

Aproximación semiótica a los pregenéricos de las telenovelas colombianas

*Félix Joaquín Lozano Cárdenas¹
y María Inés Mendoza Bernal²*

¹*Programa de Comunicación Social, Universidad Francisco de Paula Santander,
Colombia. felixlozano@ufps.edu.co*

²*Maestría en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Zulia
mimber@hotmail.com, mimber2005@yahoo.es*

Resumen

El presente artículo da cuenta de una aproximación semiótica a los pregenéricos de las telenovelas colombianas, con el propósito de identificar los cambios narrativos y determinar su incidencia en la evolución del melodrama. Para el efecto, se analizan seis pregenéricos correspondientes a tres momentos significativos de la telenovela en Colombia, mediante la aplicación del modelo de análisis planteado por Casetti y Di Chio (1991) y Carmona (1991). Los cambios han sido muy significativos y se evidencian en la incorporación sistemática y especializada de diferentes códigos en las escenas que integran la secuencia audiovisual que da vida al cabezote o pregenérico.

Palabras clave: pregenéricos o cabezotes, telenovelas, semiótica de los medios audiovisuales.

A semiotic approach to pregenerics of Colombian soap operas

Abstract

This article takes a semiotic approach to the pregenerics of Colombian soap operas, in order to identify narrative changes and determine their incidence in the melodrama's evolution. Six pregenerics belonging to three significant moments of the soap opera in Colombia were analyzed by applying the analysis model proposed by Casetti and Di Chio (1991) and Carmona (1991). The changes have been very significant and are shown in the systematic, specialized incorporation of different codes in the scenes that make up the audiovisual sequence that gives life to the pregeneric.

Key words: pregenerics, head sketches, soap operas, audiovisual media, semiotics

“Pocos fenómenos culturales evidencian hoy en forma tan expresiva las contradictorias articulaciones que entrelazan las dinámicas culturales a las lógicas del mercado como la telenovela (...)”.

Jesús Martín-Barbero (1992:13)

1. SOBRE LA TELENOVELA EN COLOMBIA

La telenovela se define como un texto dramático audiovisual que pone en escena una serie de relatos cuyo eje central es el melodrama. Es una historia de carácter ficcional que gira en torno a una serie de sucesos, siendo el núcleo familiar de vital importancia. Las relaciones entre sus personajes se construyen a partir de las tensiones relacionadas con paradigmas sobre el amor-desamor, la pobreza-riqueza y maldad-bondad, con el fin de interpelar moralmente al televidente.

Ese cuestionamiento moral que se hace al espectador desde el desarrollo de la trama se constituye en un valor agregado al relato y en una característica propia de la telenovela. Por esta razón, existen diversas miradas y posiciones intelectuales que asumen este melodrama televisivo desde la relación entre medios y cultura, vínculo que permite afirmar que

en la telenovela se articulan las lógicas comerciales de su producción con las lógicas culturales de su consumo en el escenario de la cotidianidad. Por lo tanto:

Su intencionalidad consiste en plasmar acciones y pasiones en lugar de palabras para llegar a un público no lector, y esta característica es la que la ubica en el ámbito de la cultura popular y al mismo tiempo, permite desarrollar un proceso que conduce de lo popular a lo masivo (Martín-Barbero, 1993: 12).

En ese mismo sentido y resaltando su calidad de género seriado de ficción, Mazziotti (1996) afirma que reproduce esquemas culturales y responde a las lógicas de consumo desde diversas perspectivas:

Forma parte de la dinámica cultural de una sociedad y tiene una finalidad mediática porque funciona dentro de un sistema productivo concreto, atiende a las lógicas del consumo y reproduce al mismo tiempo esquemas culturales (Mazziotti, 1996:45).

