

Cuando la telenovela se convierte en el retrato de la sociedad: Caso Betty, la fea

>> Por Marco Antonio Galindo*

Es para mí un placer estar acá ante esta nueva generación de comunicadores que tienen una inmensa responsabilidad con el país. Ustedes son los llamados a no permitir que la historia y la identidad de nuestro país y la memoria se pierdan en cualquier anaquele de una biblioteca.

Agradezco a la directiva de la Universidad Autónoma del Caribe por haberme invitado a hacer parte de esta V Semana de las Comunicaciones, donde hay grandes invitados internacionales y nacionales.

Voy a abordar un tema en el que se toca una novela que marcó la historia de la televisión colombiana. Puedo hablarles desde mi experiencia, de lo que ha sucedido con unas novelas en las cuales estaba al frente como productor y director. Por cosas de la memoria mía, no la del país, debo recurrir a algo que escribí para compartirlo con ustedes y dejarles una serie de cuestionamientos a esta valiosa generación que viene en camino.

La televisión es el consuelo de los más necesitados. ¿En qué momento la telenovela se convierte en retrato de una sociedad? Me atrevo a decir que a partir del momento en que nuestra sociedad no visibiliza, por razones desconocidas, a nuestros héroes e ídolos; ídolos de barrio, quizá, pero al fin y al cabo ídolos, a los protagonistas de nues-



tra historia. Es ahí cuando surge la necesidad de encontrarnos con la ficción.

La industria del entretenimiento hace que la telenovela se convierta en ese vehículo, ya que logra conmover, trastornar, seducir, e intenta mostrar la cotidianidad de la vida a través de personajes que encarnan una identidad de la que carecen los espectadores, y es a través de esa identidad que pueden hacer catarsis para exteriorizar sus dramas sociales, sus relaciones afectivas, entre otras.

La brecha que ha propiciado el modelo educativo de nuestro país muy seguramente permite que los

contenidos de una telenovela o una película sean modelos que dicten conductas a seguir. La estructura dramática exige que en una historia existan personajes opuestos, el bueno tiene su contraparte, el personaje antagonico, el malo de la película; elementos claves para los diferentes puntos de giro de una historia, la historia más inocente requiere protagonistas y antagonistas, la eterna lucha entre el bien y el mal; si todos los personajes fueran buenos, muy seguramente las películas, y desde luego las telenovelas, que es el tema que estamos tratando de abordar, serían

muy aburridas.

“Todas las noches, millones de colombianos escapan a la rutina diaria de la guerra, los secuestros y el narcotráfico y encienden sus televisores para ver yo soy Betty la fea. La telenovela es tan popular que el presidente Andrés Pastrana a menudo programa sus mensajes televisados al país para que coincidan con el intermedio de Betty y aprovechar así un mayor número de espectadores”. Hace más de una década esta fue una de las tantas cosas que se escribieron de la telenovela más famosa hecha en Colombia por colombianos. Esta cita periodística corresponde a una información de la agencia Reuters.

Betty partió en dos la historia de la televisión colombiana, permitió que se realizaran estudios sociológicos para tratar de entender este fenómeno e hizo que se crearan clubs de fans como las Bettyadictas, en España. En el horario de Betty, Colombia rompía la cotidianidad en los hogares, permitieron la entrada a esa fea que todavía no había recorrido el mundo. La cita todas las noches con Betty hacía olvidar momentáneamente la cruda realidad social del país. La historia de Betty, como otras telenovelas, es el reflejo de una sociedad como la colombiana que no se impresiona porque los dueños del poder, ya sean altos ejecutivos, funcionarios, accionistas y empresarios públicos o privados, riñan por poder, por dinero fácil, por alcanzar una mejor posición social de forma desleal e intrigante; oscuros personajes que desde las altas esferas del poder nacional crean leyes para defender a los que de una u otra manera, viven de la corrupción, maquillan presupuestos, estados financieros; que desde sus po-

“

La comunicación
es un bien público, no patrimonio económico ni menos moral de empresas particulares

”

siciones de mando lideran carteles de corrupción ante la mirada impávida de los espectadores.

