

Para muchos investigadores, las viejas tradiciones han desaparecido con la llegada de los medios masivos de comunicación. Thompson, en su libro *Los media y la modernidad*, señala que con la aparición de los media, en especial de la televisión, los individuos fueron capaces de experimentar y observar acontecimientos que se extendían más allá del encuentro cara-a-cara, de modo que los pobladores de una comunidad podían ver otras culturas y a su vez marcar su propia identidad.

**S**i bien es cierto que el encuentro cara-a-cara cada vez es menor a causa de los media y las nuevas tecnologías, también lo es que los medios de comunicación fungen como una especie de “ancianos” que legitiman la cultura de una nación. En nuestra experiencia, al salir del territorio mexicano y encontrarnos en un país lejano y una cultura ajena, hemos logrado identificar símbolos que nos diferencian como mexicanos y que antes nos parecían superfluos o inexistentes: la Virgen de Guadalupe, el tequila, el mariachi y, por qué no, las telenovelas.

#### **HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO**

Los orígenes de la televisión en México se remontan hacia 1949 cuando el gobierno federal, tras una serie de apoyos para que se realizaran experimentos técnicos y lograr una buena transmisión, otorgara una concesión de televisión al propietario del diario *Novedades*, Rómulo O’Farrill, a quien se le asignó el canal 4 XHTV. A través de esta frecuencia se dio inicio oficial a las transmisiones de televisión por microondas.

En 1951, el canal 2 XEW, es concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta; y en 1952, canal 5 XHGC, es autorizado en concesión comercial por dos años a la empresa Televisión González Camarena, S.A.

En 1955 estas tres concesiones se fusionaron bajo una misma entidad: Telesistema Mexicano, S.A.; así, a partir de entonces, todas las transmisiones se realizarían desde el edificio llamado “Telecentro”, que fue construido inicialmente para las transmisiones de radio, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien era propietario de la cadena de radio más grande del país.

Por tanto, desde 1955 y hasta 1993, año en que se crea TV Azteca (segunda televisora nacional), México crece y crea su comunidad de sentido al lado de Telesistema Mexicano, hoy Televisa, y de sus producciones audiovisuales por excelencia, las telenovelas.

#### **LA TRAYECTORIA DE LA TELENOVELA MEXICANA**

*Ángeles de la calle* fue la primera telenovela de origen mexicano que se produjo por Televimex, hoy Televisa, y se transmitió con la frecuencia de un capítulo por

# LA TELENOVELA

*una* **TRADICIÓN** *creada,* *una* **IDENTIDAD**

semana desde 1952, año en que comenzó su producción, hasta 1955. La primera telenovela mexicana, realizada en formato blanco y negro y estelarizada por Susana Alexander y Jaime Jiménez Pons, fue catalogada bajo el género de drama familiar; cabe señalar que fue hasta la década de los sesenta que el término telenovela se eleva a estatus de género televisivo.

Así, la primera telenovela producida por “la gran fábrica de sueños”, tal y como Televisa se autodenomina, fue realizada tres años después de que iniciaran transmisiones para todo el país. Tres años después de que México conociera la televisión.

Desde 1952 a la fecha, “La gran fábrica de sueños” ha producido más de 730 telenovelas; de estas podemos decir que más de 200 han sido producidas sólo por dos hombres: Valentín Pimstein y Ernesto Alonso, quienes al lado de Luis De Llano Palmer, pionero de la telenovela en México, conforman los productores más antiguos y apoyados de esta importante empresa latinoamericana. No fue hasta que muere Emilio Azcárraga Milmo y deja en manos de su hijo Emilio Azcárraga Jean la empresa, que llega la competencia de TV Azteca y Televisa sale a bolsa, cuando las producciones comienzan a dar un vertiginoso giro.

