



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



LA NARRATIVA DE LAS BIOSERIES: UNA MEZCLA DE REALIDAD Y
FICCIÓN COMO ESTRATEGIA PARA ATRAER A LA AUDIENCIA

TESINA

Que para obtener el título de
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL)

PRESENTA

Rodolfo Andrés Parga Pérez

Asesora: Lic. Ericka Andrea Rodríguez Velásquez

Ciudad Universitaria, Ciudad de México 2019.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por permitirme finalizar esta etapa de estudios tan importante.

A mis papás:

Andrés Parga y Elizabeth Pérez por siempre estar apoyándome en todo.

- Agradezco también a mi hermano Rodrigo.
- Gracias Peque por tu apoyo.
- Y a todos mis familiares que siempre han estado conmigo.

A la profesora Ericka Andrea Rodríguez por el tiempo que le brindó a asesorarme para realizar esta investigación.

Al profesor Roberto Araujo por su colaboración y el aporte brindado respecto a la producción de bioseries.

A la UNAM y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales por haber obtenido en ellas las bases para mí desarrollo profesional.

Y de manera muy especial a mi abuelita María de Jesús Guzmán (QEPD)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I. PANORAMA ACTUAL DE LA TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO	9
1.1. Situación general de la televisión abierta comercial (Televisa, TV Azteca e Imagen Televisión).....	10
CAPÍTULO II. LA AUDIENCIA Y SU IMPORTANCIA PARA LOS MEDIOS	17
2.1. Las audiencias en el contexto actual de los medios de comunicación.....	18
2.2. El entorno social, cultural y político y su repercusión en la audiencia.....	20
2.3. Lo que la audiencia busca en un contenido	25
2.4. La alfabetización digital como un referente en la elección de contenidos ...	28
CAPÍTULO III. EL GÉNERO DE LAS BIOSERIES.....	31
3.1. Definición de género de televisión	31
3.2. Definición y elementos de una biografía	35
3.3. Definición y elementos de una serie de televisión.....	36
3.4. Las bioseries como un género de televisión	40
CAPÍTULO IV. CONSTRUCCIÓN DE LA NARRATIVA.....	45
4.1. Los siete pasos para contar una historia.....	46
4.2. El guion	48
4.3. El storytelling y el branded content.....	52

CAPÍTULO V. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UNA BIOSERIE.....	56
5.1. Factores para escoger un personaje y hacer su bioserie.....	56
5.2. La pre-producción	58
5.3. La producción.....	62
5.4. La post-producción.....	65
5.5. Las bioseries como negocio (aspecto publicitario y de marketing)	67
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS DE BIOSERIES.....	69
6.1. Mención general de las bioseries transmitidas en México entre 2016 y 2017	70
6.2. Hasta que te conocí	73
6.3. Por siempre Joan Sebastian	84
6.4. Hoy voy a cambiar.....	95
6.5. Análisis teórico enfocado a las bioseries	110
CONCLUSIONES.....	115
FUENTES DE INFORMACIÓN	119

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la televisión mexicana ha atravesado una crisis que, entre otros motivos, ha sido generada por la falta de contenidos atractivos. Las audiencias han volteado a ver otros medios como lo es el internet y particularmente las plataformas *over the top* (OTT). Estas ofrecen la posibilidad de ver cualquier contenido sin estar “preso” a los horarios de la televisión convencional y a los cortes comerciales que son tan comunes para este medio.

Ante esta situación, ha surgido la necesidad de atraer a la audiencia, por lo que las televisoras mexicanas han optado por prestarle atención a un género que en el país es nuevo y que cada vez se ha ido explotando con mayor frecuencia: las bioseries. Estas toman como base la vida de una celebridad para contar una historia y llevan una estructura similar a la de las telenovelas, y es que, aunque el eje central de dichas historias son hechos verídicos, estos se mezclan con elementos ficcionales para poder tener una trama telenovelezca, basada en vivencias reales, mismas que son programadas en los mismos horarios que los melodramas convencionales.

Vale la pena poner atención en este género, porque, en primera instancia, se busca conectar con la audiencia a partir del elemento aspiracional y emotivo. En la construcción de estas historias se plantea presentar a personas de origen humilde, las cuales superan diversos problemas y logran llegar al estrellato.

En segundo lugar, el hecho de tener como protagonista a un personaje que la gente conoce, hace que se llame la atención del público, debido a que este sabe que lo que está viendo es una historia de superación en donde, a base de esfuerzo y sacrificios, se logra una meta.

Los puntos mencionados anteriormente, desembocan en una estrategia de producción, la cual pretende generar interés en el público por este tipo de historias, las cuales, a pesar de llevar una estructura de telenovela, son bien vistas por parte de la audiencia. Gracias a estas se puede conocer un poco de la vida de las estrellas que por algún motivo tienen fama dentro del espectáculo, el deporte y la cultura en México.

Se parte del hecho de que, a pesar que la base es una historia real, en cuanto a composición del guion, las bioseries se plantean como una gran trama que capítulo a capítulo mantiene una continuidad, por lo que se vuelven atractivas para el público. A diferencia de lo que podría ser un documental sobre la vida de alguna celebridad, las bioseries desmenuzan lo más posible cada detalle relevante de su vida y mediante la carga emocional y ficcional le dan realce a cada evento que acontece a lo largo de la historia.

En cuanto a la diferencia entre una bioserie y un biodocumental, la primera se genera como una trama dramática, mientras que el segundo, por ejemplo, se ocupa de abordar la vida de una celebridad a manera de recuento, es decir únicamente se presentan los puntos relevantes de la vida de la celebridad para que el público los conozca. Las bioseries, al dramatizar los pasajes de la vida de alguien, permiten que el espectador además de conocer los aspectos profesionales y personales se sensibilice ante lo que ve.

También permiten recrear épocas y hacer que el público se sienta interesado por lo que observa, gracias a la nostalgia que despierta recordar el pasado; la forma en que se vivía en determinada época, las formas de vestir, de comportarse y la manera en la que una sociedad actuaba en su día a día; como se dice comúnmente “recordar es volver a vivir.”

El objetivo general de la presente investigación es describir y analizar cómo las bioseries han sido adoptadas por las televisoras como una estrategia para ganar audiencia a partir de crear un *storytelling*, es decir conectando con la parte emocional del público.

Con base en lo anterior, este trabajo de investigación se divide en seis capítulos, en los cuales se pretende explicar cómo se constituyen las bioseries y su carácter de género audiovisual para llegar al análisis del por qué estas le han servido en años recientes a la televisión mexicana como una estrategia para atraer a la audiencia.

El primer capítulo será informativo y servirá de base para conocer el panorama actual de la televisión abierta mexicana de tipo comercial como uno de los principales medios de comunicación y entretenimiento, y que, pese a la crisis

que ha enfrentado en los últimos años, sigue siendo de los más consumidos por la población.

El segundo capítulo se enfocará a la audiencia por dos motivos. El primero, porque juega un papel muy importante respecto a la creación de contenidos, debido a que en años recientes, se ha vuelto un factor determinante para la crisis que actualmente viven los medios de comunicación masivos (principalmente la televisión), misma que se ha visto reflejada en la disminución de números (*rating*) de los productos audiovisuales. El segundo motivo tiene que ver con el entorno social ya que a partir de este se puede tener un parámetro sobre qué tipo de contenidos se exponen.

En el tercer capítulo se comenzarán a abordar las bioseries. Este capítulo estará destinado a definir qué es una bioserie a partir de desmenuzar el propio término en los conceptos que lo forman (género de televisión, biografía y serie de televisión) para, posteriormente, conocer sus antecedentes, su origen dentro de la televisión mexicana y cómo se ha insertado como un nuevo género de televisión.

Debido a que el eje central de esta investigación es la narrativa, el cuarto capítulo estará orientado a abordar su construcción mencionando temas clave como la elaboración del guion y los personajes, poniendo especial atención al elemento de identificación con el público para que de esta manera se pueda llegar a una explicación sobre las técnicas de *storytelling* y *branded content*.

El quinto capítulo será destinado a exponer el proceso de producción de una bioserie, considerando la etapa de pre-producción, de producción y post-producción, a partir de las cuales se integra, junto con el guion y los elementos propios de la producción audiovisual como el montaje, la actuación, la edición, etc.

Todo lo anterior, pretende ser un preámbulo para llegar al sexto y último capítulo, en el cual se mencionarán las bioseries que han salido al aire en México entre los años 2016 y 2017 sin distinguir su medio de transmisión (televisión abierta, televisión de paga y plataformas OTT). Posteriormente, se procederá a realizar un análisis mayor de tres bioseries transmitidas por televisión abierta (medio de más importancia para la investigación), las cuales son *Hasta que te conocí*, *Por siempre Joan Sebastian* y *Hoy voy a cambiar*.

Se destinará un espacio a las conclusiones, en las cuales se englobarán todos los elementos que permitieron llegar a una reflexión y un análisis del tema.

Es importante recalcar, que el presente trabajo busca realizar un análisis profesional de las bioseries como género de televisión y el impacto que han tenido, pues debido a que son un fenómeno de recién acogida en el país, no existen textos que hablen a profundidad del tema, es decir todo lo expuesto será meramente descriptivo y no se pretende llegar a la comprobación o generación de principios generales.

Puesto que las bioseries llegan a la televisión mexicana en un momento difícil para este medio, donde la búsqueda de contenidos atractivos es primordial, se tomó la decisión de analizar hasta dónde estos contenidos han sido efectivos. Habría que tomar en cuenta que posiblemente en algunos años el panorama para este género y para la televisión en general sea diferente por el hecho de que la dinámica de los medios de comunicación está en constante cambio.

Es importante aclarar, que dentro de la investigación se retoman temas específicos como referencias clave a la construcción del guion, el discurso audiovisual y las fases del proceso de producción, pero sólo se señalan para tener elementos suficientes para el análisis y no deben confundirse con el tema central, pues eso abarcaría otro tema que no tiene que ver con el enfoque de la presente investigación.

CAPÍTULO I

PANORAMA ACTUAL DE LA TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO

En México, la televisión abierta sigue siendo uno de los principales medios de comunicación. “Se puede decir que es el medio preferido de entretenimiento entre los mexicanos, ya que el 80.9% ve los canales de televisión abierta como medio de entretenimiento.” (Rebolledo, 2016)

El señalamiento anterior, despeja cualquier incógnita que se pudiera presentar sobre la fuerza que la televisión abierta tiene todavía entre la población mexicana y para complementarlo, a continuación se presentarán los 8 de los 16 puntos que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presentó como principales hallazgos de su “Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en 2016”.¹

1. El porcentaje de entrevistados con televisor se ubicó en 96% de los entrevistados, con un promedio de 1.9. aparatos por hogar.
2. En el caso de los televisores digitales, el promedio por hogar fue de 1.2
3. El porcentaje de personas que dijo contar con televisión de paga en su hogar fue de 49%
4. El 74% de las personas con televisión reporta consumir contenidos de TV abierta.
5. Los noticiarios son el contenido más visto de TV abierta, seguido de las películas y telenovelas.
6. El 65% de las personas que tienen contratado un sistema de televisión de paga consume canales de TV abierta.
7. Los canales de TV abierta son los más vistos entre quienes cuentan con un sistema de televisión de paga.
8. Las películas, las series y los deportes fueron los géneros de canales exclusivos de TV de paga favoritos.

¹ Se exponen solamente los primeros 8 puntos de los principales hallazgos debido a que estos son los que se refieren a la televisión.

Lo anterior, comprueba que el fácil acceso que la gente tiene a este medio lo vuelve uno de los más consumidos; basta con tener un aparato televisor y una antena para poder recibir la señal. Como se muestra en los datos expuestos anteriormente, los contenidos que más se ven son, principalmente noticiarios y telenovelas, es decir información y entretenimiento.

Y es que aunque nos encontramos en un nuevo contexto, donde nuevas plataformas comienzan a ser más consumidas, hay todavía una gran parte de la sociedad que, ya sea por sus condiciones sociales particulares o por simple costumbre y facilidad siguen considerando a la televisión como uno de los medios (junto con la radio) más prácticos en cuanto acceso por el simple hecho de tener los aparatos en casa y por el bajo costo que representa recibir la señal de televisión abierta.

1.1. Situación general de la televisión abierta comercial (Televisa, TV Azteca e Imagen Televisión)

Hablar de la situación de las televisoras comerciales en México hasta hace un par de años se reducía a hablar de Televisa y TV Azteca, sin embargo, desde el 16 de octubre del 2016, nace una tercera cadena nacional propiedad de Grupo Imagen (Imagen Televisión).

En el 2013, fue promulgada la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión por el presidente Enrique Peña Nieto, la cual regula el uso y la explotación del espectro radioeléctrico, gracias al cual se pueden ofrecer los servicios de radio, televisión, internet y banda ancha, con la finalidad de dar apertura a la competencia, uso y explotación de los recursos propios en materia de telecomunicaciones.

A partir de que dicha ley se promulgara, un año más tarde, el 6 de marzo, el IFT publicó lo que serían las bases y la convocatoria para poder licitar dos nuevas cadenas de televisión que tuvieran cobertura nacional. Originalmente Grupo Imagen y Grupo Radio Centro habían ganado las concesiones de las nuevas cadenas, sin embargo, para abril, Grupo Radio Centro no pudo pagar dicha

concesión, dejando sólo a Grupo Imagen como la única empresa que lograría adquirir un canal de televisión abierta a nivel nacional.

A la par de esto, plataformas en internet que ofrecen el servicio de *streaming* comenzaron a tener un mayor número de suscriptores, lo que empezó a representar un reto para Televisa y TV Azteca, quienes comenzaron a ver una pérdida significativa en sus audiencias, La competencia aumentaba y asombrosamente no era contra uno igual, sino contra una plataforma totalmente diferente.

Para 2016, ya se tenía un nuevo panorama en lo que se refiere a la televisión abierta nacional:

“La industria de la TV abierta vivió un año disruptivo: Vio el nacimiento de un nuevo competidor, la expansión de los OTT, la reducción de la inversión publicitaria, de sus ganancias y el aumento de sus pérdidas. Y encima, conoció el disgusto de las audiencias por los contenidos de siempre.” (Lucas, 2016)

Como se puede ver, que haya nacido una nueva televisora nacional es de los problemas el menor, pues, a pesar de que la televisión sigue siendo un medio con mucha fuerza, el público cada vez es menos pasivo y busca otras opciones. Y es que la fórmula que por años dio poder y fama a las televisoras ha sido tan explotada que al paso del tiempo, se ha ido desgastando. Al centrarse en ver que los contenidos que presentaban eran exitosos, parece ser que olvidaron que la sociedad cambia y, con ello, las formas de consumo, propiciadas por el propio contexto social, cultural y político.

Televisa por años fue la empresa reina del *rating* debido a su gran oferta de telenovelas, programas unitarios, noticiarios y emisiones de variedades las cuales constantemente marcaban un ritmo en lo que se veía; sin embargo, hay que recordar que por años, fue la única televisora comercial del país. Detrás de ella, hay toda una historia en el mundo de los medios de comunicación, porque, de alguna manera, en México Televisa es sinónimo de la televisión misma.

Con la llegada de Emilio Azcárraga Jean a la presidencia de Grupo Televisa en 1997, el área de televisión tuvo una mínima evolución respecto a lo que se hacía en dicha compañía durante la administración de Emilio Azcárraga Milmo “El

Tigre”; las telenovelas, principalmente fueron el producto donde se vio un pequeño cambio, el cual es descrito por Andrew Paxman y Claudia Fernández de la siguiente forma:

“Actualmente (las telenovelas) tienen cierto sazón con asuntos sociales, un lenguaje más contemporáneo y heroínas menos sumisas. Pero la mayoría aún adolece de los vicios de las historias de hace 20 años: actuaciones exageradas, villanas sexualizadas, música de fondo cursi y elencos de tez primordialmente blanca.” (2013:15)

Televisa sigue con el mismo patrón a la hora de contar historias, es decir continua aplicando una estructura de melodrama muy tradicional; esto es seguir una historia donde la línea argumental va totalmente enfocada a la parte emocional; exponer temáticas de amor que nunca son superadas por temas políticos o sociales.

Pese a que las telenovelas que hoy en día se muestran en la pantalla de la ahora conocida plataforma “Las Estrellas” han disminuido considerablemente en *ratings* respecto a los que se lograban hace apenas cinco años, Televisa sigue produciendo contenidos, ya sean nuevas versiones de historias compradas en el extranjero, *remakes* de historias mexicanas que tuvieron éxito y algunas producciones originales.

A continuación, se muestra una comparación entre los *ratings* que lograban las telenovelas de Televisa hace cinco años con los que registra actualmente²:

Tabla 1. Ratings de las telenovelas realizadas por Televisa en 2012.

Telenovela	Horario	Rating promedio
Un refugio para el amor	4:30 pm	17.0
Cachito de cielo	6:30 pm	15.2
La mujer del vendaval	6:30 pm	15.9
Amor bravío	7:30 pm	18.0
Qué bonito amor	7:30 pm	18.1
Por ella soy Eva	8:30 pm	23.7

² La información que se presenta fue obtenida del sitio <http://televisaoficial.blogspot.mx/search/label/Ratings%20M%C3%A9xico>

Porque el amor manda	8:30 pm	25.5
Abismo de pasión	9:30 pm	26.0
Amores verdaderos	9:30 pm	27.2

Tabla 2. Ratings de las telenovelas realizadas por Televisa entre 2016 y 2017 (hasta junio).

Telenovela	Horario	Rating promedio
Despertar contigo	5:30 pm	12.5
Mi adorable maldición	5:30 pm	15.6
Un camino hacia el destino	6:30 pm	21.1
Corazón que miente	7:30 pm	16.7
Las Amazonas	7:30 pm	15.7
Vino el amor	7:30 pm	16.5
Enamorándome de Ramón	7:30 pm	19.7
Sueño de amor	8:30 pm	13.6
Tres veces Ana	8:30 pm	16.1
El bienamado	8:30 pm	18.7
Mujeres de negro	9:30 pm	15.3
El hotel de los secretos	9:30 pm	11.9
Sin rastro de ti	9:30 pm	14.9
La candidata	9:30 pm	19.5
La doble vida de Estela Carrillo	9:30 pm	19.6

Como se puede ver, la disminución en números de audiencia de las telenovelas ha sido notorio en un periodo de cinco años; basta sólo con tomar de referencia el horario estelar, ya que *Amores verdaderos*, considerada como la telenovela de mayor éxito durante el 2012, superó por casi ocho puntos a *La doble vida de Estela Carrillo*, que fue de las apuestas fuertes de la televisora para tratar de generar mayores niveles de audiencia a partir de presentar el tema de la migración y la superación de los latinos en Estados Unidos.

Vale la pena mencionar, que ante los problemas internos de la empresa, en octubre del 2017 Emilio Azcárraga Jean dejó la dirección general del consorcio, cargo en el que estuvo por veinte años, dejando en dicho puesto a Alfonso de Angoitia y Bernardo Gómez, dos personajes que han trabajado con Azcárraga desde que este tomó la presidencia en 1997. Este movimiento se hace con la

finalidad de fortalecer Televisa y reposicionarla en el mercado de las telecomunicaciones.

TV Azteca vive un momento similar al de Televisa; en el año 2015, el dueño de la televisora Ricardo Salinas Pliego nombró a su hijo Benjamín Salinas Sada director general quien implementó un plan de austeridad en el que la producción de contenidos se vio afectada.

Dicho plan contempló dejar de producir telenovelas y recortar significativamente la oferta de programas de variedades, pero se le dio más importancia a los programas de concursos y *reality shows*; se comienza a comprar contenido extranjero (ya que sale más barato que producirlo) para colocarlo en el horario estelar, pero doblado al español de forma deficiente como lo son los títulos *Avenida Brasil*, *¿Qué culpa tiene Fatmagül?*, *El secreto de Feriha* o *Verdades secretas*, estas dos últimas de origen turco.

La estrategia al parecer no fue bien recibida por el público y para inicios de 2017 deciden retomar el género de la telenovela, pero saliéndose un poco del molde tradicional. Telenovelas como *La fiscal de hierro* y la nueva versión de *Nada personal* son entre otras las apuestas de la televisora, ya que pretenden contar historias diferentes propias del momento en que vivimos.

Los números de dicha empresa no son tampoco los esperados. Para finales de 2016, sus producciones tuvieron un registro bajo de audiencia, siendo su telenovela estelar *Rosario Tijeras* la única que logró superar los 10 puntos de *rating*.

Tabla 3. Ratings de las telenovelas de TV Azteca (finales de 2016).

Telenovela	Horario	Rating promedio
La vida en el espejo (repetición)	12:00 pm	5.0
Celia (bionovela) ³	8:00 pm	7.0
Rosario tijeras	9:00 pm	12.0
Verdades secretas (telenovela brasileña)	10:30 pm	8.9

³ Es importante aclarar que *Celia* a pesar de que se basa en la vida de una celebridad (Celia Cruz) es considerada como una bionovela debido a su duración de 80 capítulos. En el Capítulo III se expondrá que un detalle de las bioseries que puede resultar atractivo para la audiencia es su duración de 30 capítulos o menos.

En su reestructuración, TV Azteca ha buscado obtener una buena posición en el entorno actual de los medios de comunicación, integrando a sus filas a ejecutivos con importante trayectoria en la industria como Alberto Ciurana, quien ha pasado por Televisa, Univisión y Telemundo y que actualmente está encargado del área de televisión y contenidos.

Un hecho que llama la atención y deja ver qué algo está pasando en las televisoras mexicanas es la serie *Entre correr y vivir*, la cual es una producción de TV Azteca, pero que además de haber sido transmitida por el canal 7 de televisión abierta, se puede ver vía *streaming* por la plataforma *Blim* de Televisa⁴.

Aunado a ello actualmente han desaparecido casi por completo los contratos de exclusividad para los actores como una medida para economizar los recursos por lo que el talento puede ir y venir a cada televisora, permitiendo con ello que el público no los encasille sólo en producciones de una compañía; tal caso se puede ver en la serie de TV Azteca *Tres familias*, donde los protagonistas de la historia son entre otros Carlos Espejel y Sylvia Pasquel, quienes lograron hacer una carrera y un nombre al ser parte de Televisa.

Lo anterior, también se ha visto reflejado en las bioseries; un caso muy notorio, es la actuación de Irán Castillo dando vida a la jefa de la mamá de Juan Gabriel en *Hasta que te conocí* y a la última esposa de Joan Sebastian en la bioserie dedicada a este cantante. Lo que más llama la atención no es sólo la libertad para ir de un canal a otro, sino que ambas producciones fueron transmitidas casi de manera simultánea por los canales 2 de Televisa y el canal 13⁵ de TV azteca (mismos que siempre han sido considerados competencia directa), por lo que el público pudo ver a la actriz en ambos personajes con una muy breve diferencia.

Por su parte, la tercera cadena de televisión nacional Imagen Televisión sigue la misma línea de la televisión comercial, ya que los contenidos que presenta son en estructura iguales a los de las otras dos televisoras.

⁴ Información actualizada al día 13 de Agosto de 2018.

⁵ Desde el 1º de enero de 2018 por la reasignación de frecuencias para Televisión Digital Terrestre (TDT), el canal 13 pasó a ser el canal 1, sin embargo al momento de hacer la presente investigación ese cambio aún no se daba por ello que de aquí en adelante cuando se haga mención de la bioserie *Hasta que te conocí* se debe entender que fue transmitida por el canal 13.

Antes del lanzamiento, oficial hubo un gran despliegue publicitario, donde se presentaban a las celebridades que forman parte del canal (la mayoría ex-empleados de Televisa y de TV Azteca), apoyados por el *slogan* “juntos somos libres” dejaban entrever que algo nuevo vendría.

Sin embargo, la programación de este canal está compuesta por programas con formatos que ya se hacen en las otras dos empresas y programas extranjeros que, al igual que pasa con TV Azteca, tienen un doblaje muy deficiente, además de retransmitir producciones de Argos que ya se habían transmitido en el canal Cadenatres, el cual era también propiedad de Grupo Imagen, pero que no tenía cobertura nacional.

Un caso muy claro de que esta televisora tiene los mismos formatos que las otras dos, se puede ver en sus programas de revista matutinos, ya que tanto *Hoy* (Televisa), *Venga la alegría* (TV Azteca) y *Sale el sol* (Imagen Televisión), muestran el mismo contenido; espectáculos, astrología, entrevistas con expertos en diversos temas y juegos realizados por los conductores.

Como es notorio, existe una tendencia de las televisoras comerciales a seguir el mismo patrón de repetir contenidos, aceptando sólo fórmulas aceptadas que consisten en “[...] ofrecer al público producciones locales y/o foráneas. Las emisiones se inclinan [...] a ciertas preferencias o gustos marcados hacia algunos programas en especial.” (González, 1994:39-40)

Sin embargo, los tiempos van cambiando y es cada vez más difícil que el público se sienta atraído por formatos anticuados, hecho por el cual las televisoras han padecido en los últimos tiempos y aunque, poco a poco, busquen reinventarse, la audiencia demanda nuevos contenidos.

CAPÍTULO II

LAS AUDIENCIAS Y SU IMPORTANCIA PARA LOS MEDIOS

Para iniciar este capítulo, es importante ir hacia la aproximación más básica de una definición de audiencia; de acuerdo con la Real Academia Española (RAE), el mencionado término (en el contexto de los medios de comunicación) tiene dos acepciones “Público que atiende los programas de radio y televisión, o que asiste a un acto o espectáculo” y “Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación” (2017)

Al analizar la definición presentada anteriormente, se puede entender a grandes rasgos, la importancia que las audiencias tienen para los medios; de acuerdo con el doctor Guillermo Orozco desde la perspectiva empresarial, las audiencias son cifras, una forma de dividir a la sociedad en torno a ciertas preferencias. (1997:27)

Fidela Navarro quien actualmente es la directora de canales de televisión de paga de TV Azteca retoma al teórico Dennis McQuail quien plantea cuatro concepciones generales en cuanto a la audiencia y cómo es vista por los medios:

1. Como masa de gran tamaño y homogénea: conformada por personas anónimas, sin una organización social y de composición efímera.
2. Como público o grupo social: donde las personas se agrupan en función a intereses, conductas u opiniones.
3. Como agregados de oyentes o televidentes: los contenidos audiovisuales alcanzan a un gran número de personas sin distinguir grados de participación o atención (tiene un carácter cuantitativo).
4. Como mercado: lo que se expone en los medios está destinado a llegar a un gran público que se vuelve un potencial consumidor. (2010:17)

Y es que las audiencias viven en una relación simbiótica con los medios, pues aunque en años recientes ha cambiado esa “pasividad” que antiguamente tenían, todavía hay una asociación casi indisoluble, pues al ver que las audiencias

ya son entes activos constantemente se busca como atraerlos y hacer que no se pierda esa unión.

2.1. Las audiencias en el contexto actual de los medios de comunicación.

Hoy día, gracias al avance de la tecnología y el subsecuente acceso de la población a esta, el aumento de opciones de información y entretenimiento que hay en los sistemas de televisión de paga han hecho que las audiencias contemporáneas, ya no sean igual a las que eran antes.

En el contexto actual de los medios, es inconcebible pensar en la audiencia como un simple espectador, puesto que es alguien que participa activamente, ya sea gracias a cuentas de redes socio-digitales como *Facebook*, *Twitter* o *Instagram*, donde expone su postura acerca de algún contenido o simplemente, manifestando su desagrado al dejar de consumir contenidos tradicionales y emigrar a las plataformas digitales.

“La participación de la audiencia vía comentarios y sugerencias constituye una extraordinaria retroalimentación para el medio y la posibilidad de ajustar su oferta programática y sus modos de hacer.” (Repoll, 2012:101)

En el caso mexicano, de acuerdo con “La Primera Encuesta 2016 de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”, el dispositivo que más se utiliza para acceder a internet son los teléfonos móviles; los jóvenes (de 18 a 24 años) son el sector que más se conecta por esta vía (67%) y el principal motivo para hacerlo es para entrar a las redes sociales (88%), mientras que los otros sectores de la población emplean el móvil para hacer llamadas.

En contraste, el 77% de los usuarios que tienen servicio de internet no cuenta con acceso a plataformas OTT.

Es a partir de lo anterior donde comienza a aparecer el término de audiencia activa; anteriormente, la audiencia se concebía como estática, los medios y sus mensajes llegaban a esta bajo el esquema básico de comunicación (Emisor-Mensaje-Receptor), pero ahora las cosas han cambiado brutalmente, “La combinación de redes sociales, segundas pantallas y televisión ha propiciado la aparición de una nueva relación de los espectadores con la televisión, en la que

los habituales roles del paradigma de la comunicación se han alterado.” (Quintas y González, 2014:83)

La audiencia actual se involucra y se vuelve parte de los contenidos, los asume como propios, tal y como menciona Carlos Scolari al dar el término de *fandom* (reino de los *fans*), el cual rompe con la línea tradicional de una historia expandiéndose a un universo más amplio donde los *fans* se involucran dentro de la historia recreando o resignificándola, y en el que “[...] las leyes de derecho de autor dejan de tener valor” (Scolari, 2017)

En el caso particular de la televisión, en cierta medida, se busca integrar al público, hacerlos parte de las producciones. Dos casos concretos de este fenómeno serán ejemplificados a continuación.

El primero es la telenovela de Televisa *Muchacha italiana viene a casarse*, producida por Pedro Damián en 2014, la cual fue un *remake* de la historia que en 1971 llevó el mismo nombre. Al actualizarla, incluyó como dinámica para que la audiencia interactuara con los personajes, hacerle a estos cuentas de *Twitter*, las cuales eran manejadas en tiempo real, creando lazos con sus seguidores, ya que los personajes *twitteaban* lo que iban haciendo día a día.