Los anteriores paradigmas se convierten en modelo a seguir. Quizá por una ausencia de valores en nuestra maltrecha sociedad. Cuando existe una crisis de valores en la sociedad, esta es fácilmente permeable por los paradigmas planteados, casi de manera subliminal, en la variedad de telenovelas que sin ser invitadas entraron a los hogares para quedarse, apropiándose de la tranquilidad familiar y en muchos casos, imponiendo léxicos, comportamientos y, por qué no decirlo, crear una falsa identidad en aquellos que de cierta manera han perdido la esperanza de alcanzar

sus sueños y encuentran en los protagonistas de las historias su única manera de realización.

No podemos desconocer que la telenovela tiene una manera de plasmar los sueños y fantasías de los personajes. En el caso de Betty, ella soñaba todo lo que en muchas historias es fácil y posible; para ella todo era un sueño, la riqueza, el amor, su príncipe azul.

Si algo caracteriza las telenovelas es el conflicto de clases, la condición social de sus protagonistas. La telenovela reemplaza la función social que en algún momento cumplían la fiesta, el carnaval, el circo. La telenovela se convierte en un medio para reivindicar la desigualdad y el reconocimiento social. Este género permite a muchos identificarse a través de los diferentes personajes ante la imposibilidad de acceder a otras formas de entretenimiento, por carencia de recursos muchas veces, o por falta de formación en los integrantes de los diferentes grupos sociales.

Ustedes, comunicadores, deben, por sus trabajos en las universidades, haber visibilizado dónde están esas falencias, cuando el único medio de comunicación que puede tener gran parte de los colombianos de las zonas más marginadas es el televisor, que siempre ha acompañado a los más humildes hogares y en los más apartados rincones donde, de una u otra manera, llega una señal de televisión. La telenovela ofrece personajes que crean odios y rencores, al punto de generar rechazo y agresión contra los mismos actores que interpretan personajes que, de una manera u otra, han marcado la sociedad. Cabe preguntarnos qué sucede cuando las mujeres ven en estos personajes al hombre ideal e idealizan el amor de su vida, enamo-

rándose del galán de la telenovela de turno. Recientemente, y ahora con las redes sociales, se manejan otras cosas que hace muchos años no se manejaban. Las redes nos están permitiendo tantas cosas, entre ellas agredir a los actores.

En la televisión colombiana, un actor o varios, fueron víctimas de amenazas del prototipo de actor que no deberían interpretar ciertos personajes, y es ahí donde debemos preguntarnos si en Colombia estamos formando desde las aulas a las nuevas generaciones, porque los que pasamos ya no podemos hacer nada; pero, los que se están formando sí tienen una forma de apreciación audiovisual. Nos estamos formando como comunicadores sociales y entonces se puede cambiar esa forma de mirar ciertos productos audiovisuales. Es algo que ustedes deben asumir, ustedes que son la nueva generación que puede innovar en comunicación.

II

La sinopsis de esta telenovela planteaba a Betty como una joven sencilla, fea pero inteligente, que debía desempeñarse como asistente y secretaria en una acreditada agencia de modas en la capital del país. Betty era economista y ostentaba un posgrado en finanzas. Se enamoraría de su jefe de inmediato, Armando, el presidente de la compañía, que era manipulado por oscuros intereses empresariales. La historia se desarrolla intensamente y con mucho humor y ritmo en la diaria cotidianidad de una oficina donde la rutina y el espectáculo van de la mano durante las intrigas que viven los diferentes personajes.

Los televidentes vivieron en carne propia y acompañaron día a día las vidas de los personajes de esta

historia, en las oficinas de Ecomoda. Más que reflejarse Colombia, se reflejó el deseo de un país, engaños, competencias, muchas veces desleal, status, apariencias, luchas por la sobrevivencia, amistades por interés, mentiras, lealtades, seducciones, etcétera. Por primera vez la protagonista de una telenovela era una fea, el personaje al que muchos no le apostaban pues uno de los requisitos para las protagonistas es ser linda, quizá tonta, pero bonitas. Esta economista de origen humilde y de aspecto repulsivo no reunía las anteriores características.

La telenovela permite hacer una crítica social a la ignorancia administrativa de las clases altas. Beatriz Pinzón reta a estas clases con su inteligencia, rompe el paradigma en el cual solo las bonitas, glamorosas, siliconadas, de cabello sedoso y plástica belleza, alcanzan el éxito. La fealdad, la torpeza, la timidez, la poca gracia, la ausencia de sensualidad y erotismo de Betty contrasta con su ética incorruptible y sus sentimientos. Cuando a Betty



La comunicación
es un bien público, no patrimonio económico ni menos moral de empresas particulares



le proponen recibir un soborno, el público le pide al personaje que no admita el soborno. Incluso, columnistas de algunos periódicos amenazan con dejar de ver la telenovela si Betty se doblega ante la corrupción. En ese momento, las redes sociales, por lo menos para nosotros, no estaban, pero el público ya trataba de interactuar.