Para hablar de las telenovelas anafórica y catafóricamente, hay que hablar de las tres generaciones de empresarios que han marcado la memoria colectiva de México: Emilio Azcárraga Vidaurreta, empresario radiofónico, quien crea Televisa; Emilio Azcárraga Milmo, quien la desarrolla y expande sus fronteras comerciales, y además exporta las telenovelas a nivel mundial; y su hijo Emilio Azcárraga Jean, quien saca a bolsa la empresa y estandariza las producciones, las hibrida haciéndolas más comerciales, logrando así su implementación en un colectivo global.

No es que el formato haya cambiado, su estructura sigue siendo la misma, y única, conformada por elementos reconocibles como el amor imposible, el mundo de los pobres, de los ricos, el odio, la venganza, la reiteración y el final feliz. Lo que ha cambiado es el dinero que se invierte en las producciones, la tecnología que se emplea al realizarlas y las locaciones que en ellas se exhiben, ya que anteriormente eran grabadas en foros de televisión y ahora gran parte de su producción es en la calle.

En las telenovelas ya no sólo vemos escenarios interiores o exteriores de la ciudad de México, sino que podemos conocer el entorno territorial de México, norte, sur o centro, a través de las telenovelas que ahora son grabadas en los diferentes territorios y con un final que en ocasiones, a manera de *reality show*, es grabado con la participación de los pobladores de la ciudad donde se efectúan.

#### LA TELENOVELA COMO FACTOR POLÍTICO

Sí, finales a manera de *reality show*, toda una ceremonia pública donde participan los miembros de la comunidad; finales de boda en la catedral de un pueblo; o durante un concierto o desfile de los actores, que en la trama de la telenovela son personajes de clase baja y se convierten en actores o cantantes para ofrecer un gran evento que los hará triunfar y ser felices por siempre. Una oportunidad de transformar el espacio público privatizado, que Bauman evoca en su texto “Modernidad líquida”, en un espacio público y de celebración comunal.

Cabe señalar que dicha celebración en el origen puede pensarse como un contrato entre los organizadores (productores de telenovelas) y sus públicos, sin embargo no es así. En ocasiones, los productores están al servicio

# MEXICANA:

NACIONAL *que perdura*

 JOSÉ DÍAZ MONTALVO  
JUAN ANTONIO GARZA SÁNCHEZ

## "LA GRAN FÁBRICA DE SUEÑOS" HA PRODUCIDO MÁS DE 730 TELENOVELAS

de un organizador político y sus producciones tienen como fin promover el lugar turísticamente e invitar a sus pobladores a interrumpir su vida cotidiana y hacerlos olvidar por un momento los infortunios en los que se encuentran inmersos.

Por tanto, no es difícil pensar cuáles son los escenarios que las telenovelas mexicanas utilizan actualmente: al tener un presidente michoacano, en lo que va de su mandato, casi tres años, se han filmado ya tres telenovelas en Michoacán.

La mayoría de las telenovelas producidas fuera del Distrito Federal se han filmado en los estados con mayor poder político de las regiones norte, sur y centro de México; ciudades como Monterrey, Guadalajara, Morelia, Puebla y México son escenarios continuos en las últimas producciones y sus gobernantes apuestan con fuertes cantidades de dinero para que se realicen dichas producciones en sus territorios y así promover sus lugares turísticos e invitar a sus pobladores a participar en estos finales de telenovela festivos.

Al respecto, Dayan y Katz en su libro *La historia en directo*, aseguran que este tipo de eventos ya se daban desde la época antigua. Citando a Mosse, los autores hablan de cómo Carlos XII tenía un pirotécnico de cabecera, Charles Ruggieri, y organizaba magnas fiestas públicas, llenas de luz y color, para tener a su pueblo satisfecho y que por un momento interrumpieran su vida cotidiana para unirse en un evento colectivo y festivo. Para Dayan y Katz esto representaba una oportunidad política para que los pueblos renovaran sus vínculos con su monarca.

La negociación de un contrato y la producción de una telenovela hoy por hoy es algo muy complejo y ésta puede entenderse como una serie de respaldos sucesivos de cuatro-coautores: emisora, público, gobierno e industria privada.