En este sentido, los procesos de nacimiento, consolidación y transformación de la telenovela colombiana han propiciado un reencuentro permanente con el género, relacionado con los modos de contar, el uso de nuevos lenguajes audiovisuales más complejos, hasta conseguir una infraestructura tecnológica e industrial moderna que permite a productoras y canales de televisión competir en igualdad de condiciones con otros países como Brasil, Argentina, México o Venezuela, de larga trayectoria en la producción de este género. Para Martín-Barbero (1995), esas transformaciones pueden advertirse tanto en el plano *expresivo* como en el plano *referencial*.

La búsqueda de una expresividad nueva va a transformar, en primer lugar, el *espacio escénico* que dejará de ser un mero telón de fondo para convertirse en contexto dramático (...). El segundo nivel en que se sitúan las innovaciones expresivas es el de la *actuación*. Cambios que no tienen que ver sólo con la llegada a la televisión de una nueva generación de actores sino con transformaciones internas a la estructura dramática, que hacen posible una nueva forma de relación de los actores con los personajes (Martín-Barbero, 1995:121).

Si se ubican esos cambios en tres etapas cronológicas de la telenovela en Colombia, se puede hablar de tres grandes momentos:

1.1. Etapa de la telenovela clásica y el teleteatro

Se ubica aproximadamente entre 1959 (fecha en que se emitió la primera producción melodramática de factura nacional) y finales de los años setenta, con el surgimiento de la telenovela regional. En esta etapa, directores y actores de la telenovela provienen del teatro y la radio y se consideraban pioneros en el medio porque “aprendieron haciendo”. Más que telenovelas, eran consideradas como teleteatro, por su puesta en escena rígida (teatral) y sus pocas exploraciones del lenguaje audiovisual, privilegiando la imagen sobre los diálogos. Es este periodo se adaptan grandes obras de la literatura mundial y local, como: *El gallo de oro* (Juan Rulfo), *La tía Julia y el Escribidor* (Mario Vargas Llosa), *Gracias por el fuego* (Mario Benedetti), *María* (Jorge Isaacs) y *La mala hora* (Gabriel García Márquez).

1.2. Etapa de la industrialización

En esta etapa (1980 a 1994) se evidencian notorios avances tecnológicos, el aumento de producción en exteriores, la especialización de los roles de producción tanto en lo técnico como en lo creativo y administrativo, y una riqueza experimental en la forma de contar historias; se incorpora el humor y la sátira. Este periodo recoge grandes momentos de la telenovela en donde se experimenta con temas de región, tales como: “San Tropol” (exploró lo costeño), “Garzas al amanecer” (el mundo llanero), “La casa de las dos palmas” (la tradición antioqueña); y temas sociales como “Amar y Vivir”, “La mujer del presidente”, “Cuando quiero llorar no lloro” (más conocida como “Los Victorinos”).

1.3. Etapa de la internacionalización y surgimiento de canales privados de TV

Esta tiene su apogeo en los años noventa, estrechamente ligada al surgimiento de los canales privados de televisión Radio Cadena Nacional (RCN) y Caracol. En esta etapa, la telenovela colombiana se caracteriza por la riqueza de su lenguaje audiovisual, la venta y coproducción con canales y productoras internacionales, la consecuente adaptación de sus narrativas a los mercados extranjeros, la introducción de nuevas tecnologías en su producción y su difusión a través de la red digital. De este

tercer momento, es importante resaltar “Café con aroma de mujer” (1994), pues ha sido hasta el momento la telenovela más exitosa en términos de ventas al mercado internacional.

2. ACERCA DE LOS CABEZOTES O PREGENÉRICOS DE LAS TELENOVELAS COLOMBIANAS

Esta clasificación por etapas constituye el punto de partida para analizar, desde una perspectiva semiótica, el papel que desempeñan los *cabezotes o pregenéricos* de las telenovelas colombianas, puesto que son componentes de alta relevancia que evidencian los cambios narrativos que han experimentado estos melodramas televisivos.