Esta estrategia, donde más allá de vender el mero contenido televisivo, permitía al espectador la posibilidad de integrarse a la vida del personaje y saber que este tenía una vida que no se limitaba a la hora diaria de transmisión, es un ejemplo de que el medio se ha tenido que adaptar a una virtualidad, la cual “[...] se ha convertido en la metáfora por excelencia de la posmodernidad” (Piscitelli, 1998:41), pues esta se apropia en las “[...] relaciones modernistas de los *mass-media* y sus mecanismos de deseo.” (Piscitelli, 1998:41)

El segundo caso es igualmente de Televisa. La telenovela *Antes muerta que Lichita* producida por Rosy Ocampo en 2015, además de desarrollar la trama para televisión abierta, creó una historia alterna llamada *Corazón enamorado*, misma que se transmitió por la página *web* de la telenovela y que tuvo capítulos con cinco minutos de duración. Aunado a esto, se desarrolló un videojuego titulado *Godínez World* en el cual el usuario podía escoger a uno de los personajes principales de la telenovela para pasar diferentes niveles. “Estas posibilidades de

participación en la construcción de productos comunicativos se han visto potencializadas con la presencia de medios digitales interactivos y obligan a replantear el concepto de audiencias.” (Sánchez, 2016:102)

Ambos casos muestran que para hacer televisión en la actualidad, ya no se puede pensar en producir con las mismas formas de antaño, debido a que se tiene que considerar una producción como un producto *transmedia*, es decir que abarque la televisión como medio principal, pero que el contenido tenga salidas por otros medios, es decir integrar la experiencia de un mismo producto en diferentes medios como televisión, internet, formato de video casero, aplicaciones para dispositivos móviles, etc.

Hoy día, ser audiencia representa “[...] una transformación sustancial de la estructuración de los sujetos. Su cohesión y sus subdivisiones estamentarias [...] se realizan cada vez más en una espiral de *massmediación* globalizante.” (Orozco, 2001:156)

Hace años, la audiencia sólo consumía los medios tradicionales y sus contenidos, pero ahora, además de recibir y juzgar el contenido juega un nuevo rol como prosumidor, ya que de acuerdo con el especialista en *marketing* Gus Rivas, no sólo recibe lo que los medios le dan, también crea y produce contenido. (2013)

2.2. El entorno social, cultural y político y su repercusión en la audiencia.

La investigadora Pilar Aguilar en su libro *Manual del espectador inteligente* afirma que “[...] los humanos no nacemos, nos hacemos, nos constituimos gracias a los elementos simbólicos, los sistemas de representación, los afectos, las pasiones, etc., que nuestro entorno nos ofrece o nos niega.” (2000:25)

Sin embargo, las sociedades van cambiando y se transforman de acuerdo al propio contexto en el que viven, en el que los medios de comunicación juegan un papel muy importante. De alguna forma, son los encargados de marcar pautas a seguir e incluso modas, que el teórico Jesús Martín Barbero define como prácticas culturales que se insertan en diferentes mundos de vida (religiosos, estéticos, de consumo, etc.) y que tienen que ver con la escena económica, política y social. (2010:139)

Para entender el impacto que lo anteriormente expuesto tiene, es importante retomar la corriente de los estudios culturales, los cuales:

“Se ocupan del papel de las prácticas culturales en la construcción de los contextos de la vida humana como configuraciones de poder, de cómo las relaciones de poder son estructuradas por las prácticas discursivas que constituyen el mundo vivido como humano.” (Rosas, 2013)

Todo lo que tenga que ver con el ámbito social, es móvil y nunca se detiene; las sociedades son cambiantes en todos sentidos, incluido su papel como audiencias consumidoras de medios y contenidos.

En el caso particular de la televisión, el filósofo argentino Alejandro Piscitelli, menciona respecto a esta que “[...] no es una tecnología ni un sistema estético sino un mecanismo humano de producción de sentido. La comunicación humana no es un hecho individual sino social, no es comportamental sino simbolizante.” (1998:39)

En su división de medio comercial, se encarga de legitimar como productos culturales ciertos contenidos; Martín Barbero, propone que esa mediación tiene tres lugares, que son la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural. (1987:233)

Partiendo de lo anterior, el catedrático Fernando Quirós ejemplifica con el género de las telenovelas como “[...] el vínculo mediador entre la televisión manipuladora de masas, comercial y competitiva y la experiencia satisfactoria de reconocimiento de identidad cultural o de interpretaciones críticas de lo emitido.” (2011:6)

Y es que dentro del proceso de construcción de identidad tanto en lo individual como a nivel social los entornos tienen mucho que ver; englobando dentro ámbito social la faceta de audiencia, el investigador José Carlos Lozano señala que el núcleo familiar:

“Ejerce una influencia decisiva en los hábitos y preferencias televisivas. [...] Asimismo las organizaciones de todo tipo (iglesias, partidos políticos, asociaciones profesionales, sindicatos, grupos de acción, etc.) también intervienen al constituir

para el individuo fuentes de información y de elaboración de significaciones socioculturales.” (2007:192)

Estos significados están orientados primordialmente a vender un producto, mismo que sea fácilmente consumido por la audiencia a partir de crear elementos de identificación que se encarguen de avalar que lo que uno está viviendo está bien de acuerdo a la dinámica de los medios de comunicación orientados a la parte comercial. “La televisión no tiene poderes públicos, pero tiene al público y eso es un poder.” (Krauze, 2013)

Es importante no olvidar que el lugar donde estamos tiene mucho que ver con lo que la audiencia busca, en el caso mexicano, la relación medios-gobierno que siempre ha estado presente tiene una gran influencia en la televisión comercial que hoy día tenemos. Como se ha mencionado anteriormente, las cuestiones relacionadas con el entretenimiento y el consumo tienen una fuerte carga de carácter político y económico, misma que, la mayoría de las veces, llega disfrazada y es difícil darse cuenta a primera instancia que ahí está.

El historiador Enrique Krauze apunta que la intención de la televisión es entretener y eso no es malo, el problema surge con el tipo de contenidos que se exponen, ya que al exhibir temáticas violentas, degradantes y transgresivas como algo que puede ser entretenido se hace daño a la sociedad. (2013)

Ejemplificando lo anterior; producciones televisivas como *La candidata* de Televisa y *Rosario Tijeras* de TV Azteca, son dos casos que demuestran que los medios se mueven en paralelo al contexto político; el primer título contó con una trama que, si bien no dejó de lado la parte emotiva, se desarrolló dentro de un ambiente político que culminó con el triunfo electoral de una senadora (personaje principal de la historia) y su toma de posesión como presidenta.

El segundo ejemplo, es la adaptación de una historia colombiana que relata la vida de una joven que, debido a su condición social se dedica al crimen, actuando como sicaria. Al igual que la producción antes mencionada, el tema emocional también está aparece, pero en ambos casos, se puede ver que se abordan temas que están presentes en el ojo público de la sociedad mexicana

contemporánea, como lo son el proceso electoral con todo lo que ello implica y el crimen organizado.

Para ambos casos, el que sus televisoras los hayan aprobado se puede entender “[...] desde una concepción de la dominación social que no puede pensar lo que producen las clases populares más que en términos de reacción a lo que induce la clase dominante.” (Martín Barbero, 1987:247)

Retomando las telenovelas ya expuestas, Fernando Quirós apunta que:

“Convierten la cultura en sí misma en un asunto político, al otorgar un papel destacado a los nuevos movimientos en la formación de la cultura popular. Les interesa la significación cultural, el simbolismo y la identidad, por encima del control de las fuerzas productivas.” (2011:7)

Es notorio observar, que los medios mexicanos comerciales al ser ante todo negocios, logran configurar toda una dinámica que va más allá de lo que el melodrama tradicional permite ver. Crean así productos que son asimilados como el reflejo de la sociedad misma y por ende espejos del México contemporáneo.

Para ello, es importante entender el mensaje televisivo como “[...] el conjunto de métodos y técnicas que se basan en códigos cuya finalidad es la promoción de modelos de vida, de acuerdo con las relaciones sociales de producción que prevalecen en una sociedad determinada.” (Ahumada, 2007:63)

De modo que los productos audiovisuales, aunque no abandonan su esencia melodramática, dan pauta para demostrar que la sociedad ha cambiado y tanto en Televisa como en Imagen Televisión se pueden ver dos producciones que, aunque tienen la misma estructura y hasta títulos similares, dejan claro que las relaciones familiares se han modificado. Estas producciones son *Papá a toda madre* y *Muy padres*, las cuales muestran el nuevo rol del hombre dentro de la familia, presentándose como el empresario que puede combinar su faceta de ejecutivo con el de padre de familia o la contraparte del clásico esquema social, donde por diversos factores el hombre pierde el trabajo y es la mujer quien da el soporte económico a la familia, entonces el papá debe responsabilizarse de las tareas del hogar y el cuidado de los hijos.

Al exponer temáticas que la audiencia asume como propias, se logran reforzar determinadas posturas o excluir otras.

“La televisión muestra a través de acciones, hechos, situaciones y acontecimientos las relaciones interpersonales de la acción social en un ámbito cotidiano, pues reproduce rasgos tipificadores de la vida familiar, el ambiente de trabajo, las relaciones interactuantes de los sujetos en los distintos niveles y roles sociales, reforzando valores que se institucionalizan.” (Ahumada, 2007:48)

Estas producciones, si bien crean en la audiencia esa idea de que está siendo incluida en temas de coyuntura social, son también entendidas desde diferentes trincheras, puesto que la audiencia como tal, no se puede concebir como un ente individual, sino como un conjunto de individuos que comparten ciertas características.

De la misma forma que, guiados por el contexto social, cultural y político, los medios, además de mostrar temas que hacen que la audiencia se identifique con lo que ve porque es lo que vive en su cotidianidad, también han hecho de la violencia algo normal; propiciada por las narcoseries, mismas que giran en torno a la violencia, el narcotráfico y la drogadicción.

Dentro de esta “normalización” que se le da a la violencia, la cual no se puede dejar de lado, porque realmente está presente en el contexto social y político mexicano actual, hay que destacar el hecho que al ser contenidos vistos por un público masivo, hay diferentes tipos de interpretación. Al elogiar al crimen y ver que estando inmiscuido en un mundo de armas, drogas y violencia, se logra adquirir poder, lo que se estaría provocando es que la audiencia conciba como bueno algo que se le presenta como ficción y que en la vida real no es así.

Al estar en contacto con este tipo de contenidos, principalmente los jóvenes adolescentes de clase baja e incluso media, se crean una idea falsa de lo que es el narcotráfico, donde se cree que es el mejor camino para lograr dinero fácil y prestigio. El académico italiano Giuseppe Richeri señala lo siguiente respecto a la violencia presentada en los medios:

“La violencia se está transformando sobre todo en un comportamiento posible de tal modo cotidiano que es posible. Es un modo de resolver cualquier situación.

[...] Hoy parece una práctica cotidiana sobre la que no se tienen escrúpulos o no se tiene la necesidad de hacer valoraciones particulares.” (2006:210-211)

2.3. Lo que la audiencia busca en un contenido.

“Las audiencias somos sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, nos estremezca, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por un momento de nuestra rutina y existencia cotidiana.” (Orozco, 1997:27)

La cita anterior deja muy clara esa dualidad que los seres humanos tenemos cuando adoptamos nuestro papel de audiencia (aunque al asumirlo como audiencia dejamos de ser sujetos). Actualmente, por un lado, se da una idea de que podemos decidir que queremos ver y que nos gusta y, por el otro, el ritmo de vida actual es tan acelerado, donde lo que menos sobra es tiempo para el ocio, por lo que buscamos cualquier momento para darnos un respiro y olvidarnos de todo; ese respiro lo encontramos en los contenidos que ofrecen los medios de comunicación.

De acuerdo con el filósofo Michelle De Certeau ya no hay una división entre trabajo y diversión, ya que ambas esferas se homogeneizan y se refuerzan. (2000:35) Por este hecho, las personas buscan en cualquier oportunidad una opción para relajarse de todo lo que llevan en su día a día y la televisión es, en muchos de los casos, la opción más accesible para “desconectarse” por un rato de la realidad.

Las audiencias actuales se han transformado y su relación con los medios dista mucho de cómo era hace apenas diez años, aunque todavía hay un interés en buscar contenidos con base en cierta preferencia o en la satisfacción de una necesidad determinada. “Existe una realidad de la cual nadie se escapa: cada individuo dependiendo de su espacio socio-cultural, de sus hábitos de convivencia y de su estado emocional, crea necesidades que requiere satisfacer de diversos modos o instrumentos.” (Flores, 2005)

Partiendo del pronunciamiento anterior se retomará la teoría de usos y gratificaciones, la cual menciona que “[...] los diferentes medios de comunicación constituyen alternativas funcionales entre muchas otras que puede seleccionar cada individuo para satisfacer sus necesidades.” (Lozano, 2007:169)

Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michel Gurevitch, autores de dicha teoría proponen cinco aspectos a partir de los cuales esta cobra sentido y los cuales serán resumidos a continuación.

1. Se concibe al público como un ente activo, ya que consume determinados contenidos de acuerdo a sus gustos o necesidades.
2. El público selecciona los mensajes, es decir es selectivo.
3. Los medios compiten contra otras fuentes de necesidades.⁶
4. Las personas tienen la suficiente conciencia para dar a conocer su interés y agrado por determinados contenidos.⁷
5. La calidad de los mensajes se debe juzgar en función del uso que les da el público (1986:135-140)

De tal forma, la audiencia selecciona contenidos por un motivo determinado, puesto que su propio contexto le genera una necesidad específica ya sea de entretenimiento, de información o incluso de educación. Dentro de esto, se encuentra la propia segmentación de los medios a las audiencias, misma que propicia y genera “[...] intercambios simbólicos y gustos, enfatiza y privilegia el juego de subjetividades, sensibilidades, emociones, gratificaciones y placeres.” (Orozco, 2001:156)

La audiencia se apropia de un contenido con base en una necesidad personal, que no sólo se reduce a ver televisión para pasar el rato; es decir, le asigna un uso con el cual pretende dejar por un momento la complejidad de su vida o reforzar las ideas que pudieran existir respecto a un tema particular.

⁶ Entendiéndose necesidades en torno a lo afectivo, emocional, social, etc.

⁷ Esta conciencia orientada a lo que cada quien busca, lo que espera recibir y de su entorno mismo.

José Carlos Lozano, retoma a Denise McQuail, Jay Blumler y Joseph Brown, quienes le asignan categorías al uso que se le da a la televisión:

1. Diversión.
 - a) Escape de la rutina.
 - b) Evasión de los problemas.
 - c) Desahogo emocional.
2. Relaciones personales.
 - a) Compañía.
 - b) Utilidad social.
3. Identidad personal.
 - a) Referencia personal.
 - b) Exploración de la realidad.
 - c) Refuerzo de valores.
4. Supervisión (información) (2010:171)

A estas cuatro categorías se le pueden añadir otras dos que van más ligadas a la postura de los medios, ya que también son un negocio, debido a que al ser medios masivos son una gran ventana para que la publicidad llegue a un gran número de personas y con ello se logren vender diversos productos. De igual forma, juegan un papel muy importante en el aspecto propagandístico, pues se encargan de mostrar una determinada orientación sobre alguna postura política.

Es de tal forma que hay una gran gama de usos que la gente le asigna a los contenidos que ve en televisión; si bien, en un primer nivel, puede ser sólo como un distractor de la rutina diaria, también se puede llegar a consumir un producto audiovisual porque al estar en contacto con historias de ficción, se logra llenar un vacío emocional propiciado por cuestiones psicológicas o porque existe un deseo de tener otro tipo de vida; una vida que resulta perfecta y feliz.

Por otro lado, lo que cierto tipo de audiencia puede buscar en un contenido es la reafirmación de que sus ideas o posturas respecto a determinado tema son

correctas; así, al ver que en los medios se habla de lo que cierto tipo de personas considera como correcto, logran legitimar sus posturas ante la sociedad.

Lo anterior se puede resumir mencionando que “[...] las gratificaciones responden a disposiciones psicológicas individuales, factores sociológicos y condiciones ambientales que determinan los usos específicos de los medios por los públicos.” (Flores, 2005)

2.4. La alfabetización digital como un referente en la elección de contenidos.

Hasta el momento se ha hablado de concepciones generales de la audiencia, sin embargo, es momento de entrar a un tema que en los últimos años ha sido factor para analizar el por qué la audiencia elige un contenido sobre otros y es la alfabetización digital.

En el sentido más elemental, el concepto mencionado se asigna a quien sabe leer y escribir, sin embargo, el desarrollo de la tecnología en el contexto actual “[...] ha dado lugar a nuevos lenguajes, formas, nuevas formas de comunicar y nuevos entornos de comunicación que requieren nuevas destrezas.” (Gutiérrez, 2003:11).

Entendiendo, de esta forma, la alfabetización digital a partir de que el teórico Alfonso Gutiérrez retoma a Paul Gilster, quien comprende al término como “[...] la capacidad de comprender y usar la información en múltiples formatos y de fuentes varias cuando se presenta a través de ordenadores” (2003:59)

Al estar en contacto con nuevas tecnologías que en los últimos años han venido a cambiar al mundo, es muy importante saber adaptarse a ellas y cómo manejarlas tanto para la vida cotidiana como para involucrarse en el mundo laboral y profesional.

El cambio y la evolución de las tecnologías provocan que la gente esté en constante aprendizaje respecto a su manejo. Y es que el mundo se ha transformado en torno a un movimiento digital y tecnológico, mismo que ha propiciado una alfabetización cultural digital, la cual “[...] implica una mínima destreza de codificación de textos digitales, en convergencia con el pensamiento

crítico sobre la cultura, la ética y los valores estéticos, en el contexto del conocimiento y valores de la cultura.” (García y Peñalosa, 2011:12)

Pero saber utilizar las tecnologías va más allá de su simple empleo y aplicación. Tener acceso a nuevos medios tecnológicos genera también una responsabilidad; hay que considerar la alfabetización digital no solamente como el hecho de saber manejar computadoras y otros dispositivos, sino estar consciente de cómo manejamos y asimilamos el contenido que a partir de estos dispositivos podamos adquirir.

En el área audiovisual, el consumo de televisión se ha modificado totalmente, si bien hoy día continúa y se mantiene como medio tradicional, el despliegue tecnológico ha permitido que nazcan nuevas plataformas en donde se pueden adquirir contenidos. “Los avances tecnológicos, como la aparición del multimedia, modifican sustancialmente la comunicación y potencian sus efectos persuasivos y seductores.” (Ferrés, 2006:6)

Como bien dice la cita anterior, las nuevas formas de adquirir y consumir contenidos modifican los modos tradicionales: es muy fácil dejarse llevar y no hacer un ejercicio de conciencia para emitir una postura crítica al respecto. Es por ello que dentro de la alfabetización digital hay también que tener una alfabetización multimedia, la cual nos permita saber del manejo de las herramientas digitales y así tener una comprensión mayor de los contenidos a los que tenemos acceso a través de ellas. “Inició una era del *zapping*, del contraste y, sobre todo, de la convergencia y la conectividad.” (Villamil, 2017:20)

Ver opciones diferentes en plataformas OTT como *Netflix*, *ClaroVideo* o *Blim* ha comenzado desde hace un par de años a ser una tendencia principalmente entre audiencias jóvenes, quienes se han vuelto el segmento de la población, donde el cambio en cuanto a gustos de productos audiovisuales ha sido más notorio. En este sector destacan los llamados *millenials* quienes han crecido a la par de los avances tecnológicos; debido a ello, les puede resultar más fácil aprender a usar dispositivos y tecnologías.

El hecho de ir a la par de la tecnología no implica que haya un conocimiento total de las nuevas plataformas; una cosa es saber usarlas como dispositivos o

herramientas y otra tener control y criterio del uso que se les da. Por tanto, ser un alfabeto digital en el entorno audiovisual “Se trata de que las personas sean capaces de tomar conciencia de las emociones que están en la base de la fascinación que ejercen las imágenes y de convertirlas en el desencadenamiento de la reflexión crítica.” (Ferrés, 2006:11)

Por lo antes mencionado, es importante discernir entre los términos de residentes y visitantes en el mundo digital. Para la periodista española Ángela Plaza los residentes son parte de este mundo, conciben la red como un lugar de encuentro, tienen un sentido de pertenencia en plataformas *web* principalmente en redes sociales, en las cuales ven una opción para expresarse y hacerle saber al resto lo que son creando contenido y expresando opiniones, por su parte, los visitantes sólo se limitan a navegar en el mundo digital, únicamente se asumen como usuarios y no como miembros. (2016)

Mientras más conciencia haya respecto al conocimiento, uso y apropiación tanto de las tecnologías como de los productos que se consumen a partir de estas, habrá una apertura mayor para tener una decisión respecto a qué ver y hasta dónde se puede llegar a crear un lazo con el contenido. El límite de la pantalla no se puede traspasar para ningún lado; ni de la ficción a la vida real y viceversa.

Giuseppe Richeri menciona una frase que si bien está enfocada a la televisión, se puede perfectamente transpolar a todos los medios y plataformas. Independientemente del medio o plataforma que sea, hay que tener las bases de lo que se habla, tratar de ir al fondo de las cosas y no simplemente dejarse llevar por lo que el medio nos dice, que es también uno de los principios de la alfabetización digital: “[...] sí la televisión cuenta esto, pero yo sé que no es verdad” (2006:211)

CAPÍTULO III

EL GÉNERO DE LAS BIOSERIES

El género de las bioseries se ha vuelto cada vez más común tanto en la televisión mexicana como en toda Latinoamérica; vidas de personajes que forman parte de la cultura popular como Juan Gabriel, Joan Sebastian, *Blue Demon*, Jenni Rivera y Lupita D'Alessio, entre otros, han sido llevadas a la pantalla y logrado un éxito considerable.

Mauricio Carrandi vicepresidente de publicidad e imagen corporativa de Televisa mencionó en una entrevista para *El Sol de México* respecto a las bioseries que:

“Contar la vida de ídolos mexicanos en un formato como la bioserie, logra que el público conozca no sólo el lado más humano de las celebridades, sino también los sacrificios que tuvo que pasar para poder ganarse ese lugar tan especial que los hizo distinguirse del resto.” (El Sol de México, 2017)

Sin embargo, pese al *boom* de estas historias, no existe una definición oficial; por ello, en este capítulo se partirá de los propios conceptos de género (audiovisual), biografía y serie de televisión para comprender desde un panorama mayor dicho género y poder ofrecer una definición.

3.1. Definición de género de televisión.

En este apartado, se abordará el tema de qué es el género en el entorno de lo audiovisual. En un primer momento, se ofrecerá una explicación genérica de este término, puesto que, en un panorama amplio, los géneros han dado a lo largo de los años cierta identidad a la televisión; sin embargo, en la actualidad parece cada vez más complejo poder agrupar los contenidos televisivos en un cierto género, por lo cual se prestará atención al aspecto de la hibridación de géneros propia del ritmo contemporáneo de la industria televisiva.

“Los géneros pueden ser entendidos como categorías taxonómicas que permiten clasificar discursos a partir de ciertas pautas de semejanzas y deferencias textuales.” (Gordillo, 2009:23)

Partiendo de la definición anterior, el término de género se extiende a diversas ramas como la literatura, el periodismo o el cine y por consiguiente a la televisión, donde es interpretado por diferentes teóricos. A diferencia de los géneros periodísticos o literarios, en televisión este concepto puede ser entendido desde diversas ópticas.

Para el sociólogo Mauro Wolf, los géneros en televisión son “[...] sistemas de reglas a las cuales se hace referencia (implícita o explícita) para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción.”(1984:189) Desde el punto de vista del emisor, puede ser entendido como la forma en que el mensaje es enviado; por su parte, desde la óptica del receptor, va orientado a la aceptación que el mensaje tenga.

El teórico Mariano Cebrián, define que el género “Es un conjunto de procedimientos combinados, de reglas de juego, productoras de textos conforme a unas estructuras convencionales previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo.” (1992:15)

El género inmerso en el terreno de lo audiovisual va más allá de una simple calificación de categorías; contempla también el grado de cercanía o aceptación que tenga con la audiencia. De acuerdo con el profesor Pedro Millán, los géneros audiovisuales se presentan en ocho niveles, mismos que serán brevemente expuestos a continuación:

1. Manifestaciones audiovisuales estéticas y no estéticas: hay una clara separación entre lo ficticio (creación estética) y lo no ficticio. Aquí podemos encontrar cualquier producto de ficción entendido como una obra estética (telenovela, serie, película, etc.) y un noticiario (obra no estética).
2. Marco sociocultural: toda creación estética está envuelta en un contexto determinado, el cual afecta tanto su creación como su proceso de recepción.

3. Grado de compromiso audiovisual estético: este nivel alude a la composición estética, es decir, involucra todos los recursos creativos y estéticos que constituyen la obra audiovisual.
4. Forma fundamental de plasmación audiovisual estética: es el modo en que el género es llevado al medio audiovisual.
5. Tipo de pacto comunicativo establecido en el relato audiovisual: este nivel tiene que ver con el grado de abstracción del mundo real al mundo de ficción; es decir, por más fantástico que un género pretenda ser siempre tendrá algo del mundo real, sin ello, no se podría entender.
6. Posible grupo al que pertenece el relato audiovisual: en este nivel aparece una segmentación mayor del género; aunque existan varias obras de un mismo género, se pueden contar en diferentes formatos, como bien pueden ser: series, mini series, temporadas, etc.
7. Posible subgénero al que pertenece: alude a las temáticas que le dan identidad más particular a un género, por ejemplo: aventura, policiaco, *thriller*, etc.
8. Obra audiovisual concreta: en este nivel se encuentra la obra ya terminada y lista para ser exhibida. (2007:249-271)

A partir de lo anterior, el género en el contexto de lo audiovisual, bien podría quedar definido como un texto audiovisual con tintes artísticos⁸, elaborado dentro de un contexto sociocultural específico destinado a llegar a un cierto sector de la población y bajo normas particulares de composición artística y visual.

En el caso particular de la televisión mexicana, los géneros han estado claramente definidos; a lo largo de los años hemos visto telenovelas, programas unitarios (contemplan los programas de comedia), programas de variedades (formato de revista y musicales), *reality shows*, series y en años recientes (el género que aborda la presente investigación) las bioseries.

⁸ Se presta un mayor interés por las obras de carácter ficcional, ya que en el aspecto informativo, si bien hay espacios noticiosos en televisión estos responden más a la división de géneros dentro del periodismo.

Pero más allá de saber que existen géneros, es importante profundizar en el motivo por el que unos predominan sobre otros; la razón es meramente comercial. Lo que vende es lo que tiene mayor prioridad, pese a que las formas de producción cambien.

Además de la razón comercial, la moda también tiene que ver con el auge de un género, ya que, a pesar de seguir con las mismas dinámicas, las necesidades sociales se involucran para que un género tenga éxito en un momento determinado.

Hasta este punto se ha abordado el término de género desde una óptica tradicional, pero, como se mencionó al inicio del apartado, hoy día, esa concepción no puede ser aplicada del todo a lo que se hace en televisión, debido al fenómeno de la hibridación, el cual “[...] no afecta sólo a las categorías narrativas (los formatos televisivos), sino que alcanza las grandes categorías simbólicas que rigen nuestra relación con el mundo y con el otro y que, en última instancia revierte en la construcción de identidades.” (Imbert, 2011:15)

De modo que con la hibridación las fronteras que anteriormente existían para distinguir un género de otro cada vez se diluyen más; un ejemplo de ello, es el denominado infomentretenimiento, el cual se ve en los espacios de revista informativa donde no solamente se presentan noticias, sino que se exponen situaciones que forman parte del entretenimiento como presentaciones musicales, segmentos deportivos y de cultura general. En la televisión mexicana, podemos encontrar actualmente como un ejemplo de este género el programa *Al aire, con Paola Rojas*.

Dentro de esta hibridación, entra en juego también el aspecto publicitario, pues el mezclar información y entretenimiento en un espacio televisivo resulta ser una ventana importante para anunciar diversos productos. El carácter formal que un espacio informativo convencional tiene se disuelve un poco en el terreno de lo informal, con lo que el espectador se siente más en confianza dentro de un entorno más familiar, donde, de acuerdo con la profesora Inmaculada Gordillo no hay una barrera bien delimitada entre la ficción, lo informativo y las variedades. (2011:94)

Otros ejemplos que se distinguen a partir de la hibridación, son los *reality shows* y los *talk shows*, en los que se rompe con la división clásica de las funciones de la televisión de entretenimiento e información y donde no hay una línea establecida previamente, sino que se vuelven espacios lúdicos que permiten experimentar nuevas formas de llevar contenido a la pantalla. La profesora Sara Ortells menciona que se intenta darle un tratamiento más humano a todos aquellos elementos que forman parte de la vida cotidiana. (2011:40)

De esta forma, los géneros en televisión son cada vez menos puros, aunque mucho de lo que tenemos hoy día en televisión mexicana sigue respetando la esencia de los géneros tradicionales, poco a poco se han ido insertando géneros híbridos y un caso particular se refiere a las bioseries⁹.

3.2. Definición y elementos de una biografía.

“Una biografía puede ser perfectamente un diario, un libro de cartas o relatos, una novela, un poemario o una obra de teatro. El único ingrediente necesario es que el tema sea la vida real de uno mismo (autobiografía) o de otra persona objeto de estudio.” (Chavarría, 2011:13-14)

Evidentemente, una biografía nace del hecho de que se quiere hablar de un personaje conocido, el cual tiene o tuvo una vida que cuenta con elementos atractivos y que lo distinguen del resto. Para el historiador Francois Dosse una biografía representa una manera privilegiada para reconstruir una época con sus sueños y sus angustias. (2007:15)

Crear una biografía puede resultar una compleja actividad, ya que no sólo se habla de una persona en específico, sino de todos aquellos elementos que brindan más información sobre el sujeto en cuestión, por lo cual quien escribe (el biógrafo) debe ser alguien empático con el personaje del que se habla.

