

El teledrama ya es global

LA HISTORIA CUENTA QUE BRINCARON DE LA IMPRENTA A LA RADIO, Y TERMINARON EN LA TELEVISIÓN. LA ACTUALIDAD DICE QUE LAS TELENÓVELAS SURGIDAS EN LATINOAMÉRICA HAN INFLUENCIADO A LA TELEAUDIENCIA DE EUROPA, ASIA Y NORTEAMÉRICA. Y NO SE DIGA EL MUNDO DE HABLA HISPANA. SUS HISTORIAS HAN PARALIZADO PAÍSES ENTEROS. HAN SIDO DOBLADAS POR LO MENOS A 50 DIALECTOS Y/O IDIOMAS. ESTADOS UNIDOS, EL MERCADO MÁS CODICIADO, SE HA RENDIDO ANTE ELLAS. AUNQUE LAS CADENAS INTERNACIONALES YA PRODUCEN SUS PROPIAS HISTORIAS, TELEVISIÓN CONSERVA EL LIDERAZGO COMO PRODUCTOR Y EXPORTADOR A NIVEL GLOBAL. EL GUSTO POR EL TELEDRAMA SE HA GLOBALIZADO. CADA DÍA MÁS PAÍSES SE UNEN A ESTE NEGOCIO GARANTIZADO, QUE CRECE SEGÚN EL FORMATO DE CADA PAÍS, PERO QUE HA CONFIRMADO SU PASIÓN POR EL SELLO LATINOAMERICANO. BRASIL, MÉXICO Y COLOMBIA ENCABEZAN LA LISTA DE EXPORTACIÓN. HAY MARIMAR, GAVIOTA Y BETTY PARA RATO...

TEXTO: DINORA G. SOLÍS

Marimar, la joven costeña sin educación (pero bonita), se enamora perdidamente de Sergio, el hijo del patrón de la Hacienda Santibañez. La suerte cambia un día su infeliz vida. Su sueño inalcanzable se hace realidad: casarse con el guapo heredero. Pero como la vida es dura para una chica humilde, deberá enfrentar miles de obstáculos para ser feliz. Entre ellos, Angélica, una mujer obsesionada con su amado, quien con sus maldades logra encarcelar a la inocente Marimar y, por si fuera poco, incendia su jacal donde mueren sus abuelos. Al salir de la cárcel, donde purgaba un delito que no cometió, Marimar decide irse a México. Ahí la suerte le cambia. Encuentra trabajo con un magnate que logra convertirla en una joven refinada. De ahí en adelante habrá de vengarse de todos los que la humillaron. Cuando esta telenovela apareció en Costa de Marfil en 1999, muchas

mezquitas –según reportes de la UNESCO– adelantaron su horario de oración durante la celebración del Ramadán, para que los seguidores pudieran orar sin perderse *Marimar* (1994), protagonizada por Thalía.

Dos años antes, la misma Thalía fue recibida en Filipinas con honores reservados sólo para los jefes de Estado. Y todo gracias a sus telenovelas.

El furor telenovelerero es global. Cuando se emitía *Los ricos también lloran* (1979) en Rusia, “las calles se quedaban desiertas, las personas se agolpaban ante las tiendas de televisores, los tractores de los campos interrumpían su actividad, y no se oía un disparo en el frente en que se libraba la batalla entre azerbaiyanos y armenios”, publicó *The Moscow Times*. La audiencia fue tal que, mientras soldados de Georgia y Abkhazian estaban en guerra, acordaron una tregua mientras se transmitía la historia encabezada por Verónica Castro.

Algo similar ocurrió con *Mirada de mujer*, de TV Azteca, que tuvo importante eco entre las mujeres de todo el mundo, dado su corte feminista. Mientras el ejército de Estados Unidos entraba en Afganistán en 2001, las afganas veían la telenovela protagonizada por Angélica Aragón, según reportó la revista *Newsweek*.

