

# ORÍGENES, DESARROLLO Y ACTUALIDAD DE LA TELENVELA MEXICANA\*

Origins, development and update of the Mexican telenovela

Susana Herrera Guerra\*\*

## RESUMEN

Las telenovelas mexicanas producidas por Televisa continúan siendo exitosas, aun bajo los embates de la competencia. El presente artículo pretende, como objetivo central, definir los factores que han provocado la permanencia del mensaje y el público televidente, especialmente femenino, frente a la telenovela en la señal de televisión abierta mexicana. Para tal fin se llevó a cabo una investigación cualitativa, la cual en el ámbito teórico-metodológico partió desde un enfoque documental – analítico, en el que se desarrollaron tres frentes de análisis: Primero a partir de un corte histórico – documental, acudiendo a autores que han trabajado la historia del melodrama, la radionovela y la telenovela mexicana: Trejo Silva (2011), Thomasseau (1989), Llorente (2003), Mejía (1989) y Bolaños (2003). En segundo lugar, desde la visibilización de la mujer como público televidente activo y la preservación de roles conservadores, en las historias de telenovela: Alegría de la Colina (2012), Roura (1993), Martín Barbero (1987), Ana María Fadul (1988) y Páramo (2003). Por último, desde un enfoque teórico interdisciplinario entre la teoría sociológica y los elementos que históricamente han definido a la trama de la telenovela mexicana, se explica su permanencia bajo lo propuesto por Fernández y Páxman (2000), así como Charles Tilly (2000). En conclusión, se observa a un público fiel y cautivo a la señal de televisión abierta mexicana; su preservación se relaciona con la pobreza, marginación y desigualdad persistentes, comunes a amplios sectores de la población mexicana - especialmente las mujeres -, lo que ha propiciado una lealtad histórico - generacional hacia la televisión, especialmente las telenovelas; y, desde el mensaje de la telenovela, la repetición y reproducción de elementos, desde la estructura narrativa, que perpetúan

---

\* Éste artículo se ha nutrido del segundo capítulo de mi tesis doctoral, titulada: “Vigencia y caducidad de la telenovela mexicana. Análisis comparativo de la preservación y reproducción de sentidos en dos estudios de caso: “Teresa” y “El sexo débil”, defendida el pasado 9 de abril del 2018.

\*\* Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Maestra en Historia por El Colegio de San Luis, A.C., con estudios de Doctorado en Historia de América en la Pontificia Universidad Católica de Chile; y Doctora en Ciencias Sociales por El Colegio de San Luis, A.C., México. Correo electrónico: [susanahe@hotmail.com.mx](mailto:susanahe@hotmail.com.mx)

diferencias, facilitan el interés y seguimiento, colocando a Televisa como el rey de las telenovelas en la señal de televisión abierta mexicana.

**Palabras clave:** Melodrama, radionovela, telenovela, público femenino, desigualdad

**RECIBIDO:** Mayo 2018 **ACEPTADO:** Noviembre 2018

### ABSTRACT

Mexican soap operas produced by Televisa have been constantly successful, even under the onslaught of competition. The present article intends, as a central objective, to define the factors that have caused the permanence of the message and the viewer audience, especially female, at soap operas on Mexican open television signal. For this purpose, a qualitative research was carried out, which in the theoretical-methodological field started from a documentary - analytical approach, developing three fronts of analysis: At first place according to a historical - documentary cut, going to authors who have worked the history of melodrama, radio drama and Mexican soap operas: Trejo Silva (2011), Thomasseau (1989), Llorente (2003), Mejía (1989) and Bolaños (2003). Secondly, from the visibility of women as an active public viewer and the preservation of conservative roles at soap operas' stories: Alegría de la Colina (2012), Roura (1993), Martín Barbero (1987), Ana María Fadul (1988) and Páramo (2003). Finally, from an interdisciplinary theoretical approach between the sociological theory and the elements that have historically defined the plot of Mexican soap operas, its permanence is explained under the theoretical fundamentals proposed by Fernández and Páxman (2000), as well as Charles Tilly (2000). In conclusion, we observe a faithful and captive audience on the Mexican open television signal; its preservation is related to a persistent pattern, related to poverty, marginalization and inequality, common to broad sectors of Mexican population - especially women -, which has fostered a historical - generational loyalty to television, especially soap operas; and, from the soap opera message, the repetition and reproduction of elements, specially the narrative structure, which perpetuate differences, facilitate interest and keeps track of the story, placing Televisa as the king of soap operas at the Mexican open television signal.

**Key words:** Melodrama, radionovela, soap opera, female audience, inequality

### Introducción

El éxito de la historia de telenovela, en México, guarda relación con una serie de factores enmarcados bajo una historia de larga duración y que resulta interesante exponer; al respecto, el presente artículo pretende, como objetivo central, definir los factores que han provocado tanto la permanencia del mensaje, como del público

televidente, especialmente femenino, frente a la telenovela en la señal de televisión abierta mexicana. Para tal fin se ha llevado a cabo una investigación cualitativa, bajo un enfoque documental – analítico y apoyado en la pertinencia, actualidad y aporte de las fuentes bibliográficas, mismas que fueron distribuidas bajo cinco apartados.

En este sentido, resulta de interés reflexionar sobre cómo se seleccionaron las fuentes documentales que dan sustento teórico y argumentación a este artículo. En el primer apartado las investigaciones realizadas en el campo del melodrama, la radionovela y la telenovela por Trejo Silva (2011), Bolaños (2003), Thomasseau (1989) y Careaga (1981) conformaron el *corpus* de reflexión y análisis. El segundo apartado requirió de una selección de fuentes histórico – documentales en donde se amalgamaran la historia de la radio y de la televisión con los intereses de las agencias publicitarias, así como su relación con el Estado mexicano, con las investigaciones de Mejía (1989), Llorente (2003), Bolaños (2003) y Páramo (2002).

El tercer apartado integró tres elementos de análisis cualitativo – documental: La historia de la televisión en México; La puesta en pantalla de las primeras historias de telenovela, así como el interés del público femenino; y los patrocinadores. Para este fin, los trabajos de Reyes de la Maza (1999) Pérez Monrfort (2008) González Treviño (1994), Galindo (1988), Roura (1993), Esteinou (2011) y Alegría (2012) fueron tomados como apoyo. En el cuarto apartado se conformó, bajo un frente de análisis reflexivo- interdisciplinar, la teoría sociológica (y los elementos que históricamente han definido a las tramas telenoveleras de Televisa), a partir de los autores Charles Tilly (2000) y Fernández y Páxman (2000); además de los apuntes analíticos vertidos por Trejo Silva (2011), Román (2000), Galindo (1988), Uribe (2009), Fadul, (1988) y Martín Barbero y Muñoz (1992). En el quinto se buscó exponer el éxito de las telenovelas que emite Televisa, a partir de una selección de información documental interdisciplinaria; así, se consultaron las cifras estadísticas vertidas por el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva 2016 (Orozco y Vasallo, 2016), tanto como las fuentes documentales que abordan las alianzas que se llevaron a cabo

entre TV Azteca y Argos Televisión, para concluir con la preservación del modelo Televisa, aún frente a la entrada del nuevo canal de televisión Imagen Televisión: Covarrubias (2000), Orozco y Vasallo (2016) y Trejo Silva (2011).

Lo anterior con el fin de responder a la pregunta: ¿Podemos definir los factores que han provocado tanto la permanencia del mensaje, como del público televidente, especialmente femenino, frente a la telenovela en la señal de televisión abierta mexicana?, así, el presente artículo se ha conformado bajo cinco apartados; en el primero se abordará el origen literario y narrativo del género, partiendo en la Europa del siglo XVII para aterrizar en el México colonial y posteriormente -con las ideas revolucionarias-, ser desarrollado de forma tal que sus modificaciones y adaptaciones facilitarían una incorporación posterior a la radionovela; de especial interés resulta la fotonovela y los *Film Chapter Play*, historias impresas donde se observa un marcado protagonismo femenino.