Ser biógrafo, representa destinar una buena parte de la vida de quien escribe a investigar sobre la vida de alguien más; es una labor exhaustiva, debido

⁹ Se profundizará más sobre este tema en el apartado 3.4. Las bioseries como un género de televisión.

a que mientras más se conozca más se abarca, lo cual no es muchas veces lo mejor. En la medida que más puertas se abran, se corre un mayor riesgo de irse perdiendo, por ello, quien escribe e investiga “Está obligado a la exhaustividad para que su largo trabajo no se hunda debido a los nuevos testimonios y a los nuevos descubrimientos documentarios.” (Dosse, 2007:18)

A pesar de lo complejo que puede resultar escribir una biografía, este tipo de texto no se exime de tener ciertas reglas a seguir. Lo primero, es evidentemente escoger el personaje del que se hablará, ya sea porque realmente dejan huella o porque han vivido situaciones que van más allá del promedio, volviéndose figuras relevantes para algún ámbito, ya sea político, cultural, de la industria del espectáculo o el deporte.

Una vez que se tiene seleccionado al personaje, sigue un proceso bastante laborioso y es reunir todos los elementos que ofrezcan información valiosa para hacer la biografía, tales como textos (cartas, recortes de impresos, fotografías, etc.), fuentes vivas (mediante entrevistas) o material audiovisual (en caso de que exista).

Al contar con información considerable, vale la pena sentarse a evaluar y comenzar el descarte de todo aquello que no ofrezca datos importantes, para que de ahí comience a tomar forma la biografía. Mientras más datos se aborden, la biografía será más rica en detalles, pues no será sólo dar una cronología sino que abundará en aspectos que permitan conocer más al personaje en su aspecto social, psicológico y cultural.

3.3. Definición y elementos de una serie de televisión.

Lo primero que se debe hacer para comprender que es una serie de televisión es entender qué es la serialidad; este término ha sido tomado a lo largo de los años para crear historias en televisión.

Inmaculada Gordillo retoma al semiólogo Omar Calabrese, quien define la serialidad como “[...] un modo de estandarización, entendido como aquel mecanismo, relativo a la producción de objetos (y también producción de

entretenimiento como los libros, las películas, los programas de televisión) que permite producir en serie a partir de un prototipo.” (2009:103)

La serialidad, entonces, permite generar contenidos tomando como punto de partida algo que se realizó anteriormente y que logró tener aceptación. Al analizar un poco el modelo de televisión tradicional de México nos daremos cuenta que toda su producción está limitada a este modo de crear contenidos. Con base en el prototipo que tuvo éxito, se configura toda una estrategia para repetir la fórmula.

Ahora bien, como ya se mencionó, la serialidad es una forma de estandarizar contenidos, los cuales se abordan en forma de serial televisivo, el cual tiene varias subdivisiones (tomando en cuenta la ficción como eje central), que se aplican de acuerdo a la forma en la que se quiera contar una historia:

1. Ficción serial: los mismos personajes ocupan la totalidad del programa, ofreciendo las tramas que se complican, entrelazan y alargan a lo largo de toda la serie o a lo largo del conjunto completo de capítulos.
2. Ficción serial por arcos episódicos: las tramas se van cerrando después de un arco determinado de capítulos (o en una temporada) y se van abriendo otras nuevas que se desarrollarán, a su vez, en otro conjunto de episodios.
3. Ficción secuencial: cada entrega o capítulo, desarrollado con una independencia cercana a la ficción episódica, termina con elementos de las tramas sin coincidir (*cliffhanger*¹⁰), que remiten necesariamente al comienzo del siguiente.
4. Ficción episódica o capitular: cada entrega o capítulo posee tanto el comienzo como la conclusión de las distintas tramas o subtramas. Los elementos constantes, necesarios para la concepción seriada, vienen a partir de la repetición de componentes narrativos: características de los

¹⁰ “Suceso que normalmente, al final del capítulo de una serie de televisión, cómic, película, libro o cualquier otra obra de la que se espera una continuación, genera el *suspense* o el *shock* necesario para hacer que el receptor de la misma experimente el máximo interés posible en conocer las consecuencias, el resultado y/o el desarrollo de dicho efecto en la siguiente entrega.” (Bort, 2012:504)

personajes, relaciones entre ellos, espacio, situaciones, etcétera. También se denominan capítulos autoconclusivos.

5. Ficción episódica con tramas secundarias seriales: la trama principal es de carácter episódico por lo que la independencia entre las distintas entregas está bastante marcada. Sin embargo, una o varias tramas secundarias pueden tener un carácter serial (durante todos los capítulos o bien por arcos episódicos).
6. Ficción episódica fragmentaria: cada capítulo posee varias tramas argumentales independientes que se desarrollan, sin cruzarse, desde la presentación hasta el desenlace, sin dejar huella en los siguientes episodios.
7. Ficción microepisódica o programas de sketches: cada entrega posee un número de mini-relatos episódicos, independientes del resto de los que aparecen en el mismo capítulo. Los personajes, sus características, el espacio y otros elementos narrativos se mantienen constantes.
8. Ficción antológica: la repetición está restringida al título general del programa y a componentes relacionados con la temática. Los restantes elementos narrativos (personajes, trama, situaciones, espacios, etc.) poseen un carácter completamente autónomo y episódico. (Gordillo,2009:103-104)

Con lo anterior, se ha dado una visión de lo que son los contenidos seriales (la base sobre la que las series de televisión descansan); ahora se procederá a dar una definición de dicho concepto. Primero, vale la pena comprender a las series como objetos culturales propios del sistema industrial, que como ya se ha hecho mención, estandariza los contenidos, mediante la repetición, la cual, de acuerdo con Omar Calabrese tiene tres nociones: como modo de producción, como mecanismo generador de textos y como condición de consumo (por parte del público hacia los productos comunicativos) (1999:44-45)

Las series de televisión, son “Productos de ficción con continuidad agrupados por capítulos que adoptan modalidades diferentes” (Fernández y

Martínez, 1999:224). Para complementar, vale la pena mencionar que están “Organizadas con una duración en torno a los 45 o 60 minutos y concebidas mediante estructuras episódicas, con algunas tramas secundarias seriales por arcos de episodio.” (Gordillo, 2009:138)

A diferencia de una telenovela, una serie no tiene un número elevado de personajes, y como es más breve en el número de capítulos, casi no tiene tramas secundarias; con ello, el público se engancha con mayor facilidad con la historia central, puesto que casi no da espacio a que se agregue “paja” sólo para rellenar la historia.

“La producción de seriales obedece a un proceso industrial muy preciso, ya que son productos de emisión diaria donde el ritmo de grabación es frenético. Necesitan de una trama central que se desarrolle a lo largo de todas sus emisiones y de otras secundarias que arrojen a la historia que sirven de hilo conductor.” (Saló y Flores, 2003:187-188)

Es por lo anterior, que ha aumentado en años recientes la producción de series en la televisión mexicana, y es que pese a que suelen ser breves, en cuanto a su elaboración tienen “[...] un planteamiento estilístico similar al presente en el medio cinematográfico.” (Cortés y Rodríguez, 2011:71) Debido a ello, al aumentar la calidad de las series apegándose más a un formato de cine que de televisión; la aceptación que tengan dentro del público será mayor, ya que se cuida más el concepto visual.

Como ejemplos de series que se han apegado más al cine en su producción, se pueden mencionar los siguientes títulos:

- *Los héroes del norte* (2010-2012): comedia de situación basada en el mundo de la música grupera.
- *Cloroformo* (2012): temática de boxeo.
- *Login* (2016): temática policiaca (producción *transmedia*, donde el espectador podía decidir el futuro de los personajes mediante la aplicación móvil).

- *Dogma* (2017): temas sobrenaturales.
- *Érase una vez* (2017): adaptación de cuentos infantiles clásicos en *thriller* policiaco.
- *Sin miedo a la verdad* (2018): mediante un *videoblog*, un héroe anónimo ayuda a víctimas de alguna injusticia a resolver sus problemas.

3.4. Las bioseries como un género de televisión.

A partir de lo anterior, se puede definir al género de las bioseries de la siguiente manera:

- Series de televisión que están inspiradas en la vida de una celebridad, la cual es retomada a partir de sus ámbitos personal, social y cultural y que se narra en una estructura seriada, pero con arcos episódicos en los cuales se destacan los pasajes más relevantes de su vida. Parten de un punto de tensión argumental y a partir de este, se comienza a contar la historia desde sus orígenes (en su mayoría de los casos de la infancia) hasta el punto más alto respecto a la fama.

Roberto Araujo, profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, las define como “Historias que tienen un fundamento real donde hay un héroe o una heroína generalmente personajes públicos y que sus vidas han tenido una serie de penurias, de particularidades, de situaciones incluso muy dramáticas que han hecho que haya un argumento.” (Comunicación personal, 31 de Mayo de 2018)

Si bien es cierto que este género ha sido considerado como tal desde hace un par de años, un antecedente directo tuvo lugar en Colombia en el año 1991; la serie (llamada así en ese momento) *Escalona*, protagonizada por Carlos Vives, contó la vida del compositor Rafael Escalona. Pese a lo anterior, el género que realmente se considera precursor de las bioseries son las narconovelas y las narcoseries, debido a que, de una u otra forma, muestran la vida y el ambiente que se vive dentro del mundo del narcotráfico.

Tanto las narconovelas, narcoserias y bioseries nacen a partir de la hibridación de géneros, puesto que no son puramente un género audiovisual sino una mezcla de géneros como la serie y el documental, ya que para poder lograr su realización, hay un proceso de investigación (emanado del documental) la cual se plasma en la pantalla a manera de serie.

En la televisión colombiana estas historias fueron bien recibidas por el público, ya que, al igual que México, el contenido que llegaba a la pantalla era mayormente “rosa”, con historias con una gran carga de elementos ficcionales, por lo que al ver algo nuevo se despertó el interés del público, a tal grado que han atravesado fronteras. Tal es el caso de series como *La viuda negra* y *Escobar el patrón del mal* hasta llegar a la producción México-Americana-Colombiana *El señor de los cielos*.

A pesar de que el género nace en Colombia, en México fue rápidamente adoptado, y la razón de esto está basada en las siguientes apreciaciones generales:

1. La gran cantidad de celebridades que hay en el país y que dentro de la cultura popular se han logrado posicionar como ídolos.
2. La tendencia ligada a la serialidad, pues se ha visto que este género da buenos resultados en otros países, por lo que no es difícil comprender que se lleve a la pantalla mexicana.
3. La necesidad por ofrecer historias que no se queden totalmente en el mundo de la ficción, sino presentar historias reales que sean aderezadas por la misma.
4. La falta de buenos resultados en la mayoría de las producciones de ficción realizadas en los últimos años.

Sumado a estos cuatro puntos, hay otro factor que ha impulsado a la creación de bioseries en México:

“La necesidad que tiene la televisión de convertir lo privado en público y de mostrar los aspectos privados de lo público para alimentar sus historias ha

acabado difuminando dichos conceptos, ya que no consiguen articular las complejas relaciones que se establecen entre la individualidad del espectador y la sociabilidad de la esfera colectiva a la que dicho espectador accede principalmente a través de la televisión mediadora.” (Lacalle, 2001:22)

Para Fernando Gaytán, reconocido guionista colombiano y creador de éxitos internacionales como *Yo soy Betty la fea* y *Café con aroma de mujer*, las bioseries le han dado un nuevo respiro a la televisión abierta y pese al hecho que estas nacen de las narcoseries son historias más “blancas” mostradas como “[...] casos de superación y éxito entre las clases populares.” (Amoroso, 2016)

Se pueden ver también como historias aspiracionales, donde se muestran ejemplos de vida, y es que se retrata a “[...] ese alguien, que en su momento luchó contra todo aquello que podría haberle hundido o convertido su existencia en un infierno, una vez superada la crisis, desea compartir su experiencia para que otros se beneficien de su aprendizaje.” (Chavarría, 2011:23)

Así como la mayoría de las series convencionales, las bioseries sólo prestan atención en los detalles más relevantes de sus protagonistas; la mayoría de ellas, suelen ser historias ágiles que no tienen muchos capítulos, por lo que la trama central se desarrolla rápidamente, tocando sólo los pasajes de la vida del protagonista que realmente valgan la pena de contar; es decir no da oportunidad a alargarse como si fuera una telenovela.

En el 2016 llegó a la televisión mexicana la primera bioserie titulada *Hasta que te conocí* que relataba la vida de Juan Gabriel; la producción la realizó la empresa SOMOS *Productions* en colaboración con Disney Media. Primero, se transmitió por el canal de televisión restringida TNT y posteriormente, llegó a la televisión abierta por el canal 13 de TV Azteca.

El recibimiento de esta bioserie en televisión abierta fue muy positivo y representó una victoria para la empresa, ya que por primera vez en diez años, TV Azteca le ganó en *rating* a Televisa en el horario estelar del domingo por la noche, alcanzando los 13.17 puntos, mientras que el final de *La voz México 2016* registró 8.94 (TTVNews, 2016)

Pero como siempre ha sido en la televisión mexicana, la competencia entre Televisa y TV Azteca no se hizo esperar y tras el éxito que logró *Hasta que te conocí*, la televisora de San Ángel le asignó a Carla Estrada (una de las productoras que más éxitos le ha dado a la empresa) la realización de la bioserie *Por siempre Joan Sebastian*.

La presentación de esta bioserie tuvo varias fases, primero, se estrenó por *Blim* (plataforma OTT de Televisa); posteriormente, en Estados Unidos a través de Univisión y meses después, llegó a la pantalla de canal 2 en horario estelar.

Tras ver que tanto la bioserie de Juan Gabriel como la de Joan Sebastian fueron bien recibidas por el público y bajo la premisa que este tipo de historias son un homenaje a la vida de las estrellas, el género se ha colocado como otra opción de contenido en televisión, ya que muestran a los seres humanos más allá de los artistas que son.

Considerando que nos encontramos en un momento donde ya no solamente existen dos televisoras de corte comercial en el país, es evidente que Imagen Televisión no se haya quedado atrás, adoptando la fórmula y, al parecer, le retribuyó positivamente, puesto que uno de sus primeros éxitos se dio con *Paquita la del barrio: las verdades bien cantadas*; esta historia si bien retrató varios pasajes de la vida de Paquita la del Barrio tiene un detalle, tuvo un número elevado de capítulos, por lo que en términos estrictos no sería una bioserie, sino una bionovela.

Es importante hacer una pausa en este punto para distinguir a mayor profundidad una telenovela de una bioserie; entre otros aspectos, la extensión (número de capítulos) es un factor de que marca una diferencia notable. También vale la pena señalar que, cuando la vida de una celebridad inspira a hacer un contenido de televisión con un número elevado de capítulos, se considera como bionovela.

Tabla 4. Comparación entre telenovela y bioserie.¹¹

	Telenovela	Bioserie
Temática	Mayormente apelan a la parte afectiva.	Orientadas a la parte aspiracional.
Número de capítulos	De 50 en adelante.	Entre 13 y 30.
Estructura argumental	Con posibilidad de alargarse.	Definida con un inicio y un fin.
Temporadas	La historia se desarrolla en una sola temporada (de muchos capítulos)	Existe la posibilidad de presentarse en temporadas.
Constitución de los personajes	Creados en la ficción con esbozos de elementos tomados de la realidad.	Basados en la realidad.
Tramas	Una trama principal reforzada por tramas secundarias de menor importancia.	Una trama principal apoyada en subtramas con importancia similar a la principal.
Cantidad de personajes	Muchos personajes integran la historia.	Son pocos los personajes que intervienen en el desarrollo de la historia.
Base argumental	Ficción (puede estar basada en hechos reales pero moldeados a la estructura melodramática)	Hechos reales (recreados)
Punto de mayor tensión argumental	Descubrimiento de una mentira, un engaño, una nueva condición social.	Desequilibrio entre la vida personal y la fama.
Final de los personajes principales	Logran vencer todos sus obstáculos y ser felices.	Hay una transformación que sirve como mensaje de superación.

De forma que nos encontramos en la época de las bioseries, y es que, como se ha venido mencionando, la forma de hacer televisión en México está apegada a la serialidad, por lo cual no es de extrañarse que el género de las bioseries sea explotado hasta que llegue una nueva opción en cuanto a contenidos.

¹¹ Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

CONSTRUCCIÓN DE LA NARRATIVA

“Todos contamos historias. [...] En la vida, normalmente vemos, oímos, leemos y contamos miles y miles de historias.” (Truby, 2009:13)

A simple vista, contar una historia resulta muy fácil y cualquier persona lo puede hacer en cualquier momento, sin embargo, hay una gran diferencia entre una historia anecdótica y una historia que aspira a llegar a un gran público.

Construir una historia pensada para un medio audiovisual como lo es la televisión es una tarea complicada; no se trata solamente de escribir por escribir, pues, aparte de crear un texto que parezca interesante, hay que tomar en cuenta las condiciones propias del medio, recordando ante todo, que la historia será vista. En el entorno de los medios masivos, “[...] una forma de representar y estructurar la experiencia, de apropiárnosla en lo simbólico, de hacer cultura y librarnos del caos es la forma narrativa.” (Aguilar, 2000:25)

La forma de contar historias en la televisión parece seguir una línea ya establecida, por lo cual las bioseries han sido bien recibidas, ya que, aunque de fondo tienen el mismo patrón (entretener), el hecho de presentar aspectos de la vida real o mencionar que son historias basadas en hechos reales le da un sabor distinto al que pudiera tener una telenovela o serie convencional.

Para lograr construir una narrativa, primero hay que considerar que se puede crear una ficción o partir de sucesos reales, los cuales pueden ser dramatizados (como el caso de las bioseries), pero, en ambos casos, la parte ficcional juega un papel importante. Umberto Eco propone la distinción de narrativas llamándolas natural y artificial:

“Se da narrativa natural cuando contamos una secuencia de acontecimientos realmente sucedidos, que el locutor cree que han sucedido, o quiere hacer creer (mintiendo) que han sucedido realmente. [...] La narrativa artificial estaría representada por la ficción narrativa, la cual finge solamente [...] decir la verdad, o presume decir la verdad en el ámbito de un universo de discurso ficcional.” (1996:134)

Una vez que se tiene claro que se va a contar, se debe trabajar en la idea central de la historia, pues, de esta forma, se va dando una unidad al discurso narrativo, lo que permitirá que de principio a fin haya un control de lo que se está llevando al público.

4.1. Los siete pasos para construir una historia.

Toda historia debe tener una estructura, lo que se cuenta no es fijo, sino un relato en un tiempo y un espacio. Todos los elementos que lo integran deben tener un orden (de carácter narrativo), el cual se da a partir de aplicar siete pasos que el guionista John Truby propone seguir a la hora de contar una historia.

Estos pasos van en relación con la estructura tradicional de tres actos, donde el protagonista pasa del punto de la debilidad y la necesidad a un nuevo equilibrio mediante nudos argumentales.

A continuación se mencionarán dichos puntos:

1. Debilidad y necesidad: la debilidad está presente en el protagonista de la historia como un punto endeble que lo frena y que además actúa como una amenaza que puede arruinarle la vida. La necesidad es algo de lo que carece el protagonista, es un vacío que requiere llenar para mejorar su vida.
2. Deseo: el deseo surge de la necesidad y es algo que el protagonista anhela alcanzar. Este punto es lo que motiva tanto a la historia como al mismo espectador.
3. Adversario: un adversario es más que un simple antagonista, es quien compite con el protagonista por lograr un mismo objetivo.
4. Plan: toda acción parte de un plan, entendido como las estrategias que el protagonista hará para vencer al adversario y poder cumplir con su objetivo.
5. Lucha: es el choque entre el protagonista y el adversario, es un enfrentamiento de ataque-contraataque, donde ambos buscan cumplir su objetivo.
6. Autorrevelación: a partir de la lucha, el protagonista enfrentará una dura experiencia que lo hará cambiar.

7. Nuevo equilibrio: ocurre cuando el protagonista ha transitado por todos los puntos anteriores y ha logrado llegar a otro nivel que puede ser más alto o más bajo de acuerdo a las acciones que haya realizado. (2009:59-71)

Los siete pasos también se podrían considerar como niveles de desarrollo narrativo, debido a que, como se mencionó anteriormente, guardan relación con la estructura de tres actos propuesta por Syd Field.

Tabla 5. Relación entre la estructura de tres actos (Syd Field) y los siete pasos para contar una historia (John Truby)¹²

Estructura argumental	Propuesta de Syd Field	Propuesta de John Truby
Planteamiento	<p>Acto I:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación del personaje, de la premisa y situación dramática. • Seguimiento del centro de atención del personaje principal. • Definición del problema. 	<p>1. Debilidad y necesidad.</p> <p>2. Deseo.</p>
	Primer punto de giro dramático (<i>plot point</i> ¹³).	
Desarrollo/Clímax	<p>Acto II:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confrontación. 	<p>3. Adversario.</p> <p>4. Plan.</p> <p>5. Lucha.</p> <p>6. Autorrevelación.</p>
	Segundo punto de giro dramático (<i>plot point</i>).	
Desenlace	<p>Acto III.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución. 	<p>7. Nuevo equilibrio.</p>

¹² Elaboración propia.

¹³ Syd Field define el término de *plot point* como “un incidente, episodio, o acontecimiento que se engancha a la acción y la hace tomar otra dirección. (1996:201)

4.2. El guion.

“El guion es, a la vez, un punto de partida y un punto de llegada. Para el director o realizador que recibe el encargo de adaptar un guion literario y darle una solución audiovisual, el guion literario es el origen y el guion técnico su destino.” (Fernández y Martínez, 1999:219)

La elaboración de un guion va más allá de la habilidad de escribir; hay que tener la pericia de pensar en imágenes, porque, a diferencia de otro tipo de escrito, este tiene como meta final tener vida, es decir que lo que está escrito se materialice en una composición audiovisual.

Por lo anterior, es importante considerar este texto como una obra literaria que será llevada a la pantalla. Debido a ello, es una buena opción equipararlo, en un primer momento con una nota periodística y contestar las preguntas básicas del periodismo, evidentemente orientadas a lo que se contará, quedando entonces de la siguiente manera:

- ¿Qué voy a contar?: sobre lo que se hablará.
 - ¿Cómo lo voy a contar?: la forma en la que se presentará la historia.
 - ¿Cuándo?: época en la que se ambientará la historia.
 - ¿Quiénes lo contarán?: los personajes que intervendrán en la trama.
- (Fernández y Martínez, 1999:219)

Tras responder las preguntas anteriores, se logra despejar la primera incógnita, puesto que, al dejar claro qué se va a contar, se puede proceder a seleccionar si se hará un guion original o uno adaptado. Hay que señalar, que si se opta por hacer una adaptación, existen, de acuerdo los autores Federico Fernández y José Martínez Abadía cinco modelos a seguir, los cuales son:

- La historia adaptada: es lo más fiel posible respecto a la historia original.
- La historia basada: mantiene la base principal de la trama, pero quita algunos personajes y situaciones.

- La historia inspirada: toma como punto de inicio una situación, un personaje o una anécdota a partir de la cual se puede desarrollar una trama.
- La historia recreada: hay muchos cambios respecto a la propuesta original.
- Adaptación libre: sigue el hilo de la historia, los personajes y situaciones, pero crea una nueva estructura, que puede estar ubicada en un contexto diferente al de la original. (1999:227)

Tomando como punto de partida estos modelos de adaptación, las bioseries se introducen en las historias inspiradas, ya que cuentan la vida de un personaje dentro de una estructura narrativa audiovisual. Esto se ve reflejado en la leyenda que en la mayoría de las bioseries aparece al inicio o al final de cada capítulo:

“Esta es una serie inspirada en eventos reales basados en una serie de entrevistas. Algunos personajes, nombres, negocios, locaciones y eventos han sido modificados para procesos de dramatización. Cualquier parecido con la realidad es mera coincidencia.” (*Hoy voy a cambiar*, Televisa, 2017)

Así como la mayor parte de la historia se considera como inspirada, esta puede unirse al modelo de la adaptación recreada, puesto que hay casos en donde se rompe un poco con la naturaleza netamente biográfica y se integra al relato la ficción como sucedió con *Hasta que te conocí*, ya que, al no tener datos de la infancia de Juan Gabriel, los realizadores decidieron recrear esta etapa de manera ficcional.

Hasta el momento se ha dado ya una visión sobre la construcción narrativa, su importancia y aspectos muy generales en torno al papel del guion, lo que procede, es dar un repaso sobre los elementos que constituyen una historia.

Ya se ha hecho mención que la historia gira alrededor de un personaje, pero este no está solo, pues no se trata de un monólogo, por lo que debe estar en contacto con otros personajes que enriquecen la historia y cumplen diferentes roles.

El concepto de personaje según el escritor de televisión brasileño Doc Comparato, “[...] viene a ser algo así como decir personalidad, y se aplica a las

personas con un carácter definido que aparecen en la narración.” (2005:109) En el caso de las bioseries, los personajes tienen la siguiente jerarquización.



El protagonista es quien lleva el mayor peso dentro de la trama, aparece en todos los capítulos, es el personaje que mayor atención debe tener, pues es quien motiva que la historia tenga un sentido. De acuerdo con John Truby debe ser una persona compleja (2009:77)

El antagonista es visto dentro del género de las bioseries como alguien que crea un punto de quiebre en la vida del protagonista. A lo largo de la historia, son varios personajes los que desempeñan este rol y aunque pudieran tener pocas apariciones, están en un segundo nivel por el papel que juegan dentro de la historia. A diferencia de una telenovela o serie convencional, no está en el extremo de la maldad, “[...] decir que el antagonista es el contrario del protagonista es una afirmación estereotipada.” (Comparato, 2005:129)

Los personajes co-estelares son todos aquellos que están en el primer círculo de la vida del protagonista, es decir familiares y amigos muy cercanos que juegan el rol de impulsarlo o apoyarlo. Según sea el caso, algunos aparecen durante toda la historia y otros en ciertos puntos de esta.

Los personajes secundarios están en el segundo y tercer círculo del protagonista; tienen breves apariciones, pero aportan algo para él o para la historia misma.

Los personajes incidentales, aparecen en pocos capítulos, su función no pasa de estar en el momento o ser el factor para que el protagonista busque un

cambio. Generalmente, están presentes en los nudos argumentales, es decir puntos de tensión narrativa.

Para construir a los personajes, tradicionalmente se parte de su desarrollo dentro de una trama de ficción, por lo que el guionista tiene la libertad para crear una historia previa, los elementos de la personalidad y físicos. Sin embargo, en las bioseries no existe esa libertad, porque se parte de una persona que existe en el mundo real, por lo que quien escribe debe ceñirse a elaborar la historia real, adaptada a las condiciones de la televisión.

Debido a lo anterior, cuando se escribe un guion para una bioserie, hay que poner especial atención en retratar al personaje lo más apegado a la realidad, pues si no se hace esto, se corre el riesgo de que el público no se sienta identificado de la misma forma que se siente con el personaje en la vida real.

Para lograr esa identificación, hay que resaltar todos los rasgos más visibles del personaje, mismos que el público conoce y por los cuales sigue al artista, como pueden ser “[...] simpáticos, amenos, halagadores o seductores, solicitando así la estima o la admiración.” (Chion, 2000:120)

Después de tener el enfoque del protagonista de la historia, se puede ir construyendo la trama, en la cual se relata un conflicto que desencadena la acción, como menciona Doc Comparato: “Sin conflicto; sin acción, no hay drama.” (2005:95) En el caso de las bioseries, se expone todo el proceso que vive el personaje principal para llegar a ser una estrella y cumplir las metas que anhela tanto en el personal como en lo profesional.

El doctor Francisco Gómez Tarín, retoma al escritor Irving Blacker, al señalar que existen cuatro tipos de conflicto, que, si bien por el interés de la presente investigación se ha mencionado que en las bioseries no se trata al conflicto como se le hiciera en otro género, sí pueden aplicar en la trama:

1. Conflicto entre el hombre y la sociedad.
2. Conflicto de un hombre consigo mismo.
3. Conflicto entre dos hombres.
4. Conflicto entre el hombre y la naturaleza. (2009:27)

Debido a la configuración de las bioseries, fácilmente se pueden encontrar en ellas tres de los cuatro tipos de conflicto; el más notorio, es el del hombre consigo mismo (confrontación entre la persona y la figura pública), seguido del conflicto del hombre con la sociedad (el peso de la fama se deja caer sobre los hombros de la persona) y en menor medida, el conflicto entre dos hombres (obstáculos que tanto la persona como la figura pública enfrentan).

A partir de introducir los conflictos, la trama constantemente tiene nudos argumentales que están orientados a ir dando paso a las diferentes etapas en la vida del protagonista. Para ello, se debe crear un *storyline*.¹⁴

Para las bioseries, resulta un punto no tan sencillo poder construir el *storyline*, ya que de toda la vida y obra del protagonista hay que escoger cuidadosamente que partes serán contadas, tratando de resaltar dos aspectos; el primero, es generar el interés del público y el segundo es mostrar lo mejor que se pueda el lado humano del personaje para poder conectar más fácilmente con la audiencia.

4.3. El storytelling y el branded content.

Ya se hablado del guion, pero uno de los términos que motiva el presente trabajo es el *storytelling*. La Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación de España (ADECEC) lo define como:

“Técnica para contar historias que trasladen los valores de una compañía, marca o producto y que conecten con su público objetivo. Pueden existir diferentes géneros y tonos (emoción, humor, intriga, etc.), así como diferentes formatos para plasmar la historia (video, gráfico, apps, etc.)” (2015:6)

Aunque la definición se da para el área de publicidad, bien puede ser trasladada a la creación de contenidos audiovisuales. Al adecuar el texto para ponerlo en el canal que se está trabajando, la definición queda de esta forma:

¹⁴ “Breve relato de la historia. [...] Debe responder al qué, quién e incluir el desenlace. Es la aplicación de la idea al acontecimiento elegido para desarrollar. (Gómez Tarín, 2009:97)

- Técnica para contar historias que presenten una fuerte carga emocional para poder conectar con su público objetivo.