Se entiende por *cabezote o pregenérico* de una telenovela a aquel relato corto, por lo general no mayor de 60 segundos que, a manera de presentación o portada, busca que el televidente identifique de inmediato el programa. Acompaña permanente la emisión de cada nuevo capítulo de una telenovela, con el fin de recordar entre el público el nombre, la melodía característica, la tesis dramática, así como su *casting* o elenco de actores, además de promover la fidelidad del televidente mediante un repaso breve y constante por los momentos más emotivos y significativos de la trama. Una de las características más relevantes del cabezote se fundamenta en su capacidad para seducir y motivar al espectador hacia el relato telenovelesco que se presenta.

Según Ochoa (2005), dos elementos resultan fundamentales como ingredientes de un pregenérico:

...una canción que pegue, que uno quiera seguir cantándola y que quiera que arranque el cabezote. Otra característica importante del cabezote es que tenga efectos agradables (...) los actores ya no se visten normalmente como se visten en la novela sino que tienen un vestuario mucho más elegante, el maquillaje es mucho más fuerte porque los personajes tienen que ser más llamativos (Ochoa, 2005:12).

Por su parte, Rincón (2005) plantea que el cabezote establece el nivel imaginario estético del público, puesto que siempre goza de excelente factura y logra que la gente se identifique con los personajes y el argumento. El pregenérico cuenta la tesis dramática y los momentos cruciales del relato, pone de manifiesto el conflicto, y además presenta la música

ca que identifica la historia y al elenco de actores principales, elementos clave para crear un recordatorio de la telenovela.

2.1. Tipos, funciones y características

Los cabezotes se pueden clasificar en (Ochoa, 2005 y Rincón, 2005):

2.1.1. El decorativo, muy utilizado desde comienzos de la industria de la telenovela, es aquel que sirve solamente para la promoción y el mercadeo del producto televisivo y que, incluso, es utilizado solamente en el primer capítulo. Su función consiste en decorar la producción, en mostrar de manera espectacular los escenarios y actores para impactar a la audiencia.

2.1.2. El de sistema de estrellas (en inglés, *stars system*) cumple con la función de dar a conocer el reparto de actores y actrices, diferenciando los principales de los secundarios. En muchas ocasiones se complementa con créditos que se refieren a “la actuación de la primera actriz”, “la participación especial de...”, “la participación estelar de...”, que dejan entrever la jerarquía actuarial.

2.1.3. El de tesis dramática o resumen ocurre cuando se presenta un sumario muy bien elaborado de la tesis dramática sobre la cual gira la telenovela.

2.1.4. El de tono o atmósfera hace referencia al ambiente que rodea la producción y que le permite al televidente reconocer que se trata de una telenovela de humor, de misterio, etc.

2.1.5. El de mención de producto es aquel que, dentro de su encuadre y su narración, incorpora en sus relatos, en sus personajes o en sus escenarios, productos comerciales de los patrocinadores de la telenovela, los cuales son usados o avalados, de manera discreta y disimulada, por esos actores. Es el caso particular de “Betty la fea” (1999), en cuyo cabezote fue notoria la presencia de la marca “Pantene”.

3. FUNDAMENTOS TEÓRICOS PARA EL ANÁLISIS SEMIÓTICO

Para la construcción de un modelo de análisis de los cabezotes de las telenovelas colombianas se tomó la perspectiva semiótica de Casetti

y Di Chio (1991) y Carmona (1991) referente a los componentes filmicos, en función de sus tres códigos: icónico, lingüístico y sonoro.

Si bien existen muchas definiciones en torno al concepto de *código*, fue necesario extraer algunas indicaciones que sirvieron de base al trabajo de análisis y que permitieron una definición contextualizada y útil del término, a saber:

Un código es siempre: a) un sistema de equivalencias, gracias al cual cada uno de los elementos del mensaje tiene un dato correspondiente; b) un *stock* de posibilidades, gracias al cual las elecciones activadas llegan a referirse a un canon; c) un conjunto de comportamientos ratificados, gracias al cual remitente y destinatario tienen la seguridad de operar sobre un terreno común. Sólo por la presencia de estos tres aspectos, y por su presencia simultánea, puede funcionar verdaderamente un código (Casetti y Di Chio, 1991:72).

