda* (1971) , Fernanda Villeli con *Senda Prohibida* (1958), *Cuidado con el Ángel* (1959) e Inés Rodena con *La Gata* (1968) y *La Usurpadora* (1978) ; especializándose ahora en la producción de melodramas televisivos.

Así, la televisión surgía como el nuevo medio de difusión de entretenimiento; por lo que el gobierno mexicano empezó autorizar concesiones de canales, primero el Canal 4 a cargo de la empresa Televisión de México (Rómulo O'Farrill), a ésta le siguió el Canal 2 de la empresa TELEVIMEX (Emilio Azcárraga Vidaurreta) y un par de años más tarde surgió el Canal 5 del Ingeniero González Camarena.

Sin embargo, ninguno de los tres canales logró captar la atención de la audiencia generando que se diera un fracaso monetario para éstos; por lo que al darse cuenta de las pérdidas económicas que generaba la competencia entre los tres canales, los dueños optaron por unirse y crear una televisora que pudiera ser manejada colectivamente surgiendo el 8 de mayo de 1955 Telesistema Mexicano.

Así, desde la aparición de la telenovela en México, la empresa productora y comercializadora de más peso fue Telesistema Mexicano; ya que era la principal productora de telenovelas en el país. Transmitiendo la primera telenovela *Senda Prohibida* en 1958 a través de Canal 4; su protagonista era Silvia Derbez, consagrada actriz de cine, ocasionando la incursión de rostros conocidos del cine y del teatro en la pantalla chica, como: Sara García, Gloria Marín, Carmen Montejo, Rafael Banquells, Ignacio López Tarso, entre otros.

De esta manera Telesistema Mexicano se consagró como la principal televisora productora de telenovelas, por lo que más tarde fue la encargada de exportar la primer telenovela mexicana escrita por Estella Calderón, la cual llevaba por nombre *Gutierritos* y fue producida por Valentín Pimstein en 1959; en México fue transmitida por el Canal 4 en el horario de las 6:30 de la tarde.

Pero el crecimiento de Telesistema Mexicano desde ese año hasta la década de los setenta fue en incremento, exportando, tan sólo en 1970, telenovelas a 17 países de Latinoamérica y a Estados Unidos, para el mercado hispanohablante.

Al convertirse Telesistema Mexicano en la principal televisora dentro de la televisión mexicana con la producción y exportación de telenovelas, en 1972 se da una unión entre ésta (Telesistema Mexicano) y Televisión Independiente de México convirtiéndose desde ese día hasta la fecha en Televisa, a cargo de la familia Azcárraga. Creciendo a niveles gigantescos Televisa extendió su señal en la televisión abierta mexicana a través de cuatro canales:

- **Canal 2 (XEW-TV):** en sus inicios éste canal simbolizó un crecimiento para la industria de la televisión mexicana, ya que era la segunda concesión que se otorgaba a nivel nacional. Ésta fue otorgada a TELEVIMEX, cabe destacar

que todas estas empresas televisoras TELEVIMEX, Telesistema Mexicano y Televisa fueron y son, en el caso de la última mencionada, propiedad de la familia Azcárraga.

Así, el canal 2 inicio transmisiones el 21 de marzo de 1951 con la narración de un partido de baseball desde el Parque del Seguro Social, y desde ese día hasta la fecha no ha cesado de transmitir todo tipo de programación para todo público. Sin embargo, existió un antecedente en el Canal 2 de la telenovela y fue el serial *Ángeles de la calle*, producido por Luis de Llano Palmer en 1952.

A partir de 1982 éste canal es conocido popularmente como *El Canal de las Estrellas*, y desde hace varios años es el canal más significativo y de mayor peso dentro de TELEVISA, debido a que se transmiten las producciones más importantes de dicha televisora, en su mayoría telenovelas.

Actualmente, dentro de su programación se encuentran programas matutinos de revista (HOY), programas de concurso (100 Mexicanos Dijeron), reality shows (Me quiero enamorar), noticieros (Primero Noticias), programas de opinión (Tercer Grado), talk shows (Laura) y sobre todo telenovelas, las cuales significan la base de su programación; debido a que diariamente y desde la década de los setenta transmiten 7 telenovelas en horarios variados y para diferente tipo de público.

- **Canal 4 (XHTV-TV):** tiene gran relevancia dentro de la historia de la televisión, debido a que fue la primera concesión que se dio en Latinoamérica, y específicamente en México; sin embargo, a pesar de su

surgimiento es un canal local de la Ciudad de México y para el resto de la República Mexicana llega a través de televisión de paga.

La concesión fue otorgada a Rómulo O'Farril e inició las transmisiones el 1° de septiembre de 1950 con el cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés. Siguiendo con la línea que venían manejando en las radionovelas, los primeros anunciantes en aparecer a través de la señal del Canal 4 fueron Goodrich Euzkadi y Omega.

Era de esperarse que al tratarse del primer canal surgido en México, la primera telenovela matutina fuera transmitida a través de éste canal; la telenovela llevaba por nombre *Cuidado con el ángel* y era protagonizada por Ofelia Guilmáin y Héctor Gómez en 1959.

Sin embargo, tras veintiún años de transmisión a cargo de Rómulo O'Farril en 1972 pasó a formar parte de TELEVISIA; desde 1972 el canal 4 ha tenido varias etapas de cambio: durante la década de los noventa era Central 4 y su programación era variada, no se centraba en un género en específico, abarcaba desde películas, noticieros, programas de revista y series; pero en el 2001 cambió a 4TV, aunque el canal siguió con el mismo perfil.

Sin embargo, en agosto del 2010 cambia completamente y se convierte en un canal de información, llamado ForoTV; incluyendo en su programación noticieros (Hora 21), programas de opinión (Es la Hora de Opinar), y programas especializados (Respuesta Oportuna).

- **Canal 5 (XHGC-TV):** es un canal de televisión abierta mexicana que inicio transmisiones el 10 de mayo de 1952 con un festival organizado por Excélsior en conmemoración al Día de las Madres; sin embargo, sus

transmisiones se normalizaron hasta agosto del mismo año. Es el canal pionero dentro de la televisión a color, debido a que fue el primer canal que transmitió señal a color con la serie *Paraíso Infantil* el 21 de enero de 1963, gracias a Guillermo González Camarena, creador y concesionario del canal.

Desde sus inicios el canal 5 dedicó su programación al público infantil y adolescente con programación que abarca caricaturas, series internacionales y nacionales, películas, programas educativos y eventos deportivos. Sin embargo, a mediados de los años sesenta el canal 5 pasó a formar parte de Telesistemas Mexicanos, convirtiendo a su creador Guillermo González Camarena en un asesor técnico del canal.

Al igual que los dos canales anteriores, Canal 5 pertenece hoy por hoy a Televisa, y funciona bajo el mismo perfil de sus inicios; su slogan actual es "Televisión como tú quieres".

- **Canal 9 (XHTM-TV):** arrancó transmisiones en 1968 como un canal perteneciente a Televisión Independiente de México; sin embargo, en 1972 Televisión Independiente de México, al igual que los otros canales, inició negociaciones con Telesistema Mexicanos, quienes monopolizaban la industria, para incorporar el canal 8 a su empresa televisiva.

Ese mismo año, el canal 8 inaugura el horario nocturno de las telenovelas con la transmisión de la telenovela coproducida con Perú, *Los Hermanos Coraje*, en el horario de las 9 de la noche.

Durante esta época, su señal era transmitida por el Canal 8 hasta 1985 cuando por necesidades técnicas fue reubicada a través de la señal de Canal 9; gracias a dicha reubicación el Canal 9 se convirtió en un canal dedicado al

esparcimiento cultural y educativo, lo llamativo de este canal era que no transmitía publicidad alguna, solamente los contenidos. Pero esta programación solo duró 7 años, ya que para 1992 el Canal 9 abandonó los contenidos culturales y educativos, y abordó nuevamente el entretenimiento en todas sus facetas, bajo el nombre de Galavisión.

Este tipo de contenidos (entretenimiento) prevalecen en este canal hasta la fecha, por lo que el Canal 9 alberga programas denominados de investigación periodística de espectáculos (XN), telenovelas, eventos deportivos (Lucha Libre), talk show, películas mexicanas y en ocasiones extranjeras.

El monopolio de Televisa no se limitó a la industria de la televisión, sino que se extendió a otros campos de los medios audiovisuales, cómo: cadenas radiofónicas, sellos discográficos, productoras y distribuidoras cinematográficas, y también abordo los medios impresos.

Pero dicho crecimiento no se quedó en México, Televisa buscó la internacionalización de su señal, logrando posicionarse en Estados Unidos a través de una asociación con Venevisión, televisora Venezolana, creando Univisión apoderándose del mercado hispano hablante del país vecino. Asimismo, también se extendió a Europa con repetidoras en algunos de sus países; en España se abre paso mediante Iberovisa y en Holanda a través de Eurovisa.

Sin embargo, el producto que siguió siendo el más productivo y el cual dejaba más ganancias para la televisora era una vez más la telenovela; siendo la más recurrente la telenovela rosa, que incursionó en gran parte gracias a Yolanda Vargas Dulché

con María Isabel (1966); marcando a la telenovela rosa como la especialidad de México.

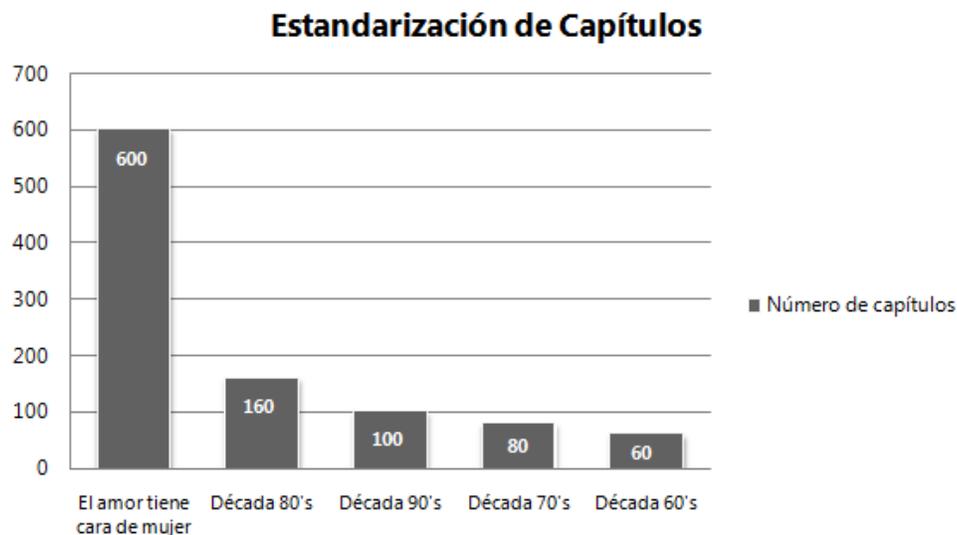
Por lo que al producirse casi siempre telenovelas rosas, existió un periodo de innovación entre los años 1975 y 1982 en un nuevo formato que fue llamado *telenovela pro desarrollo*. El proyecto estaba a cargo del productor Miguel Sabido y tenía como objetivo incorporar a la historia fines educativos. A diferencia de las telenovelas rosas, las telenovelas pro desarrollo motivaban a la audiencia acercarse a la educación; además de orientarla en problemas sociales recurrentes. Dentro de este marco de telenovelas pro desarrollo se retomaron distintas temáticas como la alfabetización, la planificación familiar, la paternidad responsable, la promoción de respeto a la mujer, entre otras.

Algunas de las telenovelas pro desarrollo fueron apoyadas por instituciones públicas, las cuales estaban a favor de los temas tratados en la telenovela; entre las instituciones estaban: Secretaria de Educación Pública, Instituto Mexicano del Seguro Social, Centros de Integración Juvenil, entre otras.

Asimismo, existieron otras instituciones gubernamentales y educativas que al ver la reacción de la audiencia ante este tipo de proyectos se aventuraron a producir sus propias telenovelas; como fue el caso del Instituto Nacional de Educación para Adultos que produjo "El que sabe...sabe", la cual tuvo como público meta a las personas de la tercera edad y como objetivo lograr alfabetizarlas.

Es así, como estas telenovelas pro desarrollo no sólo cumplían con el principal objetivo de su género, entretener sino que también brindaban a su audiencia un acercamiento a la educación. Sin embargo, la telenovela pro desarrollo sólo logró alcanzar la producción de siete títulos. Pero la producción y exportación de

telenovelas mexicanas no cesó y la producción de telenovelas extensas desencadenó una estandarización en el número de capítulos que debían de tener las telenovelas mexicanas, debido a que la telenovela *"El amor tiene cara de mujer"* alcanzó los 600 capítulos¹⁸.



Fuente: Elaboración propia. // Información: Luis Reyes de la Maza, *Crónica de la telenovela: México sentimental*, México, Clío, 1999.

Pero la estandarización de capítulos en gran medida se debió a que la telenovela perdía calidad al momento de alargarse; por lo que para evitar la decaída de las telenovelas llegaron a esta estandarización. Asimismo, gracias a la estandarización de los capítulos, la producción de telenovelas fue a la alza realizándose un poco más de cien telenovelas en los años ochenta, de las cuales todas fueron vistas a nivel mundial.

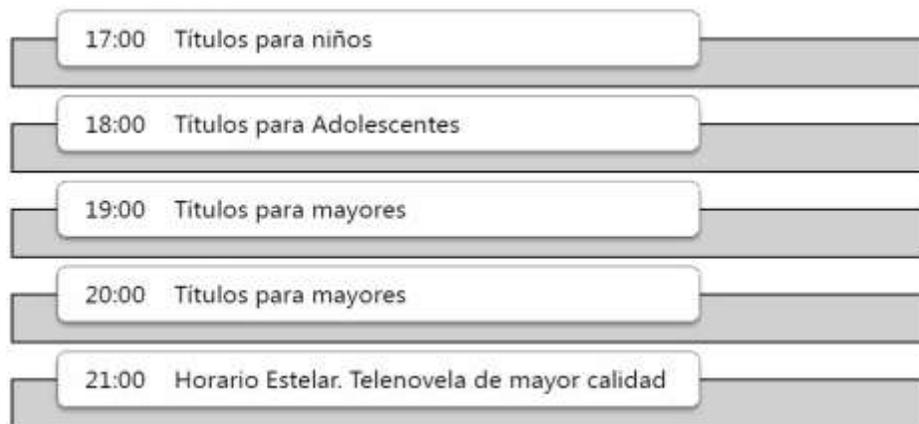
La exportación de las telenovelas mexicanas producidas por Televisa no estaba limitada al continente americano, sino que lograron crear un nexo con el mercado europeo, gracias al éxito obtenido con telenovelas como *Los ricos también lloran*,

¹⁸ Luis Reyes de la Maza, *Crónica de la telenovela: México sentimental*, México, Clío, 1999, pág. 66.

Esmeralda, Corazón Salvaje, Cuna de Lobos, Marisol, entre otras; transmitiendo las telenovelas en países como España, Italia, Francia, Bélgica e Inglaterra. No obstante, esta extensión de mercado les ayudó a que otros continentes miraran a las telenovelas como entretenimiento llegando a países como China, Singapur, Indonesia, Corea, Turquía, y al norte de África.

“Actualmente, la producción anual de Televisa es de quince telenovelas al año y circulan cuarenta títulos en mercados europeos. La telenovelas de Televisa se han exhibido en sesenta y tres países y fueron dobladas a diecisiete idiomas.”¹⁹

Otro factor importante dentro de la consolidación de las telenovelas mexicanas fueron los horarios de transmisión, por lo que durante los años noventa se dio una estandarización de horarios, como anteriormente se había dado con la extensión de los capítulos, empezando



Fuente: Elaboración propia. // Información: Nora Mazziotti, *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 1996.

Con esta estandarización de horarios en el Canal 2, existía una barra de telenovelas dedicada a todo público; las telenovelas infantiles que desde *Mundo de Jugete* no tenían un espacio para su público, obtuvieron éxitos como *Carrusel, El abuelo y yo*,

¹⁹ Nora Mazziotti, *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós, 1996, pág. 50.

El diario de Daniela, entre otras. Las producciones de telenovelas juveniles también supieron aprovechar el horario que se les había brindado, revalorizando sus telenovelas e incorporando grupos musicales del momento a las mismas. Por lo que los integrantes de grupos como Timbiriche y solistas como Ricky Martín, incursionaron en las telenovelas de la mano de Luis de Llano Macedo en telenovelas como *Alcanzar una Estrella*, *Alcanzar una Estrella 2*, *Baila Conmigo*, *Agujetas de Color de Rosa*, entre otras.

No obstante, existen características que las telenovelas mexicanas adquirieron desde sus inicios y que convirtieron en constantes hasta la actualidad; una de ellas fue el uso del apuntador electrónico, el cual comenzó a usarse en los años sesenta y desde su aparición ayudó a dar más rapidez durante la grabación de los capítulos; actualmente sigue siendo ocupado pero no solamente en las telenovelas sino también en el resto de los géneros televisivos.

Otro de los rasgos más importantes de la telenovela mexicana es la participación recurrente de la religión católica; existen diversas formas en la que los guionistas la manifiestan, la que se encuentra en todas las telenovelas es la boda religiosa de la pareja protagónica, en la cual la novia vestida de blanco agradece a Dios por darle la oportunidad de ser feliz con su ser amado. Sin embargo, otra forma en la que se hace presente la religión y de las más constantes es la participación de la Virgen de Guadalupe dentro de la historia como personaje invitado. Demostrando que la religión es primordial para las producciones de telenovelas en México.

Asimismo, la participación de estrellas de la industria musical, en su mayoría artistas del género pop, se ha vuelto recurrente e indispensable en las telenovelas mexicanas; debido a que son utilizados para garantizar un poco más el éxito de la producción. Sin embargo, muchas veces puede salir contraproducente debido a

que los cantantes carecen de una formación actoral desencadenando una participación floja y mal realizado; a esto se debe añadir que muchas de las veces la historia es forzada para que el cantante pueda interpretar sus canciones a lo largo de la telenovela.

Sin embargo, la mayoría de las ocasiones el tema principal de la telenovela, con el que abren y cierran cada capítulo, es interpretado por los cantantes que actúan en ella, como es el caso de Lucero en *Lazos de Amor*. Pero cuando no se encuentra participando un cantante o grupo dentro de la novela se recurre a artistas del momento para la interpretación del tema, un ejemplo reciente es el de Enrique Iglesias en *Cuando Me Enamoro*. No obstante, dentro de las telenovelas se reproducen canciones que se vuelven características de algún personaje o pareja; por lo que la audiencia de inmediato asocia la música con el personaje que está en pantalla.

Existen diversas características que comparten tanto la telenovela mexicana como la colombiana; una de ellas es el cierre de los capítulos del día viernes, en éste capítulo se resuelven la mayoría de los pequeños conflictos que surgieron a lo largo de la semana; sin embargo, el avance del conflicto principal queda en gran suspenso para que el público la sintonice el lunes. Estos conflictos nacientes alrededor del principal pueden abarcar varios temas: asesinato, infidelidad, violación, enfermedades, entre otros.

Otra característica es el rol que juega la familia o pareja dentro de la historia; cada problema desencadenado dentro de la telenovela va vinculado directamente o indirectamente con éstos; demostrando la importancia de la unión familiar en las sociedades latinoamericanas.

Sin embargo, una de las características más importantes que ambas industrias comparten es el trampolín que significa para actores, actrices y creativos de ambos países mostrar su trabajo a través de las telenovelas, dándose a conocer internacionalmente. Ésta forma de comercializar mediante la imagen se basa en el Star System de la industria del cine hollywoodense.

Por lo que, las industrias de telenovelas de ambos países comparten más que un crecimiento a la par en las etapas de las telenovelas latinoamericanas; asimismo, comparten características y elementos que han sido recurrentes durante todo este crecimiento de la industria de la telenovela latinoamericana.

1.3.2 Telenovelas Colombianas

La historia de la televisión colombiana se gestó en los primeros años de la década de los cincuenta, para ser exactos en 1954 transmitiendo el informe del primer aniversario del General Rojas Pinilla en el poder de este país; sin embargo, la televisión colombiana desde su primera transmisión ha ido creciendo y estableciéndose como una televisión seria que busca consolidar su industria a través del consumo de los programas de origen nacional, la mayoría de las producciones son telenovelas. Esto se pudo a partir de la concesión de varios canales televisivos que actualmente siguen al aire en la televisión colombiana:

- **Canal Uno:** inicio transmisiones en 1954 bajo el nombre de Televisora Nacional de Colombia a cargo de Radio Televisión Nacional de Colombia; sin embargo, con el paso de los años fue evolucionando y su nombre cambio en numeradas ocasiones: en 1980 a Cadena Uno y en 1998 a Canal Uno, nombre con el cual permanece hasta la actualidad.

La programación que se transmite a través de la señal de este canal no es producida por el mismo; sino que son programadoras las que se encargan de la producción y programación de todo el canal; esta programación es variada y está integrada por programas misceláneos, deportivos, noticieros y de índole periodística.

- **Canales regionales y comunitarios por ciudad**
- **Señal Institucional de Televisión del Congreso y los Organismos Gubernamentales**
- **Señal Cultural y Educativa:** es un canal de televisión abierta de carácter comercial que ofrece una programación, como su nombre lo indica, basada en programas culturales y educativos. Estos programas buscan el crecimiento y enriquecer a la sociedad colombiana a través de los contenidos; asimismo, tiene como objetivo retomar la identidad colombiana para su sociedad.
- **Caracol Televisión:** es una de las principales productoras de programación de Colombia e igualmente uno de los canales más vistos; asimismo, su alcance va más allá de un sólo canal, tiene un canal para la población hispanohablante en Estados Unidos (Gentv) y otros dos por televisión de paga que se transmiten en Colombia y en gran parte de Latinoamérica (Caracol Telenovelas y Caracol TV Internacional).

Pero Caracol Televisión surge en 1955 a través de la señal del Canal 8 en Bogotá; como una ramificación de Caracol Radio, en un inicio no producía los programas transmitidos. Fue a partir de 1969 cuando deja de pertenecer a Caracol Radio y se adjudica el nombre de Caracol Televisión, con lo cual

empieza a producir programación televisiva. Pero Caracol Televisión empieza sus transmisiones como canal privado en 1998 bajo el slogan *Televisión en grande*, cuando se da la privatización de ciertos canales televisivos en Colombia, incluidos Caracol Televisión y RCN Televisión.