La necesidad por crear historias con carga emocional siempre ha estado presente; basta con hacer un breve repaso por la historia para darnos cuenta de esto: desde los griegos, con el surgimiento del teatro, hasta la época contemporánea en donde los medios de comunicación han sabido aprovechar dicho recurso para generar contenidos.

Desde los libros hasta la televisión, más de una vez hemos estado frente alguna historia que se recargue en las emociones; el *storytelling* apuesta por hacer sentir a la gente. Desde su óptica publicitaria, es más fácil hacer sentir que hacer pensar; como mencionó la poeta Maya Angelou: “La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará como la hiciste sentir.”

Lo mismo pasa con los contenidos audiovisuales, resulta más sencillo “enganchar” al público con algo que lo mueva internamente, “Toda la parte de la puesta en escena y todos los recursos narrativos que salen de la parte técnica como la iluminación, como el montaje están buscando una intención en sí emocional.” (Roberto Araujo, Comunicación personal, 31 de Mayo de 2018)

Para poner en práctica esta técnica, hay que tener en cuenta una serie de factores que la agencia consultora Llorente y Cuenca señala como mandamientos del *storytelling*, y que a continuación serán señalados:

- Contexto: hay que conocer el contexto en el que estamos, preferentemente empatar una historia con la vida real.
- La audiencia: para poder aplicar la técnica, hay que conocer a nuestro público, saber qué les entusiasma y, por ende, por dónde se le puede llegar más fácilmente.
- Protagonista: debe ser un elemento con el que la audiencia se sienta identificada para asegurar que lo que se presenta sea bien visto.

- Conflicto: el conflicto considerado como un elemento detonante de los sentimientos, el hecho de ver al protagonista sufriendo será un motivador para que la audiencia se deje llevar por la parte emocional.
- Estructura: una estructura bien definida logra que la audiencia conecte más con el protagonista, pues lo siente más cercano.
- Idea: si bien, el público está viendo una historia, lo importante es que se quede sembrada una idea que lo motive a seguir la trama.
- Asombro: cuando se logra tener una audiencia asombrada se ha logrado el objetivo principal, pues la historia ha conectado con su receptor. (2015)

El *storytelling* y las bioseries se relacionan, porque, al igual que las telenovelas, estas apuntan a presentar historias con gran carga emocional, pero que es aún más fuerte que las segundas por el hecho de que son tomadas de la vida real de diversas celebridades. A su vez, pueden ser experiencias compartidas entre el público.

“Al contar una historia no solamente contamos una realidad de forma distinta, sino que permite mostrar aspectos distintos, desde otro punto de vista y de forma más natural que generarán confianza en nuestro público objetivo. Una historia hace que lo complejo sea mucho más simple.” (Nieto, 2016)

En todas las bioseries hay ejemplos donde el recurso se emplea, tal y como se menciona en seguida:

- *Hasta que te conocí*: Juan Gabriel es encarcelado injustamente.
- *Por siempre Joan Sebastian*: la batalla de la mamá de Joan Sebastian contra el *alzhéimer* y su posterior muerte.
- *Hoy voy a cambiar*: Lupita D’Alessio toca fondo en el mundo de las adicciones.
- *Blue Demon*: el matrimonio de Alejandro (*Blue Demon*) y Goyita es inestable.
- *El César*: Julio César Chávez enfrenta problemas de adicción.

- *Su nombre era Dolores*: Jenni Rivera es víctima de maltrato físico y psicológico por parte de su primer marido.

Sin embargo, con todas estas situaciones difíciles que conmueven a la audiencia hay un lado positivo en la historia; el éxito que se consigue en el plano profesional deja ver que siempre se puede salir adelante y lograr una estabilidad en todos los ámbitos de la vida.

Ligado a lo anterior, aparece el concepto de *branded content*:

“Contenido producido, coproducido o auspiciado por la marca que, sin ser publicidad, transmite sus valores y posicionamiento entreteniéndolo, educando o formando al público al que va dirigido. La clave es que sea un contenido relevante y de interés. Que aporte valor, que conecte y que fomente la participación de los públicos generando comunidad en torno a la marca [...] No es un *marketing* intrusivo, sino un contenido que es consumido libremente y proactivamente por la audiencia.” (ADECEC, 2015:7)

Tanto el *branded content* como el *storytelling* funcionan como herramientas que crean contenido de carácter emocional el cual despierta el interés de la audiencia por lo que ve, ya que se orientan a presentar historias que empaten con el espectador, y que, a su vez, resulten creíbles y que estén bien construidas.

CAPÍTULO V

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UNA BIOSERIE

Al igual que todos los productos audiovisuales, las bioseries requieren de un proceso de producción mediante el cual se van confeccionando desde la conceptualización de la idea hasta su posterior exhibición y distribución en los diversos medios y plataformas de comunicación.

La producción de este género, en términos generales, mantiene los mismos rasgos que cualquier producción, sin embargo, hay detalles específicos que marcan una diferencia entre la realización de una bioserie con relación a una telenovela o serie.

En este capítulo se señalará cada una de las etapas del proceso de producción (pre-producción, producción y post-producción), así como las consideraciones previas que hay que tener para realizar una bioserie y la parte de *marketing* y publicidad que puede generar una vez que está al aire.

5.1. Factores para escoger un personaje y hacer su bioserie.

México es un país con un gran número de celebridades en diversos ámbitos como la actuación, la música, el deporte y la cultura, sin embargo, hay una importante diferencia entre ser una celebridad promedio y ser un ídolo; de acuerdo con la RAE, el término celebridad alude genéricamente a una persona famosa, por su parte, el concepto de ídolo hace referencia a una persona amada o admirada con exaltación. (2017)

Es a partir de lo anterior donde aparece el primer tema a considerar para realizar una bioserie. Para el público no representa lo mismo ver la vida de alguien famoso que de un ídolo; en el caso mexicano, la diferencia más notable entre un concepto y otro es la cercanía que una celebridad tenga con el público.

Personajes como Juan Gabriel, Joan Sebastian o Lupita D'Alessio son el claro ejemplo de celebridades que logran mover masas; por ello, hacer bioseries inspiradas en ellos ha resultado una buena estrategia en los medios de comunicación.

Muchas de las personalidades que han sido escogidas para contar su vida en un relato audiovisual son conocidas no solamente por su talento sino por su explosiva vida privada (problemas familiares, adicciones, excentricidades, etc.). Esto es un detalle importante, considerando que el público le da su reconocimiento más allá de que sean artistas, porque puede existir una identificación con los problemas personales que enfrentan, tomando en cuenta que fuera del escenario hay elementos comunes entre la persona pública y una parte de la población.

Otro factor que hay que tomar en cuenta, es que esos ídolos sean sobre todo gente que forma parte de la cultura popular, con los cuales el público se identifica. El término de cultura popular, de acuerdo con el escritor Carlos Monsiváis, se define de la siguiente manera:

“La cultura popular no es la suma mecánica de los ofrecimientos de una industria, sino la manera en que una colectividad asume y asimila, transformándolos en búsqueda de derechos: al trabajo, al humor, a la sexualidad, a la vida ciudadana.” (1981:44)

Es por ello, que mucha gente sigue a estos llamados “ídolos del pueblo”, porque representan una proyección de lo que quisieran ser, lo que permite que se estreche un lazo de admiración, “[...] dado que la fama es la señal principal de prestigio, mientras más famosos son, más gente atraen.” (Tehrani, 2013) También existe la identificación, pues, como se ha mencionado, aunque la vida de las celebridades parezca una vida muy lejana puede ser semejante a la del público.

Otro elemento que hay que tomar en cuenta para crear una bioserie, es que, además de mostrar al artista en su faceta personal, también debe dejar un mensaje en la audiencia, el cual es el de la superación para salir delante ante cualquier adversidad.

Por último, no hay que dejar de lado el morbo que despierta conocer un poco más de la vida de un personaje público, por lo cual para hacer una bioserie hay también que considerar que la polémica esté presente en su entorno para así despertar el interés del público. Ejemplos de ello, son Lupita D’Alessio con sus múltiples matrimonios; Juan Gabriel con su preferencia sexual o Jenni Rivera con su misteriosa muerte, de la cual hubo muchas especulaciones.

5.2. La pre-producción.

Una vez que ha sido escogido el personaje central de una bioserie, se procede a comenzar con el proceso de producción de la misma. En la etapa de pre-producción comienza la confección del proyecto. Esta parte va “[...] de la conceptualización a la visualización en imágenes de la historia que se quiere narrar.” (González, 1999:43)

Lo primero que hay que mencionar es que debe existir una división entre el personal que participará en la realización de la bioserie; evidentemente el productor ejecutivo es quien está al mando de dicho proyecto, por lo que se tiene que armar un equipo de trabajo dividido en cuatro grandes grupos:

- Equipo de producción: son todos los elementos del equipo que se encargan de que la producción salga adelante; tienen que desempeñar actividades administrativas y ejecutivas
- Equipo técnico: es todo el personal involucrado en la operación de los aparatos requeridos para una producción.
- Equipo de servicios: son los encargados de brindar los servicios que se necesitan para una producción (vestuario, maquillaje, utilería, mantenimiento, etc.).
- Talento artístico: son todos los elementos que actuarán frente a las cámaras.

Tras haber conformado al equipo que formará parte de la producción, da inicio formalmente la pre-producción, para ello, hay que buscar las locaciones adecuadas para la grabación y escoger al elenco.

Basados en el guion, el productor ejecutivo y el jefe de producción deben darle indicaciones al encargado de *scouting* para que inicie el proceso de búsqueda de locaciones; en el caso de las bioseries, se suelen buscar los lugares donde estuvieron los personajes realmente, sin embargo, también se puede utilizar un foro donde se recree un sitio determinado, por lo que entran en juego

los directores de arte, quienes serán los encargados de la decoración y ambientación de estos espacios.



Imagen 1. Juliantla en el estado de Guerrero, pueblo natal de Joan Sebastian y locación de su bioserie.

Por su parte, para la selección del elenco, ya sea que el productor ejecutivo invite directamente a los actores a participar en el proyecto con un personaje, los llame para hacer *casting* o que haga un llamado abierto todos los actores que estén interesados en adicionar para un papel dentro de la bioserie. Todo lo anterior considerando que, dentro de las empresas, existen ciertas políticas que intervienen a la hora de armar un reparto, por ejemplo, los contratos de exclusividad.

Para esta etapa, además del talento que cada actor pueda tener, es necesario tener similitudes físicas con el personaje que se desee interpretar; generalmente, sólo los personajes de mayor importancia son los que tienen un parecido lo más fiel al personaje, para el resto del reparto, en la mayoría de los casos se echa mano de la caracterización para lograr esa similitud física



Imagen 2. Joan Sebastian



Imagen 3. José Manuel Figueroa caracterizado como Joan Sebastian

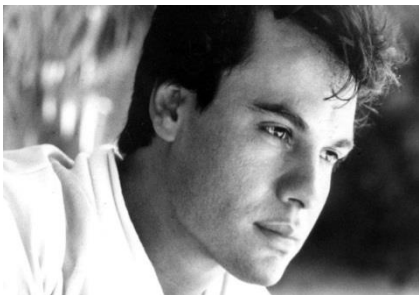


Imagen 4. Juan Gabriel



**Imagen 5. Julián Román
caracterizado como Juan Gabriel**

Si bien la apariencia física es importante, no lo es todo para poder ser parte del reparto de una bioserie, debido a que el reto actoral estriba en poder apropiarse de las situaciones que el personaje ha vivido y así poder transmitirlos al público.

Un caso destacable, es la actuación de Gabriela Roel como Lupita D'Alessio (cabe destacar que la actriz fue escogida por la propia D'Alessio), pues a pesar que con todo y la caracterización no daba la total similitud con la cantante, logró mimetizarse con el personaje a tal grado que sí supo transmitir en pantalla todo el sufrimiento y los excesos vividos por la intérprete.

Como ejemplo de lo anterior, encontramos también una escena de la bioserie de Joan Sebastian en donde el cantante y su hijo mayor se abrazan en una atmósfera llena de dolor por la muerte de otro de sus hijos; cabe destacar, que esta escena resultó muy creíble, porque José Manuel Figueroa fue quien interpretó a su padre, y en la vida real ellos dos vivieron ese momento.

Por ello, en las bioseries se debe echar mano de la memoria emocional, que para el director ruso Konstantín Stanislavsky es el elemento que ayuda a repetir todas las sensaciones conocidas y vividas anteriormente por parte de los intérpretes a la hora de realizar las escenas. (2006:218)

Otro tema con el que el productor de una bioserie debe lidiar, es el uso de los nombres, ya que, por diversos motivos, quienes han formado parte de la vida del personaje en algunos casos no dan tan fácilmente su autorización para que su

nombre sea utilizado. En el caso de nombres artísticos, estos están registrados bajo derecho de autor, por lo que se debe negociar un permiso para poder hablar de estas personas en la bioserie.

También se pueden cambiar los nombres si se desea para dramatizar la historia:

“En este caso incluso hay personajes que pueden ser exagerados, que pueden ser reinterpretados y también tiene mucho que ver la mano mágica del productor, en este caso un poco por protección en ciertas historias donde quizá hay delincuentes o personajes públicos que pertenecen a la clase política o empresarios prominentes.” (Roberto Araujo, Comunicación personal, 31 de Mayo de 2018)

Sea cualquiera de los dos casos, muchas veces la mayoría de los nombres son modificados ligeramente para que la gente no se confunda y más o menos tenga una idea de quien se trata. Ejemplos de lo anterior tenemos los siguientes:

- Jorge Vargas (primer esposo de Lupita D’Alessio) cambiado por José Vargas.
- José Manuel Figueroa (hijo mayor de Joan Sebastian) cambiado por José Miguel Figueroa.
- Federico Figueroa (hermano de Joan Sebastian) cambiado por Enrico Figueroa.

Estos cambios pueden ser un buen recurso dentro de la historia e incluso se pueden considerar hasta necesarios:

“Mientras el personaje o los herederos de los derechos del personaje si este ya murió como Joan Sebastian, Jenni Rivera o Juan Gabriel estén de acuerdo que se exagere un poquito, se ficcione un poquito la historia no pasa nada, son recursos que utiliza la producción para poder tener un poquito de más sustancia dramática.” (Roberto Araujo, Comunicación personal, 31 de Mayo de 2018)

Tras armar el equipo de trabajo de producción, escoger al elenco, tener listas las locaciones y foros (armados con la escenografía y utilería necesarias) y un avance considerable en la escritura de los capítulos, se puede decir que se puede pasar a la siguiente fase, ya que, de acuerdo con la productora Giselle González la pre-producción es la planeación de todos los aspectos de la producción y post-producción desde el levantamiento de las imágenes hasta la edición. (1999:43)

5.3. La producción.

Una vez que todo lo anterior está en orden, llega el momento de comenzar la producción; en esta etapa “[...] lo más importante es la sincronización de todos los elementos que intervienen en la producción previamente ensayados.” (Bravo, 1993:201)

Al igual que toda producción audiovisual de carácter ficcional, la producción puede llevarse muchos meses de trabajo; por ello, es fundamental contar con un plan de trabajo o *break down*, el cual es un documento que el jefe de producción se encarga de realizar de acuerdo a las necesidades que se tendrán en cada uno de los días de grabación.

Sea en foro o en locación, el trabajo de producción suele ser extenuante. Al equipo de producción, personal técnico, de servicios y al talento artístico, se les da un llamado para llegar a cierta hora. La gente de servicios (maquillaje, y vestuario) se encarga de preparar a los actores. Los directores de cámara comienzan a organizar con los camarógrafos los tiros de cámara y las tomas que harán; por su parte el personal de utilería y escenografía se encarga de la decoración y ambientación de los espacios.

Los directores de cámara y escena deben acordar en qué orden grabarán las escenas pactadas para el día en el plan de trabajo. Una vez que los actores están listos, se procede a realizar un ensayo con la finalidad de conocer su interpretación, así como para verificar que todo esté en orden y nada interrumpa la grabación.

Después del ensayo, todo el personal debe ubicarse en sus puestos para empezar a grabar; las escenas pueden repetirse varias veces en caso de que los actores cometan algún error o surja un imprevisto; sin embargo, mientras todo se desarrolle con el mayor control posible será mejor para el progreso de la producción.

Por ello, el trabajo del director es de vital importancia, el director Miko Viya hace el siguiente señalamiento al respecto:

“El trabajo del director es lo que el público televidente va a ver, y el juicio de este sólo se basará en lo que vea en la pantalla de su televisor. El público no sabe de atrasos o de deficiencias en la producción, no conoce de retrasos en el calendario de trabajo, de falta de presupuesto, de fallas, del incumplimiento del equipo técnico o de producción. El televidente únicamente juzga lo que ve en su pantalla; de ahí la importancia del director en un programa de televisión.” (1994:59)

Como se puede ver, los actores llevan sobre su espalda el mayor peso del proyecto en cuestiones de exhibición; son ellos quienes salen a cuadro y a quienes el público juzga para bien o para mal. “El actor de televisión se proyecta hacia una audiencia invisible, rodeado de micrófonos y cámaras, consiente en todo momento de la presencia y movilidad de estos elementos.” (Bravo, 1993:136)

Actuar en una bioserie es un desafío mayor para los intérpretes, pues, a diferencia de un proyecto escénico convencional, no sólo tienen que agradar a la audiencia sino que la tienen que convencer de lo siguiente:

- No es Gabriela Roel ni Mariana Torres, es Lupita D’Alessio.
- No es Tenoch Huerta, es *Blue Demon*.
- No es José Manuel Figueroa, es Joan Sebastian.
- No es Julián Roman, es Juan Gabriel.
- No es Luz Ramos, es Jenni Rivera.
- No es Armando Hernández es Julio César Chávez

Y al igual que los protagonistas, los demás actores que juegan un papel importante en la trama tienen que mostrarse con la mayor fidelidad posible respecto al personaje que encarnan; esto sucede, principalmente, con quienes interpretan a una celebridad. En la bioserie de Juan Gabriel encontramos varios ejemplos como el caso de la interpretación de Lucha Villa, Lola Beltrán o José Alfredo Jiménez.

En el caso de quienes interpretan a un familiar o persona no famosa, el trabajo escénico va orientado a convencer al público con su actuación y su cercanía con el protagonista de la historia, es decir, hacer creíble ante las cámaras la relación que los personajes guardan.

Como parte del proceso escénico, el actor se debe adaptar a las circunstancias que vive su personaje; en este sentido, la adaptación representa “[...] una ilustración visible de sentimientos o pensamientos internos [...] en ocasiones transmite a otras personas lo invisible, lo que no se puede contar con palabras.” (Stanislavsky, 2006:280-281)

Dentro de la producción, hay que tener presente el uso de extras para darle mayor realismo a la representación audiovisual, tal como lo son la recreación de conciertos, funciones de lucha libre e incluso reporteros de prensa en alguna conferencia y por ende, caracterizados en ciertos casos de una época determinada, como en la bioserie de *Blue Demon* que está ambientada entre los años 40-60.

El proceso de producción se vuelve mecánico, puesto que durante todo el tiempo que dura, la jornada es igual. Es importante mencionar, que en esta etapa las escenas no se graban en el orden en que salen al aire; por ello, el trabajo del continuista es de suma importancia y es que quien se encargue de desempeñar dicha función debe tener un orden y resguardar cada detalle visible a cuadro (vestuario, escenografía, utilería, caracterización) para evitar que ocurra un error que rompa con la continuidad de la historia.

Según sea el caso, esta etapa puede concluirse y darle paso a la post-producción, o bien, puede empalmarse con la transmisión de la bioserie al aire por los tiempos de las televisoras. En el primer caso, hay un deshago para la

producción, pues hay un margen más amplio para poder trabajar, pero si se trabaja con una pequeña diferencia entre lo grabado y lo que se transmite al aire hay una presión mayor. De ahí, que es conveniente tener un buen número de capítulos escritos al momento de empezar a grabar.

5.4. La post-producción.

“La postproducción se define como la manipulación del material audiovisual, la imagen, el sonido, la música, el color de la imagen y la mezcla final de todos estos elementos, que es donde se concreta la idea de la obra audiovisual.” (Juániz, 2016:91)

En esta última etapa del proceso de producción, tiene lugar el armado del producto audiovisual tal y como llegará a ser exhibido ante el público; el material grabado durante el proceso de producción llega tal y como fue captado a manos del equipo de edición, quien se encargará de realizar el montaje, “Técnicamente es el proceso por el cual se unen los distintos planos para formar una continuidad de escenas dotadas de cierta duración.” (Delgadillo, 2011:70)

La responsabilidad que hay en esta fase es muy grande, ya que de ella depende que todo el trabajo previo tenga un buen término. “El montaje es ese momento en que todo lo que hemos pensado en el guion y después rodado adquiere significado.” (2016:98)

Siguiendo con el montaje, la comunicóloga Rocío Delgadillo retoma al director ruso Serguéi Eisenstein, quien sugiere que hay cinco formas de llevar a cabo esta actividad:

- Montaje métrico: la longitud de las tomas están relacionadas entre sí, como si se emulara a un compás de música.
- Montaje rítmico: tiene que ver con la continuidad que hay en el patrón visual. Le da importancia al contenido a cuadro y el movimiento que hay en este.
- Montaje tonal: determinado por el carácter emotivo de una escena.

- Montaje sobretonal: mezcla los tres anteriores.
- Montaje intelectual: introduce una idea en una secuencia con carga emocional. (2011:73-74)

El armado de un producto audiovisual tiene que ver con la intención o los requerimientos que una producción tenga; al ser una sucesión de imágenes, el director Roy Thompson propone que dicha sucesión se puede dar por tres factores:

1. Por corte: transición entre plano y plano.
2. Por encadenado: transición gradual de plano a plano.
3. Por fundido: transición generada mediante un cambio gradual de la imagen hasta llegar a negro/blanco u otro color. (2001:38)

En el caso de las bioseries, como producto audiovisual, encontramos que el montaje rítmico es el más utilizado, ya que la mayoría de las escenas, están definidas por el contenido y la acción que hay a cuadro.

Se recurre también al montaje de tipo tonal, ya que, como se ha dicho maneja diversas emociones que tratan de ser transmitidas al público; un ejemplo de este, lo ubicamos en una de las últimas escenas de *Por siempre Joan Sebastian*, cuando el cantante ya en un muy mal estado de salud logra levantarse de su silla de ruedas y bailar el *vals* con su hija de quince años.

Se distingue el montaje intelectual, principalmente en algunas escenas de *Hoy voy a cambiar*, cuando Lupita D'Alessio toca fondo en el mundo de las adicciones y, ante su desesperación, está encerrada en el cuarto de un hotel a punto de inyectarse heroína.

Para lograr un buen trabajo de edición, en el montaje se agregan otros elementos que no estuvieron presentes durante la grabación como la música y los efectos que enriquecen el material para tener una obra audiovisual apta de ser transmitida a un público.

Particularmente, la música juega un papel importante para generar ambientes, fondear, crear puentes, etc.; en el caso de las bioseries de cantantes, este elemento tiene un valor añadido, ya que grandes éxitos musicales de los personajes realzan la historia; son temas que han gozado del clamor popular, es decir música “[...] que está de moda en un momento dado, es cantada y bailada por un pueblo.” (Viya, 1994:144).

Retomando ejemplos, en la bioserie *Hasta que te conocí*, los créditos de entrada van acompañados por la pista del mismo nombre, autoría de Juan Gabriel, mientras que sus canciones musicalizaban determinados pasajes de su vida; este es el caso con Joan Sebastian y Lupita D’Alessio. Esta última, al igual que Juan Gabriel, tomó el título de su bioserie de uno de sus mayores éxitos *Mudanzas* (conocido popularmente como “Hoy voy a cambiar”).

“La musicalización tiene como objetivo primordial evocar un sentimiento, al mismo tiempo que provee la atmósfera adecuada en términos de sonido.” (Bravo, 1993:125)

Como ejemplos de lo anterior, encontramos la canción de *Abrázame más fuerte*, la cual musicaliza el desarrollo de una escena en la que los papás de Juan Gabriel deciden dejar todo atrás y comenzar una nueva vida juntos. Y también el caso del tema *Ese hombre* de Lupita D’Alessio, el cual se integraba a una atmósfera de cierta tensión cada vez que la cantante terminaba con sus maridos.

Es así, que, al unir todos los elementos como la imagen (material grabado) con música, efectos, transiciones y la elaboración de entradas llamativas, se pretende lograr un buen montaje que consiga despertar en el público ese sentimiento de nostalgia por conocer más a fondo la vida de una celebridad.

5.5. Las bioseries como negocio (aspecto publicitario y de marketing).

“La creatividad no se detiene cuando el guion se ha acabado. Ahora el guionista se convierte en vendedor.” (DiMaggio, 1992:285)

Desde que la idea de hacer una bioserie se concibe, el productor ejecutivo tiene que empezar a moverse en el ámbito de los negocios para buscar patrocinios para volver al producto rentable, ya sea mediante el área de ventas de

la televisora o designando a un agente de ventas que se encargue de buscar las mejores opciones comerciales.

“La publicidad en televisión es un medio eficaz para promocionar una marca o una empresa y llegar a un nivel grande de audiencia, y consiste en un anuncio publicitario cuyo objetivo es captar la atención del usuario. La televisión de hoy sigue siendo uno de los medios más eficaces para la promoción, sin embargo necesita cierto desembolso económico.” (Soto, 2018)

Las bioseries anteriormente mencionadas han sido programadas en el horario *prime time* (horario estelar), debido a ello los anunciantes fueron marcas importantes en diversos sectores. Entre ellos, se pueden mencionar Banamex, Chedraui, Nissan, Sabritas, Alpura, etc.

Si bien no hubo un patrocinio directo, las marcas anteriormente mencionadas pagaron para que sus comerciales aparecieran durante la exhibición de estas historias, mismas que, al registrar buenos niveles de *rating*, aseguraban que, de una u otra forma, un buen número de personas viera su publicidad.

Es por lo anterior que las bioseries se han vuelto un formato rentable: dan *rating* y se vuelven una buena ventana para anunciar diversos productos. “Es muy probable que algo se vuelva popular si está asociado a una persona conocida por una razón u otra, incluso si la asociación es errónea.” (Tehrani, 2013)

Ver a este género como un negocio, no sólo se limita a la parte comercial para las empresas que las transmiten, sino también para sus protagonistas, tal como lo fue con Lupita D’Alessio, quien aprovechó su bioserie como plataforma para promocionar una serie de conciertos que ofreció en el Auditorio Nacional y un nuevo material discográfico que nació a partir del tema central de su historia titulado *Yo sigo aquí* con el que festejó 45 años de carrera artística.

La producción y exhibición de bioseries, entonces, se vuelve un fenómeno transmediático, “A partir de la bioserie otra vez se vuelve a explotar la figura de tal o cual personaje, son esfuerzos de comunicación que están teniendo una penetración y un éxito sobre todo en el público mexicano.” (Roberto Araujo, Comunicación personal, 31 de Mayo de 2018)

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DE BIOSERIES

Previamente se ha estado hablando sobre las bioseries; su definición y concepción como un género audiovisual, el trabajo de producción de estas y todos los elementos que la integran. Lo anterior ha servido para poder llegar al presente capítulo en donde se realizará un análisis de tres historias pertenecientes al mencionado género.

Se han seleccionado las bioseries *Hasta que te conocí*, *Por siempre Joan Sebastian* y *Hoy voy a cambiar* por la importancia que sus protagonistas tienen dentro de la cultura popular mexicana aún después de muertos como el caso de Juan Gabriel y Joan Sebastian, pero, también, porque las dos primeras fueron por decirlo de una manera las pioneras en la televisión abierta mexicana.

El análisis que se realizará consiste, primero en desmenuzar cada bioserie, rescatando las etapas de mayor interés en la historia, dejando ver los puntos que provocan que el público sienta una empatía con el personaje más allá de la admiración que como cantantes se les pueda tener.

Se hace la aclaración que la intención es analizar el contenido de la bioserie, por lo que se tomarán en cuenta los nombres de algunos personajes como son presentados en la historia, ya que como se mencionó en el apartado 5.2, por uso de derechos de autor o por intenciones de dramatización algunos son modificados y la intención no es retomar meramente la biografía sino la obra audiovisual.

Posteriormente, se retomará la teoría de las industrias culturales, la cual será anclada al contenido de las bioseries, teniendo así un sustento teórico que permita entenderlas como obras audiovisuales que se mantienen bajo los mismos estándares de producción orientados a la generación de *rating*.

Antes de pasar al mencionado análisis, se mencionarán todas las bioseries que se han transmitido en México entre los años 2016 y 2017 sin hacer distinción del medio donde han sido exhibidas.¹⁵

6.1. Mención general de las bioseries transmitidas en México entre 2016 y 2017.

El 2016 fue el año que marcó el inicio de la ola de bioseries; desde entonces, la idea se ha ido explotando cada vez más, creando así una moda de llevar a la pantalla la vida de un personaje famoso.

- Hasta que te conocí.

Fue la primera bioserie que se realizó, estuvo basada en la vida de Juan Gabriel.

Llegó a México en un primer momento por el canal de televisión de paga TNT a partir del 18 de abril del 2017 y el 10 julio de ese año se proyectó en televisión abierta por el entonces canal 13, propiedad de TV Azteca.

Entre su elenco destaca la actuación de Julián Román como Juan Gabriel en su etapa adulta. Complementan el reparto principal Dolores Heredia, Irán Castillo, Ernesto Gómez Cruz, Marco Treviño y Julio Bracho.

Tuvo una duración de 13 capítulos y como un dato que resulta curioso, la transmisión del último capítulo por televisión abierta coincidió con la muerte del cantante por lo que el preámbulo para el mencionado episodio fue un especial recordando la vida y obra del también compositor.