La historia venezolana *Topacio* (1984) fue popular en Italia. Durante la Copa Mundial de Fútbol en 1990 en ese país, gozó de gran audiencia, sin importar los juegos importantes del lugar sede. Ni qué decir de *Kassandra* (1993). Influidó tanto en los televidentes serbios, que sobrepasó la ficción. Un grupo de fanáticos escribió al gobierno venezolano solicitando suspendieran el juicio contra Kassandra, personaje de la telenovela. En Indonesia también obsesionó. Al grado de que el gobierno tuvo que regañar a sus ciudadanos que ya no asistían a trabajar para ver el teledrama. De hecho, *Kassandra* mantiene el récord Guinness como la telenovela más vista en el mundo: 128 países.

Así de poderoso es el mundo de las telenovelas. O mejor dicho, el de las producciones Latinoamericanas. Hoy en día los principales distribuidores son: Televisa, TV Azteca y Argos (México), TV Globo y Rede Recod (Brasil), Caracol TV, RCN, RTI e Invento (Colombia), Venevision y RCTV (Venezuela), Pol-ka, Telefó Internacional y Cris Morena Group (Argentina), Telemundo, Fonovideo y Tepey (EU) y Dori Media Group (Israel-Argentina).

Campeones del drama

Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela son los principales países productores de telenovelas. Mientras que Brasil, México y Colombia figuran como líderes en exportación hacia todas partes del mundo, según datos de la agencia EFE.

Televisa es la principal productora de telenovelas a nivel mundial. En 1957 emitió *Senda prohibida* y desde entonces no ha parado. Según su presidente Emilio Azcárraga Jean, la empresa ha producido desde entonces unas 720 historias. Y ya estudian realizar telenovelas en China, con actores locales.

En 2006 la exportación de sus programas, representó el 5.4 por ciento de sus ganancias totales, según resultados financieros del Grupo Televisa, SA. Las telenovelas representan el grueso de sus exportaciones. Nielsen NTI Fast Affiliate Ratings informó que *La fea más bella*, transmitida en Estados Unidos a través de Univision, ocupó el primer lugar de sintonía en su episodio final, entre el público de 18 a 49 años.

Destilando amor fue su último éxito. Y no sólo en México. Según datos de Nielsen Media Research, el teledrama fue lo más visto durante agosto por la audiencia hispana en Estados Unidos.

Actualmente se mantiene firme en Eslovenia, Croacia, Rumania, Centro y Sudamérica, Estados Unidos y España. La empresa revela en su sitio que sus ventas de exportación de programación aumentaron de 534.2 en el segundo trimestre del 2006 a 580.6 millones al día de hoy, lo que representa un crecimiento de 8.7 por ciento.

Otra gran exportadora es TV Globo de Brasil. La información de la agencia EFE indica que la cadena produce el 80 por ciento de los programas que son exportados anualmente por Brasil. Lo que aporta al país cerca de 200 millones de dólares. Las historias brasileñas, dicen, poseen un fuerte componente social o histórico. También revela que TV Globo aumentó sus exportaciones un 70 por ciento en los últimos cinco años.

Los logros de sus telenovelas son encabezados por *Tierra nuestra*, que llega a 84 países, *Esclava Isaura* (70), *Lazos de familia* (66) y *El clon* (62).

Colombia figura en la lista de exportadores importantes del mercado internacional. Los canales privados Caracol TV y RCN transmiten telenovelas durante casi todo el día.

A diferencia de las historias rosas de Televisa, éstas destacan por la mano de sus libretistas.

"Colombia se ha convertido en un nido para producciones de series internacionales como *El Zorro*, pero es la calidad de los guiones lo que le sigue dando éxito a las telenovelas locales", destaca en su sitio Terra.com. Las historias colombianas mezclan fácilmente el humor y los problemas sociales.

La producción del canal Caracol *Sin tetas no hay paraíso*, proyecta el drama de una joven humilde que ve su salida de la pobreza en la prostitución o el narcotráfico. Sólo que para triunfar en la primera debe operarse los senos, lo que busca con desesperación.

Según información publicada por Associated Press (AP), la cadena estadounidense NBC compró los derechos de esta telenovela. Con esto planea un proyecto en español para Telemundo y otro en inglés.

El acuerdo con NBC fue calificado "como el último eslabón de la galopada de telenovelas colombianas en el extranjero". La clave del éxito es el guión, según Camilo Cano, director de ventas internacionales de Caracol.