Hoy en día las telenovelas, y no solo las telenovelas sino muchos productos de la pantalla chica, o del cine también, reciben una calificación desde las redes sociales; se aprueba o se desaprueba y hoy día es más difícil, pero es algo que está abonando el camino para que tengamos un cambio; puede ser que desde las redes sociales se puedan romper ciertos paradigmas en la realización, no en las telenovelas que se realicen. Eso está claro, pero las redes son eso, se hicieron para eso. Los nativos digitales manejan el tema a la perfección, los inmigrantes digitales estamos en desventaja con ustedes y ustedes están en desventaja con las nuevas generaciones que hoy día tienen dos o tres años.

Los comunicadores estamos llamados a estar actualizados constantemente, casi que las 24 horas del día. Hoy día salen aplicaciones constantemente y las desconocemos, utilizamos el mínimo de aplicaciones de un teléfono de alta gama y debemos manejar todas estas herramientas; hoy la televisión no se hace con cámaras enganchadas a un master o a un puesto fijo o a una unidad móvil sino, en ocasiones, con un teléfono portátil, desde donde emitimos a un canal que recibe nuestra señal. Eso todavía aquí no lo vamos a ver, pero ya en muchos países se está trabajando así. Fíjense el reto que ueste-

des tienen como periodistas, como comunicadores sociales. Independientemente de que ejerzan o no el periodismo, un comunicador social está preparado para defenderse en diferentes campos. Cuando uno asume el periodismo lo debe hacer con responsabilidad y consciente de la realidad social que vive el país y su entorno, por difícil que sea.

No todas las telenovelas crean estereotipos asociados. Tienen lo suyo y a menudo nos vemos reflejados en la pantalla. Algunas telenovelas toman estos modelos, los adaptan a las necesidades de la historia y los espectadores tomarán aquello que los identifique con estos personajes nacidos entre la realidad y la ficción.

Qué puede esperar una sociedad donde desde la ficción se vende la idea de que personajes como el mafioso, el político, el delincuente o corrupto, tienen un mejor futuro que los ciudadanos de bien. Cuál es la mirada que muchos pueden hacer hacia los profesionales que dedicaron su vida a prepararse y no logran alcanzar sus sueños. Tenemos que cuestionarnos. Ustedes deben cuestionarse y cuestionar a muchas aristas que hay en la sociedad que permiten que esto suceda; ustedes son los llamados desde el periódico, el noticiero regional o local, como lo quieran llamar, a proponer cambios nuevos, yo diría que en la provincia, donde están los canales regionales y más que los regionales en los locales. Hay un semillero grande de gente que quiere cambiar muchas cosas en los medios, visibilizar muchas cosas de nuestra sociedad y son ustedes los llamados a contar historias contadas por nuestra gente, para nuestra gente; historias que no nos las cambien.

“

La comunicación es un bien público, no patrimonio económico ni menos moral de

”

No permitamos que nos cambien las historias, las historias. Colombia es un país lleno de historias que las podemos reflejar en distintos medios. Ustedes, comunicadores sociales, ya deben estar preparados para enfrentar el fenómeno que viene, o que ya está en Colombia como es la trasmisión de web series, un espacio para visibilizar historias que pueden realizar con herramientas sencillas como la cámara de un celular. Lo importante es que tengan inquietud, creatividad, imaginación, pero ante todo, que conozcan la realidad social del país para que de esa manera puedan contar historias, ya sea a través de una pantalla o de un medio físico, porque la pantalla es global, tenemos pantallas en todas partes, en un avión, en un taxi, en un restaurante, en la funeraria, en un bolsillo; en el bolsillo podemos tener dos, tres pantallas y son los celulares.

Deben estar preparados para

aplicar y manejar esas herramientas que les van a facilitar la vida desde el punto de vista de la realización, ya sea como realizadores de historias dramatizadas o como periodistas. Sacan el celular y ahí ya están contando una historia que puede ser noticia a través de una red. No necesitan estar vinculados a un gran medio de comunicación, desmitifiquen a los grandes medios, ustedes ya saben que un soporte puede ser un celular. Disfrútenlo, hagan realidad sus inquietudes, sus historias, sería bueno considerar cuántas instituciones educativas en el país enseñan la historia nuestra de manera profunda y paralelamente promueven la apreciación audiovisual para tener una mirada diferente frente a todo lo que nos ofrecen en las diferentes pantallas que invaden nuestra cotidianidad.