- Por siempre Joan Sebastian.

Fue la primera bioserie realizada por Televisa como una respuesta al éxito de *Hasta que te conocí*, como su nombre lo dice, el personaje principal es Joan Sebastian.

¹⁵ Las bionovelas no han sido tomadas en cuenta a pesar de estar inspiradas en la vida de un personaje famoso.

Esta bioserie fue uno de los primeros productos emitidos por la plataforma OTT *Blim*, después se transmitió en Estados Unidos por la cadena Univisión y finalmente, el 1 de agosto de 2016, se estrenó por el canal 2 de Televisa, teniendo una duración de 18 capítulos.

José Manuel Figueroa y Julián Figueroa fueron los encargados de personificar a su padre en diferentes etapas de su vida y en el elenco los acompañaron Livia Brito, Irán Castillo, Arcelia Ramírez, Lumi Cavazos, Adalberto Parra, Ernesto D'Alessio, entre otros.

- *Blue Demon*.

Primera bioserie en ser realizada en tres temporadas; las dos primeras de 20 capítulos y la tercera de 25, inspirada en el icónico luchador mexicano *Blue Demon*.

Se estrenó el 11 de noviembre del 2016 por *Blim* y en Estados Unidos fue transmitida por Univisión.

Es quizá la bioserie que ha recurrido más a la ficción, pues, aunque se basó en la vida del luchador, gran parte de la historia contó con elementos ficcionales; el más claro de ellos, fue el capítulo final de la tercera temporada en donde supuestamente *Blue Demon* pierde la máscara, situación que en la vida real jamás sucedió.

El reparto estuvo encabezado por Tenoch Huerta, Ana Brenda Contreras y Joaquín Cosío.

- *El Chapo*.

Basada en el narcotraficante Joaquín “El Chapo” Guzmán, llegó a México por la plataforma *Netflix* a partir del 16 de junio del 2017, compuesta por dos temporadas:¹⁶ la primera de 9 episodios y la segunda de 12.

¹⁶ Hasta el momento de hacer la presente investigación han salido dos temporadas, sin embargo, Univisión y Netflix (compañías productoras de la bioserie) han declarado que se realizará una tercera.

En ella se muestra el ascenso que Joaquín Guzmán Loera logró al consolidarse como uno de los narcotraficantes más importantes y buscados por la ley.

El actor Marco de la O interpretó al mencionado criminal, participaron entre otros, Rodrigo Abed, Luis Fernando Peña, Dolores Heredia y Homero Ferruzca.

- Su nombre era Dolores.

Esta bioserie, inspirada en la vida de Jenni Rivera, es particular, ya que, a pesar de que fue lanzada por Univisión en Estados Unidos, llegó a las pantallas mexicanas por TV Azteca el 8 de mayo de 2018.

Contó con 26, capítulos donde se mostraron los pasajes más importantes de la llamada “Diva de la banda”.

La actriz Luz Ramos fue la encargada de darle vida a la fallecida cantante; también intervinieron en esta historia actores como María Rojo, Luis Felipe Tovar, Juan Soler, etc.

- El Capitán.

Fue la primera bioserie transmitida por Imagen Televisión¹⁷ y es hasta el momento la única que se ha inspirado en un personaje que no es muy conocido entre la gente, el capitán Carlos Camacho Espíritu (fundador del parque ecológico *Africam Safari*).

Antes de ser transmitida en televisión abierta en México se difundió por el canal de televisión de paga Mundo Fox. Cuenta con un total de 30 capítulos iniciando el 7 de agosto del 2017 (por Imagen Televisión).

Humberto Zurita y José María de Tavira encarnaron a Camacho de adulto y joven respectivamente, destacan también las actuaciones de Vanessa Bauche, Leonardo Daniel, Gabriela de la Garza y Sara Corrales, entre otros.

¹⁷ En el apartado 3.4. Las bioseries como un género de televisión se hizo la aclaración que *Paquita la del Barrio las verdades bien cantadas* transmitida del 25 de abril del 2017 al 4 de agosto del mismo año fue una bionovela no una bioserie.

- Hoy voy a cambiar.

Una historia que relató la vida de Lupita D’Alessio; a diferencia de *Por siempre Joan Sebastian*, esta bioserie fue transmitida primero por el canal 2. El primer capítulo salió al aire el 21 de agosto de 2017 y después se lanzó en *Blim*; la trama se integra de 22 capítulos.

Si bien D’Alessio es el personaje central, hay varias subtramas que involucran la vida de sus hijos.

Gabriela Roel y Mariana Torres representaron el papel de la cantante en dos diferentes épocas, Ferdinando Valencia, Ari Telch, Eugenio Montessoro, Isabela Camil, Alejandro Tommasi y Anna Ciocchetti también formaron parte del reparto.

- El César.

Basada en la vida del llamado “Gran campeón mexicano” Julio César Chávez, se transmitió primero a partir de 7 de noviembre del 2017 por el canal de televisión de paga *Space* y el 12 de febrero de 2018 llegó a la pantalla de Azteca Uno¹⁸

Tuvo una duración de 25 capítulos, donde mostró todo lo que el boxeador tuvo que enfrentar más allá de las peleas arriba del *ring*.

El elenco contó con Armando Hernández como Chávez, Leticia Huijara, Julio Bracho, Héctor Bonilla, Cecilia Suárez, Luis Fernando Peña, etc.

6.2. Hasta que te conocí.

Storyline.

Desde sus primeros años, Alberto Aguilera Valadez ha enfrentado diversas situaciones como el abandono de su madre, pero siendo aún niño descubrió que la música era el refugio perfecto para llenar todos sus vacíos emocionales. Es por ello, que a base de trabajo y de no rendirse logró cumplir su sueño y volverse Juan Gabriel un cantante aclamado a nivel internacional.

¹⁸ Esta bioserie ya fue transmitida cuando se dio la reasignación de frecuencias para TDT.

Descripción de los personajes principales.

- Alberto Aguilera Valdez/Juan Gabriel: hombre con un gran vacío emocional, propiciado por el abandono de su madre, poseedor de gran talento y sensibilidad para componer e interpretar canciones, que no se da por vencido hasta lograr sus metas; es dedicado, trabajador y un ser humilde a pesar de la fama que lleva en su espalda. Por sus ademanes y su forma de hablar, deja clara su orientación sexual.
- Victoria Valadez: es la madre de Juan Gabriel, una mujer a quien la vida volvió un ser frío y distante que nunca supo y ni quiso demostrarle amor a su hijo. Muere a causa de un paro cardíaco.
- Virginia Valadez: es la hermana mayor de Juan Gabriel, es la única de la familia que lo apoyó a luchar por su sueño, trató de ser como una madre para su hermano.
- Juanito: un viejo hojalatero, quien le brindó consejos y protección a Alberto durante y después de su estancia en “El Tribunal”.
- Eduardo Magallanes: músico y arreglista que se vuelve la mano derecha del intérprete, llegó a convertirse en su amigo personal y confidente.
- Esperanza: mujer que frecuentaba los bares de Ciudad Juárez y que al conocer el talento de Juan Gabriel, quedó enamorada de su voz, fue para él como la madre que hubiera querido tener.
- Enrique Okumura: ejecutivo de la compañía RCA, quien alzó la voz para que el talento del joven Alberto Aguilera despuntara, y se convirtiera en el fenómeno musical conocido como Juan Gabriel.

Generalidades de la bioserie.

La vida del llamado “Divo de Juárez” abrió una nueva puerta en cuanto a la producción de contenidos en televisión como lo son las bioseries. Juan Gabriel ya había contado algunas partes de su vida en el cine dentro de las películas *El Noa Noa* de 1980 y *Es mi vida* de 1982, sin embargo, en televisión no se había realizado nada similar.

La historia tiene algunos saltos temporales, que van de los años de infancia y adolescencia de Juan Gabriel a los años setenta, ya que se supone que el cantante le va platicando esas partes de su vida a Eduardo Magallanes durante un viaje en automóvil.

Es importante mencionar que cada capítulo inicia con una escena del final del mismo, posteriormente aparece la entrada de la bioserie y la historia se desarrolla desde un punto cercano al final del anterior para llegar a la escena que abre el capítulo.

La bioserie comienza con la imagen de Juan Gabriel en 1990 preparándose para dar un concierto en el Palacio de Bellas Artes, cuando el cantante está listo para empezar a cantar y se queda unos instantes en pausa, para dar paso a una transición que da inicio a la historia.

Etapas de mayor interés narrativo.

- Del origen de la familia Aguilera Valdez en Parácuaro al traslado a Ciudad Juárez.

Todo inicia en 1929 en el pueblo de Parácuaro Michoacán donde Gabriel Aguilera conoce a Victoria Valdez una joven que está comprometida con un muchacho de buena posición económica llamado Manuel, quien le asegura tener una vida cómoda. A pesar de ello, Victoria decide escaparse con Gabriel aún sabiendo de las consecuencias que esto le traerá sobre todo con su mamá. Sin tener nada, Gabriel y Victoria deciden luchar contra todo lo que venga y se casan, al poco tiempo comienzan a formar una familia.

Pasados unos años, el matrimonio ya tiene cinco hijos vivos, Virginia, José Guadalupe, Gabriel, Pablo y Miguel; las condiciones económicas de la familia no eran las mejores, pero tenían lo necesario para salir adelante, sin embargo, los problemas empiezan con los siguientes tres embarazos de Victoria, ya que los bebés (a los que deciden nombrar Rafael) nacen pero al poco tiempo mueren, sumado a ello, en 1943 nace el volcán Parícutín y Gabriel experimenta un desequilibrio mental que poco a poco va aumentando.

Victoria nuevamente resulta embarazada y de este nace un bebe que se llamará Alberto, pero con la llegada del nuevo integrante de la familia, los problemas mentales de Gabriel crecen al grado que incendia un terreno provocando que todos los habitantes del pueblo reaccionen en contra de la familia. Victoria toma la decisión de que internen a su esposo en el manicomio de *La Castañeda* a la vez que ella y sus hijos se marchan hacia Ciudad Juárez a buscar el apoyo de María Romero, su antigua patrona.

- Del ingreso al “Tribunal” a *La muerte del palomo*.

Victoria se gana la vida como empleada doméstica y Virginia, al ser la hija mayor, debe apoyar con los gastos; Alberto no es más que una carga para su madre quien se ha vuelto una mujer fría y distante que no está en condiciones de hacerse cargo de un niño de tan solo tres años.

Virginia trata de llenar ese vacío afectivo que hay en el menor de sus hermanos, pero esto no es suficiente por lo que Victoria decide seguir el consejo de su patrón e internar a su hijo en “El Tribunal”, una institución donde se les da educación a los hombres y se les enseña un oficio. En ese lugar, Alberto es constantemente agredido por sus compañeros al mostrarse temeroso y cohibido.

Alberto parece estar completamente olvidado por sus familiares, lo que provoca en él un resentimiento contra su madre y contra Virginia. Entre abusos y agresiones, el único consuelo que tiene es Juanito un hojalatero de edad avanzada que lo ayuda a ir venciendo sus miedos y quien lo acerca por primera vez a la música. Cuenta también con la amistad de Hugo, su compañero de dormitorio, con quien vive varios momentos propios de la infancia que lo ayudan a olvidar un poco ese sentimiento que tiene de abandono.

En este punto se muestra por primera vez un choque emocional que Alberto enfrenta respecto a sus preferencias sexuales, ya que un grupo de niños entre los que está Hugo serán trasladados a otro plantel; al momento de despedirse lo abraza efusivamente e intenta darle un beso, acción a la que Hugo responde con un intento de golpe que no se concreta. Alberto escribe en un cuaderno que Juanito le regaló todo lo que no puede decir, entre otras cosas su sentir personal.

Ya sin su compañero, se refugia en la música lo que lo lleva a escribir su primera canción, inspirada en un acontecimiento del cual es testigo: un grupo de jóvenes lanzan con una resortera una piedra y matan a un palomo; cuando le enseña a Juanito lo que ha escrito, este le dice que no ha creado otra cosa que una canción (*La muerte del palomo*).

- Del descubrimiento de la libertad al inicio del sueño.

Alberto ya es un adolescente y al conocer perfectamente cada espacio y cada movimiento del “Tribunal”, fácilmente logra escapar, recibiendo el apoyo de Juanito, quien lo induce para ir a buscar a su mamá y pedirle apoyo, pero, al no tener una respuesta positiva, Juanito acepta brindarle su casa para que ahí viva con la condición de que trabaje en algo; la única opción que tiene, es vender burritos en la calle.

Para este momento, Alberto, siendo un joven de 16 años, se ha propuesto lograr la meta de convertirse en cantante, y en su actividad de vendedor llega a una iglesia justo en el momento en que el coro está ensayando; la hija del director del coro nota su interés y comienzan una plática que, posteriormente marca el inicio del sueño, pero en la que nace una mentira que ayuda a aminorar el dolor por el desprecio de su madre. Alberto dice no tener familia, pues sus padres y sus hermanos supuestamente murieron en un accidente.

Alberto entra al coro y rápidamente se hace de un sitio importante dentro de la agrupación; con ello, recibe la oportunidad de viajar a Los Ángeles. En Estados Unidos conoce otra forma de vida, puesto que fue recibido por una familia afroamericana en donde se da cuenta del amor que la madre le tenía a sus hijos, haciendo con ello que su sentimiento de abandono crezca más.

Su estadía en Estados Unidos lo ayudó a desarrollar de alguna manera su pasión por el canto, aunque también se dio cuenta que ser parte del coro de una iglesia no era lo que él deseaba hacer, por lo que decide regresar a México.

- Del triste regreso al primer contacto con la gran ciudad.

Al regresar a México, las cosas no pintaron nada bien para Alberto; el dinero que tenía sólo le alcanzó para llegar a Tijuana y, gracias a su personalidad, un grupo musical acepta darle un aventón a Ciudad Juárez, donde su hermano le da dos noticias: la primera es que los problemas de la familia en Parácuaro se han resuelto y la segunda, que Victoria está muy enferma, por lo cual deben regresar al pueblo.

La vida en el campo no es para nada lo que Alberto quiere para él, sus sueños de ser cantante no se acaban, por lo que su madre constantemente le hace reproches por querer vivir una vida que no es para los suyos. El ver actuando a Lola Beltrán en la feria del pueblo hace que sus aspiraciones cobren más fuerza.

Todo esto llega a un punto de tensión, cuando su hermano Gabriel le da una golpiza para hacerlo entrar en razón sin lograr éxito, porque, en lugar de hacer caso, el joven soñador emprende un viaje a la Ciudad de México.

Ya en la capital del país, con tan solo 17 años de edad y andando por las calles, entra a un bar en donde minutos después tiene lugar una redada de la que sale ileso, gracias a la ayuda de Tomás, un homosexual que le brinda techo y comida y que, al enterarse de su anhelado sueño de convertirse en un exitoso cantante, promete ayudarlo y lo presenta con Nereo el asistente de Lola Beltrán.

Las pretensiones de Alberto adquieren más peso cuando, con un poco de la ayuda de Nereo, puede ver por la ventana de la casa de Lola Beltrán una fiesta que organiza y a la que asisten las grandes personalidades como Lucha Villa, Javier Solís, José Alfredo Jiménez, entre otros, y que es para él como un sueño, mismo que termina cuando Tomás le hace ver que está bien tener sueños, pero que de ilusiones no se vive.

Es tanta la molestia de Tomás, que decide que en su departamento ya no hay más lugar para Alberto, por lo que a este último sólo le queda como opción volver a Juárez.

- De la llegada a un lugar de ambiente y el nacimiento de Adán Luna a la luz de una gran oportunidad.

Con su regreso a Ciudad Juárez, demuestra que el deseo de convertirse en un exitoso cantante no es sólo un simple sueño de juventud e impulsado por esa motivación, llega a un bar llamado *El Noa Noa*, sin embargo, por ser menor de edad, no puede entrar a dicho establecimiento, pero como dice el refrán “el que persevera alcanza” y a fuerza de estar día con día afuera del bar logra hacerse amigo del cadenero, quien una noche le permite pasar sólo por unos minutos.

Alberto supo aprovechar el tiempo que le dieron para subir al escenario y sorprender a todos los presentes con su voz, en especial a una mujer llamada Esperanza. Entre aplausos y felicitaciones, el dueño del lugar aparece y lo hecha por ser menor de edad, pero antes de irse, una mesera llamada Meche, le brinda su ayuda y lo lleva a vivir a su vecindad.

En la vecindad, conoce a las amigas de Meche y a Daniel, un hombre con el cual Alberto experimenta un sentimiento que va más allá de la simple amistad, pero que no es correspondido, ya que Daniel tiene familia y sólo lo ve como un buen amigo.

La gran oportunidad parece llegar cuando se entera por un periódico que anuncia un programa de televisión local que busca talentos, al cual acude y es ahí donde nace Adán Luna (el primer nombre artístico de Juan Gabriel). Alberto deseaba que su mamá lo viera, cosa que no pasó, haciendo con ello que siguiera creciendo el resentimiento que lleva dentro.

Tras presentarse en televisión ya como Adán llega al *Malibú* un lugar de más prestigio que el bar anterior en donde recibe la oportunidad de cantar cada noche y a la par de su naciente éxito profesional en su vida personal, Esperanza parece que ha ido llenando el vacío afectivo que Victoria le ha ocasionado a lo largo de los años.

El trabajo parece comenzar a dar frutos, pero para su mala suerte, Adán es despedido del *Malibú* porque el dueño ha contratado a una cantante famosa para que haga una serie de presentaciones. Al cerrarse esa puerta, en el *Noa Noa* se abre otra, ya que al ir como cliente, el dueño del lugar lo felicita por las

oportunidades que se le han presentado y le pide que suba al escenario. Alberto canta y su actuación es vista por un ejecutivo de la compañía CBS, quien le da su tarjeta abriendo con ello una nueva posibilidad para alcanzar el estrellato.

Cuando al fin parece que ha llegado el momento para lograr su sueño profesional, la parte personal nuevamente juega en contra, ya que Esperanza le revela a Alberto que sabe que su mamá no ha muerto y que es buena idea que la busque. Esto hace que él se quiebre emocionalmente al sentirse traicionado por la mujer que ya estaba considerando como su madre.

- De un corista con brillo a una amarga estadía tras las rejas.

Con muchas ilusiones, bajo el nombre de Adán Luna, Alberto llegó a la Ciudad de México con la intención que en la CBS lo escucharan y le permitieran grabar un disco, pero una gran sorpresa se llevó cuando lo único que recibió de esa compañía fue un no a sus peticiones.

Sin perder su entusiasmo, llega al Teatro Blanquita para buscar a Nereo, y a quien encontró fue a una joven apodada “La Churumbela”, quien resultó la asistente de Lucha Villa, a quien después conoce personalmente junto con José Alfredo Jiménez.

Posteriormente, logra hablar con Enrique Okumura, ejecutivo de la compañía RCA, quien accede hacerle una prueba y descubre su talento; aunque se niega a grabarle su disco, le da la oportunidad de integrarse al equipo de coristas.

Dicha oportunidad parece ser el inicio de la carrera de Adán Luna. Su primera trabajo dentro de la compañía llega como corista de Angélica María y Okumura nota un gran potencial en él, sin embargo, un joven de provincia no conoce la malicia que hay en una gran urbe como la Ciudad de México y una mujer que lo oye cantar en un bar lo contrata para una fiesta, la cual le trae graves consecuencias, pues es acusado de robo y encarcelado en el *Lecumberi*.

En prisión, Alberto es víctima del abuso de la autoridad, ya que por defender a un reo que fue golpeado por el jefe de policía es agredido, pasando así

de la felicidad de involucrarse en la música de forma profesional a la tristeza de estar privado de la libertad catalogado, como un preso peligroso.

En la frialdad de la cárcel, sólo la música le hace compañía a Alberto, quien ve diluirse su sueño, y le miente en cartas a su mamá, diciendo que en la Ciudad de México por fin está logrando el objetivo de ser cantante. Las únicas personas que lo apoyan moralmente son Daniel y Esperanza.

- Del cumpleaños del general a la anhelada libertad.

Alberto se desahoga cantando y un reo apodado “El Coladeras” lo escucha y lo lleva a la oficina del general Puentes, el director de la cárcel, quien al escucharlo, le ofrece cantar en un convivio por motivo de su cumpleaños; sin durarlo, acepta y para su sorpresa, en ese evento está presente Queta Jiménez “La Prieta Linda” quien resulta ser prima de la esposa del general y quien queda asombrada con el talento de Aguilera.

Tanto Ofelia (la esposa del general) como “La Prieta Linda” están seguras que Alberto es inocente y la segunda al ser una cantante consolidada, acepta grabar algunas de las canciones que él le regala. Tiempo después, Ofelia logra que liberen al joven que ella sabía inocente y lo lleva a vivir a su casa.

La estancia de Aguilera en el hogar del general no es bien vista por este último, ya que la efusividad del joven rompe con el formalismo de una familia criada bajo los estrictos estándares de una educación muy seria, por lo debe abandonar la casa. Ofelia no lo desprotege y le paga la renta de un cuarto; tratando de rehacer su vida, conoce a Jesús Salas un amigo de Nereo quien le cuenta que este fue asesinado, pero se compromete a darle apoyo.

- De la segunda oportunidad en RCA a *No tengo dinero* y el nacimiento de Juan Gabriel.

Las cosas realmente comienzan a cambiar cuando Alberto regresa a RCA y Okumura le dice que se supo el motivo por el cual desapareció, pero que ahora le

dará todas las facilidades para que inicie una carrera no como corista sino como intérprete.

Pese a todos los posibles impedimentos, Alberto logra grabar su primer tema, titulado *No tengo dinero*, pero antes de que el disco salga a la venta había otro punto a discutir y es que para Okumura, Adán Luna no era un nombre comercial, hecho por el que le pide pensar un nombre más atractivo; tras pensarlo mucho, Alberto decide homenajear a dos hombres importantes en su vida, su maestro Juan y su papá Gabriel Aguilera, naciendo así Juan Gabriel.

Después de tanto trabajar y de pasar cosas que jamás imaginó, por fin el sueño se consolidaba y la fama le llegaba a Alberto Aguilera, quien para toda la gente ahora era Juan Gabriel. A pesar de su talento, los ejecutivos de RCA y el maestro Eduardo Magallanes coincidían que el cantante debía quitarse sus amaneramientos; con ello, hay nuevamente un conflicto interno del artista a causa de sus preferencias, ya que tuvo que aceptar las órdenes de los ejecutivos con el fin de lograr su sueño.

- De la visita de Juan Gabriel a Parácuaro al concierto en Bellas Artes en 1990.

Ya con la fama de su lado, Juan Gabriel regresó a su pueblo natal y al hablar con su mamá por fin le queda claro que nunca hubo cariño de ella hacia él, que las condiciones de vida que Victoria enfrentó la hicieron endurecer su corazón y la imposibilitaron para poder querer un poco a su hijo menor.

Como parte de una gira, Ciudad Juárez recibe al cantante y todos sus amigos entre ellos Meche y Esperanza se llenan de alegría al ver que Alberto ha cumplido sus sueños; por otra parte, Juan Gabriel va a ver a Juanito instantes antes de que muera, agradeciéndole todo lo que hizo por él.

Durante una actuación en el *Noa Noa*, Alberto le canta a Esperanza y a Virginia como si cualquiera de estas fueran su mamá, perdonando así a su verdadera madre y borrando de su vida todo rencor que trajera del pasado. Victoria muere al poco tiempo y Alberto decide dejar el pasado lejos y seguir avanzando.

Con el ascenso a la fama, Juan Gabriel debe enfrentar todo lo que de esta se desprende, como el oportunismo y las traiciones, pero esto no es algo que le preocupe a Alberto, quien por todo lo vivido se ha vuelto un hombre que está en paz con la vida y que sabe que si él no hace nada mal, en su vida vendrán cosas buenas.

A pesar de tener un conflicto legal con RCA por los derechos de sus canciones, Juan Gabriel sigue adelante con su carrera, pero también quiere trabajar en un aspecto de su vida personal, que es tener hijos para no estar solo cuando sea mayor, sabiendo que ya no tiene una vida común, habla con una amiga que es hermana de Jesús Salas a quien convence de que tengan un hijo y ella acepta.

El momento cumbre llega en 1990, cuando Juan Gabriel se dispone a salir a dar un concierto en el Palacio de Bellas Artes y en la intimidad de su camerino se prepara arreglándose muy a su estilo y a gusto con él mismo; cuando está listo recuerda a varias personas que lo ayudaron a ser lo que es, entre ellas Virginia, Juanito, Meche y Esperanza.

Instantes después, sale del camerino camino al escenario y, poco a poco, un mariachi comienza a tocar las primeras notas de *Hasta que te conocí* comenzando así un concierto en el que se culmina un sueño.

Elementos de la historia con los que el público se puede identificar.

- Un origen humilde.
- El desprecio de los padres a los hijos.
- Ser abandonado por la familia.
- Encontrar un refugio en los abuelos (reflejado en la relación entre Alberto y Juanito)
- Encontrar afecto en personas que llegan a ser como familia.
- La autocensura propiciada por las preferencias sexuales de Alberto.
- Ser víctima de un engaño.
- Haber sido encarcelado.

- Ser rechazado por los demás a causa de las preferencias sexuales.
- Cumplir las metas personales después de mucho trabajo.
- Defender lo que cada quien es.
- La nostalgia que despierta recordar épocas pasadas.

6.3. Por siempre Joan Sebastian.

Storyline.

José Manuel Figueroa es un hombre que posee la habilidad para escribir canciones, lo que lo lleva a luchar por ser cantante a pesar de que a simple vista tiene todo en contra, sin embargo, sus ganas son tan fuertes que no se da por vencido y respaldado por su talento y necesidad logra convertirse en Joan Sebastian, un hombre que logró tener fama gracias a su música, pero que también enfrentó diversos problemas personales que lo hicieron constantemente estar en la mira de los medios de comunicación.

Descripción de los personajes principales.

- José Manuel Figueroa/Joan Sebastian: hombre de origen humilde con una gran sensibilidad para componer e interpretar; es alguien muy necio que los objetivos que se plantea los logra, es muy humano y siempre busca que los que están a su alrededor estén bien. Está orgulloso de su origen y eso lo deja claro en su estilo musical. Tiene una debilidad por las mujeres lo que le trae problemas a lo largo de su vida. Muere a causa de cáncer de huesos.
- Don Mario: es el papá de Joan Sebastian, es un hombre acostumbrado al trabajo de campo, de personalidad recia y muy estricto, sin embargo, en el fondo es un hombre bueno que siempre ha buscado el bienestar para su familia. Muere en un accidente provocado por un caballo.
- Doña Celia: es la mamá del cantante, es una mujer formada a la antigua, dedicada a su familia; siempre apoyó a su hijo en la búsqueda de su sueño. Padece *alzhéimer*, enfermedad que eventualmente le provoca la muerte.
- José Miguel: es el hijo mayor del cantante, se puede considerar como el más cercano a su papá, él enfrenta junto a Joan la etapa final del cáncer.

- Rodrigo: hijo de Joan Sebastian, encargado de la logística y coordinación de los conciertos de su papá. Es asesinado durante una presentación.
- Adrián: hijo menor del primer matrimonio de Joan Sebastian, trabaja con su papá viendo temas administrativos, no está de acuerdo que el intérprete se estanque en México, sabiendo que puede traspasar fronteras. Muere al recibir un balazo en un bar de Cuernavaca.
- Lety: es la primera esposa de Joan Sebastian, es una mujer que radicaba en Estados Unidos, por lo que la vida en el campo nunca fue lo suyo, es de fuerte temperamento y con el tiempo se vuelve buena amiga de su exmarido.
- Maricruz: segunda esposa del cantante, es una actriz costarricense que debido a su profesión tiene muchos conflictos con su esposo, ya que este la cela demasiado. A pesar de estar divorciados, también tiene una buena relación con él, ya que tienen un hijo en común.
- Celina: es una joven hija de un hacendado de Taxco, comparte la pasión por los caballos con Joan Sebastian; ella es su última esposa. Es la madre de las dos hijas menores del intérprete.
- Mayka: una joven que el cantante conoce en Estados Unidos y con la cual tiene una hija.
- Dionisio: amigo y confidente del llamado “Poeta del pueblo”, es de los primeros en saber de su enfermedad y en todo momento le da su apoyo.
- Enrico: hermano de Joan Sebastian, es su mano derecha, está siempre al tanto de lo que pasa con su hermano tanto en el terreno profesional como en el personal.

Generalidades de la bioserie.

Ante los buenos resultados que *Hasta que te conocí*, Televisa decide adoptar la fórmula de las bioseries y Joan Sebastian fue el personaje seleccionado.

La historia se desarrolla de manera lineal, mostrando al cantante desde su origen y primeros años de hasta su muerte. Por su estructura narrativa, cada

capítulo inicia con un *teaser* que muestra lo más importante del capítulo anterior y posteriormente, empieza el episodio en un punto cercano al final del anterior.

La bioserie inicia con un jaripeo en el año 2002, en el cual Joan Sebastian actúa; al terminar su número, el cantante es apoyado por su hermano para llegar a su *camper*, en donde se comienza a sentir mal debido al cáncer que padece; para calmar su dolor, se visualiza tocando la guitarra en medio del campo. Posteriormente, con el apoyo de una transición, se da pie al inicio de la historia.

Etapas de mayor interés narrativo.

- De la primera guitarra al joven seminarista.

Es el año de 1959 y en el pueblo de Juliantla Guerrero las cosas no pintan bien para los pobladores, ya que no hay trabajo, por lo que las familias viven al día, una de ellas es la familia Figueroa formada por don Mario, su esposa Celia y sus seis hijos. Uno de ellos, es José Manuel un niño que posee la habilidad de componer canciones.