Desde el inicio de sus transmisiones regulares en 1998, Caracol Televisión incremento su producción de relatos televisiva, adquirió los derechos para la transmisión de eventos de football exclusivos, así como logró alianzas para la coproducción de relatos televisivos, con empresas transnacionales como Walt Disney International, con la que produjo conjuntamente la telenovela, *La babysister* en el 2001, ya con el slogan de *Lo mejor para ti*. No solamente tenía convenios con Walt Disney International, también con Telemundo y RTI (Radio Televisión Interamericana), para la transmisión y coproducción de telenovelas como: *La Caponera*, *Amantes del desierto*, *La venganza*, entre muchas más.

Por lo que, el género televisivo que seguía resultando el más lucrativo y el que más gustaba a la audiencia era el de las telenovelas; una muestra es el canal que lanza en el año 2009 en el que se transmiten telenovelas clásicas y actuales de dicha empresa. En este mismo año Caracol Televisión hace un último cambio de slogan con: *Más cerca de ti*, con el que hasta la fecha sigue funcionando su canal.

- **RCN Televisión:** es otro de los canales principales y empresas productoras de programas televisivos en Colombia. Es sin lugar a dudas la competencia inmediata que tiene Caracol Televisión, al igual que ésta última surge en 1998 con la privatización de la televisión colombiana.

Sin embargo, al inicio (1967) no se trataba de una cadena propia de televisión sino de una programadora perteneciente a Radio Cadena Nacional (RCN); pero fue hasta 1980 cuando se dio la primera transmisión de un concurso de belleza a través de su señal. Sin embargo, el principal antecedente en este canal de la telenovela colombiana fue la telenovela producida y transmitida en 1984 llamada *El Taita*.

A estas transmisiones les siguieron eventos deportivos de talla internacional como los Juegos Olímpicos (1988), programas musicales (*Aruba y Jazz*), programas de revista (Hola Paola) en 1993. Sin embargo, no podía dejar de lado las telenovelas que significaban un mercado importantísimo dentro y fuera de Colombia; por lo que siguió desde mediados de la década de los ochenta la producción de telenovelas, las cuales eran transmitidas la mayoría por el Canal A de la televisión colombiana.

Un par de años antes de privatizarse y convertirse en RCN TV, produjo telenovelas que llegaron a gran parte de Latinoamérica, Estados Unidos, y Europa, como: *Café, con aroma de mujer, La potra Zaina, Las Juanas*, entre otros títulos; de los cuales se han realizado adaptaciones innumerables en México.

Así, en 1998 se privatiza el canal y se realizan las primeras transmisiones bajo el slogan de *Nuestra Tele*, en estas fechas cambio su logotipo y su programación, por lo que se trataba de un canal completamente nuevo que buscaba competir directamente con Caracol Televisión.

Esta competencia no se limita al canal principal de RCN sino al canal dedicado a las telenovelas que también tiene esta televisora, llamado RCN

Telenovelas. RCN Televisión ha desarrollado grandes éxitos que han marcado no sólo la industria de la telenovela colombiana sino también varias industrias alrededor del mundo, el caso más reciente fue con la telenovela cómica *Yo Soy Betty, la Fea* con la cual logro record en distintos países incluido México.

De esta manera, son estas dos últimas televisoras (Caracol Televisión y RCN Televisión) las que lograron posicionarse como las principales productoras y exportadoras de la telenovela colombiana en al mundo; produciendo cada uno alrededor de 20 telenovelas y series al año.

Sin embargo, estas televisoras no basarían su programación en las telenovelas y la industria de la telenovela colombiana no tendría el éxito actual sino fuera por la primera telenovela transmitida y producida en Colombia, *Yo y tú* de Alicia del Carpio transmitida con un éxito rotundo de 1956 hasta 1976; debido a que no sólo fue la primera telenovela en transmitirse sino también la primera en incorporar tintes cómicos a la trama, la cual giraba alrededor de una familia de clase media.

Unos años más tarde, llegaría la que es sin duda la principal telenovela cómica colombiana: *Don Chinche* (1983) de Pepe Sánchez; la cual narraba la historia de un hombre que trabajaba en varios oficios como albañil, mecánico, pintor y plomero debido a las necesidades monetarias que tenía. A lo largo de la telenovela, que duró seis años al aire de (1983 a 1989,) se retrato la realidad de la sociedad colombiana de los años ochenta, la pobreza, la falta de empleos, la migración a distintas partes del país; pero, siempre desde una perspectiva humorística que es característica de la telenovela colombiana; marcando la pauta para las telenovelas subsecuentes que retomaban éste tipo de telenovela.

Es así, como la telenovela colombiana ha ido formándose y caracterizándose como una telenovela que combina el melodrama y la comedia; sin dejar de lado las problemáticas sociales que están presentes en su sociedad. De esta manera, la telenovela colombiana fue avanzando evolucionando y especializándose más en su tipo de telenovela, posicionándose como el producto audiovisual base de la televisión colombiana.

Durante la década de los ochentas, repetían la fórmula que venían manejando en la mayoría de las telenovelas de aquellos años; sin embargo, trataban de adaptar novelas de grandes escritores latinoamericanos, como sucedió en México en las producciones de Ernesto Alonso con textos de Vicente Leñero; en Colombia se retomó dicha actividad adaptando obras como: *La tregua* de Mario Benedetti, *Los premios* de Julio Cortázar, *La tía Julia y el escribidor* de Mario Vargas Llosa, *La pezuña del diablo* de Alfonso Bonilla Naar, *El flecha* de David Sánchez Juliaio; aunque también se adaptaron novelas de autores europeos como Franz Kafka y su novela *El Proceso*, entre otras; haciendo partícipes en la industria de la telenovela de éste país a varios países a través de su literatura.

A pesar de que se recurrieron a muy buenas novelas de autores renombrados, el híbrido que surgía de la comedia y el melodrama seguía siendo el formato más exitoso dentro de la telenovela colombiana; por lo que desde los años ochenta hasta la actualidad se han proyectado en la televisión de gran parte del mundo títulos como: *Dejémonos de Vainas* de Bernardo Romero Pereiro, *Vuelo Secreto* de Juan Manuel Cáceres, *Los Pérez somos así*, *Hombres y la madre* de Mónica Agudelo, *Perro Amor* de Juana Uribe, entre otras.

Un ejemplo claro y más representativo de la telenovela colombiana que logró gran internacionalización fue *Yo Soy Betty, la Fea* de Fernando Gaitán que estuvo al aire

dos años de 1999 al 2001; siendo una telenovela que fue vista en más de cien países y doblada a más de quince idiomas alrededor del mundo. Sin embargo, no sólo se dio la transmisión de la telenovela sino también se dieron innumerables adaptaciones en países como Alemania, Bélgica, México, España, Brasil, China, Polonia, Portugal, Israel, India, entre muchos más llegando a gran parte del mundo.

Una vez más se demuestra que la telenovela colombiana es el producto audiovisual que más comercializa Colombia dentro y fuera de sus fronteras; sin embargo, las televisoras colombianas así como exportan sus telenovelas también importan productos audiovisuales, en su mayoría de México. La televisora a través de la cual se han visto más telenovelas importadas es RCN Televisión, transmitió: *Amor Real*, *Piel de Otoño*, *Barrera de Amor*, *Niña Amada Mía*, y *La Fea Más Bella*, a pesar de ser la televisora que produjo la versión original; a éstas telenovelas se le suman más títulos no sólo provenientes de México sino también de Argentina y Brasil.

Pero una característica que no ha perdido la industria de la telenovela colombiana es la importancia que le dan a las producciones nacionales; ya que a pesar de que importan gran número de telenovelas del resto de Latinoamérica, éstos son transmitidos durante la mañana y tarde concediéndole el horario del prime time²⁰ a las telenovelas de carácter nacional, respaldando su industria.

Ésta necesidad de posicionar las telenovelas nacionales dentro de las de mayor gusto del público colombiano radicó desde un inicio en que las televisoras buscaban que su público de identificara y aceptara las telenovelas. Siendo una de esas características recurrentes el ubicar las temáticas en tiempo presente lo que

²⁰ Horario de máxima audiencia.

beneficia al tratamiento de conflictos sociales actuales, en los cuales están basados las problemáticas que se desarrollan a los largo de la historia.

De esta manera, la telenovela colombiana dejó de ser vista solamente como entretenimiento, convirtiéndose nuevamente en un arma publicitaria, política y social que alberga la necesidad de hacer llegar a la audiencia valores, propuestas políticas, productos en venta y sobretodo mostrar el retrato de una sociedad, posicionando de esta manera su telenovela alrededor del mundo.

Es así como estos países, hablando específicamente de México y Colombia, lograron estructurar su industria televisiva alrededor de un producto audiovisual que con el paso de los años perfeccionaron y lo volvieron parte de la cultura del entretenimiento no sólo en sus países sino también en el resto del mundo. Incursionando en los mercados extranjeros no sólo con la retransmisión de sus telenovelas, también con la venta de libretos para la realización de adaptaciones en el idioma del país importador.

Esto provocó que las telenovelas mexicanas y colombianas compitieran a la par de las series norteamericanas que tenían dominado el mercado del entretenimiento a nivel mundial. Logrando una especialización en el género de la telenovela; sin embargo, debido a la incursión de avances tecnológicos y a la alta demanda de productos nuevos por parte de la audiencia, la industria de la telenovela incorporo a sus telenovelas nuevas temáticas que tendrían el mismo éxito o mayor al ya adquirido con sus telenovelas anteriores.

Capítulo 2. Temática y roles en las telenovelas

Desde que México y Colombia iniciaron la producción de telenovelas a finales de la década de los cincuenta cada industria se especializó en una temática de la telenovela, haciéndola base de su programación televisiva.

En el caso de México, la principal televisora Televisa adoptó la telenovela rosa como base de sus producciones; es así que a lo largo de las décadas Televisa ha realizado títulos como *María Mercedes* (1992), *Marimar* (1994), *María la del Barrio* (1995), *Rosa Salvaje* (1987), *El Privilegio de Amar* (1998), *Mujer Bonita* (2001), entre muchas otras.

Por otro lado, Colombia en manos de Caracol Televisión y RCN Televisión siguió produciendo melodramas con producciones como *La potra Zaina* (1993), *Café con aroma de mujer* (1994), *La Tormenta* (2005); sin embargo, la industria de la telenovela colombiana desde sus inicios ha realizado un híbrido de melodrama con comedia como *Las Juanas* (1997), *La baby sister* (2000), *Pedro el Escamoso* (2001) y un sin número de producciones más.

Es así como en las últimas dos décadas, la industria de la telenovela colombiana ha innovado dentro de las temáticas de sus telenovelas, abordando los elementos primordiales del melodrama basándose en problemáticas sociales recurrentes con toques humorísticos; haciendo telenovelas realistas y al mismo tiempo entretenidas.

De esta manera, dicha innovación de las telenovelas colombianas fue un parteaguas dentro de la industria de la telenovela latinoamericana; provocando

que industrias como la mexicana recurrieran a la búsqueda de nuevas temáticas, dejando de lado sus telenovelas base en las cuales se habían especializado por años.

Es así como en el siguiente apartado se analizarán las nuevas temáticas de las telenovelas colombianas y mexicanas, mostrando la mezcla de géneros que llegan a darse en una producción. Asimismo, se analizarán las consecuencias que tienen estas nuevas temáticas en los roles de los protagonistas y demás personajes de las telenovelas.

2.1 Innovación en las temáticas

Desde los inicios de la telenovela hasta los años ochenta de su circulación la temática más recurrente y que más producción tenía era la telenovela rosa y el melodrama en general, invadiendo la industria de la telenovela mexicana y colombiana. En la década de los noventa se inició un proceso de innovación y revalorización de la telenovela, más estrechamente en Colombia; durante estas dos últimas décadas (1990-2010) la industria de la telenovela colombiana ha abordado temáticas que han tenido un éxito no sólo en su país sino también a nivel mundial con retransmisiones y adaptaciones de sus libretos.

Ésta renovación dentro de las temáticas en las telenovelas colombianas obedece en gran parte a la demanda que las audiencias manifestaban al pedir telenovelas más realistas; por lo que los libretistas de aquel país optaron por presentar parte de la realidad y problemáticas que atañen a sus televidentes. Es así como Colombia se posiciona como una de las principales exportadoras y creadoras de nuevos libretos y telenovelas al mundo entero.

En los años noventa la comedia se convierte en eje central de las telenovelas colombianas, innovando en las temáticas abordadas desde inicios de la década con telenovelas como *Zoociedad* en 1992; escrita por Eduardo Arias, Karl Troller y Rafael Chaparro y actuada por Jaime Garzón, abordaba la sátira política nacional e internacional, siendo la primera propuesta de humor político que se daba en aquel país. De esta manera *Zoociedad* brindo la pauta para realizar comedia política sutil e inteligente, le siguieron títulos igual de exitosos como *Heriberto de la Calle* (1997), *Quac: El Noticiero* (1995), entre otros; demostrando que la comedia colombiana de los años noventa se caracterizaría por ser "irreverente, inteligentemente grotesca e irónica".²¹

Continuando así la realización de más y más telenovelas que utilizaban la comedia como base de sus temáticas, en esta ocasión a través de la telenovela *La Alternativa del Escorpión* (1992) de Mauricio Miranda, en la que se retrataba la vida cotidiana de un noticiero. Al darse una gran aceptación, siguieron realizando comedias que mostraban los problemas laborales, un ejemplo más fue la telenovela *Vuelo Secreto* (1993) de Juan Manuel Cáceres y Mario Rivero, en el que plasmaban los problemas y el día a día que se vive en una oficina colombiana.

Marcando una pauta en telenovelas que buscan acercar al público a la pantalla chica a través de historia, personajes, y situaciones que reflejan lo local; creando "un estilo <<Colombia>>, una propuesta mestiza que juega entre el melodrama y la comedia, entre lo neutro y lo cultural, entra la fórmula establecida y el experimento"²²

²¹ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, España, Gedisa, 1999, pp.142.

²² Lorenzo Vilches, *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario OBITEL 2007*, España, Gedisa, 2007, pág. 135.

Sin embargo, la innovación en las temáticas de telenovelas colombianas no sólo obedecían a la comedia; sino también se gestaron telenovelas que romperían esquemas y abordarían temas tabús en los años noventa, la primera telenovela que dejó de lado la telenovela rosa y fue un rotundo éxito fue *Señora Isabel* en 1993.

Esta telenovela escrita por Bernardo Romero Pereiro y Mónica Agudelo, retrataba la vida de una señora de más de cuarenta y cinco años de edad que atravesaba por la menopausia y era abandonada por su marido para irse con su amante, una joven veinte años menor que él. Sin embargo, no sólo tenía que soportar la infidelidad y el abandono de su marido, también luchar contra los trastornos alimenticios que padecía una de sus hijas, aceptar el embarazo de otra de ellas, y mantener la fortaleza ante los problemas que atravesaban sus mejores amigas: sida y cáncer de seno. A todas estas problemáticas se le suma el interés que sentía un joven hacia ella, despertando nuevamente la pasión y el interés en ella.

Esta telenovela significó la primera del género que rompía con el esquema del ama de casa tradicional, ya que se le daba un giro en la representación de la mujer madura mostrándola como una mujer emprendedora y capaz de salir adelante sin importar los obstáculos: en esta ocasión también le brindaban una segunda oportunidad en el amor de la mano de un hombre menor que ella.

A esta telenovela que retrataba otro ángulo en la vida de una mujer madura sirvió como eje para la producción de más telenovelas que abordaban la misma temática como fue el caso de la protagonizada por Margarita Rosa de Francisco, *La Madre* (1998) de Mónica Agudelo, en la que una vez más se llevaba a la pantalla la separación entre matrimonios establecidos que se veían corrompidos por terceras personas, mostrando el sufrimiento que acarrearía a la familia y las consecuencias que traía en la conducta y formación de los hijos.

Estas telenovelas tuvieron gran éxito debido a que en esa misma década (años noventa) los divorcios o separaciones empezaron a realizarse con más frecuencia que en el pasado, demostrando que se había creado una brecha y las telenovelas estaban más abiertas a retratar las nuevas tendencias de la sociedad, mostrando cada vez más la realidad que se vivía. Por lo que queda claro que “los universos de referencia para las obras de ficción en Colombia son el ámbito familiar y el del trabajo, los dos espacios fundamentales de la socialización del colombiano, ya que son en ellos en donde transcurre el día a día.”²³

Es así como los libretistas recurrieron cada vez más a retratar la cotidianidad y realidad dentro de sus telenovelas, abordando problemáticas sociales fuertes y que causaban polémica en la opinión pública. Una de las telenovelas que impactó a la sociedad colombiana y posteriormente a gran parte de Latinoamérica fue *La mujer del presidente* (1998) de Mauricio Navas y Mauricio Miranda. En ésta retrata la injusticia de la cual es presa un joven que es acusado de homicidio y la crueldad y tortura por la que pasa al estar en la cárcel.

Una telenovela que “mezcló el suspenso con una historia de equivocaciones, el drama interior y familiar con uno de los rostros más brutales del país, el de la dureza y el hacinamiento de las cárceles”²⁴. Es así como sin tapujos se mostraba la realidad de las cárceles colombianas y de las injusticias de las que diariamente son presas miles de colombianos, así como de las manipulaciones que se le dan a los casos de los presos y al poder en general; un par de años después Argentina realizó la adaptación de dicha telenovela.

²³ *Ibíd*em, pág. 146.

²⁴ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, España, Gedisa, 1999, pág.142.

De esta manera “la telenovela de los noventa, guardando los hitos del melodrama, introduce nuevos temas, perfila de manera más compleja a los personajes, elabora con mayores matices los contextos, investiga con mayor cuidado los diálogos y el universo referencia en el que transcurre las situaciones”.²⁵ Asimismo, esto provoca que las audiencias se sientan más identificadas con el género y sus temáticas abordadas otorgando un acercamiento a través del reconocimiento de historias y personajes.

Siguiendo esta pauta desarrollada en los años noventa, la proliferación de las temáticas que brindaba un acercamiento más estrecho a las audiencias prevaleció durante la primera década del nuevo siglo. No obstante, que en esta ocasión eran comedias en el que se daba un giro radical a la representación de la mujer y su interacción en la sociedad a través de telenovelas como *Yo Soy Betty, La Fea* de Fernando Gaitán.

Esta telenovela presenta la historia de una mujer de nombre Betty, que lucha día a día por demostrar que la mujer vale más por su inteligencia y su forma de ser que por un físico agradable a la vista; por lo que Betty se abre paso y se hace indispensable en una empresa de moda basándose en sus estudios profesionales y su desempeño laboral, sin imaginar que al mismo tiempo lograra su plenitud personal.

Fue una de las principales y más importantes telenovelas de inicio de siglo, tuvo un éxito rotundo a nivel mundial; debido a que expone a la mujer y la valora por lo que es y no por lo que se ve a simple vista. Logro transformar radicalmente el papel que jugaban las mujeres en las telenovelas mostrando una mujer que se adentra en el campo laboral y compite a la par de cualquiera.

²⁵ *Ibíd*em, pág. 140.

Asimismo, está situada en un contexto actual, lo que se convierte en una característica de estas telenovelas del nuevo siglo; por lo que *Yo Soy Betty, La Fea* y su libretista Fernando Gaitán fungieron como parteaguas para la producción de telenovelas en las que la mujer era presentada como un igual o superior al sexo masculino.

De esta manera, a lo largo de la primera década del nuevo siglo se siguieron realizando telenovelas con esta temática, como fue el caso de *Hasta que la Plata nos Separe* escrita también Fernando Gaitán en el 2006. Esta telenovela juega con el melodrama y la comedia durante sus 320 capítulos, narrando la historia de Alejandra Maldonado, una joven que trabaja como ejecutiva en una concesionaria de autos, quien sufre un accidente automovilístico en contra del auto de Rafael Méndez, un comerciante sin estudios; tras el accidente se desencadena una serie de eventos que van desde el encarcelamiento de Rafael, la pérdida de la fortuna y trabajo de Alejandra, la rehabilitación a la que tiene que ser sometida Alejandra y a la cantidad de 110 millones de pesos que tiene que juntar Rafael resultado de un acuerdo entre él y el abogado de Alejandra para pagar la rehabilitación.

Esta telenovela retoma esta parte feminista que se abordó en *Yo Soy Betty, La Fea* dejando muy en claro el actual rol que juega la mujer en el campo laboral, al desempeñarse al igual o de una mejor manera que un hombre; demostrando la igualdad que actualmente se está dando entre géneros. Otra telenovela del mismo año y que está centrada en una protagonista femenina es *La Ex* de Perla Ramírez, Felipe Salamanca y Dago García.

Dicha telenovela es la historia de Amanda una mujer que debido a su reciente divorcio pierde todo; por lo que tiene que regresar a casa de sus padres. Tras la derrota que significó su fallido matrimonio, Amanda comienza nuevamente su vida

laboral y personal: sin embargo, llegaría Sergio, dueño de la compañía en la que trabaja, quien le ayudara a revertir todos los males que han estado presentes en su vida.

Es una telenovela que aborda temas comunes del nuevo siglo centrándose en dos específicos los divorcios y específicamente en el desempeño laboral por parte de la mujer en altos rangos de compañías en ocasiones transnacionales. Quedando claro que la mayoría de estas nuevas comedias muestran la situación por la que pasan muchas mujeres actualmente en el campo laboral, familiar y personal. De esta manera las telenovelas del nuevo siglo "se caracteriza por tener tono de comedia, centrarse en lo urbano, presentar mujeres guerreras y dueñas de su destino y jugar con los valores tradicionales del melodrama".²⁶

Una telenovela que a diferencia de las anteriores muestra una temática más social abordando el machismo y además retoma el papel protagónico a cargo de un hombre, fue la telenovela *En los Tacones de Eva*, escrita por Fernán Rivera, Juan Carlos Troncoso y Elkim Ospina.