### CONSUMO Y APROPIACIÓN DEL DISCURSO DE LA TELENOVELA

Con las telenovelas las líneas de discurso más dogmáticos, puristas y racionalistas se relajan, y los símbolos nativos, multifacéticos, basados en elementos humanos comunes tales como el amor, la

tristeza, el gozo, el sexo, la salud, la enfermedad y la maldad, salen a la superficie. Hay una identidad emocional, imaginativa, de memoria, asociada a las telenovelas: la linda joven pobre que logra enamorarse y casarse con el hombre adinerado y triunfar a pesar de su representación pintoresca y rodeada de un folclore regional y obstáculos autóctonos.

Los intereses político-comerciales pueden tener éxito en establecer un marco para el evento, pero en la atmósfera de la telenovela, la cultura popular es llevada al centro y se le concede la más grande validez cultural. Sus discursos soportan la legitimidad de las principales instituciones nacionales tales como el gobierno, la iglesia, el comercio formal e informal, pero también las relativiza y las subordina a la comunidad y a la cultura.

Mientras observan la telenovela, los espectadores tienden a olvidar el tiempo real y entran en una especie de tiempo mítico, esto debido a que en ellas el tiempo es discordante con la realidad y los espectadores agregan un sentido histórico en la memoria de telenovelas pasadas. Los espectadores luego regresan a su tiempo ordinario con nuevos elementos; símbolos comunes que los hacen hacer una reelaboración de su lógica cultural a un nivel imaginativo más profundo y dar un nuevo sentido a su vida.

Peñamarín y López, en su ensayo *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental* (1995), dicen sobre las telenovelas que "estas tradiciones implican formas de comunicación y de relación de las audiencias con el texto —además de vocabularios, tipos, valores, géneros, marcos espacio-temporales. La afición a la novela ya fue fervor popular en el siglo pasado, y aseguró la supervivencia y la fortuna de los primeros medios masivos".

Sin embargo, "El Premio Nobel de Literatura mexicano, Octavio Paz, dijo en entrevista luego de recibir el premio Miguel de Cervantes, en España, que los públicos masivos de nuestro país (México) transitaron casi del analfabetismo a tele espectadores, sin haber pasado por la cultura del libro (como sucedió en Europa), y esto ha dado a la televisión y a la telenovela, doblemente influenciable en hábitos y conductas del teleauditorio mexicano" (Garza Cruz,

2007). Además, al respecto es importante agregar que el índice de lectura en México es de 1 libro al año, y según un estudio de Conaculta, el nivel de lectura baja conforme aumenta la edad. El último estudio de la UNESCO realizado entre 108 naciones dio como resultado que el país azteca ocupa el penúltimo lugar en nivel de lectura.



A diferencia de la literatura que desafía al lector y lo invita a la crítica o a la reflexión, a utilizar el poder de la imaginación y quizá con él visualizar cómo se irá desarrollando la trama, el fin que la telenovela persigue en el fondo es complacer al máximo a la audiencia e invitar a la fuerza política y privada a participar en ella.

La telenovela forma parte de la cultura popular mediática y aporta contenidos, temas de reflexión y valores sociales, éticos y estéticos, mediante los cuales conceptualiza la realidad, pero sus relatos reproducen las estructuras de poder vigente, legitiman el abuso social, justifican la exclusión y marginación de clase, de género, de raza, de etnia; validan la pobreza para unos y la riqueza para otros.

Es por ello que postulamos que la telenovela por un lado se ha convertido en una tradición y símbolo de la identidad mexicana, y a la vez ha servido como una especie de freno temporal que con sus argumentos hegemónicos mantiene y estabiliza la comunidad de sentido que la consume.

La audiencia televisiva de las telenovelas en México, consume estas producciones tras regresar del trabajo diario o durante las actividades domésticas cotidianas, con el fin de relajarse, entretenerse y dar rienda suelta a su imaginación y sentimientos.

Es también un tiempo en el cual los más profundos problemas o tensiones pueden salir a la superficie de la conciencia y buscar una solución simbólica, de sentido, ordenándola a través de la estructura narrativa de las telenovelas.