En segundo lugar, se argumentará sobre cómo la radionovela fue aceptada, caracterizada y popularizada en los hogares mexicanos, generando un gran impacto y penetración social, a partir de aspectos tales como la voz, el sonido y la música. Asimismo, se dará cuenta de cómo, desde sus inicios, la radio fue conformada, administrada y controlada por la industria privada -empresas productoras de contenidos y agencias publicitarias-, a través de los patrocinios y teniendo como principal consumidor a la mujer. Además, se reflexionará sobre cómo al ser la radio un medio de comunicación masivo, continuó siendo relevante en diversas regiones del país y el peso que comenzó a tener la fotonovela, ya que sus historias fueron llevadas posteriormente a la pantalla de televisión; como ejemplo la revista “Lágrimas, Risas y Amor”, cuyas historias se redactaron por Yolanda Vargas Dulché.

En tercer lugar, se analizará el papel de la televisión en México, comenzando con el inicio de las transmisiones por un canal de televisión, hasta su desarrollo como el medio de mayor influencia social y a partir de uno de sus principales productos: La Telenovela. Para el caso se mostrará la forma en que se iniciaron las transmisiones en los canales 4, 2 y 5, desde la televisión abierta (es decir sin costo). De especial interés

resulta para esta investigación Canal 2, a partir de que su propietario Emilio Azcárraga Vidaurreta agrupó a varios canales para crear el consorcio Televisa; y una vez establecida la empresa, se concibió a la telenovela como una parte fundamental de su estructura, remitiéndonos a *Senda Prohibida*, primera telenovela transmitida en México, en el año de 1958. Además, se reflexionará sobre cómo, desde sus inicios, se conformó una relación estrecha entre la historia de telenovela que ha puesto en pantalla Televisa y el público femenino

En cuarto lugar, se profundizará en los aspectos que han provocado la continuidad y permanencia de la telenovela de corte tradicional, a través de Televisa, aun cuando emergieron elementos contrarios, tales como la competencia marcada por la producción de otros contenidos, sobre todo en la televisión de paga. Se abordará esa permanencia desde la propuesta hecha por Charles Tilly (2000), a partir de lo denominado como categorías pareadas. En el mismo sentido, este apartado se avocará sobre aspectos como el conservadurismo sexual, el darwinismo social y el elitismo racial; así como respecto a los patrones estables y rentables que maneja Televisa y la situación actual de la mujer, - señalada como la principal consumidora de telenovelas.

En quinto lugar, se abordará la apertura a un nuevo canal de televisión en la señal de televisión abierta mexicana: TV Azteca, en el año de 1993. La forma en que esta televisora buscó competir frente a Televisa fue a partir de la diferencia, estableciendo las primeras alianzas con una productora independiente, Argos, lo que significó el lanzamiento de una propuesta televisiva que resultó en un parteaguas en la estética, la argumentación y el drama televisivo; sin embargo, el público cautivo y fiel terminó por regresar a la repetición de historias y la estructura narrativa de Televisa. Posteriormente en el año 2016, las reformas en telecomunicaciones aprobaron la entrada de Imagen Televisión, a la señal de televisión abierta mexicana; esta nueva televisora ha basado su estrategia de producción y contenidos bajo un esquema de homologación, frente a sus competidoras Televisa y TV Azteca, conservando así un público cautivo y reproduciendo el modelo conservador de la televisión mexicana.

Por último, no se puede dejar de reconocer el peso que Televisa ha mantenido en la señal de televisión restringida, en México y Estados Unidos, a través de Galavisión y sus alianzas con Univisión; así, se puede argumentar sobre la vista a dos públicos, el primero de ellos cautivo, fiel a las historias de telenovela que ha propuesto Televisa frente al segundo, en movimiento, dispuesto a migrar y con capacidad de consumo.

### **Primer apartado: ¿Cómo surge la telenovela?**

La telenovela “es un melodrama televisado cuya historia se cuenta en capítulos u episodios seriados que deben seguirse consecutivamente para comprenderla” (Trejo Silva, 2011:27), contiene características que la distinguen de otros géneros producto de la televisión, como el girar en torno a una historia ordenada donde el drama, la intriga y el suspenso le dan forma. Este tipo de producción se basa en el *manejo* del drama literario, y por ende podríamos ubicar un remoto inicio a partir de lo que se llegó a denominar como melodrama. El melodrama tiene su origen temporal hacia el siglo XVII en Italia, y cuando bajo esa denominación se identificó a un tipo de representación dramática que, entre sus características contaba la utilización de un drama cantado, es decir las palabras y la música se presentaban intercaladamente. Ya en el siglo XVIII, su migración a Francia hace posible la inclusión de la pantomima, muda o en diálogo, mezclada con el drama de acción; aspectos que fueron utilizados por afamados escritores en su creación novelística, tales como Alejandro Dumas, Charles Dickens, Honoré de Balzac o Julio Verne (Trejo Silva, 2011:28).

En ese entorno aparecen novelas como *Pamela*, escrita por Samuel Richardson en 1740, Jean - Jaques Rousseau con *La nueva Eloísa* en 1761, Laurence Sterne con *Sentimental Journey* y Bernardino de Saint - Pierre con *Pablo y Virginia*, en 1788. En éstas el argumento aborda esencialmente, por un lado, el triunfo de la inocencia y virtud oprimidas, y por el otro, el castigo a la tiranía, los crímenes cometidos y la maldad (Bolaños, 2003). La temática del melodrama se puede resumir

en tres ejes: la persecución, donde el héroe o la heroína debían enfrentar diversas adversidades; el reconocimiento a través de ponerle fin a una serie de equívocos, errores o confusiones; y el amor, aunque en un principio éste ocupaba un sitio inferior al del honor, el patriotismo o el amor filial o maternal; la influencia del romanticismo, a partir de 1815, colocó en el centro de las tramas al amor entre un hombre y una mujer. Otro punto esencial es la moralidad y en este sentido Pixerecourt, ya comentaba lo siguiente: “El melodrama será siempre un medio de instrucción para el pueblo, porque es un género que está a su alcance” (Thomasseau, 1989).

Con la caída de la monarquía en Francia, el tinte de los melodramas da un giro, respondiendo quizá a los acontecimientos de la época. Así, por un lado los héroes son representados como bandidos, marginados, antisociales, la providencia no garantiza la sobrevivencia de los protagonistas y, por el otro, los villanos sobreviven a pesar de sus actos delictivos. El amor, visto anteriormente desde una visión tradicional – patriótica o filial – se transforma a amor carnal y bajo nuevas aristas dramáticas, tales como el adulterio, los hijos bastardos o las madres solteras. Por ello podemos decir que, aun cuando el melodrama fue un fenómeno creado en Francia, hacia el final del siglo XIX y el principio del XX, había diversificado sus tramas integrando aspectos diversos, entre ellos los militares (patrióticos o históricos), de costumbres, aventuras e incluso temas policíacos, mismos que fueron difundidos por Europa y hacia el continente americano.

Particularmente en la Nueva España durante el período virreinal, aunque se puede hablar de melodrama, se debe acotar que éste resultaba diferente al que se desarrollaba en Europa, sobre todo porque estaba regido por aspectos laicos y religiosos, tendientes a la conservación de un orden social establecido. Sin embargo, para el siglo XIX y posterior a las luchas independentistas, surge el teatro “como una rebeldía política, económica y social” (Trejo Silva, 2011:35). Para el caso y quizá como explicación de ese cambio, podemos suponer que México vuelca su mirada hacia Europa y, especialmente, al romanticismo español; así: “El melodrama como

expresión teatral fue una novedad y surgió a partir del siglo XIX como el género típico del teatro nacional” (Careaga, 1981:17 – 18). A partir de esa nueva realidad del melodrama, podemos comentar que fue creciendo la tradición teatral mexicana, en un principio como copia y posteriormente con rasgos distintivos e independientes frente a su herencia española; entre las obras melodramáticas más renombradas de esa época se puede citar: “*Contigo, pan y cebolla*”, de Manuel Eduardo de Gorostiza y “*Muñoz y visitador de México*”, de Ignacio Rodríguez Galván.