Es la historia de Juan Camilo, un hombre que por ambición de alcanzar un puesto en una prestigiosa agencia de viajes se burla de Isabella, una mujer profesional que significa la competencia directa de Juan Camilo. Pero gracias a terceros se sabe las razones por las cuales Juan Camilo se acerca a Isabella; esto provoca el desprecio de todos hacia él. Tras perder todo, Juan Camilo se da cuenta que ha sido víctima de su propia burla, al admitir sus sentimientos hacia Isabella. Sin embargo, tiene que recurrir a adoptar la personalidad de Eva, una mujer soltera de 55 años, para

²⁶ Lorenzo Vilches, *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario OBITEL 2007*, España, Gedisa, 2007, pág. 137.

estar cerca de ella, creando a Eva. Al adoptar la personalidad de Eva se da cuenta de la realidad a la que se enfrentan las mujeres profesionistas.

Esta telenovela además de brindar una perspectiva más de la historia de mujeres profesionistas involucradas en el campo laboral, retoma dentro de la comedia problemáticas sociales recurrentes como el machismo y la discriminación. Sin embargo, esta telenovela retomó una característica que surgió en producciones anteriores del nuevo siglo como *Pedro el Escamoso*, protagonizada por un rol masculino fungiendo como base de la historia.

Pedro, el Escamoso salió al aire en el 2001 y fue escrita por Dago García y Felipe Salamanca; rompía con el estereotipo del típico galán de telenovela rosa, ya que Pedro era un hombre coqueto, musculoso, pobre, se creía buen bailarín y la mayor parte del tiempo estaba involucrado en problemas relacionados con las mujeres. Tras un problema que involucraba a una mujer, Pedro huye de su pueblo natal y se va rumbo a la ciudad (Bogotá) donde inmediatamente consigue trabajo como chofer de la mujer de su vida y se convierte en el sustento de una familia recién abandonada por el padre.

Una telenovela que al igual que *Yo Soy Betty, la Fea* genera otro tipo de comedia del nuevo siglo, comedias que se acercan más al público con personajes que muestran la forma de vivir y la situación laboral a la que se enfrenta la población día con día.

No obstante, al igual que en la década de los noventa se produjeron telenovelas que recurrían a problemáticas sociales como sus principales temáticas. En la primera década del nuevo siglo se generó una ola de producciones que basándose en la realidad de las problemáticas de narcotráfico, violación a los

derechos humanos y desintegración de la sociedad actual, se produjeron telenovelas y que series que retrataban una realidad que era difícil ignorar.

En el 2004 surge la telenovela *Todos quieren con Marylin*, donde se narra la historia de una joven que es obligada a entrar al mundo de la prostitución desde muy pequeña por su propia madre. Sin embargo, durante una despedida de soltero a la que asiste como entretenimiento conoce a Juan Ignacio quien la ayuda a salir del prostíbulo, no obstante siempre estará rodeada de las personas con las que convivía ahí desarrollándose una lucha interminable por la libertad y los derechos cada uno.

Fue una telenovela de gran impacto por la seriedad de los temas que abordaba, el tráfico de blancas, la prostitución y consumo de drogas fueron los ejes centrales, con base en los cuales se desarrollo gran parte de la historia; asimismo, se ponía a la luz el consumo de drogas del cual son victima las mujeres que son obligadas a prostituirse para resistir más horas de trabajo. Una telenovela que no sólo refleja la realidad de un país sino la realidad mundial del negocio de la prostitución y drogadicción; significando una vez más telenovelas que mostraban más realidad que ficción, aunque siempre con tintes melodramáticos.

Demostrando que “la telenovela colombiana siempre se ha presentado como un fenómeno distinto en Latinoamérica, exponiendo historias y personajes que reconstruyen los rostros y los conflictos de las clases trabajadoras del país”²⁷. Sin embargo, la mayoría de las telenovelas del nuevo siglo manifestaban la realidad sin tapujos basándose en “la investigación en profundidad de la situación que atraviesa el

²⁷ En: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26813203> (en línea). jueves 28 de abril 2011, 18:34 hrs.

país y la indagación del cambio de costumbres y la modernización cultural"²⁸, como fue el caso de la telenovela *La Viuda de la Mafia*. La cual narra la historia de una mujer que desconocía los negocios clandestinos en los que estaba involucrado su esposo y su familia política; pero cuando su esposo es asesinado ella es culpada por crímenes a la salud y complicidad, teniendo como su única salvación a un agente encubierto del cual se enamora.

Fue una telenovela que narra tal cual la vida de las familias de los capos de la droga, debido a que se basaba en entrevistas realizadas a verdaderas esposas de éstos, lo que le brindaba más veracidad que otras telenovelas que abordan también el narcotráfico. De esta manera, se genera una nueva brecha de telenovelas donde "el sello colombiano está en el cuidado de la producción técnica, la abundancia de exteriores, el papel transformado de la mujer y el contexto real de la vida de las historias."²⁹ Por lo que, la innovación en las temáticas que se está produciendo en Colombia no queda solamente en un buen guión sino también va acompañado de gran calidad técnica.

Este cambio de realización y temáticas de las telenovelas colombianas no sólo consolidó al producto como uno de los más rentables y comercializables del mercado audiovisual sino también trajo consigo la especialización de equipo técnico como directores, camarógrafos, musicalizadores, escenógrafos, ambientalistas que adoptaron las nuevas tecnologías y formas de realización que ayudaron al perfeccionamiento audiovisual de la telenovela. Sin embargo, la especialización que más peso tuvo en esta renovación de temáticas es la de los libretistas o guionistas colombianos, quienes se afianzaron en el terreno que mejor

²⁸ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, España, Gedisa, 1999, pp.137.

²⁹ En: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n16/pantalla16.html> (en línea). viernes 15 de abril 2011, 14:17 hrs.

sabían hacer que iba desde contar el relato más coloquial basándose en la comedia hasta la narración de una problemática internacional.

Por lo que los siguientes libretistas han sido los creadores de gran número de telenovelas exitosas que han roto esquemas con sus temáticas debido a que "combinan los problemas personales con los sociales"³⁰. Uno de los principales libretistas colombianos creador de telenovelas que tendrían varias adaptaciones en el resto de Latinoamérica como *Señora Isabel*, *Las Juanas*, *Sangre de Lobos* fue Bernardo Romero Pereiro quién se perfiló desde sus inicios como uno de los íconos más importantes dentro del guionismo para televisión no sólo colombiana sino latinoamericana; Romero siempre escribía con un tono regional e intimista.

Asimismo, siguiendo con este acercamiento a lo cotidiano surgirían las telenovelas de Carlos Duplat quien retrataba lo popular mostrando tal cual era la sociedad colombiana; creando *Amar y Vivir* y *La Caponera*. Sin embargo, dos de los principales creadores de telenovelas pensadas con un fin social fueron las realizadas por Mauricio Navas y Mauricio Miranda, ya fuera como dupla o por separado ambos tenían un estilo crítico y social que era recurrente en sus telenovelas. Navas y Miranda se caracterizaban por incorporar dentro de sus telenovelas entrevistas a personajes de la vida real concernientes al tema tratado en la historia, dentro de sus telenovelas más importantes están *Azúcar*, *La alternativa del escorpión* y *La otra mitad del sol*.

No obstante, también están los libretistas que se especializaron en mezclar las problemáticas sociales con la comedia sin dejar de lado los tintes melodramáticos que contiene toda telenovela; uno de estos libretistas y creador de la telenovela

³⁰ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, España, Gedisa, 1999, pág.143.

más exitosa y comercializada a nivel mundial en las últimas dos décadas es Fernando Gaitán. Gaitán se caracteriza por saber equilibrar los siguientes elementos la historia de amor, la comedia y un contexto social; fue creador de las telenovelas *Café con aroma de mujer*, *Yo Soy Betty, la Fea*, *Hasta que la plata nos separe*, las cuales han tenido varias adaptaciones desde su creación.

Otro libretista que apuesta por mezclar el melodrama, la comedia y lo social es Dago García con telenovelas como *Pedro, el Escamoso* y otras en las que respeta más los estándares del melodrama como *El pasado no perdona* y *Candela*. Sin embargo, están los que se especializaron en telenovelas basadas en la comedia como Martha Bossio; la cual dentro de sus telenovelas imponía la sátira social y la irreverencia en el humor dentro de la historia como en *¡Ay cosita linda, mamá!* y *El bazar de los idiotas*.

No obstante, al ver la apertura que se le daba a las telenovelas basadas en la comedia Juana Uribe modernizó la comedia volviéndola actual y globalizada con *De pies a cabeza*, *Perro Amor* y *Alicia en el país de las mercancías*. Otro libretista que aborda la comedia como eje de sus telenovelas es Juan Manuel Cáceres. Pero no sólo surgió la especialización en temáticas sociales; con Julio Jiménez se dio un estilo gótico dentro de las telenovelas donde el misterio y la intriga fungen como base de la historia, entre sus telenovelas están *Las aguas mansas* y *La viuda de Blanco*.

Es así que con la diversidad de libretistas especializados en diferentes temáticas surge la innovación de telenovelas colombianas que "sin romper del todo el esquema melodramático va a incorporar un realismo"³¹; por lo que queda claro que dicha industria no se ha encasillado en una sola temática sino que ha sabido

³¹ Ídem.

mezclar el género (melodrama / comedia), la creatividad y lo social en un sólo producto audiovisual.

De esta manera, la innovación que se generó a inicios de la década de los noventa y que continuo hasta el nuevo siglo reformó la manera en que se realizaban y escribían las telenovelas en Latinoamérica, abriendo un espacio para nuevas temáticas y géneros que mostraban rasgos más específicos de la idiosincrasia y cultura de cada país.

Sin embargo, en el caso de México fue más difícil separarse de la telenovela rosa y el melodrama que venían manejando por años debido a que “permaneció relativamente fiel a los esquemas tradicionales del género que habían demostrado efectividad e impacto”³². Sin embargo, la primera innovación en las temáticas de las telenovelas no surgiría en ninguna de las dos cadenas de televisión más importantes de México; éste primer cambio se produjo en la casa productora ARGOS de Epigmenio Ibarra que aunque mantenía lazos para la reproducción de la telenovela con TV Azteca era ARGOS quien se encargaba de la producción total de los proyectos.

Es así como en 1996 llega la telenovela *Nada Personal*, la cual narraba la historia de Camila De los Reyes, hija de un importantísimo abogado que es asesinado en compañía de su hija menor. Tras la muerte de abogado De los Reyes, surge una investigación concerniente al tráfico de drogas y delincuencia organizada. Fue una telenovela que innovó a mediados de la década de los noventa incorporando nuevos temas públicos, mezcló el melodrama con un thriller policiaco que narraba problemáticas más profundas de la política y el crimen organizado del país; tratando de hacer de estas nuevas telenovelas “un discurso contestatario,

³² *Ibidem*, pág. 140.

denunciante de ese fragmento de la realidad”³³. Tras el éxito obtenido con *Nada Personal*, ARGOS se puso a trabajar en una segunda parte que tuviera la colaboración de los mismos personajes surgiendo *Demasiado Corazón* en 1998.

La telenovela narraba la situación política y social del país sin dejar de lado la historia de amor entre los personajes protagónicos; pero a diferencia de otras producciones del mismo año *Demasiado Corazón* no obtendría el éxito esperado. Debido a que agudizaban y ponían en extremos las situaciones reales que sufría el país; abordaba nuevamente el crimen organizado pero en esta ocasión cargado de violencia injustificada dejando de lado este tipo de telenovelas que buscaban fungir como una autocrítica y un nuevo estilo de mostrar la realidad.

Sin embargo, estas telenovelas con o sin éxito sirvieron para que se siguiera dando la apertura a nuevas temáticas dentro de las telenovelas; pero la telenovela también producida ese mismo año que si revolucionó la manera técnica y literaria de producir telenovelas fue la adaptación de la igual de exitosa *Señora Isabel*. En México este libreto fue conocido bajo el nombre de *Mirada de Mujer* en 1998.

En manos una vez más de ARGOS quien quería darle un giro radical a la industria de la telenovela, *Mirada de Mujer* causó polémica pero fue aceptada debido al “tratamiento diferente de la historia basada en una temática vinculada con la realidad, narrada de verosimilitud casi naturalista y con personajes humanos, profundos, llenos de matices, que sostienen diálogos frescos y orgánicos”³⁴. A raíz de esta producción que sacudió a la sociedad mexicana con el tratamiento sin tapujos de temas relacionados con la sexualidad, infidelidad, enfermedades venéreas, maltrato a la mujer, violencia intrafamiliar, se gestó una brecha que

³³En: http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=100&Itemid=80 (en línea). Lunes 09 de mayo 2011, 14:05 hrs.

³⁴En: <http://www.etcetera.com.mx/1998/274/DR0274.HTM> (en línea). Lunes 09 de mayo 2011, 14:58 hrs.

aunque no tendría un seguimiento continuo si traería una nueva forma de hacer telenovelas en México.

Por lo que, *Mirada de Mujer* no sólo sería un parteaguas en la incorporación de temáticas, a pesar de tratarse de una adaptación, sino también brindaba la oportunidad de que los protagónicos recayeran en personas maduras y no solamente en parejas jóvenes. Así, una telenovela que seguiría los estándares planteados por *Mirada de Mujer*, pero desde la otra perspectiva y la cual contaba con el mismo libretista colombiano Bernardo Romero Pereiro fue *La Vida en el Espejo*, en la cual se contaba la historia de una mujer madura que engaña a su marido con un compañero del trabajo. Tras el engaño deciden separarse y cada uno sigue su camino; sin embargo, tendrán que superar obstáculos en sus vidas en solitario y problemáticas que afectarían a sus hijos.

Fue una telenovela que mostraba la otra cara de la moneda, el engaño de una mujer hacia un hombre; retomando la misma dinámica que trabajaron tiempo atrás en *Mirada de Mujer*. Mostrando al hombre también con un ser humano frágil que es presa de traiciones y que no siempre es el agresor sino también puede llegar a ser víctima.

Pero en los últimos años ARGOS retomó la incursión de nuevas temáticas en México creando tres telenovelas que muestran las tendencias del nuevo siglo y la manera en que se desarrolla la sociedad y las nuevas problemáticas a las que se enfrentan todos los individuos.

Por lo que en el 2010 salió al aire *Las Aparicio*, la cual trataba la historia de una familia matriarcal en la que cada hombre que se enamoraba de una Aparicio moría dejando siempre la descendencia en manos de las mujeres. Es una telenovela que

muestra la importancia de la mujer en la sociedad y la manera en que se desenvuelven las mujeres en distintas etapas de su vida. El éxito obtenido fue rotundo y fue sucedida por la telenovela *El Sexo Débil* que narra la historia de la familia Camacho integrada por hombres, quienes son abandonados por sus mujeres y tienen que lidiar con la soledad, la homosexualidad de un Camacho y el machismo impuesto por su padre a ellos desde pequeños.

Ambas historias narran la manera en que se desarrolla cada sexo en su medio ambiente, la manera en que se interrelacionan y buscan satisfacer sus necesidades; asimismo la forma en que abordan temáticas actuales como la homosexualidad, prostitución, narcotráfico, uso de sustancias prohibidas, entre muchas otras; es un tratamiento cotidiano que a simple vista no representa ficción sino parece un acto común de la vida real.

Es así como estas nuevas temáticas denominadas por el mismo Epigmenio Ibarra como progresistas, presentan realidad, valores e incursionan en una visión del mundo completamente diferente de la que manejaban los melodramas de los años ochenta. Otra telenovela pero en esta ocasión con una temática juvenil es *Bienvenida Realidad*, la cual narra una visión del mundo desde la perspectiva de los jóvenes mediante las situaciones a las que se enfrentan día a día y la transformación a las relaciones interpersonales causadas por el uso excesivo de la tecnología.

Mostrando que estas nuevas telenovelas se establecen como ficción pero al mismo tiempo son una crítica directa de la realidad; demostrando que "la

telenovela no puede permanecer ajena a los cambios socioeconómicos y políticos que está viviendo el país”³⁵.

Sin embargo, a lo largo de estas dos últimas décadas han sido pocos las innovaciones que se han generado en el campo de las temáticas de la telenovela a pesar de que México es uno de los principales productores y exportadores del mismo producto al mundo; debido a que las dos más grandes televisoras del país (Televisa / TV Azteca) han optado por adaptar libretos colombianos y argentinos que han tenido éxito en su país de origen. Como fue el caso de las telenovelas *La Fea Más Bella* basada en la telenovela colombiana *Yo Soy Betty, la Fea*, *Los Sánchez* que es la adaptación de la argentina *Los Roldán*, *Yo amo a Juan Querendón* conocida en Colombia bajo el nombre de *Pedro, el escamoso*, entre muchas otras.

Por lo que el éxito de estas adaptaciones demuestra solamente la incapacidad que se tiene en México para producir telenovelas innovadoras con contenidos actuales y realistas, con calidad en el guión y en la producción que dejen de lado la telenovela rosa incorporando en el melodrama nuevos géneros que le aporten un sentido más realista a la telenovela.

Es así como las telenovelas latinoamericanas, en especial y de forma continúa las producidas en Colombia, tratan de exponer temáticas realistas que rompen con los esquemas que venían manejando en décadas pasadas dentro de la industria; por lo que demuestran que la telenovela actual “asume asuntos que pertenecen a la agenda pública más insistente como la corrupción, el narcotráfico, la crisis política o la pobreza”³⁶. Haciendo una telenovela que antepone el realismo sobre

³⁵ En: http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=100&Itemid=80 (en línea). martes 10 de mayo de 2011, 13:08 hrs.

³⁶ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, España, Gedisa, 1999, pp.141.

la ficción y que muestra la verdadera cara de un país dejando de producir historias de cenicienta.

2.2 Perfiles de los personajes (nuevos roles de los protagonistas)

A lo largo de los años, las telenovelas latinoamericanas han impuesto roles específicos a cada uno de sus personajes, debido a que la mayoría de ellas eran melodramas y telenovelas rosas; encasillándolos de acuerdo a la función que asumen dentro de la historia, por lo que existían solamente personajes buenos o los malos.

Por lo cual la telenovela fue creando personajes estereotipo, que obedecían a un conjunto de ideas acerca de un rol arraigado y fuertemente aceptado dentro de la sociedad, que se manejaba una y otra vez en todas las producciones. Sin embargo, a raíz de la década de los noventa, los personajes se vieron influenciados y por ende transformados con el surgimiento de las nuevas temáticas en las telenovelas, en la que se retomaba más realidad y menos imaginación. Por lo que estos personajes "que son simplemente símbolos heredados de la novela negra (el traidor), la epopeya (el justiciero), la tragedia (la víctima)"³⁷ dejaban de pertenecer a algún lado de la balanza y cobran un sentido humano y realista.

Debido a estas nuevas temáticas todos los personajes tienen un grado de maldad pero también muestran un lado humano; aportando más veracidad en la representación de situaciones cotidianas, lo que ayuda a que las actuaciones no fueran tan exageradas y acartonadas.

³⁷ En: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26813203> (en línea). jueves 12 de mayo 2011, 14:46 hrs.

Por lo que fue inevitable que al apegarse las temáticas más a la realidad, los protagónicos femeninos y la mayoría de los personajes de este género se distanciaran casi en su totalidad de la imagen de mujeres del hogar que se había manejado desde los primeros intentos de telenovela, en los cuales se les condenaba a ser mujeres sumisas a cargo de los hijos y en ocasiones tontas que no aspiraban a nada más que el cuidado del hogar. Apartándose de esta generalidad que abarcó gran parte de la producción de telenovelas latinoamericanas se dio paso a personajes femeninos que dejaron de estar bajo el yugo masculino, que están a cargo de sus propias decisiones y obtienen importancia en el mundo laboral posicionándose como profesionistas exitosas la mayoría de las veces.

En general, los papeles femeninos en esta nueva etapa de las telenovelas reflejan mujeres seguras que buscan la superación personal a través de la dedicación y entrega en su trabajo, además de que dichos personajes se caracterizan por compaginar tanto la vida laboral como personal. Concediéndose a los personajes femeninos, ya sean protagónicos o no, espacios que marcaban su incursión total en el campo profesional lo que otorgaba ciertos rasgos que ayudaban a que existiera una igualdad de género debido a que estos personajes ocupan puestos tradicionalmente a cargo de personajes masculinos.

Sin embargo, no se han erradicado del todo las situaciones de discriminación a las que se enfrentan los personajes femeninos a lo largo de la historia; ya que la mayoría de los personajes siguen expuestos y presentados bajo las órdenes de superiores encarnados por personajes masculinos, a pesar de contar con menos preparación y capacidad que el personaje femenino.

Pero a pesar de dichos rasgos existen otros que ayudan a que la participación de personajes femeninos sea cada vez más un reflejo de la realidad, por lo que la mayoría de los personajes femeninos actuales se presentan como "mujeres guerreras para lo bueno y lo malo, ellas son la guía de la historia y en ellas la sociedad se reconoce"³⁸.

Asimismo, esta transformación orienta a que el protagónico masculino y personajes del mismo género sufran también cambios; sin embargo, a diferencia de la transformación en los personajes femeninos, los hombres serán presentados en ocasiones a través de sus debilidades y tratarán de erradicar el machismo y discriminación que estos personajes ejercían casi siempre sobre los personajes femeninos. Incorporan a la psicología del personaje la exteriorización de emociones, se desenvolverán tomando en cuenta sus sentimientos y no sólo sus impulsos y necesidades.

Por otro lado, la participación de los personajes masculinos en el hogar seguirá muy distante a ser igualitaria a la de los personajes femeninos; sin embargo, donde si surgirá un cambio será en su rol en el campo laboral. Éste cambia debido a que la mayoría de las veces se encontraban por encima de los personajes femeninos; por lo que quedaran de lado, a excepción de unos cuantos casos, obteniendo la misma o menor categoría que las mujeres demostrando la importancia que actualmente la mujer representa en el mundo laboral.

Por lo que estos nuevos protagónicos y personajes se verán reflejados bajo la representación de situaciones más cotidianas y realistas que ayudaran a que la audiencia se identifique más con ellos al desarrollar un sentido de pertenencia.

³⁸ Lorenzo Vilches, *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario OBITEL 2007*, España, Gedisa, 2007, pág. 155.