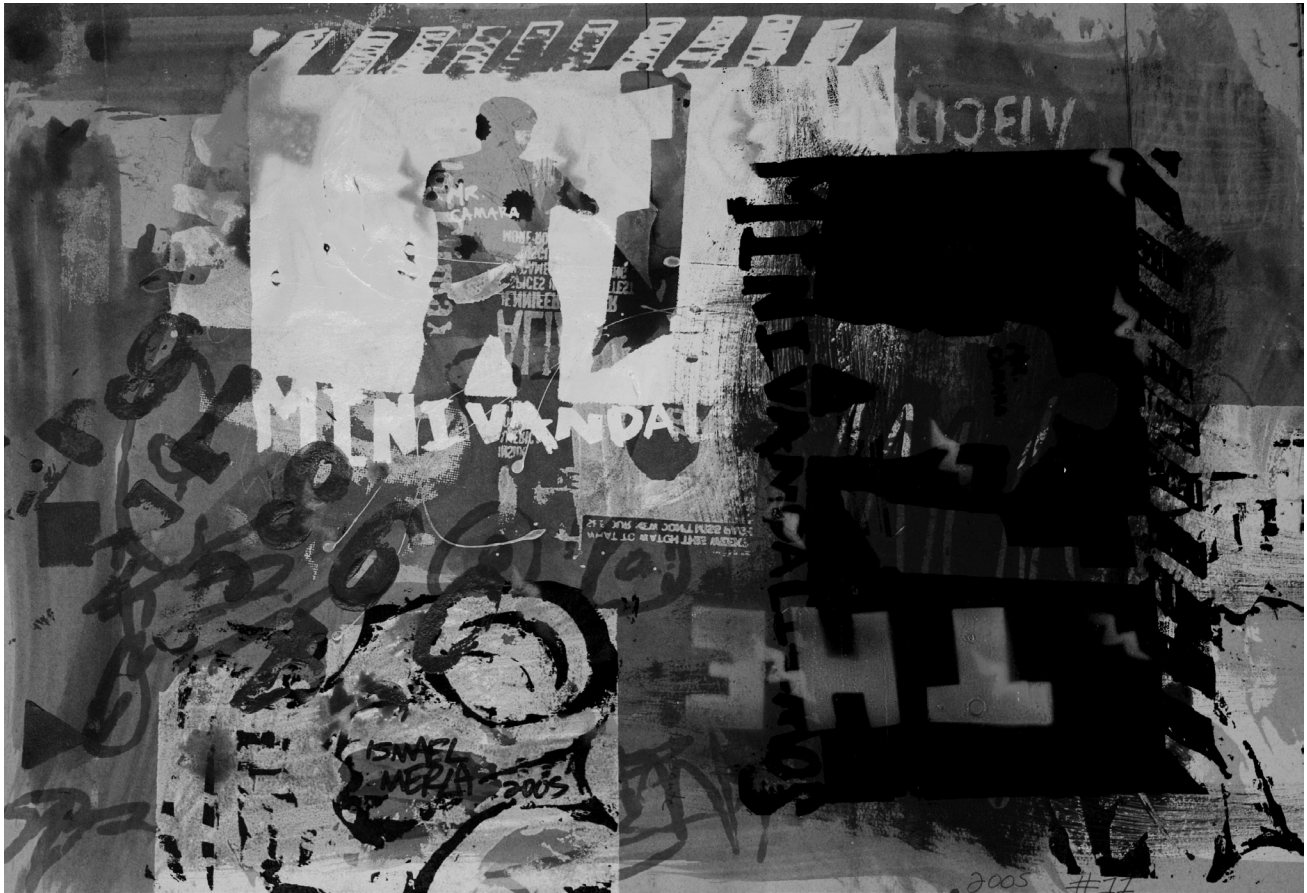
Como un elemento esencialmente narrativo, la telenovela está perfectamente diseñada para representar los conflictos sociales y los discursos retóricos de los diferentes frentes culturales de la sociedad. Las tramas abordan asuntos humanos elementales sin anclaje en el tiempo, que todos los miembros de la audiencia pueden identificar con: amenaza física, vida y muerte, salud y enfermedad. La televisión, sin embargo, es un medio contemporáneo y satisface la expectativa de las audiencias por algo nuevo.