Ya en las postrimerías del siglo XIX, podemos advertir el surgimiento de un teatro “revolucionario”, el cual muestra una faceta marcada por una crítica social y política al Porfiriato. En él se muestra la realidad de los campesinos frente a los caciques, la pobreza y el atraso: “Es un teatro didáctico, demasiado verbalista, que quiere crear conciencia en las masas de su situación de explotación, y mostrar las formas de la rebelión y la Revolución” (Careaga, 1981:37). Entre los escritores que sobresalen para este período podemos nombrar a Xavier Villaurrutia con “Hiedra y El yerro candente” y Rodolfo Usigli con “Jano es una muchacha”. Para el final de la década de los años cincuenta del siglo XX, aparecen nuevas problemáticas asociadas al melodrama - como la corrupción y la creciente e ineficaz burocracia -, que vuelven casi necesaria la propuesta de nuevas tramas, sustentadas en la denuncia.

No se debe dejar de mencionar nuestro lazo migrante con Estados Unidos, y ya desde esta época Humberto Robles escribe la obra *Los desarraigados*, misma que “constituye una verosímil estampa de los problemas de adaptación de los migrantes y la visión de México como el paraíso perdido al que ya sólo se accede por el recuerdo y la nostalgia” (Trejo Silva, 2011:37). Cabe comentar que no solo la novela escrita es considerada antecesora de la telenovela, y por eso se debe comentar que existe un elemento que se consolidó a partir del periódico, las llamadas “*Film Chapter Play*”. Estas historias, además de tener como característica significativa el marcado protagonismo femenino, atraían al público a partir del suspenso, intrigas y romance. Casi de forma contemporánea, en México desde 1920, se daría origen a las



producciones melodramáticas denominadas como radionovelas, mismas que fundamentaron sus historias a partir de acontecimientos de la vida cotidiana familiar.

### **Segundo apartado: Entre la Radionovela, los patrocinios y la radioescucha femenina.**

Un aspecto que impulsó el desarrollo y auge de las radionovelas fue la llegada a la Radio mexicana de los patrocinios, y en especial aquellos orientados hacia quienes se suponía representaban el mayor sector de radioescuchas: las mujeres; así los principales patrocinadores de las radionovelas fueron empresas dedicadas a la fabricación y distribución de artículos de limpieza personal y para el hogar. El impacto de la radio en el entorno social mexicano, después de la primera mitad del siglo XX, tuvo en las radionovelas a uno de los factores de mayor penetración ya que en razón de los temas, narrativa y actuaciones había logrado que el público radioescucha se reuniera - casi de forma habitual -, en un círculo de amistad y consanguineidad, para disfrutar su trama, y en horarios determinados. Este hecho fue avistado por las productoras y concesionarios de las estaciones de radio, percatándose de lo redituable que podía llegar a ser la radionovela.

Esa visión de la radio transformó su sentido social que en principio pudo llegar a tener propósitos más de información y difusión, para orientarse hacia los fines de lucro (Mejía, 1989). Para el caso y como consecuencia, las agencias publicitarias se fueron separando de la radio y fungieron como empresas productoras de contenidos en sociedad con empresas tales como *Colgate* o *Palmolive* (Llorente, 2003). Esas productoras invertían cantidades importantes de dinero obteniendo, en consecuencia, la decisión sobre el horario y las historias que debían exhibirse, y el radio solo era el medio por el que se transmitía su contenido (Bolaños, 2003:8). Además, las radionovelas mexicanas mostraron características distintivas - lo que resultó en una audiencia constante -, como el sonido, la voz y la música, cuya calidad les llevó a incluir en sus producciones a músicos, cantantes, actores y locutores, además de

técnicos especialistas en efectos de sonido; todo ello, en suma, mostraba una historia atrayente para el radioescucha (Trejo Silva, 2011:56-61).

Se puede afirmar que el auge de las radionovelas se dio entre las décadas de 1940 y 1960, ya que posteriormente comenzaron a ser transmitidas las primeras telenovelas, a través de la televisión mexicana (Páramo, 2002). En este período la radionovela consiguió consolidarse como una parte importante de las actividades lúdicas de la población mexicana, no solo por las preferencias sino por ser un elemento primordial de la programación que difundía la radio, para entonces el medio de difusión más extendido en el país. Con el paso de los años este público, y casi de forma natural, se enfrentaría a la emergencia de un medio que cautivaría su atención en mayor medida: “La pantalla chica”, es decir la televisión. La televisión no sólo atrajo la atención de los otrora radioescuchas sino que conforme fue expandiéndose su cobertura, no solo ese público sino también los patrocinadores comenzaron a migrar a ella. Así y aun cuando no fue de forma inmediata, la radionovela convivió primero para después dejar su lugar en la preferencia social a la aparición de melodramas transmitidos por la televisión.

Cabe comentar que, este proceso por el cual la telenovela viene a desplazar a la radionovela en el gusto y la popularidad social no se dio de la misma forma en todos los ámbitos de la sociedad mexicana. Por un lado, la difusión que había alcanzado la radio cubría casi la totalidad del territorio mexicano, abarcando desde las grandes ciudades hasta las más pequeñas poblaciones. Esto les otorgaba a las estaciones de radio un público cautivo, el cual por muchos años y hasta décadas no tuvo acceso a la televisión, y, por ende, el escuchar en familia o con amigos las radionovelas venían a ser parte de una actividad cotidiana y arraigada, sobre todo en el ámbito rural. En forma paralela y, quizá como una extensión del surgimiento del melodrama televisivo, aparecieron las publicaciones denominadas como fotonovelas.

Estas fotonovelas sustituyeron el binomio que habían construido desde finales de los años cuarenta las radionovelas junto con las historietas que semanal o quincenalmente se publicaban bajo características y temáticas similares, es decir,

melodramáticas. Incluso la popularidad que llegó a tener una de estas historietas publicadas semanalmente bajo el nombre de “Lágrimas, Risas y Amor”, llevó tanto a los productores, en un primer momento de radionovelas y después a los de telenovelas, a comprar los derechos y obras de sus creadores; entre ellos podemos mencionar a su principal escritora: Yolanda Vargas Dulché. Las fotonovelas si bien no sustituyeron a las historietas de dibujos animados que con temáticas melodramáticas habían alcanzado gran popularidad, si le dieron un giro al gusto de sus lectores, quienes ávidos de tener acceso a la televisión y sus telenovelas, se habrían de conformar con dramas narrados a través de fotografías y que se acompañaban con textos descriptivos sobre lugares o situaciones, y de diálogos entre los personajes.

Asimismo, las fotonovelas llegaron a tener una gran penetración en los ámbitos de ciudades medias y zonas rurales, ya que enriquecían con fotografías aquellas historias que años atrás sólo los dibujos de las historietas y los sonidos de la radio recreaban. Incluso hubo momentos en los que melodramas transmitidos en la televisión tenían su representación resumida en las fotonovelas, con los mismos actores y temáticas. Con la expansión de las señales de la televisión mexicana cubriendo gran parte del territorio nacional, tanto las historietas seriadas como las fotonovelas dejaron de tener la popularidad que habían alcanzado hasta mediados de los años setenta, lo que con el paso de algunos años más resultó en su salida de circulación.