Además de que se les mostrara “en sus relaciones familiares, sociales y laborales, creando un microcosmos y facilitando de esta manera, la identificación con los espectadores”³⁹, los cuales en la vida real se ven inversos en situaciones similares. Por lo que, estos personajes utilizaran lenguaje más coloquial y se moverán de acuerdo al sentido común dejando de lado a los antagonicos y protagónicos que caracterizaba a producciones anteriores.

De esta manera y bajo estos nuevos roles en los que nadie funge como villano y ni como héroe; los “personajes se liberan en alguna medida del peso del destino y, alejándose de los grandes símbolos, se acercan a las rutinas cotidianas y a las ambigüedades de la historia, a la diversidad de las hablas y las costumbres”⁴⁰.

Sin embargo, el cambio que sufren los protagonistas no sólo es psicológico y de rol al momento de participar en las problemáticas; sino también se da un cambio físico de los protagónicos, se hacen a un lado a los protagonistas guapos y de esculturales cuerpos para dar paso a protagónicos que mostraran que no siempre una cara bonita lo es todo y que no todo el mundo goza de un físico tan privilegiado.

Llegando personajes protagónicos que se harán notar a través de sus sentimientos y la psicología que maneja el personaje como fue el caso del protagónico de *Yo Soy Betty, la Fea*. En el que Betty era una joven físicamente no agraciada pero con un coeficiente intelectual altísimo lo que ayudo a que fuera tomada en cuenta tanto profesionalmente como personalmente, desencadenando un nuevo estereotipo de protagonistas femeninas, al no tener que ser jóvenes blancas de

³⁹ En: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15803115> (en línea). lunes 06 de junio 2011, 14:46 hrs.

⁴⁰ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, España, Gedisa, 1999, pp.99.

ojos claros con cuerpos anoréxicos y presentar protagonistas que mostraran un poco más a la mujer actual y real que tiene cuerpos naturales, sentimiento e inteligencia que desarrollaran profesionalmente y personalmente.

No obstante, en el caso del protagónico masculino también habrá un cambio pero no será tan drástico como en el caso de los protagónicos femeninos; aunque existirán las excepciones como fue el caso de la telenovela *Pedro, el escamoso*. En esta telenovela se rompe con el esquema del típico protagonista guapo, elegante, con clase y cuerpo atlético; ya que Pedro representaba todo lo contrario un protagónico simpático en todo momento, exageradamente musculoso y sin clase. De esta manera, estos nuevos protagónicos enfatizaran una vez más el acercamiento con el público representando la forma de vivir del pueblo y desligándose en gran medida de los personajes melodramáticos.

Asimismo, la edad de los protagónicos siempre se había manejado entorno a protagonistas jóvenes; sin embargo, en las últimas dos décadas la incursión de protagonistas de edades maduras han sido recurrentes en las producciones de telenovelas latinoamericanas. Por lo que se volvió común ver dentro de las telenovelas historias basadas en personajes de distintas edades; pero no solamente se dieron protagónicos basados en parejas sino también se incorporaron protagónicos individuales y colectivos. Algunos de estos nuevos protagónicos desde el título están clasificados como el protagónico individual femenino en *Angela* (1998) y el protagónico masculino en *Yo amo a Juan Querendón* (2007). También se han gestado protagónicos colectivos como el caso de la telenovela mexicana *DKDA: Sueños de juventud* (2000) en la que los protagonistas era un grupo pop.

Un cambio que se dio en la última década al surgir las denominadas telenovelas cómicas fue la reestructuración de los personajes y el surgimiento de otros que se volverían característicos de estas nuevas producciones; fue la incursión en ocasiones parciales y en otras total del personajes "comic relief". Este personaje tiene como objetivo minimizar el alto dramatismo que en ocasiones llega a existir en las telenovelas; por lo que es un personaje alegre, que todo lo ve desde una perspectiva positiva; la mayoría de sus diálogos incluyen chistes que aligeran o satirizan a un personaje o una situación dentro de la historia.

De esta manera, los personajes tanto protagónicos como en general se vieron influenciados y transformados por las nuevas temáticas que se venían manejando un par de décadas atrás en las telenovelas latinoamericanas. Dejando de estar categorizados entre el bien y el mal, posicionándose en personajes más humanos que ejemplifican con mayor naturalidad las situaciones cotidianas que se gestan en la historia.

Esto reforzó la brecha que se venía abriendo desde los años noventa al modificarse el producto audiovisual por completo; ocupando dentro de las telenovelas temáticas actuales de interés social, personajes que reflejan la idiosincrasia de la población y lo más importante se realizaban telenovelas que no estaban ligadas al cuento de hadas.

Capítulo 3. Telenovelas cómicas y sus audiencias

Al darse ésta modernización en la pasada década, tenían que surgir telenovelas que revolucionarían la industria no sólo nacional sino internacionalmente; debido a que las telenovelas en general no sólo son del gusto de la gente sino que a través de ellas, buscan reencontrar parte de su identidad como sociedad. Esto se reflejó con las telenovelas cómicas que mezclaban lo social con la comicidad; siendo la más significativa la telenovela *Yo Soy Betty, la Fea*.

Dicha telenovela sirvió como brecha para la creación y adaptación de telenovelas (*La Fea Más Bella*) denominadas cómicas; ya que mostraba tintes melodramáticos, comicidad y realismo a lo largo de la historia. De esta manera, en el siguiente apartado, se mostraran las principales características de las telenovelas cómicas, el análisis de la telenovela más exitosa de la década pasada *Yo Soy Betty, la Fea*; así como la adaptación de dicha telenovela en México, *La Fea Más Bella*.

3.1 Telenovelas cómicas

A raíz de la nueva ola de telenovelas latinoamericanas surgidas en los últimos 10 años se modificaron los modelos y con esto las temáticas de las telenovelas, abandonando en gran medida el modelo melodramático para dar paso a un híbrido, el cual mezclaba características del melodrama con otras de distinto género, específicamente de la comedia.

Provocando el surgimiento de las llamadas telenovelas cómicas, las cuales retoman situaciones realistas y comunes a través de la comicidad; asimismo, un aspecto que enfatizó el uso del humor como eje desarrollador fue la incursión de un lenguaje coloquial en los diálogos de los personajes; debido a que en algunas ocasiones la comicidad recae totalmente en los diálogos.

Asimismo, a este uso de lenguaje coloquial se suman ciertas características claves de la comedia que surgen de las relaciones entre personajes de las cuales sobresalen el malentendido en torno a una situación, la sorpresa de los personajes, el cambio de roles, el engaño y el enredo, los cuales se dan la mayoría de las veces entre los personajes principales.

No obstante, otro aspecto que se hizo característico en las telenovelas cómicas fue la existencia de una diferencia o por llamarlo así de un defecto en el protagonista, este podía ser de carácter físico alguna cicatriz, protagonistas regordetes o simplemente que no encajaba en el estándares de la belleza occidental; por otro lado, el defecto también podía ser de carácter psicológico, con un protagonista tímido, inseguro, desconfiado, infiel, enamorado o coqueto. Este defecto servía en primera para hacer mofa del protagonista a lo largo de la telenovela; en segunda, para crear problemáticas dentro de la misma y tercero para diferenciarlo como el protagonista de la telenovela cómica.

Asimismo, estas telenovelas no sólo basan su protagonismo en los personajes sino también en el lugar donde se desarrolla el drama diario posicionándolo como un actor invitado dentro de la historia.

Sin embargo, bajo la primicia de "la esencia del nuevo humor televisivo: personajes disfuncionales, la ironía y el sarcasmo"⁴¹ se produce una notoria transformación en la producción de telenovelas cómicas; ya que no abordan una comedia repetitiva a través de chistes forzados, sino que se produce un humor irónico que hace burla y crítica de las problemáticas sociales.

⁴¹ En: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=81911786060> (en línea). lunes 06 de septiembre 2011, 17:46 hrs.

De esta manera, las telenovelas cómicas no sólo tienen como objetivo divertir y orillar al espectador a la risa; sino también pueden desencadenar en el espectador diferentes reacciones, ya que al satirizar o hacer un burla constante de alguna situación o personaje puede llegar a provocar una crítica, un enjuiciamiento o la simple reprobación por parte del espectador.

Así, se refleja cómo a pesar de que las telenovelas cómicas estén direccionadas a provocar la risa de los espectadores también pueden fungir como simples catalizadores para la crítica de situaciones cotidianas reflejadas en dichas telenovela. Tal es el caso de la mundialmente conocida *Yo Soy Betty, la Fea* la cual fue un parteaguas en la industria de la telenovela, abordando temas sociales importantes pero siempre con una comedia ligera.

3.2 Yo Soy Betty, la Fea

Bajo el estigma de que la belleza siempre se impone sobre la inteligencia surge en Colombia la telenovela *Yo Soy Betty, la Fea*; en manos de Fernando Gaitán como guionista, el canal RCN decidió arriesgarse introduciendo una telenovela cómica con matices novedosos realistas pero sin dejar totalmente de lado aspectos del melodrama clásico.

De esta manera, *Yo Soy Betty, la Fea* estuvo al aire de 1999 al año 2001, con 169 capítulos de una duración aproximada de 45 minutos; ocupando el horario Prime Time (21:00 hrs) de lunes a viernes en la televisión colombiana. Dentro de su elenco se encuentra: Ana María Orozco, Jorge Enrique Abello, Natalia Ramírez, Lorna Paz, Luis Mesa, Julián Arango, Ricardo Vélez, Mario Duarte, Dora Cadavid, Luces Velásquez, Marcela Posada, Stefanía Gómez, Paula Peña, María Eugenia

Arboleda, Jorge Herrera, Adriana Franco, Julio César Herrera, Celmira Luzardo, Patrick Delmas.

3.2.1 Argumento Original

Para Beatriz Aurora Pinzón Solano, una joven economista con un posgrado en finanzas, encontrar trabajo como profesional no es una tarea fácil; esto no se debe a la falta de conocimientos o aptitudes sino a su aspecto físico, por el cual es conocida como Betty "la fea".

Tras una larga búsqueda para puestos de economista, Betty decide buscar empleos de menos rango y presentar su currículum, sin foto para evitar el rechazo, para la vacante de secretaria de presidencia en la conocida empresa colombiana ECOMODA, propiedad de las familias Mendoza y Valencia, y de la cual Armando Mendoza es el nuevo presidente.

Al llegar a ECOMODA, Betty se enfrenta nuevamente a la batalla de toda su vida: demostrar que la inteligencia vale más que una cara bonita, cuando Marcela Valencia, accionista y prometida de Armando, impone a su mejor amiga Patricia Fernández para el mismo puesto de Betty.

Pero al darse cuenta que Patricia se convertirá en la espía de Marcela y acabará con su vida social, Armando contrata a Betty, dándose cuenta que no sólo será su aliada frente a Marcela sino también una pieza fundamental en el área financiera de la empresa. No obstante, Marcela obliga a Armando a ubicar a Betty en una bodega al lado de presidencia como su oficina debido al aspecto físico de ésta; forjándose un enfrentamiento permanente entre Marcela y Patricia en contra de Betty para sacarla de ECOMODA.

Rápidamente Betty se convierte en la mano derecha de Armando cubriéndole todas sus infidelidades frente a Marcela y realizando los balances maquillando la situación real de la empresa para la junta directiva; pero al fungir como cómplice de Armando, Betty se gana el desprecio de Daniel Valencia, accionista y hermano de Marcela, quien al igual que ella busca humillar y sacar lo más pronto posible a Betty de ECOMODA saboteando su trabajo.

Pero en ECOMODA, Betty también encuentra un grupo de amigas en las secretarías de la empresa a las que el diseñador Hugo Lombardi llama "El cuartel de las feas"; y las cuales se convierten en un confidente más de Betty, sumándose a su amigo de toda la vida Nicolás Mora y a su diario, donde relata los primeros sentimientos que tiene hacia Armando Mendoza.

Sin embargo, tras el fracaso de la última colección, Armando comienza a endeudar a la empresa con todos los bancos de Bogotá; por lo que le pide a Betty que inicie una empresa llamada TERRAMODA, con la cual proteja a ECOMODA de los bancos y demás acreedores. A pesar del riesgo que implica, Betty sigue las órdenes de Armando y pone al frente de TERRAMODA a Nicolás. Esto hace levantar sospechas en Mario Calderón, accionista minoritario y mejor amigo de Armando, quien provoca que Armando se sienta amenazado por la presencia de Nicolás. Así, entre ambos, Mario y Armando, idean un plan para que Armando enamore a Betty y no pierdan la empresa.

Betty, al ya sentir atracción por Armando, es presa fácil del plan de éstos e inicia una relación clandestina con él. Tras forjarse una relación sincera con el paso del tiempo entre ellos, Betty descubre el escabroso plan del cual fue víctima al encontrar una bolsa de obsequios y una carta de instrucciones de Mario para

Armando, donde describe la rutina que debe seguir con Betty para continuar enamorándola.

Al enterarse de la verdad, Betty decide callar para esperar el momento propicio para enfrentar a Armando y a Mario; pero las promesas que Armando le hacía de cancelar su boda con Marcela hacen que Betty desconfíe más de los sentimientos de él, que en ese momento ya eran sinceros. Pero la situación se complicara aún más para Armando, cuando Betty lo escucha hablar con Mario acerca de un exilio para ella, provocando que Betty se rehusó a realizar el maquillaje del balance general para la próxima junta directiva y a ocultar el embargo que pesa sobre ECOMODA por parte de TERRAMODA.

Betty sabe que el momento de desenmascarar a Armando a llegado; por lo que en la junta directiva presenta el balance real de la empresa, la carta instrucciones de Mario y su renuncia. Al enterarse los Mendoza y Valencia de la terrible situación de la empresa destituyen a Armando de la presidencia; pero él también perdería su compromiso con Marcela cuando se entera de la relación que sostenía con Betty.

Pese a las suplicas de Armando y del cuartel, Betty deja ECOMODA y se va rumbo a Cartagena con Catalina Ángel, una publicirrelacionista que realiza los eventos de lanzamiento para ECOMODA. Ya en Cartagena, Betty conoce gracias a Catalina a Michel Daunell, un empresario francés, que se interesa en Betty a pesar de su físico. Sin embargo, Catalina convence a Betty de realizarse un cambio de imagen de acuerdo con los estándares de la belleza de la mujer actual.

Tras unos días en Cartagena, Betty regresa para resolver los asuntos pendientes en ECOMODA; pero al tratar de devolver la empresa a sus dueños, Betty es obligada a quedarse en ella pero en esta ocasión como presidente hasta saldar su deuda con

TERRAMODA y así liberar a ECOMODA de la crisis financiera en la que está inmersa. Al darse cuenta Armando del cambio tan radical que sufrió Betty insiste en regresar con ella, pero al ser inútiles sus esfuerzos y para facilitarle su gestión como presidente decide irse un mes de Bogotá para buscar nuevos inversionistas para ECOMODA.

A su regreso, Armando termina su relación con Marcela debido a que, pese al tiempo, sus sentimientos hacia Betty no han cambiado; pero la presencia de Michel en Bogotá provocará en Armando el resurgimiento de los celos y desencadenará que Armando descubra la verdad acerca de los sentimientos de Betty hacia él al leer su diario. Betty al ver el cambio radical de Armando decide perdonarlo y aceptarlo nuevamente continuando su relación, casándose y teniendo una hija llamada Camila.

Sin embargo, esto produjo que Marcela y Patricia dejarán ECOMODA; que Armando terminará su amistad con Mario Calderón y que Betty despreciara una propuesta de Michel de irse con él a Cartagena.

3.2.2 Personajes

Todos los personajes pertenecientes a una telenovela deben de cumplir ciertos rasgos: deben de ser variados, coherentes y sobre todo adaptados a la historia.

Como una característica más de las telenovelas cómicas dentro de *Yo Soy Betty, la Fea* los personajes protagónicos, antagonistas y secundarios no pertenecen ni al bien ni al mal; todos tienen sentido común y se mueven para cualquiera de las dos características por lo que se convierten en personajes más realistas.

3.2.2.1 Personajes principales

La mayoría de los personajes principales comparten ciertas características "debe: ser interesante; escapar a los clichés; suscitar reacciones fuertes; tener un carácter que permita un conflicto fuerte con antagonistas (luego, tener carácter); poseer cierta coherencia y cierta consistencia."⁴²

◆ Protagonistas

Son los personajes más activos dentro de la trama; debido a que fungen como hilo conductor de la historia.

- Beatríz Aurora Pinzón Solano "Betty"

*Descripción física: es una mujer joven de 26 años considerada abiertamente fea, de complexión delgada, con voz temblorosa, cabello desaliñado y un fleco que le cubre toda la frente. Su forma de vestir raya en el mal gusto y anticuado, además de usar lentes enormes.

*Descripción psicológica: es bondadosa, humilde, introvertida, modesta en el ámbito profesional a pesar de su gran preparación (inteligente), sabe guardar secretos, poco sensual y femenina. Sus objetivos son desarrollarse profesionalmente, dejar de ser fea, pero está resignada a la soltería. Se desarrolla a través de un humor autoirónico haciendo burla de su aspecto físico y su destino de soltera.

*Descripción sociológica: es una mujer soltera de clase media, marginada desde su niñez por su fealdad; reservada socialmente por lo que la única amistad que entabla desde niña es con *Nicolás Mora*; al entrar a ECOMODA encuentra un

⁴² Michel Chion, *Como se escribe un guión*, España, Cátedra, 2000, pág.81.

nuevo núcleo de amigas *El cuartel de las Feas*, las cuales le ayudan a dejar de reprimirse en el ámbito social.

-Contexto familiar: hija única de una familia conservadora, con valores sociales y religiosos muy arraigados. Don Hermes, papá de Betty, está obsesionado con la seguridad y bienestar de su hija, convirtiéndose en un padre sobreprotector. Al contrario, Doña Julia, mamá de Betty, es cómplice de Betty en cada una de sus acciones.

-Contexto profesional: entra como secretaria de presidencia a la prestigiosa empresa ECOMODA, al descubrir sus capacidades es ascendida por Armando Mendoza al puesto de asistente de presidencia, rápidamente se encarga del área financiera de la empresa; tiempo más tarde se hará totalmente cargo de la empresa como presidente.

- Armando Mendoza "Don Armando"

*Descripción física: un hombre atractivo, alto, de complexión delgada, estéticamente bien peinado, con lentes de acuerdo a su edad y su estructura ósea. Viste elegantemente con ropa fina y moderna.

*Descripción psicológica: es mujeriego, caballeroso, cínico, precipitado en sus acciones por lo que son frecuentes sus ataques de ira; sin embargo, es débil ante los problemas, revelando sus sentimientos que la mayoría de las veces son buenos. Se desenvuelve con un humor negro, a través de sus cambios de humor y poca paciencia antes las situaciones.

*Descripción sociológica: es un joven soltero de clase alta, educado en las mejores escuelas de Colombia, presidente de una empresa de modas ECOMODA. Su desenvolvimiento social es excesivo, siempre acompañado por su mejor amigo desde la infancia Mario Calderón.

-Contexto familiar: tiene una familia convencional, con unos padres unidos y una hermana que vive en el extranjero, compartió gran parte de su vida con la Valencia. De esta entrañable amistad de años entre las familias surge su relación con Marcela Valencia.

Ambos personajes van revelándose progresivamente a través del humor; en el caso de Betty sufre cambios de apariencia y Armando descubre sentimientos que jamás pensó tener por una fea como él denomina a Betty.

◆ **Antagonistas**

Estos personajes son los encargados de entorpecer los objetivos de los protagonistas.

- Marcela Valencia

*Descripción física: una mujer atractiva, de complexión delgada, con cabello corto y bien arreglado. Viste de una manera elegante y moderna.

*Descripción psicológica: es insegura, celosa, inteligente, extrovertida, femenina, piensa antes de hablar. Desarrolla un complejo de soledad al morir sus padres y el cual siempre está presente a pesar de tener dos hermanos.

*Descripción sociológica: una mujer soltera de clase alta, con buena educación y un puesto laboral dentro de ECOMODA como gerente de los puntos de venta. Su lazo de amistad más representativo a lo largo de la historia es con Patricia Fernández.

- Patricia Fernández "La Peliteñida"

*Descripción física: una mujer exuberante con largas piernas, cabellera larga y rubia, siempre bien arreglada. Su forma de vestir es provocativa: faldas cortas y escotes pronunciados.

*Descripción psicológica: es ambiciosa, interesada, intrigosa, chismosa, coqueta, sensual y femenina. Se desenvuelve como una antagonista cómica tonta.

*Descripción sociológica: es una mujer de clase media aunque ella insiste en seguir aparentando ser de clase alta, divorciada, alardea haber estudiado "...seis semestres de finanzas en la San Marino...", se desempeña como secretaria de presidencia y es utilizada por los hombres debido a su interés en el dinero.

- Hugo Lombardi

*Descripción física: un hombre de complexión delgada, pequeño en altura, sin cabello (rapado); siempre vistiendo los más novedosos diseños de ropa.

*Descripción psicológica: es histérico, presumido, criticón, cree ser omnipotente y superior a los demás. Siempre expresa lo que siente y dice lo que piensa sin importar las consecuencias. Desata su furia a través de su humor negro, humillando y burlándose de Betty.

*Descripción sociológica: es un diseñador gay soltero que vive con su pareja, prestigioso, conocido en toda Colombia, con una buena posición económica; a pesar de su grandeza como profesionalista menosprecia a la gente que se encuentra a su alrededor.

- Daniel Valencia

*Descripción física: un hombre atractivo, alto, delgado. Elegante en su forma de vestir, siempre correcto de acuerdo a la ocasión.

*Descripción psicológica: es arrogante, pretencioso, inteligente, serio, incapaz de ocultar sus opiniones. Se desenvuelve a través de un humor sarcástico, en ciertas ocasiones incomprensible.

*Descripción sociológica: un hombre soltero que trabaja para el gobierno, de clase alta, bien educado. Su sentimiento de superioridad hace que la mayoría de las ocasiones vea inferior a la gente que está a su alrededor.