Si eso existiera desde las aulas, tendríamos una forma distinta de ver los diferentes productos audiovisuales que nos brindan a diario, y sobre todo seríamos poseedores de una identidad propia, no prestada. Hoy, los comunicadores tienen la ventaja de la inmediatez desde el bolsillo. Vuelvo a insistir en el celular: ustedes pueden crear identidad desde donde quieran. Hay un proyecto en el Caquetá, donde se desafió la creatividad y la imaginación de los niños, donde se les entregaron unas cámaras de video y sólo se les enseñó a prenderla y apagarla y como grabar. Les dejo la inquietud para que busquen ese proyecto y evalúen como se cuentan historias sin conocer la gramática de la narrativa audiovisual.

III

Existen en Colombia televidentes pasivos y activos. Un televidente activo informado tiene sentido crítico suficiente para decidir y

saber aceptar lo que proponen los personajes que se representan en una telenovela y que no son retrato de la sociedad ni ejemplo a seguir. Esto hace la diferencia. Para lograr esta meta se debe permitir que los infantes accedan a productos audiovisuales acorde a su edad y capacidad de racionamiento desde sus inicios, bajo la mirada atenta de psicólogos y especialistas en la materia.

También podemos preguntarnos si son los estereotipos creados por la telenovela la que la convierten en un retrato de la sociedad o es el modelo educativo que lo facilita. Juan Pablo II, en un libro que escribió con Karl Popper hace muchos años, planteaba lo siguiente: "Formar los hábitos de los hijos puede a veces simplemente querer decir apagar el televisor porque tenemos cosas mejores que hacer, o porque la consideración hacia los demás miembros de la familia así lo reclama, o porque la visión indiscriminada de la televisión puede ser perjudicial. Los padres que se sirven habitualmente y por largo tiempo de la televisión como una especie de niñera electrónica aplican su papel de principales educadores de sus hijos."

Las telenovelas, ante la ausencia de paradigmas a seguir en la sociedad, crean prototipos a imitar de hombres, mujeres, víctimas y victimarios en todas las clases sociales, modelos que se manifiestan en la cotidianidad de los televidentes logrando la estigmatización de ciertas clases sociales que, con el uso del lenguaje o jerga, muchas veces justifica la creación de valores morales falsos que sólo hacen parte del perfil de los personajes, creando así prejuicios para los integrantes de las distintas comunidades. Gracias a la vulnerabilidad de los inte-

grantes de los diferentes sectores sociales permiten que los asuman como suyos quizás ante la carencia de una identidad propia. Y esto consigue que el espectador, posiblemente, pueda identificarse con los personajes de las telenovelas; personajes que en muchas oportunidades no son espejo de la realidad, ni son diseñados totalmente por los creadores de las telenovelas, pues durante el proceso de la creación del personaje aportan el actor y el director.

IV

Betty hizo de la vida cotidiana un carnaval, un acto colectivo, visibilizó lo que el país escondía por medio de la vergüenza. El privilegio de comer y beber que tenían los personajes hizo del corrientazo un espacio para socializar, un lugar de tertulias; allí las amigas compartieron alegrías y pesares en un acto de comunión diaria. El corrientazo, que los hay en todas partes del país, fue ese lugar donde se ventila la realidad nacional y la problemática de sus ciudadanos. Allí, de ma-



La comunicación
es un bien público,
no patrimonio económico ni
menos moral de



nera utópica, se solucionan todos nuestros problemas y hacemos la sociedad ideal. Puedo decir que la telenovela que integra el buen humor y la crítica a la sociedad permite que por unos momentos se pueda soñar y alcanzar estados ideales para los integrantes de una sociedad.

El léxico utilizado por algunos personajes en las diferentes telenovelas no sólo genera recordación sino que da una identidad y, por qué no decirlo, se convierten en muletillas, frases de cabecera y ejemplo a la hora de hablar de algunos, en el caso del padre de Betty, don Hermes Pinzón con frases como: "el diablo es puerco", "pobres, pero honrados"; eso formó el temperamento y la ética de su hija.