Ante la difícil situación que se vive, don Mario obliga a sus hijos a trabajar en actividades como el arreo y la ordeña de vacas para vender leche; no obstante, a pesar de ser un hombre severo, también tiene varios actos de nobleza, uno de ellos es el regalarle a su hijo José Manuel una guitarra, la cual se convierte en su compañera inseparable.

La situación en el pueblo cada vez es peor y la familia Figueroa debe tomar decisiones difíciles; Mario decide ir a Estados Unidos y llevar a José Manuel a un internado católico para que reciba educación. En el internado, el joven Figueroa es constantemente humillado por su origen y condición económica, pero en ningún momento él se siente menos, pues muy valientemente hace frente a quienes lo ofenden siguiendo el consejo de su padre de no agachar la cabeza ante nadie.

Ya como un joven estudiante, comienza a escribir algunos versos en un cuaderno, mismo que le ocasiona un problema, porque un grupo de alumnos destrozan el mencionado objeto y José Manuel responde golpeando al alumno que comenzó todo.

En el internado, José Manuel descubre que puede explotar su pasión por la música si se introduce en el tema religioso, por ello decide meterse a un seminario en Cuernavaca.

- De la decisión de abandonar el seminario a la primera decepción.

Ya siendo un joven seminarista, José Manuel enfrenta un choque emocional, porque sabe que ha escogido un camino donde debe dedicar su vida al servicio de la fe, pero ha conocido a una joven llamada Flor, por lo que se siente mal al experimentar un sentimiento que debe estar prohibido para los seminaristas.

Los días van pasando y, para enviarle dinero a su familia, José Manuel realiza trabajos afuera de la iglesia, donde se encuentra constantemente con Flor, a la que le empieza a mandar cartas. El punto decisivo llega cuando José Manuel no aguanta más el esconder sus sentimientos y escapa del seminario para verse con Flor.

Al hablar con el cura, ambos llegan a la conclusión que el joven es muy bueno para componer, pero que no tiene madera para convertirse en religioso; con ello, se da una liberación emocional que se ve quebrantada cuando los padres de Flor deciden irse de Cuernavaca. Al ya no tener motivo alguno para estar en esa ciudad, decide regresar a Juliantla con su familia.

- Del primer golpe profesional y el encuentro con “La novia de México” a la formación de una familia.

Al volver a Juliantla, José Manuel sólo tiene una meta convertirse en un famoso cantante; al comunicárselo a su familia, don Mario, muy a su manera acepta ayudarlo, por lo que lo lleva con un compadre, quien al leer algunas de sus composiciones, le hace ver que la música no es para él.

Ante esa negación, José Manuel lejos de darse por vencido sigue adelante, aunque también está consiente que hay una necesidad económica que cubrir, lo que lo lleva a trabajar como botones en el centro vacacional en Oaxtepec. Es ahí, donde conoce a Angélica María quien le da una oportunidad para enseñarle sus

canciones y aunque la cantante nota mucho talento en el joven compositor, no acepta grabar sus temas, argumentando que por el contenido son para una voz masculina, sin embargo, le da una tarjeta recomendándolo con un ejecutivo musical en la Ciudad de México.

José Manuel, con muchos ánimos de alcanzar su sueño, llega a la capital del país llevándose la sorpresa que el ejecutivo se encuentra fuera. Aprovechándose de su habilidad para conquistar mujeres, logra que una secretaria lo mande con Chucho Rendón, ejecutivo de la firma *Capital Records* a quien persigue a todos lados con la intención de convencerlo para grabar un disco, hasta que lo logra.

A pesar de contar con un material discográfico grabado, las cosas no le salen como esperaba, por lo que emprende un viaje a Tijuana, ahí se relaciona con el dueño de una tienda de discos que le ofrece empleo en su negocio; de esta forma, José Manuel se traslada a Chicago donde además trabaja grabando *jingles* para comerciales.

Es en esa ciudad donde conoce a Lety una joven que reside en Estados Unidos junto a su familia, después de un tiempo de tratarse, comienzan una relación que no es bien vista por los padres de Lety quienes ven que el joven cantante no tiene la solvencia económica para mantener a su hija.

Una nueva oportunidad llega para José Manuel, por lo que regresa a México. En este punto, Chucho Rendón le deja claro que su talento no es todo para sobresalir en el ambiente artístico, por lo que debe buscar un nombre que resulte atractivo; de momento José Manuel se niega argumentando que los cantantes son por su voz y no por un nombre.

Estando en la Ciudad de México, el cantautor se da cuenta que no puede vivir más sin Lety, por lo que habla con ella y acepta ir a México para casarse, aún en contra de lo que dicen sus papás. Una vez casados, Manuel lleva a su esposa a vivir a Juliantla, en donde las cosas para Leticia no son como ella imaginaba, pues de ser una muchacha de ciudad pasó a tener una vida en el campo, la cual en un principio fue difícil, pero, gracias a la ayuda de Celia, poco a poco se adapta a ese modo de vida, aunque no deja de extrañar su vida en Chicago.

Al poco tiempo Lety resulta embarazada; por su estado, muchas emociones se despiertan en ella. Así que José Manuel, sin pensarlo dos veces decide que lo mejor es que regresen a Chicago, donde nace José Miguel el primer hijo de la pareja; más tarde, llegan otros dos hijos a los que llaman Rodrigo y Adrián.

- De los primeros golpes de la fama y el nacimiento de Joan Sebastian al divorcio de Lety.

José Manuel comienza a tener fama y cantando en un bar conoce a Marissa, la viuda de José Alfredo Jiménez con la que inicia una relación clandestina que Lety descubre. José Manuel acepta su equivocación y para poner tierra de por medio con Marissa, la familia regresa a México.

Chucho Rendón vuelve a insistir con el tema del nombre artístico y al dar los ejemplos de cómo Rocío Durcal y Javier Solís triunfaron con sus nombres artísticos, José Manuel se convence de ello, y decide tomar el mote de Joan Sebastian.

Durante una visita a Juliantla, Joan conoce a Mary Lupe, una ahijada de sus papás con la que comienza a surgir algo al grado que resulta embarazada. Lety sospecha que ese hijo podría ser de su esposo y al confirmar sus dudas, encara a Joan y desquita su coraje disparándole con un rifle pero él logra escapar. Lety no está dispuesta a volver a perdonar a su marido y se divorcia de él, para regresar con sus tres hijos a Chicago.

- De la presentación en *Siempre en domingo* al segundo matrimonio y el primer gran escándalo.

Joan Sebastian se ha consolidado como un cantante famoso; se presenta con éxito en rodeos y jaripeos en México y Estados Unidos, su relación con Lety ahora es cordial, ya que recuerdan el pasado con humor.

Gracias a la fama, ha llegado el dinero y, ahora que puede, José Manuel decide construir una casa para sus papás en un terreno de Juliantla. Durante una

presentación en el pueblo, conoce a Nora una de sus más grandes fanáticas y con la cual entabla una gran amistad.

La fama y el éxito siguen en ascenso. Después de mucho buscar la oportunidad, recibe una invitación para presentarse en el programa musical *Siempre en domingo*, donde le recrimina a Raúl Velasco el que en el pasado no le hizo caso y que ahora, gracias a ese rechazo, se ha convertido en el artista que es.

Si bien en el ámbito profesional Joan Sebastian está completo, en lo personal José Manuel cumple el sueño de hacer una casa para sus papás como agradecimiento de todo lo que ellos le han dado, pero aún siente que algo le falta.

Durante una visita a las instalaciones de Televisa San Ángel, conoce a Maricruz, una actriz costarricense de la cual se enamora. Gracias a su habilidad de saber hablar, logra conquistarla; posteriormente se casan y tienen un hijo al que deciden nombrar Julián.

En este punto, Joan parece haber encontrado la estabilidad, la cual dura poco, pues, al estar casado con una actriz, no soporta ver a su mujer en escenas de pareja con otros hombres y sin darse cuenta, se vuelve un marido controlador, lo que ocasiona muchos problemas entre ellos que poco a poco los van distanciando.

Lo anterior da como resultado el que José Manuel abandone su casa y manejando sin rumbo por la carretera se accidenta; Maricruz sale en auxilio de su marido y después de hablar deciden que lucharán por salir adelante como pareja.

Una vez que Joan se recupera, el productor de televisión Emir Rojas aprovecha la popularidad de ambos y los contrata para protagonizar la telenovela *Tuyo*, sin embargo, aunque esta etapa inicia bien, durante la grabación, Joan conoce a Ivette, una joven actriz con la que se relaciona causando un verdadero escándalo, pues el trío amoroso de la ficción salió de la pantalla, creándole a Joan fama de mujeriego. Todo esto culmina en el divorcio de la pareja.

- De una nueva conquista al adiós a Celia.

Joan decide dedicarse al cien por ciento a la música y, a pesar de los errores que ha cometido con sus ex mujeres, trata de que sus hijos estén bien; prueba de ello está en apoyar a su hijo Julián con una exposición sobre los caballos, a la cual, además de asistir, lleva un ejemplar de ese animal, mientras que sus hijos Rodrigo y Adrián se han vuelto parte de su equipo de trabajo y lo acompañan a sus presentaciones.

Durante una presentación en *McAllen*, conoce a una joven llamada Mayka, la cual hace que se dé cuenta que él no es un hombre para estar solo y que fácilmente se enamora, así que inicia una relación con ella.

Las cosas para Joan nuevamente se tambalean cuando su mamá es diagnosticada con *alzhéimer*; su papá decide formar una nueva familia y después cae en las garras del alcohol. Al estar consiente que su madre poco a poco se irá deteriorando, Joan le compone la canción de *Celia*. El momento del desenlace llega y Celia muere.

- Del conflicto personal por dos mujeres al primer aviso del cáncer.

Para estas alturas, la fama de Joan sigue creciendo; constantemente se presenta en rodeos y palenques. Por ello, se vuelve cada vez más popular, lo que lo lleva a ser presa fácil de la prensa.

La relación con Mayka sigue adelante, sin embargo cómo viven en países diferentes, al ser un hombre que se enamora fácilmente, una nueva mujer aparece en su vida; una joven hija de un hacendado de Taxco llamada Celina, la cual comparte la pasión por los caballos y quien a medida que conoce al hombre más allá del artista, se va enamorando de él.

Las cosas avanzan y José Manuel no es capaz de poner un alto a todo lo que está pasando en su vida personal. Por un lado, Mayka queda embarazada, pero sigue viviendo en Estados Unidos y por el otro, el cantante inicia una relación formal con Celina en México.

La hija de Mayka nace en Estados Unidos mientras que Celina, quien, ante la luz pública es la esposa legítima, también resulta embarazada (el bebé muere al

nacer). Es por ello, que José Manuel debe tomar una decisión y escoge a Celina, dejándole claro a Mayka que la hija que tienen nunca va a estar desprotegida.

Por otra parte, comienza a tener diferencias profesionales con su hijo Adrián, quien, al llevar la agenda de su papá, sabe que bien podría traspasar fronteras y ganar fama internacional, pero el cantautor se niega argumentando que se debe al público mexicano.

Las desgracias siguen llegando a su vida; don Mario muere consecuencia de un accidente a caballo y además, comienza a tener un notable desgaste físico, que su hijo José Miguel, su hermano Enrico y su amigo Dionisio le hacen notar constantemente. A pesar de ignorarlo, antes de iniciar un concierto comienza a presentar diversos síntomas que le impiden estar al cien por ciento.

Pasados unos días, Joan vuelve a sentirse indispuesto al grado de cancelar una presentación en la ciudad de Los Ángeles, en ese mismo lugar, es llevado a un hospital en donde es diagnosticado con mieloma múltiple, es decir cáncer en la médula ósea.

- Del coma y el regreso a los escenarios a la trágica muerte de Rodrigo.

Al saber de su estado, Joan trata de mostrarse como si nada pasara, aún cuando sus hijos le dejan claro la gravedad de su enfermedad, decide seguir trabajando, lo que le trae consecuencias, ya que durante una presentación en un rodeo se desmaya y cae bruscamente de un caballo.

Mientras es trasladado a un hospital, entra en estado de coma, por lo que sus hijos toman la decisión de darle tratamiento de quimioterapia, sabiendo que su papá se negaba a hacerlo. En un principio, el tratamiento parece no servir, pero ante las fuerzas que Joan tiene se va recuperando.

Una vez restablecido, Joan sigue con su carrera, pero un golpe mayor llega para él cuando una presentación en Texas se sale de control por falta de seguridad y su hijo Rodrigo es asesinado. Este acontecimiento hace que las diferencias con Adrián aumenten a tal grado que se distancian por unos años.

- De un nuevo comienzo personal a la muerte de Adrián.

Para este punto, Joan está sumido en la depresión, lo que provoca que el cáncer regrese y sin ánimos por salir adelante, se deja vencer, hasta que entra en razón y a pesar del dolor que tiene por la muerte de su hijo sabe que debe seguir adelante.

En Juliantla, sigue recuperándose anímicamente y decide invertir en obras para que el pueblo mejore sus condiciones, entre ellas la remodelación de una iglesia y la construcción de una escuela. Esto hace que la popularidad del cantante siga creciendo a tal grado que la gente del pueblo lo quiera lanzar como gobernador, a lo cual él se opone.

Su estado emocional y físico van mejorando, pero el estar alejado de su hijo Adrián le impide estar del todo bien. Es José Miguel quien planea una reunión entre su hermano y su papá para que arreglen sus diferencias y tras hablar los malos entendidos quedan atrás.

Sin embargo, la felicidad se termina cuando una noche Adrián va a un bar en Cuernavaca y al no poder entrar, se muestra prepotente, por lo que recibe un balazo que momentos después le provoca la muerte, causando un nuevo golpe emocional en el cantante.

- De la continuación de la batalla contra el cáncer al escándalo mediático.

Tras la muerte de Adrián, el dolor que invade al cantante sigue dentro de él, pero a diferencia con la muerte de Rodrigo, esta vez no se deja vencer y sigue adelante con su carrera y al pendiente de su familia y de la gente de Juliantla, sin embargo, el cáncer lejos de desaparecer sigue creciendo dentro de él.

Llega un momento en el que ya no puede disimular su malestar y tras entregar a su amiga Nora en el altar, con ayuda de Dionisio va a un hospital donde en secreto comienza a tomar quimioterapia. Sin embargo, la necedad que lo caracteriza lo ayuda a reponerse y seguir dando conciertos.

Aunado a su enfermedad, las trágicas muertes de sus dos hijos y todo el dinero que ha invertido en Juliantla provocan que surja un rumor que tiene nexos

con el narcotráfico, volviendo de esta forma al ojo público, ya que enfrenta una orden de cateo en su casa, que los medios aprovechan para armar un escándalo, del cual el cantante sale limpio al dar la cara y mostrarse como alguien honesto que todo lo que tiene lo ha conseguido con base en su trabajo.

- De la despedida del jaripeo al último baile.

Consciente de que la enfermedad que padece poco a poco lo irá acabando, Joan decide enfrentarla de la mejor forma posible, es así que continua trabajando, sin embargo, su estado de salud le impide seguir presentándose con su espectáculo ecuestre, ya que pierde las fuerzas para montar sus caballos.

A estas alturas, el cantante lanza su última producción discográfica, pero el cáncer provoca que cancele una serie de conciertos, pues, por más que quiera los dolores que padece hacen que sea imposible levantarse de su cama.

El tiempo sigue su curso y la enfermedad sigue avanzando; al contagiarse de gripa, queda todavía más débil de lo que ya está, sin embargo, saca sus últimas fuerzas para grabar desde su casa una canción titulada *La trampa*, misma que por su estado le resulta muy difícil de interpretar.

La familia, al ver que José Manuel se está acabando, toma la decisión de cancelar la fiesta de quince años de Marcela (la hija menor del cantante y Celina); una vez que se entera de dicha decisión, habla con Celina para impedir que ese evento se detenga.

Días antes de la fiesta, el caballo preferido de Joan llamado “Padrino” muere y, al enterarse la noticia, entra en un estado anímico de depresión lo que conlleva a que sus fuerzas se reduzcan todavía más.

Estando muy grave, la familia decide cumplir con su indicación y celebrar los quince años de Marcela; ella se muestra muy triste porque su papá no puede estar con ella. No obstante, José Manuel llega a la fiesta en una condición muy deplorable, y logra dar unos pasos con su hija para después desplomarse en medio de la pista.

Posteriormente, aparecen secuencias del verdadero funeral del cantante acompañadas por el tema *Eso y más*, mismos que dan por finalizada la bioserie del artista.

Elementos de la historia con los que el público se puede identificar.

- Un origen humilde.
- Tener un padre de carácter fuerte del cual se aprendió el valor del trabajo.
- Defender quienes somos frente a los demás.
- No tener estabilidad en las relaciones afectivas.
- El enfrentar varias ocasiones el que se cierran las puertas para trabajar.
- Cumplir las metas personales después de mucho trabajo.
- Enfrentar al cáncer (ya sea en carne propia o vivir la experiencia con algún familiar que lo padezca)
- Ver cómo un familiar poco a poco se va muriendo.
- Enfrentar la muerte de los hijos.
- La nostalgia que despierta recordar épocas pasadas.

6.4. Hoy voy a cambiar.

Storyline.

Guadalupe Contreras no quería ser cantante, pero ante la presión de su papá tuvo que hacerlo y con el tiempo se volvió Lupita D'Alessio una de las cantantes mexicanas más reconocidas, sin embargo, la frustración por no poder hacer lo que ella realmente quería (dedicarse a la danza o a la natación,) fue un detonante para que tuviera una vida bastante turbulenta, marcada por la desestabilidad emocional lo que la llevó a adentrarse en el mundo de las adicciones en donde tocó fondo, pero gracias a que se abrazó a la fe cristiana pudo salir adelante.

Descripción de los personajes principales.

- Guadalupe Contreras/Lupita D'Alessio: una mujer de fuerte temperamento y que a simple vista, tiene una vida perfecta llena de éxito, sin embargo,

internamente es una mujer inestable en el plano emocional y que trata de llenar sus vacíos refugiándose en las drogas y el alcohol, camino que puede abandonar gracias a un acercamiento con el cristianismo.

- Nacho D'Alessio: es el padre de Lupita D'Alessio, un animador de televisión que ve en sus hijos una fuente de ingresos, hecho por el cual los explota y obliga a hacer lo que él quiere que hagan.
- Esther Millán: madre de Lupita D'Alessio, una cantante que vive a la sombra de su marido, trata de ser el consuelo de su hija a la vez que la incita a hacer lo que Nacho quiere para que él no se enoje.
- José Vargas: primer marido de Lupita D'Alessio y padre de sus dos hijos mayores, es un actor y cantante varios años mayor que ella. Al darse cuenta que la fama de su esposa es mayor que la suya se vuelve un hombre controlador y agresivo.
- Héctor Fregoso: pareja de Lupita D'Alessio, es un futbolista y más tarde entrenador chileno. Es el gran amor de la cantante aunque nunca se casaron, gracias a él, ella tiene una de las etapas más tranquilas de su vida en lo personal y fructíferas en lo profesional.
- Tulio Canessa: futbolista uruguayo a quien Lupita conoce en una fiesta y que se vuelve su segundo marido. A pesar de que él se enamoró en verdad de la cantante, ella se casó con él por despecho.
- Raúl Sabdúl: tercer marido de la intérprete, es un cantante argentino que lleva a Lupita artísticamente a la cima y a la par, dentro del ámbito personal es quien la introduce al mundo de las drogas. Es el responsable de que la cantante vaya a la cárcel, acusada de evasión fiscal.
- Sergio Gómez: cuarto marido de Lupita y padre de su hijo menor, es uno de sus músicos, con él en tiene una relación que la destruye física y emocionalmente. La induce aún más en las adicciones y sólo la deja trabajar, ya que para poder tener control sobre su dinero la mantiene sedada con medicamentos.
- Cristian Rommel: es el quinto marido de Lupita D'Alessio, es un modelo alemán a quien conoce en una fiesta, se casa con ella por mero interés.

- Jorge D’Alessio: hijo mayor de la cantante, sigue los pasos de sus padres dentro de la música, también es adicto a las drogas, lo que casi le provoca la muerte.
- Ernesto D’Alessio: segundo hijo de la intérprete, al igual que su hermano sigue los pasos de sus padres y aunque también tuvo un paso por el mundo de las drogas, salió de ellas y se acercó al cristianismo. Es una de las personas que impulsa a su mamá para unirse a la fe cristiana.
- César D’Alessio: hijo menor de Lupita, creció en un ambiente de drogas, alcohol y depravación, debido que su mamá todo el tiempo estaba en la fiesta, creció bajo el cuidado de una nana. Vivió la peor época de la cantante y como niño eso le afectó mucho.
- Danny Chat: *manager*, amiga y confidente de Lupita, es quien la ayuda a salir de la depresión cada vez que termina sus relaciones impulsándola a trabajar.
- Mery: esposa de José, ella quiere a los hijos mayores de Lupita como propios, por eso y para que ellos estén bien está en contacto con la cantante y la ayuda a ver a sus hijos ocasionalmente.
- Raymunda “La Gorda”: amiga por interés de Lupita, es una mujer que a la que le encantan la fiesta y las drogas, por lo que al estar cerca de la intérprete tiene ambas cosas seguras. Constantemente incita a Lupita para hacer fiestas en su departamento y es además quien consigue la droga.
- Fernando: amigo de Jorge y pareja de Lupita, a pesar de ser más joven que ella la trata de apoyar para dejar las drogas. Al ver la negativa de Lupita termina con ella.

Generalidades de la bioserie.

Otra cantante que fue escogida para contar su vida en una bioserie fue Lupita D’Alessio. A diferencia de las dos bioseries expuestas anteriormente, en esta hay una temática más fuerte que involucra el mundo de las adicciones y para la protagonista el ser cantante no es el sueño que persigue, más allá de eso pretende hacer una reflexión sobre lo mal que puede terminar una vida turbulenta.

Si bien la historia principal es la vida de Lupita D'Alessio, hay una trama secundaria que sigue la vida de sus hijos de forma que existe un eje todavía más emocional, puesto que también se retrata el sufrimiento de los hijos al tener que lidiar con los problemas de adicción de su mamá.

Otro detalle que le da a la bioserie un sello particular, es que, aunque la entrada iba acompañada musicalmente con fragmentos del tema *Mudanzas*, hubo una canción oficial compuesta por Bruno Danzza y que la misma D'Alessio interpretaba titulada *Yo sigo aquí*. A continuación, se presenta la letra de la misma.

Hoy que miro el camino cruzado
Me doy cuenta
Que aunque hubo caídas
Cada historia vivida
Es un territorio ganado.

Aprendí que luchar demasiado
Es mi fuerza
Me curé las heridas,
Marché cuesta arriba
Con el corazón en la mano.

La vida se va en un respiro
Rendirse no está permitido.
Yo sigo aquí, no me rindo
Con coraje, por instinto
Con el viento a favor de quien sabe
Que hay que dar pelea.

Y yo sigo aquí, no me rindo
Con amor, por destino
Despertar cada día es una aventura
Estoy aquí y voy
A donde me lleve el camino.

Hoy que doy un vistazo al pasado
Me doy cuenta
Que ha valido la pena
Ir dejando mis huellas
Alcanzar cada sueño guardado.

La vida se va en un respiro
Rendirse no está permitido.
Yo sigo aquí, no me rindo
Con coraje, por instinto
Con el viento a favor de quien sabe
Que hay que dar pelea.

Y yo sigo aquí, no me rindo
Con amor, por destino
Despertar cada día es una aventura
Estoy aquí y voy
A donde me lleve el camino.

Y yo sigo aquí no me rindo
Con amor, por destino
Despertar cada día es una aventura
Estoy aquí y voy
A donde me lleve el camino.
A donde me lleve el camino.

(Danza, 2017:15)

Extra a los 22 capítulos, hubo un especial donde la cantante, sus hijos, el elenco y los productores le platicaron a la audiencia la experiencia que les dejó el proyecto.

Esta historia maneja dos tiempos de manera paralela, alternando escenas de Lupita D'Alessio de joven y en su etapa adulta. El primer capítulo que se transmitió fue una reseña del contenido en donde aparecían entrevistas de la cantante, de sus hijos y de personas que han trabajado con ella para poner en

contexto al público que conoce su vida de quién es cada personaje. A lo largo de la historia, aparecen fragmentos de las mencionadas entrevistas, las cuales refuerzan lo que se está viendo.

Debido a lo anterior, la trama como tal inicia en el capítulo 2; después de la entrada aparece la llamada “Leona dormida” dándole la bienvenida a los espectadores con el siguiente mensaje:

“Buenas noches, soy Lupita D’Alessio servidora y estoy aquí para mostrarles un poco de lo difícil que ha sido mi vida. No es fácil estar frente a ustedes y con la verdad por delante. Hoy les voy a contar mi historia con la esperanza de que mis experiencias sirvan para ayudar a muchos que como yo están en el infierno de las drogas” (*Hoy voy a cambiar*, Televisa, 2017)

Cada capítulo inicia con un resumen de lo más relevante del anterior, esto da paso a la entrada y seguido a ello, la historia inicia en un punto cercano al final del anterior. Es importante hacer mención, que todos los episodios tienen su propio nombre.

La historia tiene como punto de arranque el año 2006 y a partir de ahí ambas historias (pasado y presente) se desarrollan.

Etapas de mayor interés narrativo.

- De los primeros sueños destrozados a un inicio obligado como cantante.

Guadalupe Contreras es una niña perteneciente a una familia de artistas; sus papás son Nacho D’Alessio, un reconocido animador de televisión y la cantante Esther Millán. Debido a ello, parecía imposible que ella no se sintiera atraída por ese mundo del espectáculo; la danza es lo que más le gusta.

Nacho es un hombre con un carácter muy difícil y disfrazado de interés por su familia su interés personal, ya que constantemente está inventando programas de televisión que le dejen dinero a costa de su esposa y sus tres hijos. Es por ello, que le prohíbe a su hija aceptar una beca para estudiar *ballet* y la obliga a cantar en su *show* televisivo.

La familia se traslada de Tijuana (su ciudad natal) a Guadalajara por una oferta de trabajo para el señor D'Alessio. A cuadro, Nacho parece un hombre alegre y bonachón, pero detrás de cámaras es manipulador, egoísta y represor, por eso Esther y sus hijos lo obedecen aunque no estén de acuerdo.

Durante una visita a un deportivo, Lupita entra a la alberca y demuestra que tiene habilidades para nadar profesionalmente, las cuales, poco a poco, se desarrollan y cuando recibe la que parecía su oportunidad de oro representando a México en los Juegos Panamericanos, su papá nuevamente le echa a perder el sueño, dejándole claro que ella solamente sirve para cantar.

- De la celebración de quince años a *Mi corazón es un gitano*.

El programa de Guadalajara termina y la familia Contreras regresa a Tijuana, Lupita, siendo una joven quinceañera, anhela tener una fiesta de quince años, de la cual logra convencer a su papá con la promesa que trabajará muy duro en el programa de televisión.

Lupita toma la decisión de dejar sus estudios para concentrarse totalmente en el programa de su papá; con la ayuda de su mamá y de Julián (su primer novio), poco a poco, va armando todo para la fiesta, la cual se lleva a cabo y durante el discurso que Nacho da expone a Lupita, obligándola a cantar y ella acepta, pero sin tener ganas en realidad para hacerlo.

Después de la fiesta, Nacho nuevamente obliga a la familia a mudarse, ahora a la Ciudad de México. Al llegar a la ciudad, la vida familiar se sigue rompiendo al grado en el que Lupita es testigo de cómo su papá agrade físicamente a su mamá.

En este punto, Lupita es firmada para grabar un disco; por imposición y temor a su padre, acepta; aquí aparece su primer éxito musical titulado *Mi corazón es un gitano*, el cual se vuelve un suceso en México y con ello llegan los primeros pincelazos de fama, con los que Lupita no se siente cómoda.

- De José Vargas a la participación en el Festival OTI.

El ascenso a la fama sigue para Lupita y así la oportunidad de Nacho de hacer dinero, ya que él se vuelve su representante; de esa forma, es quien decide las fechas y los lugares donde su hija se debe presentar. La oportunidad para brillar todavía más, llega con la invitación de Raúl Velasco para participar en *Siempre en domingo*.

Siendo ya una cantante famosa durante una visita a la disquera, Lupita conoce a José Vargas con quien comienza a salir aún con el descontento de sus padres por la diferencia de edad que existe entre ellos porque Lupita tiene en este punto 17 años. José es un hombre de palabra y acepta las condiciones que Nacho y Esther le ponen para salir con su hija.

La relación sigue adelante, pero llega un punto en el que Lupita decide escaparse con José y poco tiempo después queda embarazada; pasados varios meses el bebé nace pero muere días después dejando en muy mal estado a Lupita y del que sale adelante lentamente gracias a su trabajo, el cual es apoyado por la reconocida *manager* llamada Danny Chat.

Pasado el tiempo, Lupita y José logran formar una familia con dos hijos: Jorge y Ernesto; aunado a ello, Néstor Alonso, un productor de telenovelas y tío de José le ofrece un papel a Lupita, el cual acepta y sigue en paralelo con su carrera de cantante. Aquí comienzan los problemas familiares, ya que José no consigue trabajo ni de actor ni de cantante y es quien está al cuidado de los hijos, mientras Lupita es el sostén económico del hogar.

José comienza a sentir celos de su esposa, quien para este punto, es invitada a participar en las eliminatorias del Festival OTI con el tema *Como tú*, el cual gana a nivel nacional lo que le da la oportunidad de representar a México en la versión internacional, donde obtiene el tercer lugar.

- De la decisión de entre la familia y la carrera a Héctor Fregoso y *Mudanzas*.

Para Lupita todo parece ser perfecto a nivel profesional, pero en lo personal es víctima de su marido, quien la agrede física y psicológicamente al decirle que en la

casa no es más que Guadalupe Contreras, la mujer de José Vargas. Los enfrentamientos se vuelven más comunes, ya que Lupita debe cumplir con sus presentaciones lo que provoca que se ausente de su casa constantemente.