### **Tercer apartado: De Radionovela a Telenovela.**

La televisión inicia su transmisión el 7 de septiembre de 1946 y en 1949, Rómulo O'Farril, comienza la transmisión de la señal por el Canal 4, bajo las siglas XHTV, pero es hasta el 31 de agosto de 1949 cuando se inaugura el Canal; al día siguiente se transmitiría el IV Informe de Gobierno del entonces presidente Miguel Alemán Valdez. Este Canal sería el primero en transmitir programas bajo el patrocinio de Salinas y Rocha y los relojes Omega (Reyes de la Maza, 1999). Algunos meses

después aparece Canal 2, con las siglas XEW –TV, bajo el *manejo* de Emilio Azcárraga Vidaurreta. El año de 1950, representa quizá el inicio de un proceso al cabo del cual la televisión viene a suplir en el gusto de la gente, el lugar que por décadas había mantenido la radio. En los años en los que la radio mantuvo un predominio de público, se llegaron a producir y escuchar cerca de 27 radionovelas por año.

Este auge de la radionovela y el lento proceso de expansión que tuvo la televisión mexicana, llevó a suponer a algunos especialistas, que el éxito de una telenovela no vendría a ser igual que el de las radionovelas, ya que éstas no interferían con los quehaceres domésticos. Sin embargo, con el paso de los años y el auge que comienza a tener la televisión, no sólo avasalló a la radio en los ámbitos del melodrama, sino que impactó en actividades cotidianas, tales como la venta de libros, las reuniones familiares y de amigos en restaurantes y los horarios para eventos artísticos y deportivos (Pérez Monrfort, 2008). El 26 de julio de 1950, el Canal 4 transmite su primer programa televisivo. Así, tanto el Canal 4 como el Canal 2, comienzan a tener una producción propia y suficiente para ser comercializada con las agencias publicitarias, mismas que seleccionan e influyen desde un principio en los programas a transmitir - lo mismo que en su momento había acontecido con la radio -.

En este sentido, entre los patrocinadores se encontraban Colgate, Estudio Raleigh y Noticiero H. Steele, pero especialmente “Publicidad Augusto Elías, S.A.”, con la producción de programas y anuncios comerciales. Sin embargo, paradójicamente los primeros anuncios comerciales fueron los que patrocinaron la Lotería Nacional y la compañía de los Bonos del Ahorro Nacional, instituciones gubernamentales que destinaron presupuesto público no sólo para difundir sus acciones, sino para apoyar el desarrollo de este medio. En 1952, Guillermo González Camarena, quien había inventado la televisión cromática basada en tres colores: Rojo, verde y azul, lanzó su propio Canal de televisión, Canal 5, con las siglas XGGC. De esta forma - y para la primera mitad del siglo XX - México había consolidado su oferta televisiva a partir de la señal de tres canales, con distintos propietarios, pero que años después se unen en el Consejo de Telesistema Mexicano, y con el propósito de

crear una estructura más sólida tanto en la producción como en sus transmisiones (González Treviño, 1994).

Una vez consolidada la oferta de televisión, no sólo como medio de difusión sino también de entretenimiento, Rafael Bernal y García Pimentel propuso llevar el teatro a la televisión, a partir de una obra semanal. Así, XHTV – Canal 4, transmitió una historia escrita por él mismo, llamada *La carta*, con una duración de 20 minutos, dando inicio a la transmisión de diversos teleteatros. Todas esas producciones se consolidaron en el gusto del público ya que, además de tener el teatro *en casa*, se disfrutaba de la actuación de actores y actrices con trayectoria en el cine, como Fernando Soler, Silvia Pinal, María Elena Marqués, Prudencia Griffel y Manolo Fábregas. Así, podemos afirmar que el teleteatro fue parte esencial del proceso de gestación de un nuevo género: La telenovela. Ésta comienza en el año de 1958, con la puesta en pantalla de *Senda prohibida*, misma que modifica la estructura del teleteatro, utilizando menor cantidad de vestuario, ensayos, locaciones y recursos, al constituir una historia contada en capítulos, aprovechando de manera óptima todos los recursos.

Cabe destacar que este tipo de producción no hubiera sido posible sin el desarrollo de la tecnología, ya que para entonces apareció el videotape, un elemento que técnicamente permitió la grabación adelantada de escenas; a la par se comenzó a utilizar el apuntador electrónico, que hizo posible reducir la intensidad de los ensayos y la repetición de escenas. No obstante, y sobre todo lo anterior, lo que en nuestra opinión viene a consolidar el gusto por la telenovela es la fidelidad que este género desarrolló en su público; ya que la estructura de la misma, conformada alrededor del suspenso, hacía necesario seguirla capítulo tras capítulo, día a día, para lograr comprenderla. Otro punto de importancia fue la rentabilidad y ganancias para los publicistas, quienes comenzaron a obtener cifras que superaban las alcanzadas con los teleteatros; además de que, como eran de menor duración, la inversión en tiempo de producción les generaba ahorros considerables.

Sin embargo y aún con el éxito económico de las primeras producciones, éste sistema de *brockes*; es decir, patrocinadores que compraban el tiempo de transmisión mediante agencias publicitarias se iría debilitando, hasta perderse en la década de 1960. Para esos años, los canales de televisión comienzan a producir sus propios programas y vender el tiempo destinado a la publicidad, esto debido a la consolidación de su infraestructura material; sin embargo, ésta independencia solo pudo ser creativa más no económica, ya que dependía de las marcas y los productos que se anunciaran en el canal. Desde un principio, las televisoras fueron conscientes del potencial económico que generaban las telenovelas, especialmente Telesistema Mexicano y más tarde Televisa, quien además se convirtió en gran exportadora de ese producto televisivo.

Desde su comienzo, la telenovela mexicana comenzó a ganar un lugar especial en el gusto del público, especialmente femenino, y por ello nos surge una pregunta: ¿Por qué el gusto (principalmente) femenino por las telenovelas?; bajo la sociedad conservadora mexicana tradicionalmente el hombre debía ser el sostén económico del hogar, lo que dejaba a la mujer las labores de la casa, como la limpieza, la alimentación y el cuidado de los hijos, y a ése rol se le daba espacio en la telenovela. En la actualidad, dos factores han modificado este modelo, por un lado, las condiciones económicas, contribuyendo a una transformación empoderada del rol femenino, y por el otro su acceso a la educación. Sin embargo, éstos no han modificado significativamente la tradición de ver telenovelas, y esto puede explicarse debido al *manejo* de los sentimientos y las emociones que se muestran, logrando una identificación de aspiraciones con aspectos tales como el anhelo, el romanticismo o la consecución de planes normalmente irrealizables; además de la utilización de un lenguaje sencillo, al que se le puede dar sentido (Trejo Silva, 2011:69).

Además, las tramas de telenovela – historias comúnmente recicladas, una y otra vez - emitidas por Televisa, han alentado la conservación de roles tradicionales, para el hombre y la mujer, impuestos y reforzados a lo largo de la época colonial y posteriormente desde el Siglo XIX hasta nuestros días (Alegría, 2012). La

preservación de un público particularmente femenino se relaciona con la apuesta por la diferenciación de funciones, en los roles protagónicos, donde en forma mágica y aspiracional, la protagonista femenina hace frente a la pobreza, la marginación, los bajos niveles de escolaridad, así como el trabajo doméstico no remunerado, haciendo uso de sus atributos físicos y culminando con una boda religiosa católica. En contraste, para el rol protagónico masculino, existen diversas opciones de movilidad social y económica, lo que lo coloca en una posición superior (Galindo, 1988); en suma, las reducidas oportunidades que determinados sectores de mujeres enfrentan, en México, ha creado una identificación y el consumo prioritario de estos contenidos televisivos (Roura, 1993).

En el contexto histórico que hemos venido desarrollando, podemos referir que tras el éxito televisivo de *Senda Prohibida* se estrenan otras producciones dentro de ése para entonces nuevo género: *Gutierritos*, protagonizada por Rafael Banquells y *Teresa*; las cuales materializan el éxito de este género a través de Televisa. Un aspecto a destacar es el papel femenino entre quienes escriben los guiones para la producción de telenovelas, así tenemos a: Inés Rodena, Caridad Bravo Adams, Fernanda Villeli, Delia Fiallo, entre otras. Resulta interesante que tras el éxito de *Gutierritos*, tanto productores como escritores buscaron otorgar el papel principal al personaje masculino, pero sin éxito, lo que resultó en la asunción y prevalencia del rol femenino como el protagónico y central en la trama de las historias.