Esto implica el reconocimiento, al interior de un producto audiovisual, por un lado, de una pluralidad de códigos y, simultáneamente por el otro, de una convergencia en el plano de la significación. Son estos códigos los que, justamente, hacen que aquella complejidad propia del lenguaje audiovisual resulte entendible para el televidente o espectador común. Estos códigos se suelen clasificar (Casetti y Di Chio, 1991) en:

3.1.1. *Códigos visuales*. Se tipifican en: *códigos iconográficos* que regulan la construcción de las figuras, con un significado fijo, pero que están sujetas a normas de convencionalismo, como por ejemplo, un personaje que por sus rasgos fisonómicos, su comportamiento, su vestimenta, etc., se identifique como enfermera; *códigos de la fotograficidad o composición fotográfica*, se refieren a la perspectiva, el encuadre, la iluminación y el cromatismo propios de la fotografía; *códigos de movilidad*, se relacionan con el movimiento de los objetos y sujetos dentro de la acción propia de la imagen y el movimiento del punto desde el que se filma la realidad (movimientos de la cámara: panorámicas, *travelling* o *dolly* y el *zoom* o movimiento óptico aparente).

3.1.2. *Códigos gráficos o lingüísticos*. Son todos aquellos géneros de escritura que están presentes en una producción audiovisual. En el sentido más literal de la palabra, obligan al espectador a “leer” y están íntimamente ligados con los códigos de la escritura (subtítulos, títulos y textos). Pueden ser *diegéticos*, cuando se visualizan en la narración; o *no*

diegéticos, extraños al mundo narrado pero formando parte del mundo de quien narra.

3.1.3. *Códigos sonoros*. Están constituidos por las voces, los ruidos y los sonidos musicales, aunque algunos consideran un cuarto caso: el silencio. Los códigos sonoros cumplen la función de cargar de sentido el contenido del encuadre, unen o desarticulan las imágenes de una secuencia y contribuyen notablemente al montaje.

3.1.4. *Códigos sintácticos o del montaje*. Estos códigos pueden activarse en dos niveles diferentes: “dentro” de las imágenes y “entre” las imágenes. En el primer caso, “actúan por simultaneidad, agregando y disponiendo elementos copresentes en el interior de la misma imagen, mientras que en el segundo caso, por el contrario, actúan por progresión, asociando y organizando elementos que forman parte de imágenes distintas y por lo demás contiguas” (Casetti y Di Chio, 1991:105).

Por otra parte, Carmona (1991) plantea que se debe abordar cualquier pieza cinematográfica con el propósito de describirla y encontrarle su sentido, y no con la finalidad de traducir a un lenguaje diferente lo que dice o parece decir. Propone las siguientes etapas para el análisis: una primera de *segmentación*, que consiste en dividir la linealidad del relato audiovisual en unidades significativas como los episodios o las secuencias hasta encontrar las unidades mínimas como los planos y los encuadres; una de *estratificación*, en la cual se descomponen cada una de esas unidades en sus componentes internos (tiempo, espacio, acciones, elementos figurativos o banda sonora, entre otros); y, una tercera de *recomposición*, en donde se reorganizan los elementos para construir una lógica que explique el funcionamiento de todo el conjunto del relato y que otorgue a la totalidad del film un determinado significado.