Para Robert A. White, en la revista *Diálogos* (1992), la telenovela es un género capaz de congregar un inmenso número de caracteres simbólicos, temas y subtramas que representan virtualmente toda la gama de retóricas culturales familiares.

Aunque la definición que da el productor del héroe sea evidente, la riqueza semiótica de la televisión acarrea un valor de ironía visual, parodia, sátira, y ridículo social que revela la confrontación de discursos. El entretenimiento puede atraer porque los temas humanos elementales están, en última instancia, siempre próximos a nosotros, pero las narrativas particulares captan las audiencias con la expectación de la resolución del conflicto y presentando una integración del significado. Esto se hace a través de la reelaboración de la retórica y pretensiones de legitimidad universal de un discurso particular de tal manera que son aceptadas las apelaciones a símbolos comunitarios. Al final la joven mujer de la clase trabajadora se casa con el hijo de la familia adinerada y la madre del hijo tiene que renunciar a las pretensiones de definiciones de clase puristas.

Según Allen, citado por Garza Cruz (2007), datos de investigaciones empíricas arrojan que en 1991 las telenovelas transmitidas por Televisa eran sistemáticamente seguidas por el 70 por ciento de la población con acceso al medio.

Además Garza Cruz (2007), en el mismo artículo, cita una investigación etnográfica realizada por



Uribe, en la ciudad de Colima, en 1993, en donde se encontró que las cuatro familias recordaban un significativo número de títulos de las telenovelas más vistas, algunas de ellas transmitidas 20 años antes de la fecha de la entrevista. Los miembros de una de las familias fueron capaces de recordar 49 telenovelas, lo que habla a favor de las telenovelas y su capacidad de mantenerse en la memoria colectiva.

Por otra parte un estudio realizado en 7 ciudades mexicanas en 1987 por Jorge González, y citado por Robert A. White, pone de manifiesto que en 1986 en México el 80 por ciento de la población rural y urbana tenía acceso directo a los receptores de televisión. En un sondeo hecho en estas importantes ciudades por lo menos 60 por ciento y en algunos casos hasta el 80 por ciento de los adultos, hombres y mujeres, ven telenovelas y esto es lo común en las horas punta de la tarde.

En un sondeo hecho en la región de Colima, más de la mitad consideraban las telenovelas como actividad adecuada para toda la familia y en las

horas punta de la tarde toda la familia ve televisión reunida, como el entretenimiento más frecuente. Casi el 56 por ciento de los entrevistados en Colima pensaban que la telenovela les ayuda a resolver problemas de la vida real. Más importante aún, ver telenovelas es un fenómeno transclasista con un 60 por ciento de todas las clases viéndolas. (White)

Además White pone de manifiesto que quizás el ritual público cultural más importante en muchos países en vías de desarrollo sea el de los medios masivos, especialmente los programas seriados de ficción dramática de la radio y la televisión que atraen las más amplias audiencias.

La telenovela como texto verbo-visual es muy interesante, ya que Covarrubias y Uribe en 1998 mencionan que son un producto cultural de gran atracción para los públicos, pues es un género interclasista que llega a todas las esferas de las clases sociales de manera desigual. “Reflexionar en torno de la presencia y suceso de las telenovelas en este país, es entender los procesos de interconexión, de

la industria cultural y la vida social”. (Covarrubias y Uribe, 1998)

Lo importante no es lo que significan los signos sino cómo quienes los perciben les dan un sentido; y en México estos signos son percibidos por diferentes clases sociales, diferentes niveles intelectuales, diferentes etnias, en fin, una masa heterogénea pero cruzada por un sinfín de signos y textos, entre ellos la telenovela y su historia.

Es importante mencionar que la telenovela mantiene un tiempo muy distinto al nuestro. En dicho texto visual podemos encontrar cómo la niña pobre se enamora del muchacho millonario, la mala de la historia y sus secuaces se dedican a hacerle la vida imposible, hasta que ésta se convierte también en millonaria y vive feliz para siempre, todo sin que el tiempo pase por sus vidas o al menos no de la misma forma que en las nuestras.