3.2.2.2 Personajes Secundarios

La mayoría de los personajes secundarios "debe dar una *impresión dominante*, resumible en una palabra: frialdad, insolencia, travesura, cinismo, competencia, autoridad, etc. También se pueden dar al personaje rasgos y tics característicos y, en algunos casos, un secreto."⁴³

◆ Personajes de Apoyo

Se caracterizan por proporcionar información trascendental para los protagonistas.

- Mario Calderón

*Descripción física: un hombre joven atractivo, alto, delgado, rubio. Con buen gusto al momento de vestir.

*Descripción psicológica: es coqueto, despreocupado, caballeroso, mujeriego, en ocasiones raya en lo machista, ingenioso. Se desenvuelve a través de un humor sarcástico.

*Descripción sociológica: un hombre soltero rodeado siempre de mujeres pero se rehúsa al compromiso con una sola mujer. Su situación laboral es buena, es accionista y director de marketing de ECOMODA. Su mejor amigo desde la infancia es Armando Mendoza, siendo cómplices en todas sus aventuras.

- Nicolás Mora

⁴³ Michel Chion, *Como se escribe un guión*, España, Cátedra, 2000, pág.81.

*Descripción física: un hombre feo, delgado, con voz nasal, cabello relamido a la cabeza. Su forma de vestir es anticuada, con pantalones a la cintura y camisas de cuadros; además de utilizar lentes enormes.

*Descripción psicológica: es torpe, inteligente, amistoso, fiel, imprudente, tímido, ilusionado con tener una relación sentimental con Patricia. Se desenvuelve a través de un humor blanco que llega a caer en lo bobo.

*Descripción sociológica: es un hombre soltero, que vive con su madre. Al entrar Betty a ECOMODA, logra posicionarlo como gerente general de TERRAMODA y posteriormente como vicepresidente financiero en ECOMODA.

- Catalina Ángel

*Descripción física: una mujer de complexión delgada y pequeña, con cabellera rubia y tez blanca. Su forma de vestir es elegante y propia para cada evento.

*Descripción psicológica: es una mujer honesta, extrovertida, inteligente, amistosa, amable, exitosa; ayuda a las personas sin esperar nada a cambio.

*Descripción sociológica: es una mujer soltera, educada, exitosa como publicirrelacionista de eventos de moda y belleza.

- El Cuartel de feas

Es el grupo de amigas que Betty encuentra en ECOMODA, son muy unidas por lo que la mayoría de sus acciones son colectivas. Se desenvuelven a través de un humor chismoso y entrometido, con el que juzgan y descalifican a Patricia.

*Aura María: una mujer exuberante, con cabellera rubia y larga, usa minifaldas y escotes pronunciados. Es alegre, fiestera, despreocupada, interesada en encontrar un marido rico que la saque de trabajar. Es madre soltera y vive con sus padres; y trabaja como recepcionista de ECOMODA.

*Inés: una mujer de la tercera edad, de complexión robusta y baja de estatura. Su vestimenta siempre impecable, con traje sastres y elegantes. Es centrada, honesta, fiel, noble, congruente y madura. Fue madre soltera a raíz del abandono de su esposo, por lo que ella se hace cargo de sus dos hijos. Dentro de la empresa, ella funge como la asistente personal de Hugo Lombardi.

*Bertha: es una mujer de complexión gruesa, de tez blanca. Su vestimenta es común con trajes sastres. Es chismosa, alegre, comelona, metiche, solidaria. Está casada con "El Gordito" como ella así le dice, y tiene dos hijos; su cargo dentro de la empresa es de secretaria de administración.

*Sofía: es una mujer de complexión delgada, morena, pequeña de estatura; su vestimenta se basa en faldas con sacos coloridos. Es chismosa, rencorosa, amargada, desesperada. Es una mujer separada con dos hijos, la cual lucha cada mes con su ex marido para obtener la manutención de sus hijos. Ella es secretaria del departamento de finanzas.

*Sandra: es una mujer joven, delgada, muy alta, morena. Su vestimenta es hecha a la medida debido a su problema de estatura. Es chismosa, peleonera, agresiva, buena amiga, cooperativa. Es una mujer soltera que sigue en la búsqueda de un "...alemán de dos metros...";

*Mariana: es una mujer joven, delgada, de color. La mayoría de su ropa es de colores llamativos, faldas largas, vestidos cortos pegados al cuerpo y pantalones sastres. Es solidaria, amigable, chismosa, alegre. Tiene una cualidad que les es de gran utilidad al cuartel: lee las cartas. Es una mujer soltera que se desempeña como secretaria de gerencia de puntos de venta.

◆ **Personajes con función específica**

Son aquellos personajes que añaden matices ya sea a la trama o al resto de los personajes.

*Don Hermes/Doña Julia: papás de Betty, matrimonio conservador de clase media, unido que busca el bienestar de su hija y sobre todo mantener su familia unida.

*Don Robert/Doña Margarita: papás de Armando, matrimonio unido de clase alta. Dejan la empresa en manos de Armando para retirarse del negocio.

*Freddy Contreras: es un hombre trabajador, entusiasta, mensajero dentro de la empresa, enamorado de Aura María, que a través de comentarios simples retoma la comicidad con humor blanco dentro de la trama.

*Alejandra Zing: es una mujer joven venezolana, bella, de complexión delgada, cabellera larga y oscura. Siempre con vestimenta a la moda y elegante. Es sensual, femenina, interesante, amigable, honesta. Su desempeño laboral es el de una empresaria venezolana del mundo de las modas; es soltera y está interesada en Armando.

*Michel Daunell: es un hombre joven francés, atractivo, delgado, alto, con cabellera rubia y corta. Su forma de vestir es con trajes de colores claros y elegantes. Es alegre, caballeroso, reflexivo, gentil, tierno. Es un empresario restaurantero en Cartagena. Es soltero y se interesa por Betty antes de su transformación.

*Jenny "La Pupuchurra": una mujer joven con buen cuerpo, morena, con cabello largo y oscuro. Es interesada, sensual, boba. Es modelo de tallaje en ECOMODA; vive con el ex esposo de Sofía.

*Efraín Rodríguez "El cheque": un hombre común, con cabellera gris, moreno. Es tonto, mandilón, manipulable. Es contador en un despacho; es ex esposo de Sofía, y tiene una relación con Jenny.

◆ **Personajes temáticos**

Estos personajes fungen como incidentales dentro de la trama.

*Invitados Especiales

Pertenecientes en su mayoría al mundo del espectáculo y la moda; aunque existió una excepción cuando apareció el ex Presidente de Colombia Andrés Pastrana Arango (Presidente en esa época). Entre los invitados especiales se encuentran:

- Charlie Zaa, cantante colombiano
- Cecilia Bolocco, presentadora chilena
- Gisela Valcárcel, presentadora peruana
- Taís Araujo, actriz brasileña
- Andrea Serna, presentadora colombiana
- Gino Molinari, conductor ecuatoriano
- Franco De Vita, cantautor venezolano
- Silvia Tcherassi, diseñadora colombiana
- Gloria Calzada, conductora mexicana
- Laura Flores, actriz y conductora mexicana
- Kike Santander, compositor colombiano
- Armando Manzanero, cantautor mexicano
- Olga Tañón, cantante puertorriqueña
- Catalina Acosta, Miss Colombia 1999
- Claudia Elena Vásquez, Miss Colombia 1996

- Adriana Arboleda, modelo y presentadora colombiana
- Ricardo Montaner, cantautor venezolano

◆ **Accesorios**

Dentro de la telenovela existen objetos que cobran gran importancia conforme se va desarrollando la trama; el más importante y el cual va a fungir como un personaje más es el diario de Betty. Éste juega un papel *funcional*⁴⁴ como confidente de Betty, en el cual ella se apoya y relata cada uno de los acontecimientos que le pasan a lo largo de su vida y en especial durante su estancia en ECOMODA; por lo que el diario ejecuta una acción determinada.

3.2.2.3 Estereotipo y arquetipo

Tras haber ubicado los personajes principales y secundarios dentro de la telenovela *Yo Soy Betty, la Fea*, se puede observar que muchos de ellos actúan de acuerdo a estereotipos y arquetipos manejados en la sociedad actual.

Primero, se debe exponer el significado de ambos conceptos. Joan Ferrés define a los estereotipos como "representaciones sociales, institucionalizadas, reiteradas y reduccionistas. Son representaciones sociales por cuanto suponen una visión compartida, que un colectivo tiene de otro colectivo; son reiteradas por cuanto se crean con base a la repetición...Su objetivo es que no parezcan formas de discurso sino formas de la realidad."⁴⁵

De esta manera, se le llama estereotipo a la representación de un juicio generalizado basado en una idea previamente concebida, repitiéndose

⁴⁴ Michel Chion, *Como se escribe un guión*, España, Cátedra, 2000, pág.89.

⁴⁵ Joan Ferrés, *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, España, pág. 151-152.

continuamente sin cambio alguno entre los actores de una sociedad. Por lo que muestran una imagen más falsa que verdadera.

En la telenovela la mayor parte de los personajes actúan de acuerdo a estereotipos de belleza; tal es el caso de *Patricia Fernández "La Peliteñida"*, la cual obedece al estereotipo marcado por las modelos de los años noventa: mujeres altas, delgadas pero torneadas del cuerpo, con busto y caderas preponderantes, de ojos claros. Sin embargo, el otro lado de la moneda es el estereotipo de las feas: mujeres no agraciadas a la vista, con cuerpo comunes en ocasiones regordetes, morenas, chaparras, con cabellos maltratado; representado por *El Cuartel de Feas* y por la propia protagonista.

Otro estereotipo es el representado por *Armando y Mario*, mostrando la idea del ejecutivo mujeriego acosado por las modelos, físicamente atractivo, con dinero. No obstante, también los arquetipos juegan un papel importante dentro de la telenovela; de acuerdo con Carl Gustav Jung⁴⁶ se definen como contenidos del inconsciente dentro del hombre actual, que se parece a las ideas del hombre antiguo.

De esta manera, podemos decir que los arquetipos son aquellos modelos de conducta heredados que pueden estar vigentes, y que la mayoría de las veces no pueden ser explicados con ninguna vivencia del individuo. Los arquetipos mostrados dentro de la telenovela son:

- Primero, el presentado a través de *los papás de Betty*; especialmente *Don Hermes*, quien marca la idea de que su esposa (*Doña Julia*) es para los trabajos del hogar y para cuidar al marido y a los hijos.

⁴⁶ En: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15801214> (en línea). miércoles 12 de octubre 2011, 22:36 hrs.

- Segundo, el mostrado una vez más vía *Don Hermes*, cuando se entera del estado civil de las del *Cuartel*, debido a que la mayoría son solteras o dejadas, alejándose de la idea de una vida en pareja (matrimonio) concebida por él.

Es así como tanto los estereotipos como los arquetipos están presentes en los personajes debido a que muestran una ideología y antecedente de la sociedad.

3.2.3 Macroestructuras y microestructuras

De acuerdo con la teoría de análisis del discurso propuesta por Teun A. van Dijk, existen unidades textuales globales (macroestructuras) y estructuras locales (microestructuras) que se van desarrollando a lo largo del texto. En esta telenovela (*Yo Soy Betty, la Fea*), la **macroestructura** es:

- **Mostrar el valor de las personas a través de sus cualidades e inteligencia y no basarse en la belleza exterior.**

Es común que dentro de la sociedad existan prejuicios basados en la apariencia física de las personas, sin importar la preparación o carácter de cada una de ellas. Siendo esta la macroestructura en *Yo Soy Betty, la Fea*; el *dominio* que maneja engloba el mundo de la moda y las finanzas; mostrando la moda a través de los estándares de belleza con los prototipos de las modelos de la empresa bien vestidas, sometiendo a los personajes a querer alcanzar dicha imagen, y las finanzas: como la parte en que se exponen los conocimientos y las cualidades integradoras de cada individuo, perdiendo credibilidad las modelos al presentarse como mujeres interesadas con poco coeficiente intelectual.

Es así como se define el participante global: la empresa ECOMODA, lugar en el cual se desarrollan cada una de las acciones que definirán a los personajes anteriormente descritos. Sin embargo, los objetivos presentados por esta macroestructura son:

- Evitar el enjuiciar a las personas debido a su aspecto físico o intelectual.
- Desarrollar la consciencia dentro de la gente de valorar la belleza interior sobre la exterior de las personas.

Al tener como *participante global* una empresa de moda, los personajes se ven inversos en los estereotipos de belleza al estar rodeados de modelos todo el tiempo; siendo común que El Cuartel de Feas y Betty se han objetos de enjuiciamientos sin importar su verdadera forma de ser por parte de los ejecutivos de la empresa (Daniel Valencia, Margarita y Roberto Mendoza, Mario Calderón, Armando Mendoza, Marcela Valencia y Gutiérrez), Patricia Fernández, ya que ella si se ajusta a los estándares de belleza, y Hugo Lombardi, creador de los diseños que se lanzan en las colecciones de ECOMODA.

El escenario en que se desarrollan tanto la macroestructura como las microestructuras, es:



Fuente: Elaboración propia

El escenario global de Colombia durante esos años, era de una crisis económica que repercutía sobretodo en el desempleo a todos los niveles profesionales;

además el país vivía dentro del terror debido a la problemática de la delincuencia organizada: secuestros, narcotráfico y homicidios.

De esta macroestructura, se desglosan las siguientes **microestructuras**:

➤ **Rivalidades sociales dentro del ámbito laboral**

Las rivalidades sociales dentro de ECOMODA son comunes; sin embargo la razón por la cual se gestan varía de acuerdo a los participantes que la protagonizan. Éstas son parte primordial de la trama, ya que a través de las rivalidades sociales se va conociendo el carácter de cada uno de los personajes. Las rivalidades constantes dentro de la trama, son a través de los siguientes participantes:

- Patricia y Hugo - El Cuartel de las Feas

Esta rivalidad se gesta a raíz de la agresión de Patricia y Hugo en contra del Cuartel de las Feas debido a su apariencia física y a la forma en que son tratadas dentro de la empresa. La agresión es de forma directa y las acciones que hacen los participantes para el surgimiento de la rivalidad son:

- Burla: es constante debido al aspecto físico por parte del Cuartel hacia Patricia llamándola "Peliteñida" y pobre debido a su reciente banca rota tras su divorcio. Por otro lado, Patricia y Hugo critican el mal gusto para vestir de las del Cuartel y su falta de clase. Tanto Patricia, Hugo y las del Cuartel se entrometen en la vida personal de cada uno de ellos; y en el caso de Patricia se gesta de ser divorciada y no solterona, como ella nombra a las del Cuartel.
- Sabotaje: la mayoría de las veces es en el ámbito laboral por parte de las del Cuartel en contra de Patricia o viceversa: Sofía reteniendo el cheque

de la Peliteñida, para agudizar su situación de pobreza; o Patricia acusándolas de sus retardos con el jefe administrativo para el despido de las del Cuartel.

A pesar de que tanto la burla como el sabotaje propiciaría una interacción agresiva; la comicidad ayuda a que tanto Patricia, Hugo como el Cuartel de las Feas hagan de su rivalidad uno de los aspectos más cómicos dentro de la trama, sin dejar de lado el realismo que le imprimen a cada situación.

- Marcela - Betty

La rivalidad generada entre estas dos protagonistas, surge a raíz de la imposición de Betty en el puesto de secretaria de presidencia; pero el desprecio se agudiza cuando Betty se vuelve indispensable en la vida laboral de Armando, esto fomenta los celos de Marcela pensando que Betty funge como celestina de Armando al ocultarle todas sus infidelidades. Siendo la acción más predominante dentro de esta rivalidad: la expulsión de Betty de la empresa impulsada por Marcela.

Esta rivalidad le brinda el toque melodramático a la trama, debido que a pesar de que el comportamiento y algunas acciones de Betty se tacharían de cómicas; es aquí cuando surgen los aspectos melodramáticos de los cuales no se desprende la telenovela. No sólo por esta rivalidad laboral, sino también en el momento en que Betty se involucra sentimentalmente con Armando y Marcela se entera.

- Armando - Daniel

Se desarrolla gracias a que Armando se convierte en presidente de ECOMODA; al igual que la anterior el género que se presenta en esta rivalidad es el melodramático aunque con toques de humor sarcástico en los diálogos de cada

personaje. El objetivo de Daniel imponiendo esta rivalidad es provocarle tensión al personaje de Armando exigiéndole resultados favorecedores en ECOMODA.

- Daniel - Betty

Continuando con tintes melodramáticos que se convertirán en acciones humillantes con toques de humor negro, son las que se presentan a través de esta rivalidad; cuando Daniel critica y humilla cara a cara a Betty, por su aspecto física y su manera de proteger a Armando en sus conflictos.

- Hugo - Betty

Es una rivalidad que se basa más en el ámbito profesional y sus acciones son a través de agresiones directas en de Hugo en contra de Betty; debido a la superioridad y las decisiones de ella en la empresa. Sin embargo, Hugo hace una crítica mordaz al aspecto físico de Betty, burlándose de ella a través de comentarios cómicos que llegan a caer en la intolerancia.

Es así como se demuestra que a través de esta microestructura se revelan la mayoría de los conflictos que se muestran a lo largo de la trama; basados en las luchas constantes pero siempre a través de la comicidad, siendo los únicos toques melodramáticos las rivalidades orientas al ámbito amoroso.

➤ **Relaciones interpersonales entre personajes con cualidades diferentes**

Las relaciones interpersonales siempre son fundamentales dentro de una telenovela, ya que radican en la "forma de interactuar con otros efectivamente"⁴⁷.

⁴⁷ En: <http://www.huertas.edu/SeminarioPolic%C3%ADadePuertoRicojunio2009.pdf> (en línea). martes 18 de octubre 2011, 12:12 hrs.

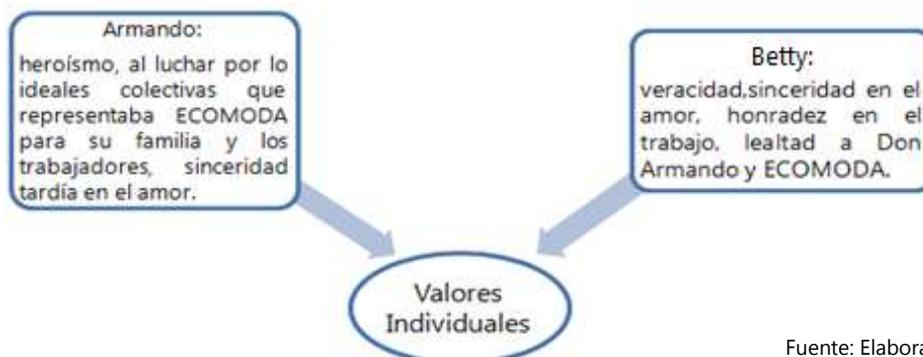
Sin embargo, la mayoría de estas relaciones de telenovela es característico que se den relaciones entre personajes con clases sociales y cualidades similares, pero en *Yo Soy Betty, la Fea* las relaciones interpersonales surgen sin importar ninguna de las anteriores.

La mayoría de estas relaciones interpersonales son de carácter amoroso:

- Betty – Armando

Esta relación inicia en el ámbito profesional, la necesidad de Armando por la presencia de Betty es indiscutible; sin embargo, Betty desde un principio manifiesta a través de su diario los sentimientos hacia Armando. Tras respaldar las decisiones de Armando al crear ECOMODA; Betty es presa de los juegos emocionales a los que es sometida por parte de Armando, ideados por Mario. Surgiendo una relación amorosa que en primera instancia buscaba resguardar la seguridad financiera y patrimonial de los Mendoza y Valencia; pero que al paso del tiempo se convertiría en verdadera.

El participante local dentro de esta relación es: la presidencia de ECOMODA, la cual funge como el factor principal por el cual se da todo el problema, además de ser el lugar donde se desarrolla. Por lo que los valores individuales que manejan en la relación estos personajes son:

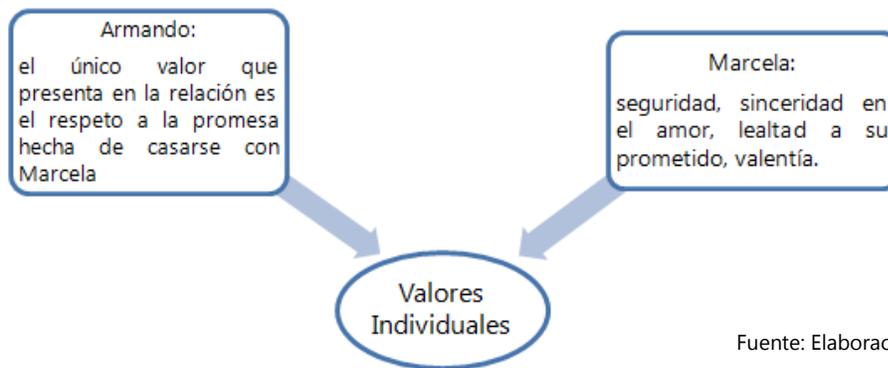


Fuente: Elaboración propia

- Armando – Marcela

Una relación amorosa tormentosa llena de celos, obsesiones por parte de Marcela pero siempre con la seguridad de que él cumplirá su promesa de casarse. Sin embargo, todas estas traiciones tienen fundamento, en las incontables aventuras de Armando con modelos de ECOMODA.

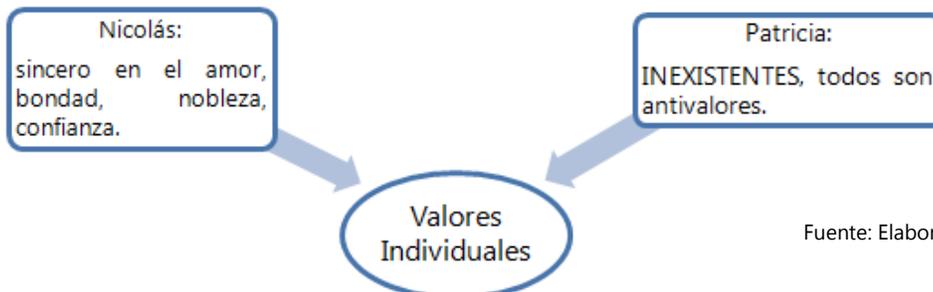
El participante local dentro de esta relación es el departamento de Marcela; por otro lado, Armando no muestra valores individuales durante la relación con Marcela, siendo los valores individuales:



- Patricia – Nicolás

Su relación está basada en el interés monetario de Patricia tras la creciente popularidad de Nicolás como novio millonario. Sin embargo, Nicolás tiene una ferviente ilusión y admiración hacia Patricia como una mujer hermosa y elegante.