4. CONSTRUYENDO EL MODELO DE ANÁLISIS SEMIÓTICO

Un estudio sobre los cambios narrativos de los pregenéricos de las telenovelas colombianas, desde una mirada semiótica sobre sus códigos lingüísticos, icónográficos y sonoros, permite conocer la evolución que ha tenido este género de ficción, tomando como referentes tres momentos significativos y seis *corpus*: “El Taita” y “María” para la etapa de la telenovela clásica, “Las Juanas” y “Café con aroma de mujer” para la

etapa de industrialización, “Betty la fea” y “Hasta que la plata nos separe” para la etapa de internacionalización.

El modelo que se propone a continuación se elabora en función de los diferentes tipos de códigos descritos por Casetti y Di Chio (1991) y la propuesta de Carmona (1991) sobre segmentación, estratificación y recomposición. Proposición que se aplicará al cabezote en su condición de mensaje audiovisual, con el propósito de describir su modo de funcionamiento estructural y su significado.

La propuesta está organizada como sigue: a) una descripción breve del cabezote y la respectiva telenovela; b) desglose al detalle del pregenérico que contempla: escena, imagen, descripción de la imagen, sonido, créditos, escenografía y vestuario, transición, tiempo parcial y tiempo total; c) descripción de escena, elementos clave, códigos visuales, códigos lingüísticos o gráficos, códigos sonoros y códigos sintácticos o del montaje; c) relación entre los códigos presentes y analizados en el pregenérico.

En esta investigación se aplicó el modelo arriba propuesto a cada uno de los pregenéricos de las seis telenovelas tomadas como muestra; luego se realizó un análisis comparativo que contempla los ítems b) y c) más las características relacionadas con: *temporalidad, espacialidad, cantidad de escenas, duración y tipología del cabezote*, entre otras, lo que permitió inferir las evoluciones técnicas y narrativas planteadas en los objetivos de esta investigación, como se muestra en el cuadro 1.

4.1. Aplicación del modelo de análisis

Es importante aclarar que el análisis se efectúa sobre una escena de un cabezote, que en este artículo corresponde al de “Betty la fea”, en aras de la síntesis.

Se seleccionó la telenovela “Betty la fea” (1999), idea original de Fernando Gaitán, porque fue una de las telenovelas más exitosas en la historia de Latinoamérica, su versión original fue emitida en muchos países con gran éxito y con elevados niveles de audiencia, es uno de los programas de televisión que cuenta con más adaptaciones. Esta producción del canal privado RCN corresponde a la etapa de internacionalización y es considerada como un hito en la mundialización de las telenovelas colombianas, dado que se emitió en países tan disímiles como Rusia, India, Alemania y Estados Unidos, entre otros.

Cuadro 1
Características del cabezote o pregenérico y elementos de análisis

Característica	Cabezote o pregenérico					
	1. El Taita	2. María	3. Las Juanas	4. Café	5. Betty La Fea	6. Hasta que la plata
Etapa						
Tipo de cabezote						
Duración						
Cantidad de escenas						
Temporalidad						
Espacialidad						
Relación cabezote y tele- novela						
Desglose por escenas						
Elementos simbólicos clave						
Color de la imagen						
Ángulos, planos y movimientos						
Escenografía						
Iluminación						
Vestuario						
Uso de efectos visuales						
Sonido y musicalización						
Análisis del pregenérico						
Elementos simbólicos clave						
Códigos iconicidad						
Códigos fotograficidad						
Códigos movilidad						
Códigos gráficos y lingüísticos						
Códigos sonoros						
Códigos sintácticos						

Fuente: elaboración propia.

El pregenérico o cabezote de esta telenovela es de tipo *mención de producto*, tiene una duración de 1 minuto y 14 segundos, está compuesto por 29 escenas que muestran las torpezas de Betty, sus sueños e ilusiones en su trabajo, una compañía de modas llamada “Ecomoda”. La cámara combina lo subjetivo y lo objetivo con respecto a Betty.