En *Sin tetas no hay paraíso* una joven ve su salida de la pobreza en la prostitución o el narco

Yo soy Betty la fea marcó el camino de las realizaciones colombianas en Estados Unidos. Fue adaptada por la cadena ABC, bajo la producción ejecutiva de Salma Hayek. La historia de Fernando Gaitán ha sido producida en España, Holanda, Estados Unidos Rusia, México, India, Israel, entre muchos otros países.

Telenovelas a lo gringo

Los que saben dicen que la telenovela se ha convertido en el único producto de reconocimiento internacional de la TV latinoamericana. La popularidad de las historias de novela ha contribuido a que en Israel, el español, después del inglés, sea la lengua más hablada.

Medio siglo de telenovelas

Las telenovelas se mueven en cifras:

450 millones de chinos vieron *La esclava Isaura* (Brasil).



FOTO: CORTESÍA CARACOL

7 de cada 10 rusos vieron *Los ricos también lloran* (México).

50 idiomas, por lo menos, son a los que han sido dobladas las telenovelas.

7 veces a sido transmitida la telenovela *Cristal* (Venezuela) en España, debido a su popularidad.

FOTO: CORTESÍA TV AZTECA

O a que en lugares como Brasil las telenovelas sean el principal fomento al turismo.

Los países que algún día fueron compradores de novelas, hoy ya las producen. Por ejemplo, el éxito de *Yo soy Betty la fea* contribuyó a que Alemania, Holanda, Rusia, España, India, Bélgica y Estados Unidos realizaran versiones locales.

Lugares como Serbia, Croacia, Rumania, Eslovenia o Rusia trabajan sus propias historias, aunque limitadas. No dejan de consumir producciones latinas, pero ya exploran su propio negocio.

Por eso no es nada extraño que cadenas estadounidenses ingresen al negocio. Entre ellas Fox Life, ABC o la NBC. De hecho, *The New York Times* publicó el año pasado que las cadenas ABC y CBS analizaban la posibilidad de crear versiones de telenovelas en inglés. Así también 20th Television, integrante de News Corporation, proyecta hacer remakes de telenovelas en inglés, para pasarlas por canales que son propiedad de otra empresa del grupo, Fox Broadcasting, según datos del periódico argentino *Clarín*.

La aceptación de las telenovelas hispanas en Estados Unidos, que llegan por Univision y Telemundo, han robado audiencia a los grandes como Fox, NBC y ABC. Y eso ha calado...

50 años tiene la empresa mexicana Televisa de producir telenovelas.



3

FOTO: MULTIPHOTO

128 países han visto la historia *Kassandra*. Tiene el récord Guinness como la más vista en el mundo.

720 telenovelas, por lo menos, ha producido Televisa desde 1957.

FUENTE: AGENCIAS.



4



5

3 Angélica Rivera y Eduardo Yáñez en *Destilando amor*. Aunque se trataba de un remake, medio país se paralizó para ver su final feliz.

4 Coraima Torres en la telenovela venezolana *Kassandra*, la más vista en la historia. Se transmitió en 128 países.

5 La franquicia de la telenovela argentina *Rebelde Way* fue adquirida por Televisa, que con la producción creó al grupo juvenil RBD.

En el caso de Disney y de FremantleMedia, han comprendido el valor y popularidad de la telenovela.

"A pesar de que somos una empresa estadounidense, nos dimos cuenta de que nos faltaba el que es quizá el género más importante", dijo a *TV Latina*, Fernando Barbosa, vicepresidente de Buena Vista International Televisión (BVITV, propiedad de The Walt Disney Company).

Así, ingresaron cautelosamente en el negocio. La incursión de BVITV fue con *La Baby Sister*, una coproducción de Caracol (Colombia) y Tepuy (EU), distribuida en México y Argentina. También *Amor a mil*, que llegó a México, Argentina y Perú. Igualmente coprodujo *Abre tus ojos* con RGB. Sin embargo, el vicepresidente de BVITV expresó a *TV Latina*: "No queremos competir con los principales productores de telenovelas, pero, por supuesto, todos soñamos con la próxima *Betty la fea*".