En cuanto a la técnica de producción, con los éxitos del género hubo cambios y desarrollos en beneficio de la calidad visual, por ejemplo, en las locaciones. Así tenemos que, a partir de 1963, las grabaciones de los melodramas ya no se hicieron solamente en un estudio sino también en lugares abiertos, como parques, hospitales o escuelas. En esos nuevos escenarios, más reales y representativos, el productor Ernesto Alonso dirigiría *Doña Macabra* y posteriormente con los más altos niveles de audiencia de la época: *María Isabel*. A principios de 1970, surge Televisa como empresa, resultado de la fusión de Televisión Independiente de México (Canal 8) y

Telesistema Mexicano con sus canales 2 y 4 (Mejía, 1991). La década de los setenta es importante para la televisión mexicana porque se conforma el consorcio Televisa, así como por la consolidación de contenidos y modelos de producción que marcarán y monopolizarán las formas de hacer televisión por décadas en nuestro país (Esteinou, 2011).

En ese sentido y producto de esa monopolización, los éxitos de un género que concentra las producciones melodramáticas da forma y fortalece un modelo de telenovela. Ese modelo se construye bajo lo que podríamos identificar como “novela rosa”, y tiene para esos años ejemplos como *Bodas de odio*, *La mentira* y *Los ricos también lloran*. A la par, Televisa intentó construir variantes del género que tanto éxito y dividendos económicos le han proporcionado y se enfoca hacia dos vertientes hasta entonces no atendidas: Los niños y los jóvenes.

Para el caso su primer intento fue *Mundo de juguete*, telenovela que duraría dos años, con un total de 612 capítulos (Mejía, 1991). En esta producción de Valentín Pimstein destacó la interacción de dos personajes femeninos como los ejes protagónicos: la anciana y reconocida actriz Sara García como la nana Tomasina y la niña e incipiente actriz Graciela Mauri. Ya con orientación directa hacia el nicho del mercado juvenil en los años ochenta se transmitieron varias novelas que, bajo temáticas que pretendían mostrar lo que la juventud estaba viviendo, abordaron por primera vez temas (aunque de forma velada), como la violación, el aborto y el consumo de drogas; por ejemplo, *Alcanzar una estrella*, *Quinceañera* y *Muchachitas*.

#### **Cuarto apartado: Continuidades y Permanencias en la telenovela mexicana.**

En primera instancia, es importante asumir que la telenovela es un melodrama televisado, una historia que se cuenta en capítulos o episodios concatenados en forma consecutiva para poder ser entendida, “por lo general gira en torno a una serie de dramas e intrigas que se estructuran con la intención de generar suspenso y así garantizar el seguimiento de la anécdota” (Trejo Silva, 2011:69). Entre sus elementos característicos resulta primordial la tipificación de sus personajes, es



decir la equiparación de rasgos físicos, valores y actitudes con el papel que desarrollan a lo largo de la trama. Incluso, y acudiendo a las reflexiones de Charles Tilly (2000), podríamos advertir el *manejo* de categorías pareadas en un sentido asociado a temas de desigualdad. De esta forma, la pobreza va ligada a valores como la bondad, la honestidad, la capacidad de perdón, el trabajo continuo y la fe; en sentido adverso la riqueza se refleja en la seguridad, don de mando, el derroche o la generosidad y el control de las situaciones.

Esta tipificación no solo se relaciona con los valores y aspiraciones, sino que éstos van estrechamente ligados al aspecto físico; así, los protagonistas son estéticamente agradables, jóvenes, de complexión delgada y blancos con facciones finas, mientras que los pertenecientes a una clase social baja, al barrio, presentan rasgos físicos mestizos, ojos café o negro, color de piel morena a morena clara y complexión robusta o regordeta.<sup>1</sup> Otro aspecto a observar es el papel de los antagonistas, quienes además de sus propias acciones muestran en su vestimenta, maquillaje, peinado, lenguaje corporal y fisonomía los rasgos de su maldad; además, aun cuando pareciera que su actuar tendrá un éxito a largo plazo, finalmente el desenlace le concede la victoria al bien: es decir, el bien siempre triunfa sobre el mal. Finalmente, las acciones de los villanos son las que le dan dinamismo a la trama de la

---

<sup>1</sup> Podemos identificar a la desigualdad con la interacción social y de acuerdo a Charles Tilly (2000) como algo que persiste a partir de una distinción categorial basada en el control del acceso a los recursos productivos y a la satisfacción de necesidades diversas. En ese tenor, desde la telenovela se observa la repetición de una trama donde el punto medular es la diferencia marcada por estándares económicos y raciales. Así por una parte la desigualdad – desde un análisis de la imagen se observa en la vestimenta, el lugar de residencia, el trabajo, las interacciones sociales o el lenguaje -, vista como un mecanismo funcional eficiente y bajo el cual el sistema se reproduce permanentemente a partir de la explotación, la emulación – como copia o trasplante de modelos establecidos - y el acaparamiento de oportunidades – especialmente desde los personajes principales – usualmente los masculinos - han tenido acceso a una educación superior y a obtener un empleo económicamente remunerado y de prestigio -, y ésta condición es dada por la sangre, es decir la herencia y las redes familiares, aún por encima del esfuerzo y la constancia.

historia, ya que mantienen situaciones límite y clímax constantes, manteniendo a la audiencia atenta.

Como melodrama, resulta importante mencionar que los contenidos de la telenovela se enfocan en explotar las emociones y los sentimientos de los televidentes, es decir hacia lo que el espectador puede llegar a sentir: llanto, sufrimiento, lástima, alegría y odio; todo para mantener la atención y manejar la intriga e incertidumbre. Así busca situaciones empáticas y lugares comunes que toquen fibras sensibles, como la injusticia, el maltrato a niños o ancianos, la pobreza, la situación del barrio o la vecindad y la conservación de las tradiciones (Román, 2000:38). Además, la telenovela bajo el modelo tradicional mantiene una estructura simple y repetitiva, que permite habituarse y seguirla aun cuando se deje de ver por algunos periodos; sin embargo, sus puntos de clímax, situados al final de cada capítulo, provocan y garantizan una fidelidad y seguimiento por parte del teleauditorio.

La recurrencia a la recuperación de los valores tradicionales y más arraigados de la sociedad también es un aspecto medular de la telenovela. Los cimientos morales, basados en valores consolidados para la sociedad mexicana no se modifican, por el contrario, se refuerzan constantemente al demostrar que los cambios sociales no logran modificar las estructuras valorativas heredadas, más bien son reforzadas una y otra vez, a lo largo de las distintas tramas que se muestran en las telenovelas. Por último, podemos hacer referencia a Martín Barbero (1987) y su propuesta de “espectáculo total”, en la que engloba las cuatro características que formaron la base del melodrama y, posteriormente la radionovela y telenovela. Así el eje central de estas tramas se encuentra conformado por cuatro expresiones y sentimientos básicos: las lágrimas y risas, así como el miedo y el entusiasmo.

En este sentido, surge la pregunta: ¿Qué aspectos provocan la permanencia de un público cautivo frente a la telenovela, aún a través de generaciones, espacios geográficos y culturas? La telenovela constituye uno de los géneros más persuasivos y redituables para la industria de la televisión, no solo en México sino en América Latina, de hecho, se dice que la telenovela es la que usualmente sostiene a la

televisora; así, desde su origen se ha inscrito bajo una lógica de doble rentabilidad: comercial y simbólica (Uribe, 2009:41). La telenovela guarda características heredadas del folletín y el melodrama, es decir, la dramatización y representación de la vida cotidiana, por un lado, y la creación del hábito de acompañar la trama en el día a día, por el otro. Así y retomando a Galindo, la telenovela es un texto abierto y flexible que cuenta historias comunes: “Es toda una etnografía del entorno social” (Galindo, 1988:5).