Los valores individuales son presentados por el personaje de Nicolás, ya que Patricia presenta sólo antivalores:



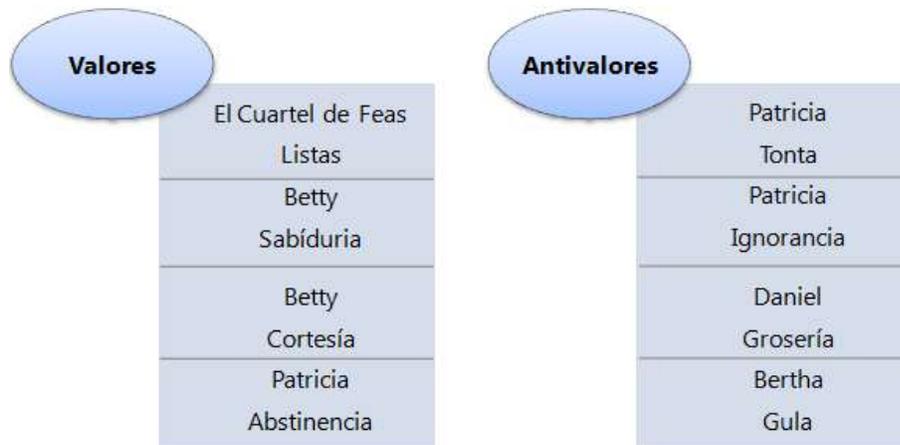
Sin embargo, también se gestan relaciones interpersonales amistosas, las cuales a pesar de que se gesta entre personajes afines; comparten valores colectivos:



Fuente: Elaboración propia

De esta manera, alrededor del mundo de la moda y las finanzas es como se gestan las relaciones interpersonales y rivalidades en ECOMODA; dichas se ven influenciadas y direccionadas para obedecer a estándares de belleza impuestos por los estereotipos y arquetipos de la sociedad.

Dentro de estas microestructuras se van descubriendo valores y antivalores que no son más que criterios de comportamiento y modelos de conducta de los personajes:



Fuente: Elaboración propia

3.2.4 Aspectos técnicos

De acuerdo al argumento y a la identificación de macroestructuras y microestructuras anteriormente descritas, la narración se da en forma lineal; ya que la trama se constituye:

Introducción

- Betty entra a ECOMODA y conoce al Cuartel de las Feas. Es aceptada como secretaria de presidencia por Armando.

Desarrollo

- Betty va ganando terreno posicionandose como una pieza clave dentro de la empresa, convirtiendose en asistente de presidencia. Su afecto incondicional por Armando se incrementa cada día, a pesar de que se empieza a gestar la trampa de la cual será presa.

Climax

- Se descubre la trampa de Armando y comienzan a surgirle sentimientos verdaderos por Betty. Tras una rápida ausencia, Betty se queda en ECOMODA pero como presidente.

Desenlace

- Armando y Betty logran solucionar su vida personal, salvar la empresa y tener una hija, aunque fea.

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, un aspecto importante y que puede llegar hacer esencial dentro de la trama son: las escenas oníricas. Éstas son aquellas en las que los personajes están soñando y por ende se imaginan ciertas situaciones; sin embargo, al momento de estar al aire el espectador no sabe que se trata de un sueño hasta que el personaje lo hace notar.

En *Yo Soy Betty, la Fea* es muy frecuente la aparición de escenas oníricas como una respuesta o reacción del personajes a lo que podría pasar en cada una de las problemáticas, el personaje a través del cual se presentan estas escenas es Betty.

Algunos de los ejemplos más emblemáticos de las escenas oníricas dentro de la telenovela son:

- Cuando Betty recibe la propuesta de ganar dinero si manipula las compras hacia RAGTELA, proveedor de ECOMODA; se imagina todo lo que haría con ese dinero: comprar una casa en mejor zona para sus papás, ayudar a sus amigas del Cuartel, comprarse ropa nueva y un carro último modelo.
- Cuando Betty empieza a descubrir los sentimientos que tiene hacia Don Armando; ella imagina que él siente lo mismo y que la besa en la oficina.
- Al momento en que descubre la trampa de la que fue víctima y que la mente maestra de tan diabólico plan fue Mario, ella sueña que lo está golpeando y cuestionándolo acerca de las razones que lo orillaron hacer tal atrocidad.

Así como a través de las escenas oníricas se trata de dar una reacción imaginaria ante las situaciones a las que se enfrentan los personajes; la temporalidad funge un papel importante dentro de la trama; en primer gracias a la elipsis de tiempo, la cual se presenta como una forma de recortar tiempo dentro de una secuencia; en la telenovela es frecuente que se den estas a través de cintillos, donde se marca el tiempo transcurrido:

Días después
•Cuando Betty se va a Cartagena, a su regreso en Bogota.

1 mes después
•Cuando Amando se va de ECOMODA y regresa de su viaje de negocios por Venezuela

Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto de la temporalidad que es común dentro de la telenovela es el uso, en ocasiones excesivo, de los flashbacks. Éstos pertenecen a la memoria de los

personajes; y son escenas que pasaron y que por alguna razón los personajes se remiten una vez más a ellos. Dentro de la trama, los flashbacks son ocupados para recordar pláticas o acciones de los personajes principales: una plática entre Marcela y Patricia, la lectura de la carta de Betty, Armando enamorando a Betty; todas estas sirven de apoyo para la situación que se está desarrollando en la escena.

Pero no solamente, los flashbacks sirven de apoyo para las escenas dentro de *Yo Soy Betty, la Fea*; también la utilización de la música, ya que se da en todas las escenas y que ayuda a enfatizar y proporcionar más intensidad a las escenas. Existen diferentes categorías dentro de la música utilizada en la telenovela:

- ◆ Configuración sonora del personaje: va convertirse en característica de algún personaje con trascendencia; sirve en cierta manera para su rápida identificación. Tal es el caso de: Betty, Patricia y el Cuartel de Feas.
- ◆ Tema inicial/final: es el que acompaña los créditos de inicio y fin, en esta ocasión se trata del mismo tema musical, el cual es:

Tema: Se dice de mí

Autores: Francisco Canaro / Ivo Pelay

Intérprete: Yolanda Rayo

- ◆ Fragmentos musicales: permite puntualizar determinada situación de los personajes, remarcando sensaciones y emociones. También ayuda a la transición de escenas, ya que perdura entre cada una de ellas.

Por otro lado, los tipos de tomas y ángulos utilizados en la telenovela son muy variados pero comunes:

- Close up: son tomas detalladas a alguna parte del rostro; un ejemplo es a los ojos de Betty.
- Big close up: va de la cabeza a la barbilla, y es común cuando se quiere enfatizar los gestos del personajes; como cuando Mario crítica la fealdad de Betty y enfatiza con gestos faciales.
- Medium close up: es a partir del pecho a la cabeza; es la toma más frecuente dentro de la telenovela.
- American shot: de la rodilla a la cabeza; al igual que el anterior es de los más comunes en las escenas.
- Plano general: se toma al personaje pero con gran parte de la escenografía; la mayoría de estas se daban en ECOMODA.
- Over the shoulder: es recurrente en las conversaciones porque así se puede ver tanto al hablante como al oyente. Por lo general se daba cuando Marcela, Daniel o Armando regañaba a las del Cuartel.
- Toma de gusano: cuando la cara funge como personaje; existen tres secuencias: la primera es en el piloto de la telenovela cuando llega Betty a ECOMODA; la segunda es cuando se realiza el primer cambio de imagen gracias al amorío que tenía con Don Armando; y la tercera, es en el segundo cambio de imagen de Betty a su regreso de Cartagena.

Asimismo, los ángulos como ya se había mencionado aunque son más escasos dentro de la telenovela, los que se presentan son:

- Contrapicada: de abajo para arriba, cuando Betty es secretaria de presidencia en ocasiones se ocupaba para darle cierto nivel de superioridad a Don Armando.
- Picada: de arriba para abajo, a diferencia del anterior se ocupaba cuando Betty ya poseía ambas empresas para darle importancia con respecto de Don Armando.
- Criss-cross: en las conversaciones para mantener un contacto visual con los parlantes.

Es así como los aspectos técnicos también influyen en el gusto del público al consumir un producto audiovisual; no solamente deben de proponer una idea novedosa narrativamente, sino también buscar atrapar al público a través de un ritmo ágil con el montaje aunado al restante de los aspectos técnicos.

Sin embargo, en el caso de *Yo Soy Betty, la Fea* supieron congeniar tanto la narratología como la estructura del discurso audiovisual, logrando un producto mundialmente conocido.

3.2.5 Rating

El éxito de la telenovela no fue espontaneo, desde un inicio la telenovela tuvo gran aceptación en Colombia, ya que como se dijo en el apartado de "Telenovelas colombiana", el horario prime time en este país es asignado solamente a productos nacionales; y fue el ocupado por *Yo Soy Betty, la Fea* a través del Canal RCN.

Durante el primer mes de su transmisión, la telenovela alcanzó puntos sorprendentes dentro de la televisión colombiana, con 36 puntos de rating posicionándose desde ese momento como una de las principales telenovelas a

nivel nacional; sin embargo, el fenómeno de la fea incrementaría conforme la gente conocía la trama, alcanzando su media en 45 puntos de rating. No obstante, cuando se daban acontecimientos importantes y trascendentales dentro de la historia “el más alto rating alcanzado por la novela se registró cuando Armando la invitó a salir”⁴⁸ con 54.7 puntos de rating.

Sin embargo, el éxito no sólo se vio reflejado en los puntos de rating, sino también a través de los anunciantes que cada vez más se hacían presentes dentro de la telenovela, entre los que se encuentran: PANTENE, el cual fungía como patrocinador de los desfiles de moda que se realizaban en ECOMODA; Banco Continental BBVA que también tenía una participación fuerte dentro de la historia porque era el banco al cual le solicitaban los préstamos; AVIANCA, HACER, y el automóvil FABIA.

No obstante, la telenovela consiguió lo que ningún otro programa latinoamericano había logrado, entrar al libro de los Records Guinness en el año 2010 como “la telenovela más exitosa en la historia de la televisión”⁴⁹.

Sin embargo, este no sería el último record alcanzado por la telenovela; al darse un ascenso rápido y una difusión a nivel mundial del éxito de la telenovela se comenzó a dar la compra de los derechos para la transmisión en otros países, posicionándose en más de 100 países doblada en 15 idiomas. Aunado a esto, también surgieron las adaptaciones, siendo de las más exitosas la española *Yo Soy Bea*, la norteamericana *Ugly Betty*; y la mexicana *La fea más bella*, de la cual hablaremos a continuación.

⁴⁸ En: <http://www.terra.com.uy/especiales/betty/cifrascafe.htm> (en línea). miércoles 19 de octubre 2011, 14:20 hrs.

⁴⁹ En: <http://www.eldiario.com.co/seccion/VARIEDADES/la-fea-en-los-guinness-records-100212.html> (en línea). miércoles 19 de octubre 2011, 14:32 hrs

3.3 La Fea Más Bella

Como anteriormente se mostro, el éxito alcanzado por *Yo Soy Betty, la Fea* provocó un sinfín de adaptaciones alrededor del mundo; siendo una de las más exitosas y al igual que la versión original gozó de varias retransmisiones en el mundo fue la adaptación mexicana *La Fea Más Bella*. Ésta fue producida por la televisora más importante de México TELEVISA a cargo de Rosy Ocampo y adaptada por Palmira Olguín, estuvo al aire de enero de 2006 a febrero de 2007 con 302 capítulos de 40 minutos aproximadamente.

El horario de transmisión de *La Fea Más Bella* fue variado, ya que constantemente sufría cambios pero éstos no se debían a las bajas audiencias, por el contrario eran el reflejo de la alta demanda que tenía la telenovela por parte del público. Su primer horario fue de 16:00 a 17:00 hrs. permaneciendo así sólo el primer mes de transmisión; después ocupó el horario de las 18:00 a las 19:00 hrs. así permaneció alrededor de tres meses hasta llegar al horario de las 20:00 a 21:00 hrs. Uno de los aspectos más sobresalientes dentro del horario ocupado fue el del capítulo final el cual tuvo una duración de tres horas desde las 19:00 hasta las 22:00 hrs.

Dentro del elenco que integro esta telenovela se encuentra: Angélica Vale, Jaime Camil, Elizabeth Álvarez, Sergio Mayer, Patricia Navidad, Raúl Magaña, Angélica María, José José, Juan Soler, Agustín Arana, Luis Manuel Ávila.

3.3.1 Adaptación

La vida de Leticia Padilla Solís siempre se vio opacada por su fealdad; pese a sus logros académicos, Lety como todo mundo la llama, nunca pudo cambiar la forma en que era vista por la gente. Pero al titularse, su fealdad se convirtió en su principal obstáculo para encontrar trabajo como economista; hasta que llegó a la

casa productora CONCEPTOS, en la cual Lety consiguió trabajo como secretaria del nuevo presidente Fernando Mendiola, quien mantiene una relación amorosa con la accionista y, desde ese momento, rival número uno de Lety en la empresa: Marcia Villarroel.

Así, Lety comenzó a trabajar bajo el título de secretaria aunque con tareas de asistente; pero no sólo tenía a cuestas la rivalidad con Marcia, sino también con la otra secretaria de presidencia: Alicia Ferreira, mejor amiga de Marcia y principal saboteadora del trabajo de Lety en CONCEPTOS; así como con Luigi Lombardi, director creativo de la empresa, quien se rehúsa acatar órdenes o condiciones de Lety.

A pesar de estas trabas, Lety salió adelante y ayuda a Fernando en el área financiera de la empresa, convirtiéndose rápidamente en la persona que ocultamente dirige la empresa.

Sin embargo, tras no cumplir las metas propuestas en su proyecto para ganar la presidencia, Fernando mete a CONCEPTOS en una crisis económica; por lo que con ayuda de Omar Carvajal, su mejor amigo y accionista, idean un plan para proteger la empresa de los acreedores y los bancos, el cual consistía en crear una compañía ficticia con Lety al frente de ella. Al conocer el plan, Lety aceptó no solamente para salvar la empresa sino porque significaba que Fernando le tenía la suficiente confianza para entregarle CONCEPTOS, incrementando así los sentimientos de Lety hacia él. Lety creó FILMO IMAGEN y puso como gerente general a Tomás Mora, su mejor amigo y gran economista.

No obstante, debían mantener en secreto la situación por la que pasaba la empresa sobre todo de Ariel Villarroel, uno de los principales accionistas y hermano de

Marcia, quien quiere destituir a Fernando de la presidencia. El plan siguió adelante, pero al conocer la existencia de Tomás, Omar comienza a imaginar que Lety y Tomás mantienen una relación amorosa y que quieren quedarse con CONCEPTOS; por lo que convence a Fernando que la única manera de mantener la empresa a salvo es enamorando a Lety.

A pesar de tratarse de una fea, Fernando comienza una relación clandestina con Lety, sin romper su compromiso con Marcia; sin embargo, la situación se complica cuando Lety descubre el malévolo plan del cual fue víctima gracias a una carta que Omar le deja a Fernando con las instrucciones para seguir su rutina amorosa con ella. Lety sigue adelante hasta que él le aclare la situación, continúa protegiendo la empresa y maquillando los balances que se le presentan a los accionistas en la junta.

Sin embargo, al escuchar una plática entre Omar y Fernando donde no solamente reiteraban que había sido víctima del plan, sino también en la cual planeaban mandarla lejos de la ciudad, Lety decide renunciar, presentar el verdadero estado de la empresa y enfrentar a Fernando y Omar en la junta de consejo. Por lo que Lety deja CONCEPTOS sin darle explicación a nadie, ni siquiera al Cuartel de las Feas, secretarias y amigas de Lety dentro de la empresa, quienes quedan desconcertadas con la decisión de Lety.

Pero antes de irse, Lety se ve forzada por la propia Marcia a contarle la relación amorosa que mantenía con Fernando y la cual era parte del plan para salvar la empresa; al conocer esto, Marcia rompe su compromiso con Fernando. Tras dejar CONCEPTOS de esa manera, Carolina Ángeles, publicirrelacionista de la empresa, invita a Lety a trabajar con ella en un certamen de belleza en Acapulco, donde Lety

conoce a Aldo Domensaín, chef internacional que siente una fuerte atracción por ella desde el primer momento.

Después de unos días en la playa, Lety regresa a la Ciudad de México para enfrentarse con los Mendiola y los Villarroel, quienes aceptan dejar a Lety en la presidencia para evitar el remate de la empresa. Sin embargo, el juez sólo otorga un plazo de tres meses para que CONCEPTOS cubra la totalidad de su deuda con FILMO IMAGEN; pero para aceptar el cargo Lety pone como condiciones: el ingreso de Tomás como vicepresidente financiero y la anulación de la renuncia de Marcia.

De esta manera, Lety comienza su gestión como presidente en CONCEPTOS; después de unos días, Aldo llega a la Ciudad de México para encargarse de un proyecto que busca difundir la gastronomía mexicana alrededor del mundo, y la casa productora que realizará el proyecto es CONCEPTOS. Sin embargo, las intenciones de Aldo no sólo son profesionales sino también personales, lo que comienza a inquietar a Fernando, quien está enamorado de ella tras caer en su propia trampa; la llegada de Aldo implica una lucha entre él y Fernando por el amor de Lety.

Al cabo de los tres meses estipulados por el juez, Lety no logra cubrir la deuda adquirida por la empresa con FILMO IMAGEN, pero Aldo, para lograr liberar a Lety del compromiso con CONCEPTOS y para separarla de Fernando, compra la deuda y les da un plazo de seis meses para pagarle. Durante este tiempo, Lety se da cuenta del amor que siente por Aldo y, pese a las suplicas de Fernando para que lo perdone y vuelva con él, ella comienza una relación con Aldo.

Poco a poco Fernando va pagando su deuda con Aldo, pero la aparición de una modelo llamada Aurora, de la cual Omar cae perdidamente enamorado, hace que

Fernando se acerque una vez más a Lety, ya que Aurora y ella son la misma persona. Al descubrirlo Fernando guarda el secreto sobre la doble identidad de Lety para evitar un problema entre ella y Aldo; finalmente éste descubre toda la verdad, lo cual pone en riesgo su reciente compromiso de matrimonio con Lety. Ella decide dejar a un lado a Aurora y seguir su vida y su relación con Aldo.

Cuando Fernando cubre el total de la deuda de CONCEPTOS, decide dejar la empresa para olvidar a Lety, quien ha sido transformada físicamente por Luigi; pero en el fondo Lety no ha podido olvidarlo y al darse cuenta de esto, Aldo decide dejarla para que lo busque y puedan continuar su relación.

Tras la crisis económica de CONCEPTOS, Lety y Fernando encuentran la paz profesional y personal, reanudan su relación y continúan al frente de la empresa.

3.3.2 Personajes

Los personajes de *La Fea Más Bella* son variados, ya que aunque si tienen más características de los personajes melodramáticos y cómicos si están situados en la realidad; representando historias cotidianas dentro de la población.

3.3.2.1 Personajes principales

Fungen como hilo conductor de la historia, ya que son ellos los que realizan la mayoría de las acciones que provocan las problemáticas que se van desarrollando a lo largo de la trama.

➤ Protagonistas

*Leticia Padilla Solís: es una mujer fea, inteligente, con voz aniñada, robusta, de cabellera negra, anticuada en su forma de vestir. En ocasiones se muestra

insegura debido a su fealdad pero conoce el alcance de sus capacidades, es cariñosa, caritativa, honesta. Sus objetivos en la vida son desarrollarse como economista y la soltería de por vida. Es hija única y vive con sus padres.

Aurora (modelo): es una joven atractiva, misteriosa, de pocas palabras. Su vestimenta remite a los años cuarenta y su identidad permanece oculta, ya que en realidad se trata de Lety transformada gracias a Carolina Ángeles.

*Fernando Mendiola: es un joven atractivo, irresistible para las modelos y actrices que trabajan en su casa productora. Con una imagen impecable, bien vestido y elegante. Es simpático, inmaduro, ambicioso, perseverante y bondadoso. Es hijo único, criado en las mejores escuelas.

➤ **Antagonistas**

*Marcia Villarroel: es una mujer elegante, delgada, bella. Es celosa, honesta, inteligente, necia, justa. Tras la muerte de sus papás se queda sólo con sus dos hermanos y a cargo de los Mendiola; sin embargo no perdió su estilo de vida.

*Alicia Ferreira "La Oxigenada": es una mujer sexy, frondosa, tonta, burlona. Se interesa solamente en el dinero a pesar de estar en banca rota. Ésta en busca de un hombre rico que le resuelva sus problemas.

*Luigi Lombardi: es un hombre listo, apasionado de la vida y su trabajo, sincero, racista. Su ego es bastante alto, lo que ocasiona que se sienta superior a los demás.

*Ariel Villarroel: es un hombre atractivo, alto, criticón, inteligente, autoritario, que no le gusta perder el control de las situaciones. Es franco, no le importa lastimar a las personas con sus comentarios.

3.3.2.2 Personajes secundarios

Estos personajes proporcionan información específica de los protagonistas, ayudan a través de sus opiniones y consejos al protagonista a tomar decisiones, ya sean buenas o malas que repercuten en su trayectoria y en la historia.

➤ **Personajes de Apoyo**

*Omar Carvajal: es un hombre atractivo, delgado, alto, mujeriego, ingenioso, irresponsable, encantador, seguro. Trata de proteger a Fernando en todo momento.

*Tomás Mora: es un hombre feo, inteligente, tímido, leal, perseverante. Es hijo único y vive con su madre, está enamorado de Alicia Ferreira.

*Carolina Ángeles: es una mujer elegante, guapa, amistosa, honesta, bondadosa, comprometida con su trabajo. Ayuda a las personas sin importar su aspecto físico o condición social.