Teledramas en YouTube

Dori Media Group (DMG) empresa internacional del ámbito televisivo, se concentra primordialmente en la producción y distribución de telenovelas. Se ha convertido en un importante proveedor de novelas en el mundo. Cuenta con operadoras de producción en Argentina

e Israel. Es dueña de dos canales de transmisión exclusiva de telenovelas en Israel y uno en Indonesia.

En sus títulos figuran: *Rebelde way*, *Floricienta* y *Sos mi vida*. Su informe del primer semestre de 2007 revela un crecimiento de 5 por ciento, es decir, 5.27 millones de dólares por la emisión y ventas de los derechos de telenovelas.

Las ventas internacionales representaron un 73 por ciento de los ingresos totales en la primera parte de 2007, mientras que en la primera de 2006 representó un 68 por ciento del total de ventas. "Hemos logrado esto con mucho éxito durante la primera parte de 2007 y estamos muy entusiasmados con las expectativas de este mercado", según el presidente de DMG, Nadav Palti.

La subsidiaria de DMG, Dori Media International, se asoció con YouTube para lanzar www.youtube.com/telenovela y www.youtube.com/rebelde. Los primeros canales dedicados al género de la telenovela en YouTube. Con esta nueva plataforma pretenden promocionar sus telenovelas y ganar un segmento juvenil. Además, desde hace un año trabajan en el que será el sitio más grande con información sobre telenovelas. Saldrá en América a finales de 2007 y principios de 2008.

Serbia, Croacia, Rusia y Eslovenia producen ya sus propias telenovelas, y consumen las latinas

Historias de identidad

Las telenovelas, además de entretener, buscan dejar huella en sus espectadores.

Recientemente la telenovela colombiana *Sin tetas no hay paraíso*, realizada por el Canal Caracol y basada en el libro homónimo de Gustavo Bolívar, se convirtió en un éxito de audiencia en Latinoamérica. La historia trata sobre cómo la prostitución sirve a una adolescente que desea operarse los senos para simpatizar a los narcotraficantes de la zona, pues así gana dinero. Las novelas venezolanas abordan frecuentemente temas sociales de gran impacto internacional, y presentan temas relacionados con clases sociales, sexo y de otro tipo.

Las historias de TV Azteca México, más que enfocarse al tema social, tienen como tema principal el amor. Los fundamentos siguen siendo las historias románticas con valores.

Las telenovelas de Televisa permanecen como las típicas historias rosa, cuyo objetivo es entretener y enamorar a la audiencia. La chica pobre es flechada por el chico rico. O bien la chica pobre hereda millones y se casa con el rico.

TV Globo de Brasil ha tenido éxito gracias a sus temas sociales, centrados en la mujer, la familia y la sociedad. Temas como la clonación, las adicciones y las diferencias entre culturas orientales y occidentales también son abordados. •

Plataforma de negocios

Según el ensayo *La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?*, publicado por la Universidad Autónoma de Guadalajara, la telenovela se transforma no para reforzar la creación cultural, sino para facilitar su consumo como mercancía de marca y exportación. El interés por vender sus producciones ha hecho que la telenovela “empiece a no ser vista, sino simplemente consumida”. Las ganancias son un factor importante en la industria telenoveler.

En 2006, IBOPE-AGB informó que de las 21 a 22 horas, el canal 2 de Televisa vendió su espacio publicitario en 348 mil 700 pesos por un spot de 20 segundos. Si considera que un programa de una hora

tiene tres cortes con 20 spots cada uno, se hablaría de que las ganancias de Televisa en horario *prime time* ascienden a 20 millones de pesos.

“La telenovela no es sólo un programa, es una plataforma sobre la cual desarrollar otros negocios”, dijo Alejandro Parra de Telefe Internacional a la publicación especializada en el negocio de la televisión latinoamericana en Estados Unidos, *TV Latina*.

Explicó que muchas empresas obtienen ingresos adicionales por derechos de CD, DVD, conciertos y mercadería que generan las novelas y series, sus estrellas y las carreras musicales de éstas. *Chiquititas*, *Rebelde way* y *Floricienta* son tres ejemplos de ingresos adicionales de



FOTO: CORTESÍA TELEVISIÓN GLOBO.