Por ello, su éxito no se relaciona solo con la mercadotecnia y la producción especializada, es necesario buscar respuesta en una red de emociones y fantasías, sentidos de vida y una gama de elementos culturales, construcciones y representaciones sociales, que atan a los televidentes con las historias. La aceptación de las telenovelas por televidentes tan heterogéneos se relaciona con las vivencias humanas y valores universales que involucran al televidente (Uribe, 2009:46). Sin embargo, las telenovelas también se nutren de elementos culturales propios del país donde fueron realizadas, mostrando elementos de la identidad nacional y tradiciones arraigadas, lo que provoca una identificación y seguimiento fieles. Por ejemplo, la telenovela brasileña ha mostrado en algunas de sus producciones, difundidas internacionalmente, aspectos tales como el papel de las mujeres, la religión, el espacio rural y urbano, lo étnico – racial, la inmigración, lo cultural y lúdico (Fadul, 1988).

En el caso de Colombia y a partir de los años ochenta, se deja de lado el modelo tradicional y se da paso al espíritu paródico (Martín Barbero y Muñoz, 1992). En el caso de México el melodrama ha impregnado tanto la pantalla grande como la televisión y, especialmente las telenovelas; así, el melodrama mexicano “que emociona hasta las lágrimas... es tan cercano a las emociones del público que se vuelve incluso contradictorio ver sin sentir, oír sin padecer, sentir sin recordar, involucrarse en lo representado” (González Treviño, 1993:299 y 302).

En este sentido Fernández y Paxman (2000) muestran tres fuerzas centrales que caracterizan la trama de la telenovela mexicana mostrada por esta televisora y que

tienen sus orígenes en la radio y en la denominada como “época de oro” del cine nacional. En una primera instancia el conservadurismo sexual, mismo que continúa acentuando – como en el cine nacional y las radionovelas - una tendencia machista – de mayor libertad sexual para el hombre, frente a la mujer - y un doble juego femenino – es decir frente a la devoción religiosa, la carencia de expresión sexual y la humillación (usualmente en la protagonista) se observa la sensualidad, libertad sexual y sobreexplotación del cuerpo femenino (en la villana). Además de ser el amor el centro de la historia, otro rasgo característico es la referencia constante a símbolos religiosos.

Es importante resaltar el *guadalupanismo* imperante en el pueblo mexicano: “El culto guadalupano” es un referente de identificación nacional con gran fuerza y tradición en México (González y Chávez, 1996); además de la devoción a los santos o imágenes religiosas diversas, mismas que son mostrados reiteradamente a través de cualquier trama de telenovela. Otro elemento medular en la narrativa es el ideal de la familia nuclear tradicional como modelo para la sociedad y como factor de cohesión social y estabilidad. Así, éstos valores tradicionales de la “gran familia mexicana” no solo son mostrados en la telenovela sino a través de los productos que se promocionan, y que promueven la constancia y permanencia a esta visión conservadora de la familia.

El segundo elemento propuesto por Fernández y Paxman (2000), es el *darwinismo* social. Éste refiere una conquista natural del poder, justifica las desigualdades sociales, argumentando que unos son más aptos para ciertos puestos, frente a otros, que continuarán en el mismo estrato durante toda la trama de la telenovela (Fernández y Páxman, 2000:82). El elitismo racial representa el tercer elemento y complementa lo anteriormente dicho, ya que la exclusión de actores morenos con rasgos mestizos de los papeles protagónicos e incluso, de las telenovelas en sí, ha sido una constante: “[...] la preponderancia de rostros blancos como protagonistas, y por ende como modelos, reforzó la tradicional reverencia a los patrones de belleza españoles y estadounidenses” (Fernández y Páxman, 2000:82).

Además, también se refuerza el vínculo entre el factor de la suerte con estos patrones de belleza; así, el héroe nace con suerte y la heroína, aunque supera sufrimientos y condiciones adversas, al final obtendrá su recompensa al casarse con su príncipe azul. De tal suerte que la riqueza se convierte en un “derecho de nacimiento de las güeras y güeros” (Fernández y Páxman, 2000:82-83). Es importante resaltar que el mantenimiento de las características arriba mencionadas a lo largo del tiempo y bajo narrativas similares refleja una aceptación tácita de un orden establecido – como un destino manifiesto - que justifica la desigualdad de clase, raza y género, además de los desniveles culturales.

Por último, Marcia Trejo Silva (2012) propone aspectos que resulta importante retomar para dar respuesta a la pregunta antes propuesta: ¿Qué aspectos provocan la permanencia de un público cautivo frente a la telenovela, a través de las generaciones, espacios geográficos y culturas? El primero de ellos se relaciona con los patrones establecidos y rentables que mantiene Televisa, y que han tenido que ser reproducidos por TV Azteca y recientemente también por Imagen Televisión; ya que aun cuando en sus inicios estas empresas han propuesto en sus producciones contenidos y formatos diferenciados, la presión de un productor gigante como Televisa ha terminado por hacerlas retomar contenidos conservadores, a los que la audiencia ya está acostumbrada, y no solo en lo referente a las telenovelas sino también en otros tipos de programas, tales como los matutinos y los noticiarios.

Otro aspecto de interés es el que desempeña la televisión de paga, la cual aun cuando ha aumentado su penetración social, su disponibilidad de acceso representa todavía un alto costo – por instalación y renta –, que no ha permitido una migración importante del público televidente. Una explicación se relaciona con la baja del poder adquisitivo que en México se ha venido acrecentando desde la última década del siglo XX a la fecha. En segundo lugar, el hecho de que la telenovela posee (y como una fórmula constante), una estructura que recupera ciertas virtudes y valores - aspiraciones, así como una línea hacia el “deber ser” – en el papel que cada cual le

toca realizar – fundamentados en la proyección de lo que se vive en la sociedad – o un fragmento de ésta -, lo que facilita “la identificación, proyección y, quizá la superación personal” (Trejo Silva, 2011:139).

En tercer lugar las opciones de entretenimiento dadas por la televisión abierta, aunque pocas, son gratuitas, a lo que se une un discurso de limitada complejidad, que no requiere que el auditorio cuente con un alto nivel académico o cultural: “Es un discurso digerido y digerible, que no implica gran esfuerzo mental, de tal modo que se constituye en una opción cómoda de entretenimiento, lo que no justifica – de ningún modo – la merma de la calidad del producto en cualquiera de sus fases” (Trejo Silva, 2011:139). En cuarto lugar, la telenovela mexicana tradicionalmente estuvo enfocada hacia la mujer de una clase social media y baja, quien contaba con el tiempo para ver la telenovela. Sin embargo, en la actualidad el mercado de trabajo y la situación económica del país ha orillado a muchas de ellas a salir del hogar y buscar un trabajo remunerado, lo que implica amplias jornadas laborales y poco tiempo para dedicarle a una telenovela. Esto incluso ha impactado en la duración de los melodramas, los cuales antes podían durar más de un año y hoy en día no superan en su mayoría los seis meses.

Sin embargo, y como una problemática social adicional, muchas de esas mujeres han encontrado cabida en el trabajo informal, la venta de productos o la manufactura, lo que les otorga espacios de tiempo para el ocio, por lo que éste estrato sigue siendo un público significativo para éstos programas. Resulta importante mencionar que, a pesar de la profesionalización de la mujer y su destacado empoderamiento “aún no se refleja ampliamente en el contenido de la telenovela y reduce la capacidad de captación de mujeres mejor preparadas y con horizontes de excelencia perfectamente establecidos” (Trejo Silva, 2011:139). En quinto y último lugar, resulta importante mencionar el aparato o estructura mercadológica que se conforma detrás de la telenovela y la vuelve popular, es decir, los programas y revistas de espectáculos, las promociones y los programas de radio. Es importante mencionar dentro del entorno de la mercadotecnia y la distribución, que Televisa posee canales

de televisión asociados o filiales en diversas partes de América Latina, tales como Venezuela, Chile, Brasil, Perú y Argentina. Y por ello, para éstos países resulta más barato comprar los derechos de transmisión para exhibir telenovelas mexicanas producidas por Televisa, que producirlas ellos mismos (Trejo Silva, 2011:140).