Tal y como describe Bajtin con respecto al cronotopo de la novela de aventuras, en las telenovelas el tiempo no afecta ni biológicamente, ni existencialmente a los sujetos, y su destino está ligado a la suerte de la protagonista, el tiempo es abstracto y totalmente distinto al nuestro por tanto en la telenovela podemos ver contemporaneidades no contemporáneas.

Retomando el nuevo concepto de telenovela con final al estilo *reality show*, podemos ver cómo ese tiempo subjetivo en algún momento se superpone o más bien cruza el tiempo real y la comunidad se vuelve partícipe de la telenovela.

Sin embargo, pese a que el resultado siempre tiene un final feliz, en estas producciones es claro el reflejo de la realidad del pueblo mexicano, un pueblo que se encuentra en un 50 por ciento en la pobreza extrema y un 25 en pobreza moderada, según el Banco Mundial, en el 2003. Un pueblo con un porcentaje elevado de analfabetismo según la UNESCO. Un pueblo con alto grado de violencia doméstica y delictiva.

En resumen, las telenovelas viven y vivirán en el imaginario colectivo mexicano y mundial por diversas razones: están hechas a través de una práctica discursiva, un conjunto de reglas plenamente reconocidas y estrategias que se han ido creando a través del tiempo, lo que las convierte en un género consolidado. Tienen la capacidad de superponer símbolos, índices o informaciones que a su vez crean nuevos textos, es por ello que las telenovelas

llaman la atención de diferentes clases sociales, de diferentes etnias, de diferentes territorios, porque cada quien interpreta dichas telenovelas de acuerdo con su comunidad de sentido; para algunos puede ser una comedia y para otros puede significar una representación de su circunstancia actual y una esperanza para salir de ella.

Las telenovelas vivirán porque hay una actividad social con ellas y la sociedad al consumirlas hace una continua reelaboración de las mismas. Están construidas en unos mimbres simbólicos que han sido hechos para reflejar y reivindicar la cultura y la memoria histórica del pueblo mexicano 🇲🇽

---

#### Bibliografía

- Covarrubias Cuéllar, Karla Y. y Uribe Alvarado, Ana (1999). Hacia una nueva cultura televisiva: Análisis de los públicos de la telenovela “Mirada de Mujer”. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas No. 18. Universidad de Colima.
- Dayan y Kantz (1995). la historia en directo: la retransmisión televisiva de los acontecimientos. Versión castellana de Emili Olcina i Aya. Barcelona.
- Garza Cruz, Virginia (2007). “Recepción de telenovelas y construcción de sentidos: un estudio de la mujer joven universitaria de Monterrey”, en Hinojosa Córdova, Lucila (comps.). Estudios de cultura, comunicación y nuevas tecnologías. Volumen I.
- Peñamarín y López (1995). Los melodramas televisivos y la cultura sentimental. Madrid: Comunidad de Madrid-Instituto de Investigaciones Feministas de la Universidad Complutense.
- Thompson, J. B. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- White, Roberto A. (1992). Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo. El rol de la dramaturgia cultural en la creación de una esfera público. Revista Diálogos de la Comunicación. FELAFACS (septiembre).
- <http://pergamo.pucp.edu.pe/lamiradadetelemo/node/22>
- <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/128046.mision-s-o-s-tendra-su-final-en-monterrey.html>
- <http://www.orizabaenred.com.mx/cgi-bin/web?b=VERNOTICIA&%7Bnum%7D=29509>
- <http://foro.univision.com/univision/board/message?board.id=luciamendez&message.id=122278>
- <http://www.elsalvador.com/noticias/2006/04/27/escenarios/esc9.asp>
- [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/2006\\_6/11-35.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/2006_6/11-35.pdf)
- <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/El-esquima-de-la-telenovela-Tradicion-vs-novedad/>
- <http://www.tele-novela.de/resumen.pdf>