Las telenovelas latinas son garantía de audiencia global... El final feliz será lo más esperado

Telefe. En el caso de *Rebelde* de Televisa, se promocionan discos, revistas, ropa, muñecas, DVD, etcétera, con la imagen de los protagonistas que llega a toda Latinoamérica. *Lola érase una vez* promueve disco y revista. En el caso de *Destilando amor*, se promociona un disco con las canciones de la telenovela y se hará una gira ecuestre por México y Estados Unidos. TV Azteca ha hecho lo suyo con sus principales telenovelas que promocionan discos con sus temas, como en el caso de *Amor en custodia*, *La hija del jardinero* o *Amor sin condiciones*.

Siendo la telenovela un producto de propiedad, no sólo se limita a los ingresos adicionales, “el modelo de negocios se usa para convencer a los clientes de otros países de que compren el programa y construyan flujos similares a los ingresos adicionales”, según reveló Alejandro Parra de Telefe Internacional a *TV Latina*. Además, explicó cómo los canales de televisión del mundo han cambiado su modelo de negocio. Antes se adquiría el producto terminado, ahora buscan más producciones locales. “Una vez que una novela tiene éxito, entonces todos quieren el formato”, dijo José Escalante, vicepresidente y gerente general de RCTV Internacional a la publicación.

6 *Tierra nuestra*, de TV Globo, es la telenovela más exportada de Brasil. Llega a 84 países.

Los “refritos” son garantía

Los últimos años han evidenciado la tendencia de algunas televisoras por hacer los llamados remakes.

México se ha convertido en un importante comprador de formatos. De hecho, las últimas producciones exitosas de Televisa se centran en historias ya realizadas por ellos. Entre las últimas: *Rubí*, *Muchachitas como tú* (*Muchachitas*) y *Duelo de pasiones*. Y las historias compradas a otros países: *Rebelde* (*Rebelde way*, Argentina), *La fea más bella* (*Yo soy Betty la fea*, Colombia), *Lola érase una vez* (*Floricienta*, Argentina), *Yo amo a Juan querendón* (*Pedro el escamoso*, Colombia) y *Destilando amor* (*Café con aroma de mujer*, Colombia).

TV Azteca sigue los mismo pasos con sus adaptaciones: *Amor en custodia* (*Amor en custodia*, Argentina), *Los Sánchez* (*Los Roldán*, Argentina), *Cuando seas mía* (*Café con aroma de mujer*, Colombia) y *Las juanas* (*Las juanas*, Colombia).

A esta tendencia se ha unido también Venezuela. En 2006 RCTV transmitió el remake de *El desprecio*, original de Julio César Mármol.

Pueden ser novelas ya vistas, adaptaciones exitosas o guiones originales. O simples dramas color de rosa. Eso es indistinto. Las telenovelas latinoamericanas se mantienen como garantía de audiencia a nivel global. Sus historias de amor, problemas actuales, denuncias o reflejo cultural siguen seduciendo a las masas. Y como siempre, el final feliz será lo más esperado. Aquí o en China. •

De Gaviotas a Gaviotas

Datos de telenovela:

- En Chile, a este género se le llama teleserie, excepto en la zona norte, donde se usa el término telenovela.
- La actriz chilena Gloria Münchmayer, al realizar el papel de la celosa y egoísta Estrella en la teleserie *La madrastra*, recibió ataques personales por lo odiado que fue su personaje. Años más tarde, en *Los títeres*, su personaje —la ambiciosa y obsesiva Adriana— se vuelve loca y protagoniza una cruda escena donde juega con muñecas en una piscina; de ahí deriva el dicho popular chileno “peinar la muñeca”, que se refiere a la pérdida de razón.
- En la teleserie *Amores de mercado*, al morir el personaje principal llamado Pelluco, la gente envió coronas funerarias al Mercado Central de Santiago de Chile.
- Durante la Guerra en Bosnia existía un alto al fuego durante la transmisión de la serie venezolana *Kassandra*.
- Durante la transmisión de la telenovela venezolana *Estefanía*, cuenta el actor Gustavo Rodríguez, se suspendieron las reuniones de la Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela (Fedecamaras) para poder ver lo que sucedía con la trama que en ese momento retrataba un acontecimiento político (el periodo dictatorial de Marcos Pérez Jiménez).

FUENTE: WIKIPEDIA