*El Cuartel de las Feas: está integrado por las secretarias de la empresa: Martha, Sara, Juana, Irma, Paula María y Lola. Son muy unidas, caritativas, sensibles y chismosas. Siempre se enteran de todo lo que pasa dentro de la empresa. La única casada es Martha; Irma y Lola fueron abandonadas por sus maridos; y Juana, Sara y Paula María son solteras.

*Aldo Domensaín: es un hombre atractivo, elegante, interesante, inteligente, humanitario, generoso. Es chef internacional y propietario de un restaurant en Acapulco; desde el primer momento Lety llama su atención produciendo un triangulo amoroso entre Lety, Fernando y él.

➤ **Personajes con función específica**

Los personajes que tienen una función específica dentro de la telenovela están:

* Erasm Padilla Solís y Julieta Solís de Padilla: padres de Lety, Erasmo contador de profesión y Julieta ama de casa.

* Humberto Mendiola y Teresita de Mendiola: padres de Fernando y accionistas de CONCEPTOS.

* Tomasita: madre de Tomás.

* Efrén Rodríguez: ex esposo de Lola, el cual mantiene una relación con Yazmín García modelo de CONCEPTOS.

* Simon Joseph Contreras: es alegre, sincero, y su cargo es el de mensajero de la empresa. Está enamorado de Paula María.

* Karla Santibáñez: mujer elegante, trabajadora, alegre que busca entablar una relación con Fernando.

➤ **Personajes temáticos**

Aparecen esporádicamente dentro de la historia, al igual que en *Yo Soy Betty, la Fea*, estos personajes se deben a la aparición de artistas invitados.

*Cantantes mexicanos: Benny, Manuel Mijares, Yuri

*Jacqueline Bracamontes: actriz, conductora y miss México.

*Ricardo Montaner: cantautor venezolano.

*Duetos mexicanos: LU, Ha-Ash

*Diseñadores: Gustavo Elguera y Gustavo Mata

➤ Accesorios

En *La Fea Más Bella* se da la aparición de objetos que al igual que los personajes pueden ser trascendentales dentro de la historia; el primero de ellos es el diario de Lety y posteriormente el diario de Fernando, los cuales tras fungir como confidentes y representar la verdad de cada personajes son los que finalmente ayudan a resolver cada una de las problemáticas a las que se enfrentan los dichos personajes protagónicos.

Asimismo, como una característica más de las telenovelas melodramáticas se presenta la religión católica como un personaje invitado, a través de la devoción de Lety y su mamá Julieta hacia San Judas Tadeo y la Virgen de Guadalupe.

De esta manera, los personajes de *La Fea Más Bella* obedecen en su mayoría a los mismos estereotipos y arquetipos presentados en *Yo Soy Betty, la Fea*.

3.3.3 Estereotipos y Arquetipos

Como anteriormente se mostró, los estereotipos presentados en *La Fea Más Bella*; giran alrededor de la belleza exterior y la posición social de los personajes.

ESTEREOTIPOS	
BELLEZA / FEALDAD * Alicia Ferreira: exuberante, llamativa en su forma de vestir, con una belleza exterior despampanante. Le asignaron el apodo de "La Oxigenada" debido a que alardea que su cabello es rubio natural aunque sea pintado. * El Cuartel de las Feas: son feas pero saben que la belleza no sólo es exterior a pesar de no tener cuerpos tan bien moldeados como el de Alicia.	BELLEZA Y RIQUEZA / POBREZA Y FEALDAD * Fernando: es el estereotipo de que todos los atractivos son ricos . * Tomás: por el contrario el representa que los feos por lo regular son ubicados en las clases bajas.

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, los arquetipos manejados dentro de la telenovela giran alrededor de la institución de la familia:

ARQUETIPOS

- Prevale el representado en este caso por los papás de Lety, fungiendo Don Erasmo como el proveedor del hogar y Doña Julieta como la encargada del cuidado de la hija, el marido y todas las tareas de la casa.
- El segundo es el presentado a través de las costumbres por las cuales se rigen la familia Padilla Solís; las cuales obedecen a la religión católica.

Fuente: Elaboración propia

Es así como estos estereotipos y arquetipos influyen en la conducta de los personajes y la manera en que se relacionan con sus semejantes.

3.3.4 Macroestructuras y microestructuras

En *La Fea Más Bella*, como en todo discurso existen macroestructuras y microestructuras, en ésta la macroestructura es la siguiente:

- ♦ **Valorizar a las personas por lo que son, por sus cualidades, sentimientos y coeficiente intelectual; y no por su aspecto físico.**

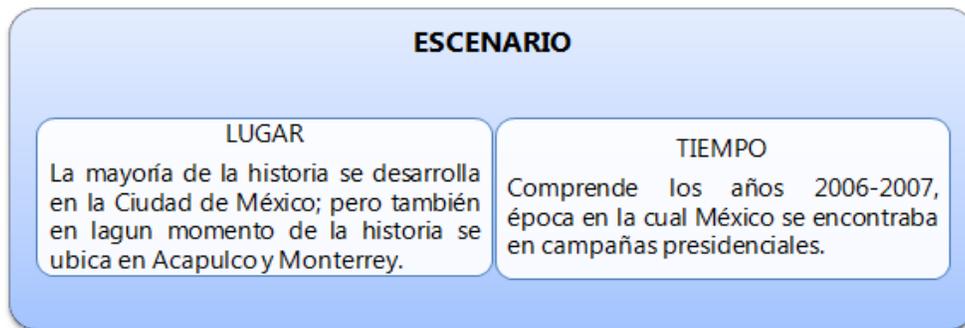
De esta manera, en la telenovela, que se reflejan algunos aspectos de la realidad social, se muestra a través de los personajes como realizan prejuicios basados en el aspecto físico, haciendo mofa de los defectos: sobrepeso, fealdad, rasgos corporales. Dentro de *La Fea Más Bella* los principales prejuicios que representan esta macroestructura son:

- Luigi al ver la fealdad de Lety, se burla llamándola vampirín y garnacha bigotona. Aunque más adelante Lety le demuestra que no todo es el físico, por lo que él lo entiende y le ayuda a su transformación.

- Alicia tiene un cuerpo escultural, al estar en constante batalla en contra de las del Cuartel, no pierde ni una oportunidad de decirle a Martha lo gorda que está.

Así, esta macroestructura tiene como *participante global*: la casa productora CONCEPTOS, siendo el principal recinto donde se llevan a cabo las acciones de los personajes. Por lo que al tratarse de una casa productora con problemas financieros que claro que el *dominio* será la imagen pública y las finanzas.

No obstante, la macroestructura así como la microestructura comparten el escenario donde se desarrollan:



Fuente: Elaboración propia

No obstante, el tiempo en que estuvo al aire esta adaptación fue óptimo ya que fue utilizada como forma de difusión por uno de los candidatos; incorporando menciones a los diálogos de los personajes como:

“Yo si voto por...”

“... es el mejor candidato para México”

Tras exponer el escenario en el que se ubican tanto las macroestructuras como las microestructuras, es hora de dar paso a estas últimas:

➤ **Rivalidades sociales en el ámbito laboral**

Las rivalidades sociales dentro de CONCEPTOS se gestan alrededor de los personajes principales y secundarios, la mayoría de las veces se debe por razones personales. Éstas tienden a mostrarnos la psicología de los personajes ayudándonos a entender el porqué de sus acciones y sentimientos.

- Lety – Marcia

Su rivalidad está basada en el desprestigio y menosprecio del trabajo de Lety, ya que Marcia desde un principio nunca estuvo de acuerdo en que ella ocupara el cargo de secretaria de presidencia, y al ver que cada vez era más importante para la empresa y para Fernando su rencor hacia ella incrementaba.

Sin embargo, tras la crisis de CONCEPTOS su rivalidad pasa de lo profesional a lo personal; debido a que Marcia no logra olvidar a Fernando, convirtiéndose en su principal objetivo: el sacarla lo más pronto posible de la empresa. Aunque, tras ver las intenciones de Lety se da cuenta de lo equivocada que estaba y decide dejar esa rivalidad a un lado.

- Aldo – Fernando

Es una rivalidad que tiene lugar en CONCEPTOS pero que su trasfondo es amoroso; por lo que el objetivo de esta rivalidad es alcanzar el amor de Lety. A pesar de que ambos luchan por Lety, es un juego limpio y honesto; ya que saben las intenciones del otro.

- Alicia – El Cuartel de las Feas

Es una rivalidad basada en la burla por el aspecto físico y coeficiente intelectual. Alicia siempre busca agredir a las del Cuartel haciéndoles saber sus defectos corporales y lo mal vestidas que están; por su parte las del Cuartel no sólo

evidencian la poca inteligencia de Alicia sino también la llaman “La Oxigenada” por teñirse el cabello. Esta rivalidad es agresiva, honesta y mantiene el humor en cada una de las luchas.

- Alicia/Luigi – Lety

Esta se gesta entre Alicia y Lety al querer ser Alicia la única secretaria; sin embargo, no posee la capacidad e inteligencia suficiente para estar sola al frente del cargo; burlándose y sabotando el trabajo de Lety en cada oportunidad; por otra parte, Luigi muestra esta rivalidad a través de agresiones directas a Lety, ya que para él ella no tiene ni voz ni voto en la empresa; las burlas acerca de su física son notorias, ya que no tiene precaución de decírselas en privado sino que lo hace en público para ridiculizarla.

De esta manera, las rivalidades sociales son una muestra más de los prejuicios que se engloban en la macroestructura y que son la otra cara de la moneda dentro de estas microestructuras, la siguiente es:

- **Relaciones interpersonales entre personajes**

Las relaciones interpersonales que se gestan dentro de la trama son de carácter amoroso y amistoso.

- Lety – Fernando

Una relación que comienza como una alternativa para Fernando para salvar su empresa, pero que poco a poco cobrará importancia en su vida, debido a que sin darse cuenta se enamora de Lety a pesar de su aspecto físico. No obstante, en el caso de Lety desde un principio a pesar de que se trataba de una relación laboral ella comienza a sentir cosas por Fernando, las cuales la orillan a realizar cada una

de las calamidades sugeridas por él como la creación de la empresa FILMO IMAGEN.

Por lo que el participante local en esta relación es: CONCEPTOS, debido a que es por la cual se gesta la relación y se desarrolla; estos personajes se desenvuelven alrededor de valores que se vuelven característicos de cada uno de ellos:



Fuente: Elaboración propia

▫ Lety – Aldo

Una relación que desde un principio fue más allá del aspecto físico, por lo que se convirtió en una relación profunda que veía cada una de las cualidades del otro. A través de la paciencia y ternura Aldo supo ganarse el cariño de Lety hasta el punto de comprometerse en matrimonio.

Los participantes locales de esta relación son: Acapulco y CONCEPTOS, ya que ambos son los catalizadores de la relación. Los valores individuales que manejan son:

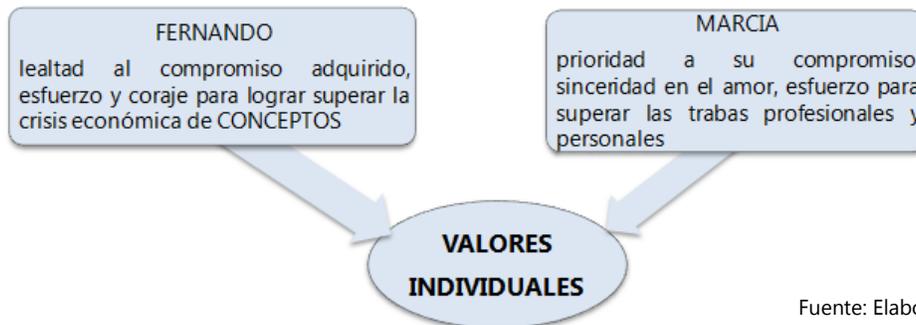


Fuente: Elaboración propia

▫ Fernando – Marcia

Su relación está basada en lo físico, por lo que no existe un lazo sentimental que la sustente; siendo común la falta de confianza por parte de Marcia debido a las mentiras de las que en muchas ocasiones ha sido víctima de Fernando.

Su participante local es: CONCEPTOS y los departamentos de ambos; sin embargo los valores individuales entre esta pareja son:



Fuente: Elaboración propia

▫ Alicia – Tomás

En un principio Alicia recurrió a esta relación para salir de la pobreza en la que estaba metida; sin embargo, al darse cuenta de los sacrificios que Tomás hacía por ella y al quedar embarazada se dio cuenta del amor que sentía por él. Por su parte, Tomás siempre mantuvo la ilusión de conquistar a Alicia, casarse con ella y formar una familia, cosa que logró.

El participante local de esta relación es: CONCEPTOS y el departamento de Alicia; los valores individuales que maneja la pareja en un principio son totalmente diferentes, en Alicia pueden ser inexistentes, pero después llegan a compartir ciertos rasgos:



Fuente: Elaboración Propia

Sin embargo, no sólo están presentes estas relaciones interpersonales de carácter amoroso; también están aquellas amistosas que comparten valores colectivos:



Fuente: Elaboración propia

De esta manera, las microestructuras son parte fundamental para la creación de la macroestructura; a través de ambas se observa el desenvolvimiento de los personajes y se conoce un poco más la psicología que maneja cada uno. Sin embargo, existen más elementos dentro de *La Fea Más Bella* como los aspectos técnicos.

3.3.5 Aspectos técnicos

De acuerdo a lo anteriormente descrito se puede observar que la telenovela *La Fea Más Bella* se trata de una historia lineal, que va incorporando personajes conforme se va desarrollando que en un principio son secundarios y que después se convierten en protagonistas (Aldo Domensaín).

Introducción

- Lety se presenta en CONCEPTOS como secretaria de presidencia, en ese momento comienza su rivalidad con Marcia, Alicia y Luigi; pero con la ayuda del Cuartel y Fernando sigue adelante dentro de la empresa.

Desarrollo

- Comienzan los problemas financieros en CONCEPTOS por lo que Fernando le dice a Lety que es tiempo de crear FILMO IMAGEN. Sin embargo, Omar al saber de la existencia de Tomás hace que Fernando dude de las intenciones de Lety; haciéndole creer que la única manera de resguardar la empresa es enamorando a Lety.

Climax

- Lety se entera de la trampa a la que fue sometida por Fernando y Omar; renuncia y deja la empresa para irse Acapulco con Carolina. Tras analizar la situación en la que está la empresa, los Mendiola y los Villarroel deciden incorporar nuevamente a Lety a CONCEPTOS pero ahora como presidente. Pero la situación se complicaría más para Fernando con la llegada de Aldo para pelearle el amor de Lety.

Desenlace

- Con ayuda de Aldo, logran salvar la empresa y a pesar de sus sentimientos Fernando acepta la relación de Lety con Aldo. Sin embargo, Lety se da cuenta que en el fondo sigue amando a Fernando, y rompe su compromiso con Aldo; ya con una nueva imagen diseñada por Luigi, Lety busca a Fernando y le aclara la situación. Ambos regresan a CONCEPTOS para seguir dirigiéndola.

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, existen varios aspectos técnicos que ayudan a definir a la telenovela y que de cierto modo son parte esencial del éxito que obtenga al aire. Entre estos aspectos técnicos se encuentran las escenas de transición:

- Elipsis: es ocupada para acortar el tiempo que Lety va narrando en voz off donde se muestran las acciones que siguen los personajes (Marcia en ventas, Luigi en producción) para la recuperación de la empresa; además como otro recurso para enfatizar la elipsis se ocupan cintillas:

*Varias semanas después

*Días después (cuando Fernando sale de viaje)

*Varios días después (Cambio de imagen de Lety)

- Cámara rápida: es utilizada con tendencias cómicas, a través de los personajes que manejan la comicidad en la trama.

*Cuando Tomás se entera de que tiene trabajo en FILMO IMAGEN.

*Al momento que Lety llega a CONCEPTOS, se van captando las reacciones de los trabajadores (Cuartel de las feas).

- Flashback: la mayoría son presentados mediante Lety, para narrar pasajes de su vida.

*Cuando Lety le cuenta a Fernando su trágica historia de amor con Miguel.

Sin embargo, existen otros aspectos que son fundamentales dentro de la telenovelas: el tipo de tomas; estas pueden ser muy variadas, pero existen unas que son las más comunes a lo largo de la historia.

- Toma de gusano: se utilizan para simular que la cámara es el personajes, en este caso se ocupa para ocultar el rostro de Lety al inicio de la telenovela y en sus tres cambios de imagen.
- Medium close up: es una de las tomas más comunes en las escenas.
- Big close up: se ocupa para resaltar las reacciones faciales de los personajes; cuando Lety y Fernando van al hotel.

- Over the shoulder: es ocupada en la mayoría de las conversaciones; cuando Lety y Fernando van en el coche, ó en las discusiones entre Fernando y Marcia en CONCEPTOS.
- Plano general: es otra de las tomas más ocupadas, ayuda a que el público se ubique en el lugar donde se desarrolla la trama.
- Close up: es utilizada para detallar algún rasgo facial o corporal; cuando Lety tiene que prestarle dinero a CONCEPTOS.

Sin embargo, la mayoría de las tomas en close up son anteceditas por un zoom in que acaba en close up; de esta manera daremos paso a los movimientos de cámara ocupados en la telenovela:

- Zoom in: movimiento de la cámara hacia delante: cuando Omar se entera del supuesto embarazo de Alicia (hasta llegar a close up)
- Tilt up: movimiento hacia arriba; cuando Lety llega con su cambio de imagen a CONCEPTOS.

Asimismo, también se encuentran distintos tipos de ángulos:

- Contrapicada: cámara de abajo hacia arriba, es ocupada para enaltecer al personaje; como cuando Fernando se viste de drag queen para pagar la apuesta de Luigi.
- Criss-cross: en la mayoría de las conversaciones.

Otro aspecto técnico que se utiliza en toda la telenovela es la música, ya sea para ambientación, para identificar un personaje o simplemente con cierta intencionalidad dentro de la escena; siendo su estructura musical:

- Tema musical inicial/final: fueron dos títulos los que acompañaron los créditos de inicio y el final de cada capítulo:

Tema: La Fea Más Bella / Interprete: Bacilos

Tema: El Club de las Feas / Interprete: Banda El Recodo

Asimismo, existió un tercer tema final dentro de la telenovela, el cual era interpretado por la protagonista Angélica Vale.

Tema: Aquí Estaré / Interprete: Angélica Vale

- Fragmentos musicales: entre los que se encuentra la música de Ricardo Montaner y en ocasiones los temas iniciales y finales.
- Configuración sonora del personaje: ayuda a que el público con sólo escuchar el tema identifique que personaje está al aire.

Todos estos aspectos técnicos lograron que *La Fea Más Bella* obtuviera un éxito rotundo con retransmisiones alrededor del mundo.

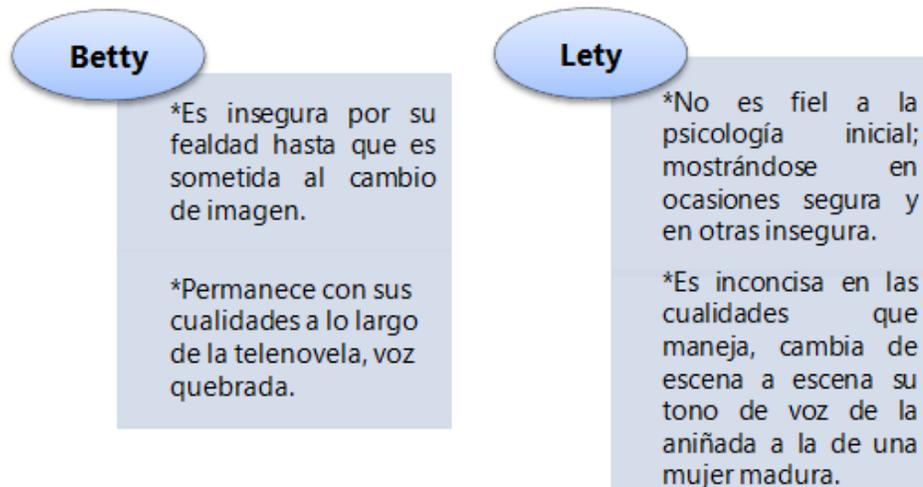
3.4 Diferencias y similitudes

De esta manera, la telenovela *La Fea Más Bella* logró posicionarse dentro del gusto del público nacional e internacional; sin embargo, a pesar de la incorporación de aspectos técnicos innovadores y aportarle mayor calidad a su producción no pudo superar el éxito de la versión original (*Yo Soy Betty, la Fea*).

Gran parte de esta situación se debió a los cambios drásticos a los que fue sometido el libreto en dicha adaptación mexicana, ya que optaron por brindarle más comicidad que llegaba a rayar en lo tonto, en lugar de abordar como en la

versión original una crítica social con toque de comedia. Asimismo, la telenovela *La Fea Más Bella* llegó a convertirse en ocasiones en un melodrama rosa con gran carga de comedia injustificada.

No obstante, existieron otros aspectos que ayudaron al alejamiento de la verdadera esencia del libreto, uno de los más importantes fueron las actuaciones que eran exageradas al punto de gritar e inconstantes, ejemplo:



Fuente: Elaboración propia

Además de las cambiantes cualidades y psicologías que presentan los personajes, no se presenta la crítica social a través de la burla, el sarcasmo y la comedia que se daba en *Yo Soy Betty, la Fea*; por el contrario, en *La Fea Más Bella* se trata de direccionar a la audiencia a la aceptación de ciertos partidos políticos, además de con el afán de realizar una telenovela cómica del nuevo siglo recurren a la repetición de chistes tontos que ridiculizan la trama.

Es así como se demuestra que existen más diferencias que similitudes entre *Yo Soy Betty, la Fea* y su adaptación mexicana *La Fea Más Bella*; la mayoría de las diferencias radican en la trama, que aunque se trataba de una adaptación y se harían cambios no se rescató el objetivo de la telenovela: el mostrar a través de la

comedia inteligente la banalidad a la que se enfrenta la sociedad actual enmarcada por las problemáticas sociales, políticas y económicas de las cuales el sector más desfavorecido de la sociedad es presa.

Otra de las diferencias más notorias es la importancia que le brindaron a personajes secundarios, en este caso Aldo Domensaín (versión original Michel Daunell), para alargar la telenovela y propiciar más conflictos, lo que ocasiono que en lugar de una telenovela cómica con reflejo social pasara a ser una telenovela rosa con un triangulo amoroso.