Otro ejemplo es el caso de la telenovela Los Reyes: el personaje de Beto Reyes reivindicó a los vendedores de frutas y verduras en las plazas de mercado, enseñó que ante la falta de oportunidades no se puede desfallecer, mostró que ser autodidacta es mejor que ser un burro. De ahí su célebre frase: "hay que leer". Y a nosotros los comunicadores sí que nos toca leer, no podemos pasar volando sobre los libros, tenemos que profundizar.

Debemos conocer para contar una noticia y ponerla en el contexto. Y si no lo conocemos, debemos investigar. No podemos permitir que se tilde la carrera de comunicación social como algo vacío y hueco, cuando los comunicadores somos tal vez de los que más debemos investigar a diario porque es que no duramos un año tratando un solo tema, una noticia, no, todos los días algo sucede, algo pasa. Entonces, todos los días debemos estar alimentándonos, no deben creer que la

carrera de comunicación social es para cabezas huecas. Es de las más difíciles y la experiencia les mostrará que aquellos que no se preparen, no se podrán mantener en el medio.

Beto reyes, también patentó otras frases como: “péguele voy”. De igual manera su hijo, Leo Reyes, no se quedó atrás con su léxico: “la gozata”, “la bailata”, “la calibrata”. Y su antagonista Iriarte con “ah bestia, qué desgracia tan infinita la mía”, frases acuñadas por los espectadores y que todavía se escuchan en muchos lugares. Los Reyes, una telenovela adaptada a la realidad cotidiana de los colombianos, planteaba nuevos temas, personajes más complejos y ambiguos, un universo que ubica al espectador en una realidad diaria, tratándose sin pudor temas sociales como la corrupción, el homosexualismo, a través de Laisa, un personaje que se robó las miradas de propios y extraños.

Beto Reyes sólo tenía un objetivo claro: ganarse el pan diario de manera honrada. Jefe de una gran familia, como muchos en Colombia, que inesperadamente por cosas del destino fue nombrado presidente de una empresa multinacional. Este nombramiento hace que la familia Reyes se mude de su humilde casa a una lujosa mansión que tiene como vecinos a los Iriarte, familia arribista, adinerada, a la que las apariencias sociales le preocupan tanto o más que el dinero.

Muy querido y aclamado por los colombianos, más recientemente, fue El man es Germán. Germán regresa de los Estados Unidos, donde en un intento fallido por encontrar el sueño americano decide retornar a su humilde barrio a recuperar su territorio, su hembra, su cría y su manada. Con una per-

“

La comunicación es un bien público, no patrimonio económico ni menos moral de empresas particulares

”

sonalidad un poco anárquica y un primitivo lenguaje, este macho alfa se convierte en el líder de su combo, es el Rey León en una selva de asfalto.

“Oe”, “llave”, “gas”; estas palabras hicieron parte de un vocabulario o jerga que no distinguió clase social ni edad. Germán fue un ídolo más de los muchos que ha tenido Colombia, logró distanciar a los colombianos de la cruda realidad del país. Sus más fieles seguidores fueron los niños que siguieron las coreografías y cantaron la famosa “estrego, estrego peiné al niño, bato chocolate bato chocolate beso al mozo beso al marido”. Germán se tomó algo muy propio de esta gran ciudad, el carnaval de Barranquilla.

Camisetas estampadas con el Oe y la gran cresta de este punkero desfilaron por las calles de la bella Barranquilla. Germán promulgó la importancia del trabajo en equipo,

el significado de la amistad, que por los seres queridos vale la pena el sacrificio, el respeto por hacer lo correcto y el valor que tiene cumplir con la palabra; y la palabra es una gran herramienta de nosotros los comunicadores. No se puede empeñar la palabra vanamente, la gente nos cree y puede que en algunos momentos se haya perdido la credibilidad, pero cuando alguien, a través de una pantalla, le cuenta algo a alguien genera credibilidad. Cuando comprueban que no, se pierde credibilidad: por eso, debemos tener desde un comienzo claro lo que es la credibilidad para un comunicador social y periodista. Vale la pena aclarar que el Man es Germán no fue una telenovela sino una comedia, una serie.

Cuando el televidente sigue una historia es porque se siente identificado con la propuesta que se le hace desde los personajes, sin importar si representan los valores o los antivalores, y esto aplica para las diferentes clases sociales. El ser humano, cuanto más se ve representado en un personaje, más identificado se siente.