### **Quinto apartado: Televisa y su competencia.**

Por más de cuarenta años Televisa definió los rumbos de la producción de telenovelas en México, imponiendo formas narrativas e implantando modelos que se encuadraron bajo una estructura monopólica de difusión televisiva, incluyendo una variante que se dio a partir de la entrada de TV Azteca, en 1993. Esa nueva televisora fue creada por licitación de los canales 7 y 13, antes pertenecientes a la televisión estatal denominada como “Imevisión” y concesionados al grupo comercial Elektra, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego. Apenas tres años después de su puesta al aire, la empresa TV Azteca lanza su primera telenovela: *Nada personal*, transmitida a través de su red principal y producto de la alianza de Azteca con la productora independiente Argos Televisión, en manos de Epigmenio Ibarra. Ésta producción llamó la atención del público televidente, especialmente masculino, por su género político-policíaco, en la que abordó temáticas novedosas – como el narcotráfico y la corrupción -, además de “un discurso visual centrado en las acciones rápidas, con parlamentos que no dudaron en utilizar groserías, con referencias constantes a los acontecimientos policíacos del momento, con escenas sexuales atrevidas, con un reparto de talento, un triángulo amoroso candente y un buen tema musical” (Trejo Silva, 2011:23).

Así, “*Nada personal*” fue una telenovela urbana que presentó la problemática nacional contemporánea. Con la historia de amor como eje buscó mostrar trozos de la situación política que vivía el país bajo el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, en ese entonces presidente de México. De entrada, ésta telenovela logró el interés de la audiencia, no solo por su estructura sino por el lenguaje narrativo

y un formato más realista, inaugurando un período en el que se transmitirían historias más apegadas a la realidad y con un gran cuidado en el manejo técnico de la producción. Tras *Nada personal*, TV Azteca y Argos lanzarían *Mirada de mujer*, telenovela que marcaría, por su trama y producción, un hito en la historia de los dramas televisivos en México y con ello dar inicio a una “nueva cultura televisiva” (Covarrubias, 2000), (Covarrubias y Uribe, 1988). Además de alcanzar altos puntos de rating frente a Televisa, *Mirada de mujer* inició una generación de dramas televisivos caracterizados por nuevos roles y estilos narrativos para contar las historias, como *Demasiado corazón*, *Tentaciones*, *El amor de mi vida* y *La vida en el espejo*, todos difundidos por la señal abierta de TV Azteca.

Sin embargo, a partir del rompimiento con Argos Televisión, TV Azteca no ha conseguido equiparar los niveles de teleaudiencia ni tampoco la estética narrativa y diferenciación de contenidos que alcanzó en aquellos momentos. Y si bien esta televisora decidió mantener una abierta competencia frente a Televisa en ese ámbito, lo ha hecho bajo dos vertientes: la compra de telenovelas extranjeras, por un lado, y el regreso a la misma estructura narrativa de su competidora, es decir la repetición de esquemas y públicos elementales (cautivos); lo que ha desembocado en ser sólo una réplica de la programación pasada y actual de Televisa. Esta afirmación puede ser corroborada con la consulta del *Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva* 2016, capítulo México, en el que se observa cómo, entre los diez títulos de Telenovela más vistos en el año 2015, Televisa en unión con Univisión, acapara de forma casi total – solo el lugar cinco se le otorga a Argos en alianza con Telemundo – la lista en los niveles de rating (Orozco y Vasallo, 2016).

La reciente entrada de Imagen Televisión a la señal de televisión abierta, y analizando el contenido de su programación actual, tampoco podemos advertir un cambio radical y de contraste con el formato que Televisa ha impuesto y mantenido; sobre todo con relación a la producción y emisión de telenovelas. Incluso, un punto a destacar es el que se refiere al crecimiento sostenido que Televisa ha manifestado, a través de su inversión en la señal de televisión por cable (Cablevisión, Cablemás, TVI



y Telecable), en donde aprovecha esta señal para difundir sus telenovelas, además de otros contenidos relacionados con el entretenimiento, tales como música, películas y estilos de vida (Orozco y Vasallo: 2016, 375). Por su parte TV Azteca, en contraste, se encuentra sumida en una crisis, no solo económica sino de producción que ha llegado a ser descrita así: “Finalmente TV Azteca reconoce que el modelo de producción, rígido y autárquico que rigió durante años está completamente agotado” (Orozco y Vasallo: 2016,376).

Aún sobre la aparente permanencia del gusto y preferencias, puede comentarse que el público televidente y cautivo de la telenovela no es estático sino que está dispuesto a migrar, especialmente aquel ubicado en el rango de los treinta años y con capacidad media y alta de consumo (Salvatierra: 2015). En contraste existe todavía un auditorio fiel y extenso en el país, y que se relaciona con la incapacidad de las televisoras para renovar a la audiencia, en forma generacional: “Los peores enemigos de la telenovela son los ejecutivos de los canales de televisión, que están aferrados a la repetición de novelas exitosas, a los refritos, a las fórmulas, y eso es lo que se está desgastando” (Epigmenio Ibarra en Salvatierra: 2015).

### **Reflexiones finales...**

Buscando responder a la pregunta planteada: ¿Podemos definir los factores que han provocado tanto la permanencia del mensaje, como del público televidente, especialmente femenino, frente a la telenovela en la señal de televisión abierta mexicana?, y una vez desarrollados los cinco apartados de este artículo, apuntalamos una serie de reflexiones; en primer lugar podemos observar cómo aun cuando se llegó a pensar que la telenovela de corte tradicional no podría resistir los embates de las nuevas producciones, y contenidos realizados por algunos canales de televisión restringida, así como por la gama más amplia de programación que se ofrece - además de diversa y variada -, las investigaciones a las que hemos tenido acceso muestran lo contrario. Por un lado, existe un público televidente cautivo que se ha engrosado como

consecuencia de la imposibilidad económica de adquirir la señal de televisión restringida o de paga a partir de un marcado debilitamiento de las clases medias en nuestro país; por lo que este sector de la población, así como aquel ubicado en ciertos niveles de pobreza, se han vuelto leales y han construido un arraigo a los modelos de producción, contenidos y programación, que históricamente ha desarrollado Televisa, como la alternativa más popular de televisión abierta.

En segundo lugar, existen y permanecen elementos de la telenovela que propician y facilitan su seguimiento, tales como su estructura narrativa (la cual recupera virtudes y valores-aspiraciones de un público con carencias y limitaciones), además de una limitada complejidad semántica, lo que permite que sus productos resulten ser fácilmente digeribles; además del apoyo mercadológico que comúnmente acompaña a la telenovela, es decir canciones, concursos y propaganda diversa en revistas impresas, que refuerzan su presencia, además de lo que propiamente corresponde a lo exhibido a través de la televisión. Con la evidente claudicación de TV Azteca en cuanto a su propósito inicial de competir con un producto televisivo diferenciado, la televisión abierta mexicana se apegó al modelo de producción que durante décadas implantó con éxito Televisa; y el cual la ha convertido en principal referente para las telenovelas no sólo en México sino en todos los países de habla hispana y más allá.