José explota, porque su esposa no cumple con su papel de madre y la obliga a decidir entre su familia y su trabajo; Lupita decide por seguir adelante con su carrera y se va de la casa. Ante ello, la hermana de José le brinda asilo, sin embargo, a partir de ese momento, su vida comienza a volverse inestable; José le niega ver a sus hijos y en el plano artístico se da cuenta que su compañía disquera la tiene encasillada.

En esta etapa, Lupita conoce a Héctor Fregoso, un destacado jugador de fútbol chileno que forma parte del *Club América* con quien inicia una relación que le da estabilidad emocional, la cual se debe en parte a la ayuda de Mery, la nueva esposa de José quien secretamente se pone de acuerdo con ella para que vea a sus hijos.

Pasados unos años, Héctor se vuelve entrenador y durante una búsqueda de jugadores en Brasil, encuentra un disco que le lleva a Lupita; en dicho material de la cantante Vanusa, se encuentra la canción *Mudanças*. Lupita inmediatamente queda enamorada de esa canción; por ello, encara a los directivos de su disquera para que se la dejen grabar.

Tras aceptar la petición de Lupita, Héctor traduce la letra dando origen con ello al tema *Mudanzas*, el cual se vuelve uno de los más reconocidos en la carrera de la cantante.

- Del fin de la perfección al inicio del alcoholismo y el tercer matrimonio.

La estabilidad que había en la vida de Lupita comienza desaparecer cuando decide hacer una pausa en su carrera para dedicarse a su hogar, lo que lejos de ayudarla la perjudica, debido a que no le da su espacio personal a Héctor, quien se siente asfixiado junto a ella, motivo por el cual pierde interés y comienza una relación clandestina, la cual su esposa descubre y en un arranque de ira se va de la casa.

La separación de Héctor es algo que pone muy mal a Lupita y para salir de la depresión, por consejo de Danny regresa a trabajar y a los eventos sociales, pero al no tener la suficiente fuerza para soportar el dolor de la separación comienza a refugiarse en el alcohol.

En la boda de su amiga, la cantante Marisol, conoce al futbolista uruguayo Tulio Canessa con quien inicia prematuramente una relación en la que sólo busca olvidar a Héctor.

Es así que en forma de venganza se casa con Tulio y se va a vivir a León, sin embargo, tiempo después se reencuentra con Héctor y aunque ambos están, casados deciden verse a escondidas, pero al ser personajes públicos con mucha fama son víctimas de un *paparazi* y el engaño que ambos están haciendo se vuelve una noticia de circulación nacional.

Una vez que Tulio se entera de la infidelidad de su esposa, decide divorciarse. Lupita se muestra arrepentida de sus acciones, pero deja claro que su matrimonio con el uruguayo solamente fue una excusa para intentar llenar el vacío que le dejó Héctor.

- Del alcoholismo a la drogadicción.

Tras la ruptura con Tulio, Lupita regresa a la Ciudad de México para seguir con su carrera; para esta etapa, el problema de alcoholismo se encuentra avanzado al igual que la prepotencia, ya que cuando es citada para firmar el divorcio con Tulio llega muy borracha y se burla en repetidas veces de la situación.

Con el tiempo llega otro hombre a su vida, un argentino llamado Raúl Sabdúl con quien inicia una relación primero profesional y después personal. En el primer ámbito logra darle un nuevo giro a su carrera, teniendo aún más éxito.

En el segundo ámbito, Raúl se vuelve el tercer marido de la cantante y durante la celebración de la boda, ella tiene el primer contacto con las drogas, ya que tanto Raúl como sus amigos la incitan a consumir cocaína.

El poder del nuevo marido sigue aumentando al grado que Lupita decide despedir a Danny y dejar su carrera y sus finanzas en manos de Raúl. Una vez

que ambos comienzan a trabajar juntos, crean su propio sello discográfico lo que les retribuye importantes cantidades de dinero.

- Del reencuentro con su mamá y con sus hijos y el cuarto matrimonio y la muerte de Esther.

Durante una presentación en Estados Unidos, Lupita aprovecha para ver a su mamá (que se fue a vivir allá varios años atrás), al encontrarla, se lleva una muy desagradable sorpresa, ya que Esther tiene que trabajar en un bar cantando. Ante la impotencia de ver que su mamá canta en un lugar de poco nivel, decide apoyarla económicamente y le compra una casa para que viva dignamente.

De regreso a México, Lupita descubre que Raúl le ha estado robando dinero, lo que propicia el divorcio de la pareja. Con arrepentimiento, Lupita nuevamente busca a Danny y le pide ayuda para seguir con su carrera.

En un principio, Lupita se muestra comprometida, pero, ante su inestabilidad emocional, encuentra un nuevo refugio amoroso en Sergio Gómez, uno de sus músicos, quien al igual que ella es adicto a las drogas.

Lupita queda embarazada y al mismo tiempo, sus hijos Jorge y Ernesto abandonan la casa de su padre por los abusos que recibían de él y llegan a vivir con su mamá. Aunque parece que esto le dará felicidad a la cantante, las cosas no son para nada buenas; Sergio no ve bien que los hijos de su esposa vivan con ellos y manipula a su mujer para que mande a los jóvenes a una escuela en Canadá.

En este punto de la historia, Lupita recibe otro golpe emocional al recibir la noticia de la muerte de su mamá y le echa en cara a su papá que todo lo malo que le pasó a Esther fue por culpa de él.

- Del nacimiento del tercer hijo a la ventilación pública del problema de adicción.

Pasados unos meses, Lupita da a luz a su tercer hijo al que decide llamar César un bebé que se encuentra en el completo abandono, puesto que Sergio se

encarga de llevar cocaína al departamento y a Lupita la mantiene sedada con medicamentos; es por eso que una nana es quien se hace cargo del bebé.

Jorge y Ernesto regresan de Canadá y los problemas entre ellos y Sergio crecen, porque Lupita está prácticamente todo el día encerrada en su recámara y Sergio limita en todos sentidos a sus hijastros.

Los jóvenes hijos de la cantante no soportan más la situación y deciden buscar ayuda con su papá, quien se aprovecha de la necesidad de sus hijos para reunir a los medios de comunicación y a manera de conferencia de prensa, José ventila que Lupita es drogadicta.

Lupita, manipulada por Sergio, le da la espalda a sus hijos a quienes corre de su casa luego de que le dicen que su marido tiene una amante. Ella se niega a creer pero durante un concierto se da cuenta que sus hijos no mentían, así que encara a Sergio y decide terminar con él.

A pesar del nebuloso momento personal que vive, el público no le da la espalda y el éxito profesional sigue en aumento, llegando a tener varias fechas firmadas que dan como resultado llenos totales.

- De las primeras consecuencias por las drogas a la amarga estadía en la cárcel.

La situación emocional de Lupita comienza a llegar a su límite. Tras consultar a una bruja, una noche deja prendidas muchas velas en su habitación y, como se queda dormida, una de ellas cae sobre la alfombra y provoca un incendio, del cual la rescatan sus hijos.

A pesar de ese incidente, no es capaz de dejar las drogas y el alcohol; sumado a ello, descubre que sus hijos también son adictos y, al no ser una autoridad moral para decirles que no lo hagan, les dice que la droga se la pidan a ella.

Durante una fiesta con los amigos de sus hijos, Jorge es víctima de una sobredosis y es atendido inmediatamente. Tras este evento, Lupita habla con sus hijos para pedirles que dejen las drogas aunque ella no es capaz de hacerlo.

Meses después, Jorge forma un grupo y durante una prueba, Lupita conoce a Fernando un amigo de su hijo con quien inicia una relación.

Una nueva mala noticia llega a la vida de la cantante, dentro de todo el dinero que su ex marido Raúl le robó estaba la cantidad correspondiente al pago de impuestos, de forma que Lupita es notificada y posteriormente aprehendida.

- De la muerte de Nacho a tocar fondo en las adicciones.

Tras aclarar su situación y salir de la cárcel, Lupita trata de recuperar el tiempo perdido, así que se pone a trabajar y aunque al público le da su mejor cara, necesita de la cocaína para poder estar bien.

Una noche, recibe una llamada de sus hermanos diciéndole que su padre murió; al tener las cenizas de Nacho en sus manos aunque siente un dolor muy fuerte por perder a su padre, no deja de reprocharle que por él lleva esa vida.

Fernando la trata de apoyar, pero al darse cuenta que ella no quiere aceptar que está mal, termina su relación y ella se sume en la depresión, llegando así al límite de su adicción al alcohol y las drogas. En lo profesional, se vuelve una mujer explosiva, de mal carácter y hasta irresponsable.

- De una vida sin control a la primera vez en rehabilitación.

Inmersa en el mundo de las drogas y el alcohol, una noche en un bar, Lupita conoce a Cristian Rommel, un hombre alemán al cual lleva a vivir a su departamento casi de manera inmediata.

Su departamento se vuelve prácticamente un antro, ya que diario invita gente que se queda varios días tomando, fumando y drogándose. Su hijo César vive toda esta etapa, siendo un niño de primaria tiene que enfrentar el hecho que al llegar de la escuela siempre ve a su mamá en mal estado; ella por su parte, se limita a darle dinero a su hijo para que no la moleste.

Cristian presenta con Lupita a Raymunda una mujer que se autonombra “La Gorda”, ella es sólo una oportunista que se junta con Lupita por dinero y porque sabe que con ella tiene drogas y alcohol gratis.

La relación entre Cristian y Lupita únicamente es por interés, él aprovecha cada peso que le puede sacar, hasta el punto donde ella se da cuenta y, tras discutir, es agredida físicamente. Ernesto ayuda a su mamá y le habla del cristianismo para después darle la tarjeta de un pastor que la puede ayudar.

Tras obligar Cristian a abandonar el departamento, Lupita comienza a autodestruirse, pues ha llegado al límite de su adicción poniendo en peligro su vida. Al ser hospitalizada de emergencia, sus hijos tratan de que entre en razón y también recibe la visita de sus amigas Marisol y la cantante Nuri; ambas se acercaron al cristianismo y le hablan de la fe a Lupita.

Una vez que abandona el hospital, es llevada a un centro de rehabilitación en donde, lejos de querer recuperarse, convence a un empleado de limpieza para que le lleve drogas a cambio de regalarle una colección de discos. Por este hecho Lupita es expulsada de dicho lugar, ya que no sólo ella se drogó sino que compartió con todos los pacientes.

- De un accidente automovilístico al decir “Yo sigo aquí”.

Con ayuda de su supuesta amiga “La Gorda”, Lupita se muda a otro departamento para evitar los reproches de sus hijos; ahí recibe la visita de José José quien le pide que vea su ejemplo y salga del mundo de las drogas antes de que no haya salida.

Sin hacer caso a nadie, solamente parece estar interesada en hacer fiestas y comprar drogas; para este punto, la cocaína ya no le es suficiente por lo que su distribuidor le vende heroína, la cual guarda en una bolsa.

Harta de todo, Lupita y Raymunda planean irse a Acapulco, pero en el camino sufren un accidente automovilístico que las hace terminar en un centro médico al que acuden Jorge y Ernesto, donde suplican a su mamá que deje las drogas. Ella se muestra renuente y se hospeda en un hotel de paso en donde siente que ya no puede más y está a punto de inyectarse heroína, pero se arrepiente y se derrumba desesperada. Instantes después, recuerda la tarjeta que Ernesto le dio con los datos de un pastor y lo llama para pedirle ayuda.

Tras hablar con el pastor Carlos, Lupita accede a internarse en una clínica de rehabilitación en Guatemala, donde poco a poco aprende de la religión cristiana y, con fuerza de voluntad, sale adelante, venciendo su problema de adicción.

Después de rehabilitarse, lo primero que Lupita hace es pedirle perdón a sus hijos por los errores que cometió en el pasado y se dispone a comenzar una nueva vida lejos de las drogas y el alcohol.

Para finalizar, aparece una escena de la verdadera Lupita D'Alessio durante un concierto en el Auditorio Nacional en el 2017 cantando *Mudanzas*. Al terminar de cantar, hace un agradecimiento a sus hijos, a la vida y a Dios, porque venció todas las adversidades y sigue viva.

La bioserie cierra con el testimonio final de la cantante:

“Hoy voy a cambiar es mi historia. Cuando perdí todo conocí a Jesucristo, hoy puedo decirles que sigo aquí gracias al cambio que él provocó en mí, eso fue lo que me salvó. Lo que me devolvió la dignidad y la honra que había perdido, el amor propio y el tesoro más grande que tengo es él y ahora mi familia.” (*Hoy voy a cambiar*, Televisa, 2017)

Elementos de la historia con los que el público se puede identificar.

- Padres que explotan a los hijos.
- Inestabilidad en las relaciones afectivas.
- Abandono a los hijos.
- Problemas de adicciones.
- Rodearse de malas compañías.
- Ser víctima de violencia doméstica.
- Maltrato psicológico a los hijos.
- Haber sido encarcelada.
- Haber estado en un centro de rehabilitación.
- Tocar fondo.
- Encontrar en la fe (en el cristianismo) el camino para salir adelante.
- La nostalgia que despierta recordar épocas pasadas.

6.5. Análisis teórico enfocado a las bioseries.

Tras haber realizado la descripción de las etapas de mayor interés narrativo de cada una de las bioseries, en este apartado, el contenido previamente expuesto será analizado con base en la teoría de las industrias culturales, que identifica:

“La producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. [...] Proporciona en todas partes bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas como otras tantas distinciones a las que los estándares de la producción deben responder.” (Mattelart, 1997:54)

A partir de la cita anterior, podemos catalogar a las bioseries como una mercancía orientada a la venta, en este caso por tratarse de un producto audiovisual (de televisión abierta) lo que se busca es obtener *rating* presentando un espectáculo. “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizadas por imágenes.” (Debord, 2006:25), regida por “[...] las leyes de una economía fundada en el consumo y sostenida por la acción persuasiva de la publicidad.” (Eco, 1984:47)

Al igual que los productos de televisión, las bioseries están dentro del estándar que a lo largo de los años, se ha ido moldeando dentro de la televisión abierta tradicional; si bien sí existen elementos que hacen distinguir a este género de otros, guardan la esencia de mantener el mismo orden social e ideológico que está establecido, puesto que es “[...] una forma de organizar el espacio, de controlar el tiempo, de vigilar continuamente al individuo y de asegurar la producción positiva de comportamientos.” (Mattelart, 1997:67)

Retomando las bioseries mencionadas en los apartados anteriores, nos damos cuenta que, a pesar de ser historias basadas en hechos reales (que se puede considerar el elemento novedoso), su constitución argumental sigue las líneas de producción de melodramas convencionales, ya que retratan las vivencias de los personajes de una forma donde se exalta el dramatismo audiovisual.

Como un ejemplo de lo anterior, se puede mencionar la escena de la bioserie *Hoy voy a cambiar*, donde Lupita D’Alessio enciende muchas velas en su

recámara por recomendación de una bruja y como ella está mal emocionalmente sufre un delirio en el cual se aparecen sus ex maridos reprochándole diversas cosas.

En la vida real, el acontecimiento sí tuvo lugar en la vida de la cantante, pero el hecho de poner a sus ex parejas en el lugar dentro de la bioserie fue un recurso dramático para darle peso a la escena.

Dentro de la postura teórica de las industrias culturales, los contenidos “[...] tratan las contradicciones de la vida y de la experiencia de los hombres y mujeres de amplias capas sociales, y participan en la construcción de un sentido común popular.” (Mattelart, 1997:75)

Lo anterior, se puede ver reflejado en las tres bioseries analizadas, ya que sus protagonistas son personajes del agrado de un gran sector de la población, lo cual les da el sello de popular y gracias a esa popularidad resultan las figuras idóneas para realizar una bioserie.

De acuerdo con la socióloga italiana Milly Buonanno, que una biografía se lleve a la pantalla de la televisión, es la consagración de una fama adquirida en virtud de talentos especiales y hechos heroicos que de algún modo resultan excepcionales.(2011:9) Al consagrar a un protagonista de bioserie, se logra vender tanto el contenido propiamente exhibido (la bioserie) como al personaje, prueba de ello son los conciertos que Lupita D’Alessio dio en el Auditorio Nacional, mismos que fueron promovidos dentro los últimos capítulos de *Hoy voy a cambiar*.

Estos contenidos, a su vez, siguen una línea preestablecida en cuanto al nivel de producción audiovisual. “La máquina rueda sobre el mismo lugar. Mientras, por una parte, determina ya el consumo, descarta, por otra, lo que no ha sido experimentado como un riesgo.” (Adorno y Horkheimer, 1994:179)

Si bien se ha dicho que son una opción de contenido audiovisual, al darles ese tono melodramático y otorgarle ciertos elementos de ficción, se muestra que la pauta que se ha marcado, a través de los años, sigue presente; darle más peso a los contenidos de entretenimiento, “[...] su influencia sobre los modelos de

consumo lo convierten en muchos casos, en el género televisivo dominante.” (Buonanno, 2011:10)

Como mercancías que son, puede que exista un temor de apostarle totalmente a lo desconocido; una bioserie se puede distinguir como una historia real llevada a la pantalla bajo los lineamientos de la producción de televisión comercial.

Las bioseries son productos destinados a llegar a un público masivo, los cuales están, de acuerdo con Umberto Eco “Hechos para el entretenimiento y el tiempo libre.” (1984:48) Su finalidad es “[...] provocar emociones vivas y no mediadas, [...] en lugar de simbolizar una emoción, de representarla, la provocan; en lugar de sugerirla, la dan ya confeccionada” (1984:47)

Por ello, el objetivo primordial de dichas historias es hacer que el televidente realmente sienta algo por el personaje más allá de la admiración que pudiera tenerle en su faceta de artista, siendo ese factor emocional el gancho perfecto para seguir la historia. A continuación, se darán algunos ejemplos:

- La golpiza que Juan Gabriel recibe de manos de su hermano.
- La fiesta de quince años, donde Joan Sebastian se desmaya cuando está bailando con su hija.
- Lupita D’Alessio encerrada en la habitación de un hotel de paso a punto de inyectarse heroína.

En los casos ejemplificados, toda la construcción audiovisual crea una atmósfera que genera en quien la ve un sentir personal que puede ir desde la lástima en aquellos que no hayan vivido algo similar hasta el hecho de recordar si alguien pasó por lo mismo. Y es que al ser historias humanas el factor de hacer una conexión emocional está siempre presente, como se ha dicho, son situaciones que pueden ser experimentadas por cualquier persona a partir de presentar “[...] el estímulo y la debilidad del yo” (Romero, 2014)

Otro aspecto a considerar de las bioseries, desde la postura teórica de las industrias culturales y la cultura de masas son los personajes, como ya se explicó,

las historias que se presentan son tomadas de la realidad, por ello no podemos clasificar a los personajes de las bioseries como buenos o malos; no se trata de una historia convencional, puesto que hay una “[...] mimesis de comportamientos humanos, cuando tenemos una trama a través de la cual los personajes se hacen explícitos y asumen una fisonomía y un carácter.” (Eco, 1984:223)

De igual forma, podemos entender a las bioseries como un producto destinado a la cultura de masas, el cual muestra historias de vida acopladas al proceso de producción audiovisual convencional; hay escenas con alto grado de dramatismo y una continuidad que le dan a la historia su carácter de obra audiovisual, “La trama se convierte así en una síntesis de acciones complejas y a través del conflicto narrativo toma forma una pasión.” (Eco, 1984:225)

Derivado de ello, nos encontramos a un Joan Sebastian o una Lupita D’Alessio presentados como personas inestables; la misma inestabilidad propicia todo el desarrollo de la trama, hecho por el cual constantemente hay arcos episódicos que desencadenan una serie de sucesos que terminan en un cambio que puede ser positivo o negativo, pero que a fin de cuentas, retoma la esencia de los melodramas tradicionales.

Al entender a las bioseries dentro de las industrias culturales, se puede decir que “Pretenden ser guías, orientadores, modelos en un mundo supuestamente desorientado, y que en tanto que son proveedores de estos elementos, resulta suficiente como para aceptarlos y dejarse llevar por todo lo que ellos muestran.” (Romero, 2014)

De modo que el género de las bioseries se puede entender como novedoso en el sentido de que presenta historias reales, pero que obedece a las necesidades de la producción comercial; el hecho de tener como protagonista a un personaje público genera una aparente seguridad en cuanto a su éxito. Por un lado, está presente el morbo o interés que pudiera existir por saber más del lado no tan conocido de las celebridades y, por el otro, hay que tomar en cuenta que como obras audiovisuales son un espectáculo que “[...] se muestra a la vez como la sociedad misma, como una parte de la sociedad o como instrumento de unificación.” (Debord, 2006:25)

Dicha unificación, también tiene que ver con la añoranza, ya que, como se ha mencionado, las bioseries cuentan una historia del pasado con lo que el televidente puede recordar su cómo era su vida en cierta época. En los tres casos analizados destacan elementos como la vestimenta, los automóviles o los instrumentos que se empleaban en la vida cotidiana, por lo que aquellos que vivieron en esos tiempos conectan con el contenido gracias a la remembranza, donde también está presente el recordar al artista en el pasado. Como se ha mencionado, Juan Gabriel, Joan Sebastian y Lupita D'Allesio tienen un peso importante dentro de la cultura popular y un público numeroso que, al pasar de los años, ha sido testigo de sus éxitos y sus escándalos.

“Lo que ha sido representado como la vida real se revela simplemente como la vida realmente espectacular.” (Debord, 2006:104) Esta cita se puede aplicar a las bioseries; al analizar los tres casos encontramos que, a pesar del sufrimiento que vivieron sus protagonistas, se pueden considerar como espectaculares por el hecho de que al tocar fondo hubo un cambio y con lo cual se muestra que la fama no siempre es un sinónimo del éxito y la felicidad.

El hecho de que sean consideradas como espectaculares tiene que ver con la admiración que a estos personajes se les pueda tener o porque la gente ve en ellos un reflejo de lo que quisieran ser.

CONCLUSIONES

Las bioseries se han vuelto una tendencia en la producción de contenidos audiovisuales, al ser una alternativa para atraer a la audiencia en el contexto actual de los medios de comunicación donde los productos televisivos convencionales han perdido fuerza. Más allá de retratar la parte glamurosa de la fama, presentan que detrás del personaje público hay una historia personal que puede ser muy turbulenta.

Si bien uno de los motivos para crear bioseries, en un primer momento es el morbo que genera el saber más de la vida de una celebridad que ha sido escandalosa en su ámbito público, en un plano menos superficial, estas son historias de vida que le pueden resultar familiares al público que las sigue.

Tras haber realizado el análisis de tres bioseries, se encontraron elementos comunes sobre los que las historias giran y que permiten que el espectador tenga una cercanía mayor porque existe la posibilidad que esté pasando o haya pasado por alguna situación similar.

Las bioseries son una opción para captar la atención del televidente, porque sus personajes son seres humanos de carne y hueso con una historia personal (en su mayoría marcada por la tragedia) de la cual salen adelante, incluso, pueden llegar a un punto de estabilidad más no a la perfección; en todo momento, se deja claro que la lucha seguirá siempre.

En este tipo de contenidos, la fama de una persona sólo es un pretexto para presentar una lección de vida con la cual se busca hacer eco en el espectador al decirle que por más oscuro que el panorama luzca, siempre se puede salir adelante.

Dentro del mensaje que las bioseries pretenden dar, está presente el hecho de que ser famoso no es sinónimo de ser feliz, porque, al igual que toda la gente, estos individuos enfrentan problemas que cualquiera puede tener y que, muchas veces, resulta difícil estar bien para los demás cuando, en lo personal, no se está al cien por ciento.

Temas como el abandono de los padres, la inestabilidad emocional o las adicciones se presentan, dejando claro que todos los seres humanos somos

vulnerables sin importar a lo que cada quien se dedique. Por otra parte, también aparece el factor nostálgico por el hecho de que se está viendo un contenido que recrea épocas pasadas, las cuales le pueden traer recuerdos al espectador de una etapa de su vida que posiblemente pudo ser mejor en contraste con su situación actual.

Vistas como contenidos audiovisuales, las bioseries (dependiendo de cada caso personal) pueden ser “apropiadas” por el público, quien les da un significado que va desde una simple opción de entretenimiento hasta un reflejo de la propia vida, y es que cualquier persona está expuesta a pasar por algunos de los temas que fueron mencionados.

Al ser contenidos aspiracionales, las bioseries generan interés en quien las ve, porque hay toda una historia de altibajos que al final llega a un buen término, lo que deja claro que si una persona pudo salir adelante todos pueden. Estas historias que son verídicas le ofrecen al espectador estar en contacto con otro tipo de formato, donde hay un fuerte mensaje de superación personal, dejando claro que los personajes famosos no son perfectos y también enfrentan dificultades como todos.

Por lo anterior, mostrar personajes reales da una confianza mayor al espectador, misma que se obtiene con historias de vida que pueden resultar comunes, es decir, se constituyen tomando en cuenta la línea del *storytelling* y el *branded content*, puesto que están orientadas a generar una empatía entre el público y las bioseries comprendidas como un producto audiovisual.

Otro punto a destacar, se refiere a los personajes que se han seleccionado para hacer bioseries, al ser del agrado del público, la cercanía e identificación que se puede generar es mayor, puesto que al ver que alguien admirado sufrió pero salió adelante, el lazo de afinidad crece más y dependiendo de cada individuo, el mensaje de salir adelante se asume con más facilidad.

Las bioseries llegan en un momento muy importante en la industria de los medios de comunicación, ya que ante el progreso que las plataformas OTT han tenido, la competencia cada vez es mayor y sólo los contenidos y propuestas diferentes serán los que se distingan del resto. Por ello, las televisoras tienen que

enfocarse a hacer productos que sean realmente del gusto del público, que a su vez le den un nuevo impulso a la forma tradicional de producir series.

Las bioseries aparecen como una opción viable para generar propuestas de entretenimiento que también le permitan al televidente darse cuenta que en un mundo muy superficial no existe la perfección y que, independientemente de lo que cada quien haga, se puede destacar y salir adelante.

El género de las bioseries no es otra cosa que un *storytelling*, ya que al tocar la parte más humana de los famosos, logran conectar con una audiencia de forma emocional y se genera un impacto que detona en el asombro por darse cuenta que la vida de las personas famosas (independientemente de serlo) es más parecida al resto de lo que se podría imaginar.

Sumado a lo anterior, las bioseries resultan también una opción de entretenimiento, porque la biografía del personaje no se presenta de forma plana y es que detrás hay todo un proceso literario y de confección audiovisual donde mediante la dramatización, las historias de vida que son muy fuertes se vuelven relatos aptos para contarse a través de un medio como lo es la televisión, los cuales generan en el espectador una “curiosidad” por saber qué es lo que sigue como si estuviera viendo una telenovela o serie convencional.

Por todo lo anterior, se deja claro el hecho que estamos viviendo la “moda” de los contenidos con fuerte carga emocional y que plasmados dentro de una estructura dramática parecen darle un ligero respiro a un medio tradicional como lo es la televisión. Si bien las telenovelas también están cargadas de un valor emocional, sus temáticas, generalmente, no salen del plano de la ficción, contrario a las bioseries, donde la historia está sustentada en la vida real.

No hay que perder de vista que las bioseries están en boga y por ello, son un arma de doble filo; las televisoras y casas productoras deben aprovechar el momento para generar este tipo de contenido e intentar atraer al público, pero, por otro lado, deben hacerlo con mesura y tacto, seleccionando sólo a aquellos personajes que realmente tengan una historia relevante que contar para no saturar al público y extender la permanencia del mencionado género en pantalla.

Presentar historias breves, con una estructura de producción más cercana al cine que a la televisión y mostrar temáticas muy fuertes como las adicciones o la pérdida de un hijo, son los puntos fuertes de las bioseries que hasta el momento han salido al aire.

Sin embargo, si se sobreexplota el género, seguramente, en algún momento, se escogerán personajes superficiales que aporten poco al público, provocando que las televisoras pierdan esos puntos positivos que han logrado, ya que el público buscará otras alternativas de entretenimiento ajenas a la televisión abierta.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRÁFICAS:

1. ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, Max (1994), *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, Editorial Trotta, España, p.p. 165-212.
2. AGUILAR, Pilar (2000), *Manual del espectador inteligente*, Editorial Fundamentos, Venezuela, p.p. 25-43.
3. AHUMADA, Rafael (2007), *T.V. su influencia en la percepción de la realidad social*, Editorial Porrúa, México, p.p. 40-76.
4. BRAVO, Raymond (1993), *Producción y dirección de televisión*, Editorial Limusa, México, p.p. 117-142, 191-206.
5. CALABRESE, Omar (1999), *La era neobarroca*, Ediciones Cátedra, España, p.p. 44-63.
6. CEBRIÁN, Mariano (1992), *Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo gráfico, cine y video*. Editorial Ciencia2, España, pág. 15.
7. CHAVARRÍA, María (2011), *Cómo escribir una biografía*, Editorial Biografyc, España, p.p. 13-37.
8. CHION, Michel (2000), *Como se escribe un guion*, Ediciones Cátedra, España, p.p.1189-142.
9. COMPARATO, Doc (2005), *De la creación al guion. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*, Ediciones La Crujía, Argentina, p.p.93-144.
10. CORTÉS, Laura y RODRÍGUEZ, María del Mar (2011), “La influencia del estilo visual cinematográfico en las series de ficción televisivas”, en PÉREZ-GÓMEZ, Miguel (editor), *Previously on. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*, Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España, p.p. 71-87.
11. DE CERTAU, Michelle (2000), *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, A.C., México, p.p.35-39.