Asimismo, la calidad en la producción y elementos técnicos utilizados por la adaptación mexicana están por encima de los ocupados en la versión original; juegan más con los movimientos de cámara, la música es más comercial, la transición de las escenas es más dinámica.

Sin embargo, *Yo Soy Betty, la Fea*, versión original, y *La Fea Más Bella*, adaptación mexicana, son dos telenovelas completamente diferentes que a pesar de tener el mismo guión como base le imprimieron su propia esencia logrando productos audiovisuales exitosos mundialmente.

CONCLUSIÓN

Siendo la telenovela el principal producto audiovisual en Latinoamérica no solamente significó el resultado de la evolución de los relatos seriados que se remontan hasta la novela sentimental inglesa y que pasaron por los folletines, radionovelas y teleteatros hasta convertirse en lo que hoy conocemos; sino también mostró una forma de entretenimiento y una vía por la cual la población se sentía identificada.

Esto radicó en que las telenovelas le brindaban al público una sensación de justicia y aceptación a través de la lucha de sentimientos, y la victoria del bien sobre el mal; además, servían como reflejo de las ambiciones, fantasías y esperanzas que resguarda la población en el imaginario colectivo. No obstante, con el paso de los años cada una de las industrias se familiarizó y especializó con un sólo tipo de telenovela, lo que provocó un estancamiento y en cierto modo un declive en la calidad literaria (temáticas) de éstas.

En el caso de México, se convirtió en un fiel creador de telenovelas rosas que tarde o temprano terminarían fastidiando a la audiencia; y Colombia, produjo telenovelas con toques realistas, pero siempre bajo los estándares melodramáticos, lo que no los separó del todo de la esencia del género. Sin embargo, a pesar de que ambas industrias retomaron distintos tipos de telenovelas (políticas, de misterio, históricas, etc.), ambas estaban enviciadas con las producciones que por años venían realizando.

Esto fue más notorio en la industria mexicana, debido a que no tomaban riesgos en innovar los libretos, y seguían produciendo repetidamente la telenovela de la eterna cenicienta; este estancamiento se debió en gran medida a la televisora que

tenía monopolizada la industria: TELEVISA, la cual vio en la telenovela rosa una forma fácil de acceder a las masas; producía telenovelas con guiones de mala calidad pero con llamativos elementos visuales, con lo que cubrían las deficiencias de los guiones.

Por otro lado, para la industria colombiana no significó un estancamiento, ya que a pesar de que no fue de las primeras en desarrollarse, sus telenovelas siempre abarcaron problemáticas realistas y presentaron variedad dentro de sus temáticas, todo claro bajo los estándares del melodrama. De esta manera, la industria colombiana en su intento de crear productos novedosos y sobre todo creativos, produjo la telenovela Don Chiche, la cual brindó la seguridad de que la comedia es aceptada y rentable.

A raíz de esto, Colombia se dio cuenta que existía un mercado que las demás industrias no habían explorado y explotado a fondo: la comedia realista satírica. Una vez más, la aceptación ante la incursión de la comedia en las telenovelas colombianas mostró la ambición de la industria por crear no sólo productos rentables, sino productos rentables de calidad, realistas y entretenidos.

A pesar de que son industrias similares y que pasaron por las mismas etapas, la telenovela mexicana careció durante este periodo de la ambición y conocimiento para crear productos que se desligaran de los melodramas sufribles. Así fue como en la industria de la telenovela colombiana se gestó a finales de los años noventa y en la primera década del nuevo siglo la ola de innovación en temáticas basadas en la comedia, que vendría a revolucionar en su totalidad la industria en Latinoamérica.

Un estilo de telenovela cómica que acercaría al público a problemáticas cotidianas, que se pensaría que al retomar dichas situaciones se convertirían en melodramas; que sin embargo, tuvo éxito debido a la manera de tratar las temáticas realistas a través de una comedia considerada irreverente, satírica pero sobre todo inteligente. Estas comedias no recurrían al abuso del chiste barato que llegaba hacer absurdo y que no se justificaba dentro de la trama; sino que abordaban la crítica y burla de situaciones que le acontecían a los propios personajes y su ámbito social y personal.

Queda claro que uno de los objetivos de la industria colombiana era mostrar telenovelas cada vez más realistas, y una de las formas en que lo trataron fue a través de la comedia; sin embargo, también las retomaron mediante las telenovelas con toques dramáticos, pero en esta ocasión se distanciaban enormemente del típico melodrama.

Esto se debía a que trataron temas tabús que causaron polémica y gran impacto en la sociedad: aspectos políticos, lucha de géneros, situaciones de pareja, narcotráfico, trata de blancas, entre otras temáticas. Temas que se habían mantenido a la sombra, debido en gran medida a la poca apertura que se tenía en estas sociedades conservadoras de Latinoamérica; y que poco a poco se han abierto ante la evolución e intensificación de los medios de comunicación y sobre todo de sus productos, específicamente la telenovela.

Sin embargo, dentro de estas nuevas temáticas, ya sea que estén basadas en la comedia o en el melodrama, la presencia de la mujer con respecto a la del hombre es igual la mayoría de las veces y en ocasiones hasta superior a él. Esto muestra una vez más a la telenovela como reflejo de la sociedad actual, y como a través de ésta se muestra la lucha por la igualdad de género que han venido sorteando las

mujeres en la última década. Por lo que es común que se presente a la mujer en altos mandos o con un desenvolvimiento profesional, compaginándolo con los rasgos que no dejan de estar presentes en los personajes femeninos y en la mujer diaria: la vida en el hogar; debido a que si existe una apertura a la imagen de la mujer como independiente, trabajadora y en ocasiones hasta proveedora, pero no dejan de limitarla y proporcionarle características de ama de casa o madre, lo que muestra los vicios de los melodramas antecesores en los que la mujer estaba a la sombra del hombre.

Sin embargo, todo este cambio de temáticas ayudó o perjudicó a la industria de la telenovela mexicana, en cierto modo fueron ambas acciones que se presentaron en dicha industria; ayudó, para que las televisoras se dieran cuenta de la existencia de otros horizontes dentro de la industria de la telenovela y la forma de atraer nuevamente al público mediante telenovelas inteligentes, realista y entretenidas, gracias a la comedia, y perjudicó, porque al ver que la aceptación de estas nuevas temáticas era redituable, se dedicaron a realizar un sinnúmero de adaptaciones, la mayoría de las veces mal logradas, debido a que acababan con los objetivos y elementos de impacto de los libretos originales.

Lo que propicio que muchas de las veces tomaran y trataran al público como tonto; asimismo, uno de los factores que alejó a las adaptaciones mexicanas de la verdadera esencia de los libretos colombianos era la incorporación de nuevas historias para alargar la trama ó para cambiar elementos de la telenovela original que no eran del agrado de la televisora productora; haciendo telenovelas rotundamente burdas que al final de cuentas regresaban a la historia de la cenicienta.

Así, la televisora que más adaptaciones ha realizado es TELEVISA, jactándose de “innovar” dentro de la televisión mexicana con producciones que incorporaban comedia y abordaban temas sociales, pero a simple vista se trato de melodramas que incorporaban comedia sin justificación, desviándose totalmente de los libretos originales con objetivos específicos y muestra de la realidad que se habían comprado de la industria colombiana. Sin embargo, esto comprueba que la televisora y productora número uno de telenovelas en México carece de guionistas que se arriesguen, innoven y realicen tramas nuevas; sino que tampoco saben adaptar libretos ya probados en otros países sin perder la esencia de estos.

A pesar de la existencia de unas cuantas telenovelas novedosas por parte de ARGOS, la mayoría que siguen siendo exportadas obedecen a las telenovelas producidas por TELEVISA, teniendo solamente un impacto nacional.

Por otro lado, esto desencadenó la modificación en la manera en que se manejaban los personajes dentro de la historia; en gran medida, radicó en que se hacían personajes más humanos y cotidianos, personajes que podrían convivir con el público en el día a día, con lo que se dejaba de lado a los típicos buenos y malos. Pero, otro factor que ayudó a este cambio de roles fue que al tratar temáticas más realistas y comunes tenía que surgir un cambio en los personajes; ya que no podían seguir siendo personajes que solamente se interesaban en la protagonista para alcanzar la boda con final feliz; por lo que se convierten en personajes con roles diversos, honestamente comunes que podrían ejemplificar la mamá, el hijo o pareja en la vida cotidiana.

No obstante, el gran ejemplo de estos libretos originales colombianos y adaptaciones mexicanas son las telenovelas *Yo Soy Betty, la Fea* y *La Fea Más Bella*, los cuales fueron el objeto de análisis de este trabajo. De esta manera, la telenovela

original *Yo Soy Betty, la Fea* fue un ejemplo de cómo sin necesidad de una gran producción se puede realizar una trama consistente, inteligente, realista y cómica que no se limita a mostrar la vida diaria de la sociedad colombiana sino que también fue un reflejo político de la situación que acontecía en Colombia en los últimos años de la década de los noventa.

Sin embargo, esto solamente se sumó al verdadero elemento de éxito de la telenovela, el cual era tener una protagonista solitaria y que se distanciaba enormemente de los arquetipos y estereotipos que por años se venían manejando en los melodramas latinoamericanos, es decir: una protagonista fea.

La fealdad fungió como uno de los ejes centrales de la historia mostrando que lo que importa es el interior de las personas, la manera en que tratan a los demás y sus sentimientos sin importar su aspecto físico; sin embargo, la transición de la protagonista desencadenó que se mostrará que el aspecto físico idóneo que obedece a los estereotipos occidentales puede ser alcanzado; gracias a los avances tecnológicos y a las distintas técnicas para obtener rasgos perfectos, las mujeres pueden comprar la belleza por lo que la fealdad deja de ser una problemática que atormenta a la sociedad.

Asimismo, la comedia jugó un papel interesante dentro de la telenovela, ya que mediante los diálogos se hacía una burla directa a las situaciones y defectos físicos de los personajes, lo que ayudó a que la gente se identificara con la trama más allá de ofenderse por la sátira. Es así como esta telenovela logró lo que muchos melodramas nunca habían alcanzado conectarse con la gente, sin hacerla caer en una fantasía inalcanzable, porque aunque si existió la boda con el final feliz continuaron hasta el último instante mezclando la comedia, el realismo y la fealdad para no perder la esencia y los objetivos que tenía la telenovela.

El éxito de *Yo Soy Betty, la Fea* como anteriormente se dijo no sólo fue a nivel nacional sino alcanzó un record mundial; lo que produjo un sinfín de adaptaciones como la mexicana *La Fea Más Bella*. En ese momento, comienza un declive aún más notorio dentro de la industria de la telenovela mexicana, debido a que al comprar el libreto, si aseguraban el éxito obtenido por este en su país de origen; sin embargo, la manera en que se da la adaptación es pésima, ya que los escritores tratan de hacer suyo un libreto ajeno y comienzan a incorporar personajes e historias, que podrían funcionar siempre y cuando estuvieran apegadas y llevaran los elementos característicos del libreto original, pero como los incorporan con el sólo objetivo de vender más ridiculizan la telenovela y acaban con la esencia del libreto.

Como consecuencia, Colombia continúa innovando dentro de las temáticas de las telenovelas, y México sigue comprando libretos para realizar adaptaciones alejadas completamente de la idea original. De esta manera, la telenovela se posicionó desde sus primeras entregas como el producto audiovisual más comercializable a nivel mundial y el más consumido.

Esto no significa que las telenovelas y las adaptaciones sean de calidad y vayan a tener éxito; debido a que un libreto original tampoco garantiza ninguna de las anteriores, y las adaptaciones al cambiar ciertos aspectos tienden a desviarse de la trama original, como fue el caso de *La Fea Más Bella*.

Sin embargo, debe verse que la telenovela muestra una cara de la sociedad, reflejando los aspectos y problemáticas que acontecen en la vida diaria de los televidentes que durante la semana buscan en la telenovela una vía para ver de distinto modo la realidad.

FUENTES CONSULTADAS

CAPÍTULO 1

“TELENOVELA”

Bibliografía

- ✦ Fernando González, Felipe López Veneroni, *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*, Revista Mexicana de Comunicación, México, 1998, pp.19-72.
- ✦ Francisco Torres, *Telenovelas, televisión y comunicación*, Ediciones Coyoacán, México, 1994, pp.17-61.
- ✦ Gabino Ortiz Carrandi, *Testimonio de la televisión mexicana*, Diana, México, 1986, pp.172-175.
- ✦ Jenaro Villamil, *La televisión que nos gobierna, modelo y estructura desde sus orígenes*, Grijalbo, México, 2005, pp.15-56, 141-165.
- ✦ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Gedisa, España, 1999, pp.29-33, 89- 144.
- ✦ Lorenzo Vilches, *Culturas y mercados de la ficción. Televisa en Iberoamérica*. Anuario OBITEL 2007, Gedisa, España, 2007, pp. 133-158, 223-249.
- ✦ Luis Reyes de la Maza, *Crónica de la telenovela. México Sentimental*, Clío, México.
- ✦ Luis Terán, *Lágrimas de exportación: una aproximación al fenómeno de la telenovela*, Clío, México, 2000.
- ✦ Mónica Gutiérrez, Myrthala Villareal, *Manual de producción para TV. Géneros, lenguaje, equipo, técnicas*, Trillas, México, 1997, pp.13-53.
- ✦ Nora Mazziotti, *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*, Paidós, Buenos Aires, 1996, pp.9-53.

- ✦ Pierre Albert, André-Jean Tudesca, Diana Galak (Trad.), *Historia de la Radio y la televisión*, FCE, México, 1982, pp.71-165.
- ✦ Tomás López-Pumarejo, *Aproximación a la telenovela: Dallas/Dinasty/Falcon Crest*, Cátedra, Madrid, 1987, pp.69-174.

Cibergrafía

- ✦ *La novela rosa*, Segundo ciclo, mayo 2010, Chile, disponible en: <http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/segundo-ciclo-basico/lenguaje-y-comunicacion/lectura/2009/12/98-4080-9-3-genero-narrativo.shtml> [Consulta: 20 de mayo 2010]
- ✦ *Pamela o la virtud recompensada*, disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Pamela_o_la_virtud_recompensada [Consulta: 21 de enero 2011]

CAPÍTULO 2

“TEMÁTICAS Y ROLES EN LAS TELENÓVELAS”

Bibliografía

- ✦ Jesús Martín-Barbero, Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Gedisa, España, 1999, pp.29-33, 89- 144.
- ✦ Lorenzo Vilches, *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario OBITEL 2007*, España, Gedisa, 2007.

Cibergrafía

- ✦ Ana Cecilia Cervantes, *La telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas*, Investigación y Desarrollo, vol. 13, núm. 002, 2005, Universidad del Norte, Colombia, pp.280-295, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26813203> [Consulta: 28 de abril 2011]
- ✦ Eduardo Santa Cruz Achurra, *Los modelos de la telenovela*, junio 2006, Chile disponible en: <http://www.uchile.cl/noticias/14124/los-modelos-de-la-telenovela> [Consulta: 08 de mayo de 2010]
- ✦ Gabriel Zaldivar, *Ladrón de Corazones: Política, Narcotráfico y Negocios en las Telenovelas. Del Discurso de Impacto al Mensaje Contestatario*, Revista Comunicología@: indicios y conjeturas, núm. 3, primavera 2005, Publicación Electrónica de la Universidad Iberoamericana, disponible en http://revistacomunicología.org/index.php?option=com_content&task=view&id=100&Itemid=80 [Consulta: 09 de mayo 2011]
- ✦ Jorge Belmonte, Silvia Guillamón, *Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV*, Comunicar, vol. XVI, núm. 31, 2008, España, pp. 115-120, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15803115> [Consulta: 06 de junio 2011]

- ⊕ José Ma. Aguilera, *Papeles e imágenes de mujeres en la ficción audiovisual. Un ejemplo positivo*, Comunicar, núm. 011, octubre 1998, España, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15801111> [Consulta: 16 de mayo 2011]

- ⊕ *Los 10 libretistas de la década*, 10 años de Farándula, disponible en: <http://www.encolombia.com/tvnovelas10-libretistas.htm> [Consulta: 28 de abril 2011]

- ⊕ Omar Rincón, *Ellas son el centro de la pantalla y la pantalla es el mundo*, Revista Razón y Palabra, núm. 16, noviembre 1999 - enero 2000, Colombia, disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n16/pantalla16.html> [Consulta: 15 de abril 2011]

- ⊕ Raúl Dopico, *La telenovela mexicana en el tercer milenio*, Revista Etcétera, núm. 274, 1998, disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/1998/274/DR0274.HTM> [Consulta: 09 de mayo 2011]

- ⊕ Susana Arroyo, *La estructura de la telenovela como relato tradicional*, Culturas Populares, Revista Electrónica 2, mayo – agosto, 2006, pp.1-20, en: <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf> [Consulta: 18 de abril 2011]

CAPÍTULO 3

“TELENOVELAS CÓMICAS”

Bibliografía

- ⊕ Elsa Bettendorff, Raquel Prestigiacomo, *El relato audiovisual. La narración en el cine, la televisión y el video*, Longseller, Argentina, 2002, pp.67-78.
- ⊕ Francis Vanoye, *Guiones modelo y modelos de guión*, Paidós, España, 1996, pp.50-68.
- ⊕ Gustav Jung, *Arquetipos e inconsciente colectivo*, Biblioteca psicológica profunda, Paidós, Buenos Aires, 1984.
- ⊕ Joan Ferrés, *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, España, 1996, pp.151-152.
- ⊕ Michel Chion, *Como se escribe un guión*, Cátedra, España, 2000, pp.138-140.
- ⊕ Teun A. van Dijk, *La ciencia del texto*, Paidós Comunicación, España, 1992, pp.31- 173.
- ⊕ Virgilio Ariel, *La composición dramática: estructura y cánones de los 7 géneros*, Escenología, México, 1993, pp.103-117, 155-188, 213-231.

Cibergrafía

- ⊕ Alexis Sossa, Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo, *Revista de la Universidad Boliviana POLIS*, vol.10, núm. 28, 2011, Universidad Bolivariana, Chila, disponible en: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=30518550026> [Consulta: 22 de octubre 2011]
- ⊕ Ana Guil, *El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos sobre la mujer*, *Comunicar*, núm. 12, marzo 1999, España, pp.95-100, disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15801214>
[Consulta: 12 de octubre 2011]

- ⊕ *Destronó a "Café" y le gana al fútbol*, Revista Semana, Argentina, disponible en: <http://www.terra.com.uy/especiales/betty/cifrascafe.htm> [Consulta: 19 de octubre 2011]
- ⊕ Elena Galán, *Construcción de género y ficción televisiva en España*, Revista Científica de Comunicación y Educación, Comunicar, vol. XV, núm. 028, marzo 2007, España, pp.229-236, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15802831>
[Consulta: 10 de octubre 2011]
- ⊕ Elena Galán, *Televisión Iberoamericana: mujer, realidad social y ficción*, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, núm. 097, marzo 2007, Ecuador, pp.44-49, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16009708>
[Consulta: 15 de octubre 2011]
- ⊕ Elena Galán, *Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales*, Madrid, disponible en: <http://www.cesfelipesecondo.com/revista/articulos2007b/Elemagalán.pdf>
[Consulta: 18 de octubre 2011]
- ⊕ Iris Luna, *Mujer, belleza y psicopatología*, Revista colombiana de psiquiatría, vol.XXX, núm. 004, 2001, Colombia, pp.383-388, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=80630405>
[Consulta: 22 de octubre 2011]
- ⊕ Iván Ulchur, *Betty la fea: la suerte de la inteligencia*, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, núm. 071, septiembre 2000, Ecuador, disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16007106>
[Consulta: 06 de septiembre 2011]
- ⊕ Jorge Ariel, *Belleza, sí, pero ¿qué es eso?*, Atenea, núm. 493, 1 semestre 2006, Universidad de Concepción, Chile, pp.11-22, disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=32849302>
[Consulta: 20 de octubre 2011]

- ⊕ Jorge Belmonte, Silvia Guillamón, *Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV*, Comunicar, Vol. XVI, Núm. 31, 2008, España, pp. 115-120, disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15803115>
[Consulta: 12 de octubre 2011]
- ⊕ Joseba Bonaut, María del Mar Pérez, *Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI*, Revista Latina de Comunicación Social, vol. 12, núm. 64, 2009, España, pp.753-765, disponible en:
<http://www.redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=81911786000>
[Consulta: 06 de septiembre 2011]
- ⊕ *La fea, en los Guinness Records*, Febrero 2010, Colombia, disponible en:
<http://www.eldiario.com.co/seccion/VARIEDADES/la-fea-en-los-guinness-records-100212.html> [Consulta: 19 de octubre 2011]
- ⊕ Ma. Del Carmen Macias, Juana Elena Macias, *Los valores en la sociedad actual*, Sincronía, primavera 2004, disponible en:
<http://sincronia.cucsh.udg.mx/macias04.htm> [Consulta: 18 de octubre 2011]
- ⊕ Miguel Aguilar, Ana Mantecón, *Telenovelas: la ficción que se llama realidad*, Política y Cultura, primavera, núm. 004, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, pp.173-185, disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26700412>
[Consulta: 09 de octubre 2011]
- ⊕ Omar Rincón, *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar*, Revista Científica de Educomunicación, vol. XVIII, núm. 36, 2011, Colombia, pp. 43-50, disponible en:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3639917> [Consulta: 05 de octubre 2011]
- ⊕ Teun A. van Dijk, *Algunos principios de una teoría del contexto*, Revista latinoamericana de estudios del discurso, 2001, pp.60-81, disponible en:

<http://www.discursos.org/oldarticles/Algunos%20principios%20de%20una%20teor%EDa%20del%20contexto.pdf> [Consulta 10 de octubre 2011]

Videografía

- ⊕ *La Fea Más Bella*, Rosy Ocampo (Productor), Palmira Olguín (Adaptación), DVD, México, Televisa, 2006, 4 discos.
- ⊕ *Yo Soy Betty, la Fea*, María del Pilar Fernández (Productor), Fernando Gaitán (Idea original), DVD, Colombia, 1999, 18 discos.