Para el caso, resulta de nuestro interés retomar lo propuesto por Fernández y Paxman (2000), en aspectos como el conservadurismo sexual – a partir de la imagen representativa de lo que debe ser un hombre: machista y autoritario, y una mujer: abnegada, dócil y religiosa -; el darwinismo social – sin posibilidad de movilidad social o ascensión –; y el elitismo racial – rasgos blancos o caucásicos para los personajes principales, difícilmente vistos en nuestra vida diaria –. Todo ello se repite y reproduce constantemente en las telenovelas, provocando una incongruencia con lo que actualmente se ve en la sociedad mexicana.

Especialmente – y parte de la respuesta a la pregunta planteada – se debe mencionar – y destacar - que la mujer ha permanecido por años como la principal

consumidora de telenovelas, especialmente de aquellas que muestran un tradicional conservadurismo a la par de aspiraciones y deseos, y en razón de su pertenencia o identificación con un amplio sector de la población mexicana que enfrenta profundas desigualdades, falta de oportunidades y pobreza. En paralelo, resulta interesante mencionar cómo TV Azteca y sobre todo con la puesta en pantalla de telenovelas como *Nada personal* o *Mirada de mujer*, integró en su teleauditorio al público masculino, el cual – podemos advertir - fue dejado de lado en el interés de la empresa tras la salida de Argos televisión. De esa forma TV Azteca rompió no sólo con la productora que en sociedad le generó grandes números de rating, sino también con el propósito de diferenciar sus contenidos, remitiéndose al uso de contenidos con los que la mayoría de los televidentes mexicanos han estado acostumbrados a recibir, resultando al fin de cuentas, en una copia casi fiel de los productos y modelos de Televisa.

En tercer lugar, nos resulta interesante observar a la luz de lo que propone Charles Tilly (2000), lo que él denomina como “categorías pareadas” y cómo bajo éstas se llega a perpetuar la desigualdad social, volviéndola persistente. En este caso elementos presentes en las telenovelas tradicionales mexicanas, tales como los rasgos físicos, los lugares de interacción, el lenguaje, la devoción, la vestimenta o los objetos, actúan y permanecen como constantes, y los mismos son mostrados como parte de un contraste persistente, lo que conlleva a ésta desigualdad, que no acaba con el paso de los capítulos, sino que trasciende a lo largo de toda la trama y se manifiesta hasta el final.

Finalmente podemos decir que, al día de hoy, la programación que se muestra a través de la señal abierta, en México – y a través de Televisa, TV Azteca e Imagen Televisión – ha buscado colocarse en el gusto del público, en cuanto a la producción y difusión de telenovelas, a partir de la prevalencia de un modelo y no del contraste, limitándose a ofrecer un producto de contenido tradicional en forma y fondo. En consecuencia - y, al contrario -, y bajo la necesidad de satisfacer un consumo

diferenciado, la televisión restringida se ha visto obligada a combinar los formatos tradicionales del melodrama televisivo con la incorporación de temáticas sociales y roles protagónicos actualizados y, con base en la demanda del propio perfil de sus consumidores, es decir, él de una clase media con acceso a una educación académica de nivel medio y superior, anhelante de cambios y oportunidades.

## **Referencias Bibliográficas**

- Alegría de la Colina, Margarita (2012). La construcción de género a través de algunas revistas literarias de la primera mitad del siglo XIX mexicano. **Miradas de aquí y de allá. Miradas diacrónicas y multidisciplinarias en los albores del nuevo milenio.** UAM Azcapotzalco, México (Pp. 101 – 128).
- Bolaños Sámano, Laura María (2003). **La imagen de la mujer en las telenovelas mexicanas.** Tesina para obtener la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. México.
- Careaga, Gabriel (1981). **Mitos y fantasías de la clase media en México.** Editorial Joaquín Mortíz, México.
- Covarrubias Cuéllar, Karla Y. (2000). Epigmenio Ibarra: Telenovelas y públicos en México. **Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas,** Vol. VI, Núm. 11, Universidad de Colima, México (Pp. 113 – 134).
- Covarrubias Cuéllar, Karla y Uribe Alvarado, Ana B. (1988). Hacia una nueva cultura televisiva: Análisis de los públicos de la telenovela Mirada de Mujer. **Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas,** Vol. IV, Núm. 7, Universidad de Colima, México (Pp. 137 – 152).
- Esteinou Madrid, Javier (2011). La televisión salvaje. **Revista Veredas.** Año 12, Núm. 22, 1er. Semestre, UAM, Unidad Xochimilco, México (Pp. 11 – 32).
- Fadul, Ana M. (1988). A telenovela brasileira e busca de identidades nacionais. **Revista Chasqui,** Quito, 25, Núm. 25, Ecuador (Pp. 47 – 52).
- Fernández, Claudia. y Paxman Andrew. (2000). **El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa.** Editorial Raya Ángel del Agua – Grijalvo, México.
- Galindo, Jesús (1988). Lo cotidiano y lo social. La telenovela como texto y pretexto. **Revista Estudios sobre las culturas contemporáneas,** Vol. II, Núm. 5, Universidad de Colima, México (Pp. 95 – 135).
- González Treviño, Jorge Enrique (1993). El regreso de la cofradía de las emociones interminables: Telenovela y memoria en la familia. **El consumo cultural en México,** CONACULTA, México.
- González Treviño, Jorge Enrique (1994). **Televisión y Comunicación. Un enfoque teórico – Práctico.** Editorial Alhambra, México.
- González, Jorge y Chávez, María Guadalupe (1996). **La cultura en México I. Cifras clave.** CONACULTA – Universidad de Colima, México.

- Llorente Torres, Paola (2003). **Evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas (Análisis descriptivo de los contenidos de las telenovelas de Televisa)**. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Septiembre, Universidad de las Américas, México.
- Martín Barbero, Jesús y Muñoz, Sonia (coords) (1992). **Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia**. Tercer Mundo Editores, Colombia.
- Martín Barbero, Jesús (1987) **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía**. Editorial Gustavo Gili, España.
- Mejía, Fernando (1991). 50 años de la televisión comercial en México: (1934 – 1984) Cronología. **Televisa el quinto poder**. Editorial Claves Latinoamericanas, México (Pp.19 – 39).
- Mejía, Fernando (1989). **La industria de la Radio y la Televisión y la política del Estado mexicano (1920 – 1960)**. Editorial Fundación Manuel Buendía, México.
- Orozco Gómez, Guillermo y Vasallo de Lopes, María Immacolata (2016). **Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva**. Editorial Globo – Sulina, Brasil.
- Páramo Ricoy, Teresa (2002). Globalización, televisión y telenovelas: La experiencia mexicana. **Revista POLIS**, No. 04, Vol. UNO, México (Pp. 79 – 100).
- Pérez Monrfort, Ricardo (2008). **Cotidianidades, imaginarios y contextos: Ensayos de historia y cultura en México, 1850 – 1950**. Editorial CIESAS - Publicaciones de la Casa Chata, México.
- Reyes de la Maza, Luis (1999). **Crónica de la Telenovela**. Editorial Clío – México sentimental, México.
- Román, Gubern (2000). **El eros electrónico**. Editorial Taurus, España.
- Roura, Assumpta (1993). **Telenovelas, pasiones de mujer. El sexo en el culebrón**. Editorial Gedisa, España.
- Salvatierra, Hugo (2015). ¿Las telenovelas aún pueden vencer a las series en la televisión?. Revista Forbes. Extraído de: <https://www.forbes.com.mx/las-telenovelas-aun-pueden-vencer-a-las-series-en-la-tv/> consulta 18/01/18
- Tilly, Charles (2000). **La desigualdad persistente**. Editorial Manantial, Argentina.
- Thomasseau, Jean – Marie. (1989). **El melodrama**. Fondo de Cultura Económica, México.
- Trejo Silva, Marcia (2011). **La telenovela mexicana: Orígenes, características, análisis y perspectivas**. Editorial Trillas, México.
- Uribe, Ana B. (2009). **Mi México imaginado: Telenovelas, televisión y migrantes**. Editorial Porrúa – El Colegio de la Frontera Norte – Universidad de Colima, México.