V

Betty plasma la realidad de una sociedad descompuesta, ahogada en la corrupción, la trampa y la mentira; pero, es gracias a los sabios consejos de su anticuado y gruñón padre, Hermes Pinzón, que Betty no cae en la corrupción. La importancia del núcleo familiar de Betty sobresale durante la historia. Para Betty la familia significa todo, la ama y la respeta. Dignidad más que belleza o amor sería una manera de definir la telenovela Yo soy Betty, la fea.

En Colombia hay memoria selectiva. La colectiva es muy pobre y la memoria individual prefiere hacer caso omiso y pasar por alto las

enseñanzas del pasado. Podemos preguntarnos si estamos frente a una pérdida de memoria inmediata, como mecanismo de defensa de la realidad que vive nuestra sociedad y la indiferencia de un Estado que olvidó que sus ciudadanos tienen derecho a la vida, la educación, la salud, la justicia. Y unos ciudadanos que al ver reflejadas sus vivencias en el personaje malo destruyen la memoria colectiva y aplican la mal llamada malicia indígena, y se salen con la suya.

Por lo anterior, los comunicadores sociales y las nuevas generaciones, que son las que vienen empujando duro, están llamadas a que la memoria del país no se pierda, que nuestra identidad no se pierda, que cuando los representan a través de historias, llámense novelas o películas, en otro país que no nos estén mostrando como somos por eso debemos ser los llamados a contar nuestras historias. No podemos permitir que extranjeros cuenten nuestra historia sin conocerla; o peor aún, que nosotros las contemos de una manera que no tiene la profundidad y la realidad de lo que somos.

Hoy Betty es recordada no por la sórdida temática de corrupción que penetra cada una de las instituciones públicas y privadas, sino porque la protagonista de la telenovela era fea, una fea inteligente que logró cuanto se propuso gracias a su

nobleza e inteligencia, y porque ha sido el dramatizado más exitoso de todos los tiempos de la televisión colombiana.

Por último, podemos decir que la telenovela rompe con la estigmatización hacia algunos integrantes de la sociedad que por mucho tiempo han sido vistos con desagrado, fastidio, miedo y por qué no decirlo, con rechazo social. Cuando una telenovela representa un personaje como puede ser un indigente, un homosexual, que en la vida cotidiana puede generar cierto rechazo, la telenovela rompe ese estigma. Tal vez desde Betty cuando Hugo Lombardi salió y fue criticado y se cuestionó la aparición de un homosexual en una telenovela se rompió con ciertas taras y se permitió un acercamiento a personas que son comunes y corrientes, iguales a cualquiera de nosotros. La telenovela ha permitido que se rompan la intolerancia, se han cometido errores tal vez, pero también ha permitido acercar a la gente a muchas cosas que en ningún momento se habían tocado ni desde el cine y ni siquiera en tiras cómicas por lo menos en Colombia.

Podemos decir que la telenovela es un espacio de desahogo pero hablando de la telenovela que vincula el humor, la cotidianidad, eso que nosotros llevamos. A los colombianos nos gusta llamarnos gozones; tenemos eso y nos en-

canta verlo reflejado en la pantalla. Esa telenovela que mezcla humor y realidad social permite un acercamiento y rompe con la estigmatización de ciertos personajes de nuestra sociedad.

Una exitosa y poderosa empresaria, una pérfida mujer, una niña de la alta sociedad que todo lo tiene, un hombre de campo, humilde y analfabeto; un pasado oscuro, prestigio, secretos, odio, dinero oculto; avaricia, codicia, corrupción, amor, desamor; herencias mal habidas, violencia, vida fácil, héroes, superhéroes, mujeres bellas; casi perfectas gracias a la magia del dinero y el bisturí, la lucha entre el bien y el mal. Todas las emociones que el ser humano lleva en su interior son los ingredientes precisos para hacer de una telenovela el retrato perfecto de una sociedad como la nuestra, que se alimenta a diario con esta mezcla que a raudales se esparce por nuestro bello país.

*Marco Antonio Galindo es un destacado productor de telenovelas para RCN Televisión. En 2001 ganó el premio T.V y Novelas como asistente de dirección de la telenovela Betty, la fea. Fue productor, en 2005, de la telenovela Los Reyes, transmitida por RCN. También fue productor de la telenovela Novia para dos.



La comunicación es un bien público, no patrimonio económico ni menos moral de empresas particulares