A continuación se presenta el *desglose* de la Escena No. 1 del cabezote de “Betty la fea”:

Descripción de la imagen: plano medio, contrapicado, interior/día. Mediante una cámara subjetiva que simula los ojos de un bebé en la cuna, aparece la imagen de una enfermera y el padre de Betty, quienes levantan una manta y contemplan a la niña. Sus expresiones son de sorpresa y desconcierto. Se aprecia parte del techo y una lámpara fluorescente.

Sonido: una voz femenina dice: “tan linda” y luego se escucha la voz del padre que dice: “aguuuú” y se ríe. La enfermera emite un gemido de sorpresa.

Créditos: En esta imagen no aparecen créditos.

Escenografía, vestuario y personajes: la escenografía es artificial, construida con elementos de estudio. La enfermera tiene uniforme blanco con gorro, mientras el padre de Betty viste de saco y corbata.

Transición: la primera imagen entra por corte directo.

Tiempo parcial: 4 segundos. *Tiempo total:* 4 segundos.

En esta segunda parte se presenta el análisis de la misma escena (No. 1) de la telenovela “Betty la fea” en función de los códigos:

Elementos simbólicos clave: la *manta* que muestra la cámara subjetiva indicando que hay alguien debajo de ella; la *cuna* que evidencia la presencia de un bebé; la *enfermera*, que remite al ámbito hospitalario; el *papá* de Betty, con expresión alegre que sugiere la relación existente entre él y la niña.

Códigos visuales: iconográficamente se observan una enfermera, una cuna y un hombre en un espacio que remite a una sala de pediatría de un hospital. Desde la perspectiva fotográfica la imagen se presenta mediante una perspectiva frontal, con un plano en contrapicado, iluminación neutra (interior/día), predominando los colores blanco y rosado. Hay movimiento de la enfermera al retirar la manta, así como del rostro del hombre con gesto de felicidad.

Códigos lingüísticos o gráficos: en esta escena no se visualizan estos recursos.

Códigos sonoros: se presenta un sonido diegético puesto que se escucha la voz del padre de la bebé que dice “aguuuú” y se ríe; igualmente se percibe el sonido de asombro y sorpresa por parte de la enfermera.

Códigos sintácticos de montaje: el paso de esta primera escena a la siguiente se hace por corte, utilizando el movimiento de la manta como elemento de transición.

La *relación de códigos* que se presenta en este cabezote de 29 escenas se realiza de manera rápida, con muchos contrastes entre lo feo y lo bello y con una generosa gama de elementos sonoros, visuales, lingüísticos y de montaje. Tanto la letra de la canción como los sonidos ambientes refuerzan el ritmo narrativo y el contenido de las imágenes: la melodía propone códigos sonoros que hacen evidente la fealdad de Betty, su torpeza, su timidez, su vida accidentada, los rechazos de la gente y la poca relación que posee con su entorno laboral; las imágenes reiteran estas características en tanto muestran movimientos torpes de la protagonista, accidentes en sus espacios de trabajo, confusiones, intentos fallidos por hacerse visible y un generalizado rechazo que se expresa en los rostros de quienes la observan en las diferentes etapas de su vida. Se refuerza el contraste entre lo bello y lo feo para plantear al televidente el dilema moral de lo superficial y lo profundo.

5. CONCLUSIONES GENERALES

El modelo de análisis propuesto permite inferir que el cabezote, como una producción autónoma y cambiante, es una secuencia codificada en torno a una sucesión de imágenes que, articuladas de una manera específica, producen un significado.

En los dos cabezotes correspondientes a la etapa de la *telenovela clásica* (“El Taita” y “María”), se observó que en la construcción de su mensaje se incorporaron muy pocos códigos visuales, gráficos o sonoros: la cámara es objetiva, poco participativa y se dedica a mostrar lo que ocurre al frente sin mayores pretensiones. Los cabezotes de esta etapa se caracterizan por escenas de larga duración que se apoyan mayormente de los planos generales, hay predominio de la imagen sobre el sonido, títulos grandes que resaltan el nombre de la obra, presencia de tipologías decorativas o de atmósfera que no proporcionan ningún detalle de la trama.