12. DEBORD, Guy (2006), *La sociedad del espectáculo*, Editorial Último recurso, Argentina, p.p. 24-43, 101-108.
13. DIMAGGIO, Madeline (1992), *Cómo escribir guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas*, Editorial Paidós, España, p.p. 285,307-308.
14. DOSSE, Francois (2007), *El arte de la biografía. Entre historia y ficción*, Universidad Iberoamericana, México, p.p.15-24.
15. ECO, Umberto (1984), *Apocalípticos e integrados*, Editorial Lumen, España, p.p. 46-50, 221-232.
16. ECO, Umberto (1996), *Seis paseos por los bosques narrativos*, Editorial Lumen, España, p.p. 130-154.
17. FERNÁNDEZ, Federico y MARTÍNEZ, José (1999), *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*, España, Editorial Paidós, p.p. 217-258.
18. FIELD, Syd (1996), *El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guion paso a paso*, Plot Ediciones, España, p.p. 57-140, 200-205.
19. GÓMEZ TARÍN, Francisco (2009), *El guion audiovisual y el trabajo del guionista. Teoría, técnica y creatividad*, Shangrila Ediciones, p.p. 25-46, 95-100.
20. GONZÁLEZ, Jorge (1994), *Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico*, Editorial Alhambra Mexicana, México, p.p. 36-41.
21. GORDILLO, Inmaculada (2009), *La hipertelevisión: géneros y formatos*, Editorial Quipus, Ecuador, p.p.23-44, 99-150.
22. GUTIÉRREZ, Alfonso (2003), *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*, Editorial Gedisa, España, p.p.11-75.
23. JUÁNIZ, Julia (2016), “La postproducción”, en ANDREU, Cristina (editora), *Guía de la creación audiovisual. De la idea a la pantalla*, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), España, p.p. 89-110.
24. KATZ, Elihu, *et. al* (1986), “Usos y gratificaciones de la comunicación de masas”, en DE MORAGAS, Miguel (editor), *Sociología de la comunicación*

- de masas. Estructuras, funciones y efectos*, Editorial Gustavo Gili, España, p.p. 127-171.
25. LACALLE, Charo (2011), *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Editorial Gedisa, España, p.p.17-37.
26. LOZANO, José Carlos (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson Educación, México, p.p. 167-208.
27. MARTÍN BARBERO, Jesús (2010), "Notas para hacer memoria de la investigación cultural en Latinoamérica", en RICHARD, Nelly (editora), *En torno a los estudios culturales. Localidades, trayectorias y disputas*, Editorial ARCIS, Santiago de Chile, pág. 139.
28. MARTÍN BARBERO, Jesús, (1987), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona España, p.p. 230-259.
29. MATTELART, Armand y MATTELART, Michèle (1997), *Historia de las teorías de la comunicación*, Editorial Paidós, España, p.p. 51-75.
30. NAVARRO, Fidela (2010), *Del ágora al rating. La investigación y mediación de audiencias*, Editorial Porrúa, México, pág. 17.
31. PAXMAN, Andrew y FERNÁNDEZ, Claudia (2013), *El tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, Editorial Grijalbo, México, pág. 15.
32. PISCITELLI, Alejandro (1998), *Post/Televisión. Ecología de los medios en la era de internet*, Editorial Paidós, Argentina, p.p. 33-44.
33. RICHERI, Giuseppe (2006), *Televisión y calidad: el debate internacional*, Ediciones La Crujía, Argentina, p.p. 203-218.
34. SALÓ, Gloria y FLORES, Olga (2003), *¿Qué es eso de formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Editorial Gedisa, España, p.p. 187-192.
35. STANISLAVSKY, Konstantín (2006), *El trabajo del actor sobre sí mismo en el proceso creador de la vivencia*, Alba Editorial, España, p.p. 213-248, 279-290.
36. THOMPSON, Roy (2001), *Manual del montaje. Gramática del montaje cinematográfico*, Plot Ediciones, España, p.p. 42-67.

37. TRUBY, John (2009), *Anatomía del guion. El arte de narrar en 22 pasos*, Alba Editorial, España, 13,57-139.
38. VILLAMIL, Jenaro (2017), *La rebelión de las audiencias. De la televisión a la era del trendic topic y el like*, Editorial Grijalbo, México, p.p. 15-45.
39. VIYA, Miko (1994), *El director de televisión*, Editorial Trillas, México, p.p. 39-94, 133-146.

TESIS:

1. BORT, Iván (2012), *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo: partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas* (tesis doctoral), Universidad Jaume I, España, pág. 504.
2. GONZÁLEZ, Giselle (1999), *El proceso de producción de los teleteatros en México* (tesis de licenciatura), Universidad Nacional Autónoma de México, México, p.p. 42-56.

HEMEROGRÁFICAS:

Revistas:

1. AMOROSO, Sebastian (2016), *El boom de las biopics en ttv*, número 136, p.p. 24-30.
2. BUONANNO, Milly (2011), *El género biográfico en la sociedad antiheroica y la feliz anomalía de la ficción italiana en Quaderns del CAC*, número 36, p.p. 5-13.
3. COSTA, Carmen y PIÑEIRO, Teresa (2012), *Nuevas narrativas audiovisuales: Multiplataforma, crossmedia y transmedia en Revista Icono14*, volumen 10, número 2, p.p. 102-125.
4. DELGADILLO, Rocío (2011), *Teorías sobre el montaje audiovisual en Punto cero*, número 22, p.p. 69-77.
5. FERRÉS, Joan (2006), *La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores en Quaderns del CAC*, número 25, p.p. 9-17.

6. FERRÉS, Joan (2006), *La educación en comunicación en la era digital* en *Quaderns del CAC*, número 25, p.p. 5-8.
7. GARCÍA, Caridad y PEÑALOSA Eduardo (2011), *Alfabetización cultura digital* en *Revista Mexicana de Comunicación*, número 127, p.p. 12-14.
8. GORDILLO, Inmaculada, et al, (2011), *Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment* en *Revista Comunicación*, número 9, p.p. 93-106.
9. IMBERT, Gerard (2011), *De la hibridación a la licuefacción de las categorías e identidades en la postelevisión* en *Quaderns del CAC*, número 36, p.p. 15-20.
10. MILLÁN, Pedro (2007), *Género literario y género audiovisual. Una propuesta para el relato cinematográfico* en *Cauce*, número 30, p.p. 243-275.
11. MONSIVÁIS, Carlos (1981), *Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México* en *Cuadernos políticos*, número 30, p.p. 33-44.
12. OROZCO, Guillermo (1997), *Medios, audiencias y mediaciones* en *Revista Comunicar*, número 8, p.p. 25-30.
13. OROZCO, Guillermo (2001), *Audiencias, televisión y educación: Una deconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones* en *Revista Iberoamericana de educación*, número 127, p.p. 155-175.
14. ORTELLS, Sara (2011), *Mercantilización e infomentretenimiento: la base de las nuevas noticias* en *Quaderns del CAC*, número 36, p.p. 35-41.
15. QUINTAS, Natalia y GONZÁLEZ, Ana (2014), *Audiencias activas: Participación de la audiencia social en la televisión* en *Revista Comunicar*, número 43, p.p. 83-90.
16. REPOLL, Jerónimo (2012), *En defensa propia. El papel de las audiencias y sus defensores en la era de las redes sociales* en *Derecho a comunicar*, número 5, p.p. 92-108.
17. ROSAS, Karla (2013), *Genealogía de los estudios culturales* en *Razón y palabra*, número 81, p.p. 1028-1047.

18. SÁNCHEZ, Karina (2016), *Sobre los derechos de las audiencias en México en Comunicación y Sociedad*, número 27, p.p. 97-120.
19. WOLF, Mauro (1984), *Géneros y televisión en Anàlisi*, número 9, p.p. 189-198.

ARTÍCULOS ONLINE.

1. AJA, Antonio (29 de Marzo de 2017), Las OTT pueden sustituir o complementar a la TV. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Las-OTT-pueden-sustituir-o-complementar-a-la-TV-20170329-0054.html>
2. ALBARRÁN, Fabiola (17 de Febrero de 2016), Irán Castillo dobletea con “Juanga” y Sebastian. *Tabasco Hoy*. Recuperado de: <http://www.tabascohoy.com/nota/297410/iran-castillo-dobletea-con-ldquo-juanga-rdquo-y-sebastian>
3. CASTAÑEDA, Iván (16 de Marzo de 2016), Gómez Cruz personificará al mentor de Juan Gabriel. *Milenio*. Recuperado de: http://www.milenio.com/hey/television/Gomez-Cruz-mentor-Juan-Gabriel_0_701929805.html
4. GUTIÉRREZ, Vicente (4 de Septiembre de 2017), Bioseries, la nueva tendencia en TV. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Bioseries-la-nueva-tendencia-en-la-TV-20170904-0055.html>
5. LOMELÍ, Jassel (12 de Septiembre de 2017), Inician grabaciones en TV Azteca de Tres familias. *El Sol de la Laguna*. Recuperado de: <https://www.noticiasdelsoldelalaguna.com.mx/gossip/inician-grabaciones-en-tv-azteca-de-la-telenovela-tres-familias>
6. LOZANO, José Carlos (30 de Abril de 2017), Las narcoserias y sus efectos. *El Mañana*. Recuperado de: <http://www.elmanana.com.mx/opinion/134099/Las-narco-series-y-sus-efectos.html>

7. LUCAS, Nicolás (19 de Diciembre de 2016), El 2016 apantalló al negocio de la televisión en México. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/El-2016-apantallo-al-negocio-de-la-television-en-Mexico-20161219-0046.html>
8. MACHORRO, Daniela (7 de Agosto de 2016), Bioseries se ponen de moda. *El Sol de México*. Recuperado de: <https://www.elsoldemexico.com.mx/gossip/Bioseries-se-ponen-de-moda-188032.html>
9. MALDONADO, Mario (21 de Febrero de 2017), Radio Centro: más desinversiones y TV. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/mario-maldonado/cartera/2017/02/21/radio-centro-mas-desinversiones-y-tv>
10. MARTÍNEZ, Carla (31 de Octubre de 2017), Nombran a Alberto Ciurana nuevo titular de contenidos de TV Azteca. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/cartera/negocios/nombran-alberto-ciurana-como-nuevo-titular-de-contenidos-de-tv-azteca>
11. MARTÍNEZ, Guadalupe (10 de Mayo de 2017), No todas las vidas son interesantes. *El Gráfico*. Recuperado de: <http://www.elgrafico.mx/columna/10-05-2017/no-todas-las-vidas-son-interesantes>
12. MARTÍNEZ, Mayra y Domínguez, Alejandro (25 de Marzo de 2014), Qué es la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. *Milenio*. Recuperado de: <http://www.milenio.com/negocios/Telecomunicaciones-ley-telecomunicaciones-telecom-facultades-Segob-facultades-IFT-0-268773665.html>
13. MENDOZA, Jorge (2 de Octubre de 2014), La nueva muchacha italiana distará mucho de la original. *El Universal*. Recuperado de: <http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2014/muchacha-italiana-nueva-version-1043044.html>
14. MÉRIDA, Janet (17 de Abril de 2017), ¿Hacer o no bioseries? *El Universal*. Recuperado de:

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/2017/04/17/hacer-o-no-hacer-bioseries>

15. MÉRIDA, Janet (26 de Octubre de 2017), Víctor González y Héctor Suárez Gomís son “Muy padres”. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/television/victor-gonzalez-y-hector-suarez-gomis-son-muy-padres>
16. MIRANDA, María de la Luz (5 de Noviembre de 2015), TV Azteca dejó de producir de la noche a la mañana. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/television/2015/11/5/tv-azteca-dejo-de-producir-de-la-noche-la-manana>
17. MONROY, Erika (13 de Mayo de 2018), Bioseries “matan” a series de narcos. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/television/bioseries-matan-series-de-narcos>
18. MONTOYA, Humberto (16 de Agosto de 2017), Dan pizarrazo a “Papá a toda madre”. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/television/dan-pizarrazo-padre-toda-madre>
19. NAVARRO, Andrea (19 de Mayo de 2017), Los reyes de las telenovelas tienen un nuevo “drama”. *El Financiero*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/los-reyes-de-las-telenovelas-tienen-un-nuevo-drama>
20. NOTIMEX (15 de Agosto de 2017), Niegan bioserie a Angélica María por no ser una mujer de escándalos. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/television/niegan-bioserie-angelica-maria-por-no-ser-una-mujer-de-escandalos>
21. NOTIMEX (26 de Abril de 2017), Enrique Guzmán sí prestará su nombre en bioserie de Silvia Pinal. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/2017/04/26/enrique-guzman-si-prestara-su-nombre-en-bioserie-de-silvia-pinal>

22. NOTIMEX (9 de Octubre de 2017), Bioseries el formato más rentable para las televisoras y el "streaming". *El Pulso de San Luis*. Recuperado de: <http://pulsoslp.com.mx/2017/10/09/bioseries-el-formato-rentable-para-las-televisoras-y-el-streaming/>
23. RAMOS, Omar (17 de Agosto de 2017), "Bioseries", la moda. *Milenio*. Recuperado de: http://www.milenio.com/firmas/omar_ramos/bioseries-moda-problemas-paquita-silvia_pinal-morbo-milenio_18_1013478654.html
24. REBOLLEDO, Ruy (11 de Agosto de 2016), 9 datos sobre el consumo de TV en México. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/9-datos-sobre-el-consumo-de-TV-en-Mexico-20160811-0092.html>
25. REDACCIÓN EL FINANCIERO (26 de Octubre de 2017), Emilio Azcárraga deja la dirección de Televisa. *El Financiero*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/emilio-azcarraga-deja-la-direccion-de-televisa-wsj>
26. REDACCIÓN EL HERALDO DE SALTILLO (7 de Junio de 2018), Bioseries, nueva narrativa para contar historias. *El Heraldo de Saltillo*. Recuperado de: <http://www.elheraldodesaltillo.mx/2018/06/07/bioseries-nueva-narrativa-para-contar-historias/>
27. REDACCIÓN EL SOL DE MÉXICO (9 de Septiembre de 2017), Lupita D'Alessio sube rating de Televisa. *El Sol de México*. Recuperado de: <https://www.elsoldemexico.com.mx/gossip/celebridades/serie-de-lupita-dalessio-sube-rating-de-televisa-251792.html>
28. REDACCIÓN EL UNIVERSAL (28 de Agosto de 2016), Coincide muerte de Juan Gabriel con final de su teleserie. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/musica/2016/08/28/coincide-muerte-de-juan-gabriel-con-final-de-su-teleserie>
29. REDACCIÓN EXCÉLSIOR (11 de Marzo de 2015), Cadenatres y Grupo Radio Centro ganan licitación para TV abierta. *Excélsior*. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/11/1012964>

30. SOLÍS, Erik (12 de Agosto de 2016), TV Azteca y Blim unen esfuerzos para generar contenidos. *Milenio*. Recuperado de: http://www.milenio.com/hey/television/tv_azteca-blim-entre-correr-vivir-vadhir-derbez-milenio-noticias-hey_0_791321143.html
31. SOLÍS, Erik (19 de Abril de 2016), La televisión se adapta a plataformas digitales. *Milenio*. Recuperado de: http://www.milenio.com/hey/television/television-se-adapta-a-plataformas-digitales_rosy-ocampo-antes-muerta_0_722328111.html

CIBEROGRÁFICAS:

1. ADECEC. Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (2015), *Guía de storytelling y branded content*. http://adecec.com/pdf/la_guia_de_storytelling_y_branded_content_de_adecec.pdf [Disponible] (Consultado 13 de Mayo de 2017)
2. AMOROSO, Sebastian (2016), *Las bioseries han revitalizado la TV abierta*. <http://www.todotvnews.com/news/Las-bioseries-han-revitalizado-la-TV-abierta.html> [Disponible] (Consultado el 29 de Abril de 2017)
3. BIBLIOTECA DE CONSULTA ENCARTA (2011), *Neobarroco*. <http://ariel-amadio.com/wp-content/uploads/2011/03/Neobarroco.pdf> [Disponible] (Consultado el 20 de Enero de 2018)
4. CASTAÑEDA, Estefanía (2018), *Armando Hernández: Las bioseries tienen personajes más humanos e inspiradores*. <http://www.cronica.com.mx/notas/2018/1070894.html> [Disponible] (Consultado el 29 de Marzo de 2018)
5. CISNEROS, Claudia (2018), *Lupita D'Alessio festeja 45 años de trayectoria con su gira Yo sigo aquí*. http://intoleranciadiario.com/detalle_noticia/163430/espectaculos/lupita-d%C2%B4alessio-festeja-45-anos-de-trayectoria-con-su-gira-yo-sigo-aqui [Disponible] (Consultado el 29 de Marzo de 2018)
6. DE LA ROSA, Enrique (2015), *Paquita la del barrio impulsa a Imagen Televisión*, <http://www.todotvnews.com/news-video/Paquita-la-del-barrio>

- [impulsa-a-Imagen-a-Televisin.html](#) [Disponible] (Consultado el 14 de Mayo de 2017)
7. DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2014), *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. https://www.ucof.mx/content/cms/13/file/federal/LEY_FED_DE_TELECOMUNICACIONES.pdf [Disponible] (Consultado el 18 de Noviembre de 2017)
 8. EL INFORMADOR (2017), *Entre la migración y la música grupera*. <https://www.informador.mx/Entretenimiento/Entre-la-migracion-y-la-musica-grupera-20170202-0168.html> [Disponible] (Consultado el 24 de Abril de 2017)
 9. ENTRA VISIÓN (2016), *Por siempre Joan Sebastian, ya tiene fecha de estreno en México*, <https://noticiasya.com/2016/07/07/por-siempre-joan-sebastian-ya-tiene-fecha-de-estreno-en-mexico/> [Disponible] (Consultado el 11 de Mayo de 2017)
 10. FLORES, Antonio (2005), *Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles*, <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-056> [Disponible] (Consultado el 13 de Octubre de 2018)
 11. GARCÍA, Carlos (2018), *Bio-Series, una opción de televisión actual*. <http://elcaribe.com.do/2018/03/13/bio-series-una-opcion-en-la-television-actual/> [Disponible] (Consultado el 9 de Abril de 2018)
 12. GÓMEZ, Diana (2017), *Las bioseries mexicanas que no te perdiste pero te encantaron*. <https://www.sensacine.com.mx/noticias/noticia-18560403/> [Disponible] (Consultado el 9 de Abril de 2018)
 13. IFT. Instituto Federal de Telecomunicaciones (2014), *Licitación IFT-1 Cadenas de Televisión*. <http://www.ift.org.mx/industria/espectro-radioelectrico/radiodifusion/2014/ift-1-licitacion-de-dos-cadenas-de-television-radiodifundida-digital> [Disponible] (Consultado el 14 de Agosto de 2017)
 14. IFT. Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016), *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en 2016*.

- http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016_vf-compressed.pdf
[Disponible] (Consultado el 15 de Mayo de 2017)
15. IFT. Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016), *Primera Encuesta 2016 de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones*.
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encuestas2016-1-vacc.pdf>
[Disponible] (Consultado el 15 de Mayo de 2017)
16. KRAUZE, Enrique (2013), *La misión de la televisión*.
<http://www.enriquekrauze.com.mx/joomla/index.php/opinion/97-art-critica-social/103-mision-television.html> [Disponible] (Consultado el 7 de Marzo de 2018)
17. LLORENTE Y CUENCA (2015), *Los 6+1 mandamientos del storytelling. Desarrollando ideas*.
http://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2015/11/151105_DI_articulo_storytelling_ESP.pdf
[Disponible] (Consultado el 13 de Mayo de 2017)
18. MARTÍNEZ, Nidia (2016), *Imagen Televisión: Inicia en México nuevo canal en TV abierta y de paga*.
<http://www.vanguardia.com.mx/articulo/imagen-television-inicia-hoy-en-mexico-nuevo-canal-en-tv-abierta-y-de-paga>
[Disponible] (Consultado el 20 de Mayo de 2017)
19. MATA, Arsenia (2017), *Y dale con las bioseries*.
<https://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/editoriales/editorial.aspx?id=117199&md5=5aa1d12d6b430d3b24c7a9a060d0d798&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe> [Disponible] (Consultado el 21 de Marzo de 2018)
20. NIETO, Ana (2016), *Storytelling: ¿qué es y para qué nos sirve?*
<https://www.webempresa20.com/blog/storytelling.html> [Disponible]
(Consultado el 20 de Mayo de 2017)
21. NOTIMEX (2017), *Bioseries son una alternativa de la sobrevivencia para la TV:*
Rubén Galindo,
<https://www.20minutos.com.mx/noticia/280927/0/bioseries-son-una-alternativa-de-sobrevivencia-para-la-tv-ruben-galindo/> [Disponible]
(Consultado el 5 de Enero de 2018)

22. NOTIMEX (2017), *Bioseries una tendencia en la televisión mundial*, <http://www.uniobregon.com/noticias/fama/497322/bioseries-una-tendencia-en-la-television-mundial-alvaro-cueva.html> [Disponible] (Consultado el 25 de Noviembre de 2017)
23. NOTIMEX (2017), *Giselle González apuesta por las bioseries en la televisión mexicana*, <https://www.20minutos.com.mx/noticia/281242/0/giselle-gonzalez-apuesta-por-las-bioseries-en-la-television-mexicana/> [Disponible] (Consultado el 5 de Enero de 2018)
24. NOTIMEX (2017), *Opina Juan Osorio que bioseries son una alternativa para seducir audiencias*, <https://www.20minutos.com.mx/noticia/280959/0/opina-juan-osorio-que-bioseries-son-alternativa-para-seducir-audiencias/> [Disponible] (Consultado el 5 de Enero de 2018)
25. PLAZA, Angela (2016), *Visitante o residente digital, ¿tú como navegas?* <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2016/086-visitante-residente-digital.html> [Disponible] (Consultado el 10 de Diciembre de 2017)
26. PRÁDANOS, Eduardo (2012), *¿Cuál es la diferencia entre Transmedia, Crossmedia, multiplataforma, merchandising y productos licenciados?*, <https://eduardoprados.com/2012/03/02/cual-es-la-diferencia-entre-transmedia-crossmedia-multiplataforma-merchandising-y-productos-licenciados/> [Disponible] (Consultado el 23 de Octubre de 2018)
27. QUIRÓS, Fernando (2011), *De críticos a vecinos del funcionalismo*. <https://www.researchgate.net/publication/264720951> Los Estudios Culturales De críticos a vecinos del funcionalismo [Disponible] (Consultado el 18 de Noviembre de 2017)
28. RAE. Real Academia Española (2017), *Definición de audiencia*. <http://dle.rae.es/?id=4MupgN3> [Disponible] (Consultado el 18 de Noviembre de 2017)

29. RAE. Real Academia Española (2017), *Definición de celebridad*. <http://dle.rae.es/?id=88t4GNL> [Disponible] (Consultado el 17 de Abril de 2018)
30. RAE. Real Academia Española (2017), *Definición de ídolo*. <http://dle.rae.es/?id=Kv2nxNm> [Disponible] (Consultado el 17 de Abril de 2018)
31. REDACCIÓN TELEVISIVA (2016), *Telehit y Blim presentan la serie en 2nd screen* "LOGIN". <http://www.televisa.com/corporativo/noticias/958882/telehit-y-blim-presentan-serie-2nd-screen-login/> [Disponible] (Consultado el 24 de Febrero de 2018)
32. RIVAS, Gus (2013), *De consumidor a prosumidor en el mundo digital*. <http://marketing.es/de-consumidor-a-prosumidor-en-el-mundo-digital/> [Disponible] (Consultado el 10 de Diciembre de 2017)
33. RODARTE, Jorge (2017), *Gabriela Roel, así se preparó para ser Lupita D'Alessio*. <https://www.debate.com.mx/show/Gabriela-Roel-asi-se-preparo-para-ser-Lupita-DAlessio-20170818-0417.html> [Disponible] (Consultado el 27 de Marzo de 2018)
34. RODARTE, Jorge (2017), *La vida de Jenni desde este lunes por TV Azteca*, <https://www.debate.com.mx/show/La-vida-de-Jenni-desde-este-lunes-por-Tv-Azteca-20170506-0328.html> [Disponible] (Consultado el 10 de Abril de 2018)
35. ROLDÁN, Itzel (2018), *El "boom" de las bioseries en México*. <https://www.vanguardia.com.mx/articulo/el-boom-de-las-bioseries-en-mexico> [Disponible] (Consultado el 15 de Mayo de 2018)
36. ROMERO, Elvira (2014), *El concepto de industria cultural de Theodor Adorno*. <https://www.interiorgrafico.com/edicion/segunda-edicion-interiorgrafico/el-concepto-de-la-industria-cultural-de-theodor-adorno> [Disponible] (Consultado el 11 de Octubre de 2018)

37. S/A (2013), *Qué es el storytelling y cómo usarlo en marketing*. <https://bienpensado.com/que-es-el-storytelling-y-como-usarlo-en-marketing/> [Disponible] (Consultado el 4 de Agosto de 2018)
38. S/A (S/A), *Consulta de ratings*. <http://televisaoficial.blogspot.mx/search/label/Ratings%20M%C3%A9xico> [Disponible] (Consultado el 15 de Agosto de 2017)
39. SALGADO, Ivett (2016), *Lo que debes saber de “Hasta que te conocí”*. http://www.milenio.com/hey/television/Lo-que-debes-saber-Hasta-que-te-conoci-Juan-Gabriel_0_721728028.html [Disponible] (Consultado el 29 de Abril de 2017)
40. SCOLARI, Carlos (2017), *El transelector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación*. <https://hipermediaciones.com/2017/03/02/el-transelector-lectura-y-narrativas-transmedia-en-la-nueva-ecologia-de-la-comunicacion/> [Disponible] (Consultado el 10 de Diciembre de 2017)
41. SOTO, Beatriz (S/A), *La publicidad empresarial en la televisión*. <https://www.gestion.org/la-publicidad-empresarial-en-la-television/> [Disponible] (Consultado el 29 de Marzo de 2018)
42. TEHRANI, Jamie (2013), *¿Por qué nos interesan tanto las celebridades?* http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/06/130627_ciencia_cerebro_celebridades_en_finde [Disponible] (Consultado el 17 de Abril de 2018)
43. TELEVISA.COM (S/A), *¿De qué trata dogma?* <http://www.televisa.com/canal5/series/dogma/acerca-de/1024287/de-que-trata-dogma/index.html> [Disponible] (Consultado el 24 de Febrero de 2018)
44. TTVNEWS (2016), *Estreno de Hasta que te conocí marca record histórico en México*. <http://www.todotvnews.com/news/Estreno-de-Hasta-que-te-conoc-fue-un-xito-en-Mxico.html> [Disponible] (Consultado el 11 de Mayo de 2017)
45. UNIVISIÓN (2017), *La serie “El Chapo” genera polémica tras dos temporadas transmitidas*, <https://www.univision.com/series/el-chapo/la->

serie-el-chapo-genera-polemica-tras-dos-temporadas-transmitidas

[Disponible] (Consultado el 10 de Abril de 2018)

MATERIAL AUDIOVISUAL:

1. ARANGUIBEL, Leonardo, *et al* (productores) (2016), *El César* [serie de televisión], México, Disney Media, BTF Media y Media Distribution Latin America.
2. ARANGUIBEL, Leonardo, *et al* (productores) (2016), *Hasta que te conocí* [serie de televisión], México, Disney Media y SOMOS Productions.
3. CALDERÓN, Andrés y POSADA, Daniel (productores) (2017), *El Chapo* [serie de televisión], México-Estados Unidos, Netflix y Univisión.
4. CORDERO, Francisco y URDANETA, Mari (productores) (2017), *Su nombre era Dolores* [serie de televisión], México-Estados Unidos, BTF Media, Dhana Media, TuyoTV y LatinWe.
5. ESTRADA, Carla (productor) (2016), *Por siempre Joan Sebastian* [serie de televisión], México, Televisa.
6. GALINDO, Rubén y GALINDO, Santiago (productores) (2017), *Hoy voy a cambiar* [serie de televisión], México, Televisa.
7. MARTÍNEZ LEGORRETA, Perla (productor) (2015), *El capitán* [serie de televisión], México, Estudios TeleMéxico.
8. UCROS, Daniel, *et al* (productores) (2016), *Blue Demon* [serie de televisión], México, Televisa y Sony Pictures Television.

OBRA MUSICAL:

1. DANZZA, Bruno (2017), *Yo sigo aquí*. En *Yo sigo aquí zona preferente* [CD/DVD]. México. Warner Music México.

REDES SOCIALES:

1. CUEVAS, Aida (2017), *Hace un año que te nos fuiste... me ha parecido eterno, como el amor y agradecimiento que te tengo y tendré siempre,*

- Alberto de mi alma música* [Fotografía], (Consultada el 27 de Marzo de 2018), Recuperada de:
<https://twitter.com/AidaCuevas/status/902139887717113856>
2. S/A (2016), *Este domingo a las 22:30 horas: Juan Gabriel se atreve a cantar #HastqueTeConocí* [Fotografía], (Consultada el 27 de Marzo de 2018), Recuperada de:
<https://twitter.com/JuanGabrielCHV/status/728376256883003392>
3. S/A (2016), *Joan Sebastian es un hombre y luchador, su pasión más grande es la música* [Fotografía], (Consultada el 27 de Marzo de 2018), Recuperada de:
<https://twitter.com/PorSiempreJoanS/status/746421519157338112>
4. SEBASTIAN, Joan (2013), *A ver si te acuerdas!! #Juliantla “///BIENVENIDO SIEMPRE j Un abrazo j música* [Fotografía], (Consultada el 27 de Marzo de 2018), Recuperada de:
<https://twitter.com/JoanSebastian/status/369338785831452672>
5. SEBASTIAN, Joan (2013), *Te traigo en mi pensamiento constante mi amor j...? Quien será el autor de “El chubasco”!?* [Fotografía], (Consultada el 27 de Marzo de 2018), Recuperada de:
<https://twitter.com/JoanSebastian/status/383973006608830464>