En las telenovelas que se ubicaron en la etapa de la *industrialización* (“Las Juanas” y “Café, con aroma de mujer”) se presenta un tipo de cabezote con mayor riqueza visual, donde se da prioridad al *stars system* nacional y se trata de mostrar los paisajes, las características de los actores, sus vestuarios y los rasgos principales como personajes. Puede afirmarse que los dos cabezotes correspondientes a esta etapa resultan altamente simbólicos, puesto que el uso de códigos con afinidades a los gustos y estética de los televidentes, particularmente los relacionados con la parte sonora, permitieron memorizar la canción que identificaba cada telenovela. También es importante resaltar que los títulos son llamativos y están complementados por logotipos o diseños gráficos particulares para cada telenovela.

En la etapa de la *internacionalización* (“Hasta que la plata nos separe” y “Betty la fea”) el cabezote cobra mayor importancia por su impacto visual, la velocidad y corta duración de sus imágenes, la presencia de un mayor número de escenas y la riqueza en la exploración de códigos, aplicados tanto a las imágenes “naturales” capturadas con la cámara como a los elementos “virtuales” recreados gracias a las nuevas tecnologías, que permitieron animar fondos y figuras, hacer retoques digitales de imagen y generar efectos casi que ilimitados, tanto en audio como en video.

En esta etapa, priman los cabezotes de *tesis narrativa o resumen*, como es el caso de “Hasta que la plata nos separe”, y de *mención de producto* en “Betty La Fea”, en donde se hace evidente la mezcla de intereses narrativos con intereses económicos propios del mercadeo de la telenovela por parte de los canales privados. En este periodo de internacionalización de la telenovela, el cabezote cuenta con un presupuesto propio y generoso, se produce con frecuencia en formato de cine, con música original elaborada especialmente para el producto con un realizador o agencia particular. Sus puestas en escena espectaculares parecieran emular el corto cinematográfico: tomas cortas, fotografía propia de una película, sonido de excelente calidad, edición y montaje de alta precisión, etc.

Finalmente, se puede concluir que en los inicios de la telenovela colombiana, el cabezote se realizaba con fragmentos de los primeros capítulos en donde importaba mucho más el texto que la propuesta visual o narrativa. Actualmente los cabezotes tienen vida propia, se erigen en el rostro amable y seductor que cada producción maneja para el mercado

nacional e internacional y generan lo que se podría llamar “amor a primera vista” entre el televidente y el melodrama.

Referencias documentales

- CARMONA, Ramón. 1991. **Cómo se comenta un texto filmico**. Ediciones Cátedra S.A., Madrid (España).
- CASSETTI, Francesco y DI CHIO, Federico. 1991. **Cómo analizar un film**. Ediciones Paidós. Barcelona (España).
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1995. La comunicación plural. Paradojas y desafíos. Revista **Nueva Sociedad** No. 140, Buenos Aires (Argentina).
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1993. La telenovela en Colombia. Televisión, melodrama y vida cotidiana. (Art. en línea). Disponible en: www.fela-facs.org/dialogos/pdf17/barbero.pdf (Consulta: 2005, marzo 22).
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1992. **Televisión y melodrama**. Tercer Mundo Editores, Bogotá (Colombia).
- MAZZIOTTI, Nora. 1996. **La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina**. Ediciones Paidós, Buenos Aires (Argentina).
- OCHOA, Carlos. 2005. Entrevista en audio realizada el día 26 de Mayo. Jefe de la sección de entretenimiento de los noticieros del Canal Caracol de Colombia. Bogotá (Colombia).
- RINCÓN, Omar. 2005. Entrevista en audio realizada el día 2 de Diciembre. Profesor titular de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Coordinador del Postgrado en Televisión. Bogotá (Colombia).