

LAS PROMESAS DEL TÍTULO: SEMIÓTICA DE LA TITULOGÍA EN LA TELENOVELA MEXICANA

Joseph Sévérant Tchinele Daghuie

(Université de Dschang. Camerún)

tchinely@yahoo.it.

Fecha de recepción: 9-7-2017 / Fecha de aceptación: 15-12-2017

Resumen: Las telenovelas latinoamericanas constituyen un fenómeno mediático de masa tanto en Latinoamérica como en el mundo lo que impone que la crítica se interese por sus diferentes aspectos. El presente artículo aborda este género televisivo desde una perspectiva semiótica centrándose en la titulología de las telenovelas producidas en México en la década 2006-2016. Muestra que la construcción de los títulos de telenovelas mexicanas carece de una verdadera intensión estética y responde más bien a un deseo económico-ideológico: satisfacer al público *consumidor*.

Palabras clave: telenovela; Latinoamérica; titulología; semiótica; televisión.

Abstract: Latin-American «soap operas» or series commonly known as “telenovelas” form a great socio-cultural phenomenon in that part of the world and in the world as a whole and deserve to be given an attention in their various aspects. The present article focuses on the titles of Mexican “telenovelas” from semiotic perspective and specifically those produced by Televisa and TV Azteca from 2006 to 2016. It shows that in the “telenovelas” the construction of titles is motivated by a commercial objective and not by an esthetic one.

Key words: telenovela; Latin America; titles; semiotic; television.

INTRODUCCIÓN

La telenovela es un fenómeno de masa que partiendo de América Latina ha conquistado las cadenas televisivas y los hogares de amplias zonas del mundo. África y Camerún en particular no escapan a esta fiebre consumidora de telenovelas. Numerosas cadenas televisivas nacionales e internacionales ofrecen en Camerún un abanico de telenovelas¹: Canal 2 Internacional, STV 2, Equinoxe TV, Novelas TV, Nina TV, y, hasta fechas recientes la cadena nacional, la CRTV. Además, en las calles de las ciudades de Camerún, por ejemplo, las mujeres discuten sobre las proezas o las desdichas de uno que otro personaje de telenovela, a veces como si hablaran de personas reales. El entusiasmo que genera la telenovela no puede dejar indiferente a la crítica pese a sus detractores que no encuentran en dicho género televisivo motivo de estudio académico². Por tratar temas universales aunque de forma popular (el amor, la condición humana, la familia, la muerte, etc.) la telenovela merece la atención de la crítica como ya lo señalan algunos investigadores (Jorge A. González (1994), Medina Cano, 2011, Gabriel Rojas (2013), Moukouti, 2014). Es más, "la telenovela, máximo exponente actual de la cultura de masas, es un medio perfecto para analizar las reglas de la narración" (Arroyo Redondo, 2006: 3), faena a la que ya se dedican varios estudiosos que por lo general se interesaron por su producción e internacionalización (Barrón Domínguez, 2009, Medina y Barrón Domínguez, 2010), el papel de la mujer (Rojas, 2013; Romero Díaz, 2014), la relación entre telenovela

¹ Aunque a falta de una audiometría en Camerún no se pueda dar cifras exactas (Moukouti, 2014).

² Según algunos críticos, la telenovela es "un paraíso artificial", un signo de incultura, de degradación cultural de sensiblería (Medina Cano, 2011: 82). Para Gómez Gutiérrez (2005:5) por ejemplo, Las telenovelas aparecen como "las hijas más vilipendiadas", del intrincado mundo de la televisión. Lo mismo afirma Arroyo Redondo (2006:1-2) acerca de la percepción negativa de la telenovela por parte de la crítica: "La telenovela ha sido descalificada por los críticos y considerada como irreal, estereotipada, reiterativa, barata y poseedora de otras características que comparten todas las manifestaciones de la llamada "cultura popular". La novela rosa, el relato de ciencia-ficción, el cine de serie ínfima, los cómics... han sido considerados géneros infantiles o de jovencitas y relegados a un segundo plano (el plano al que habitualmente también se relega a los niños y a las jovencitas)."

y política (Soler Azorín, 2013) etc. Pero, por lo general, la telenovela ha recibido menos atención a nivel lingüístico como reconoce Batista Ralle que subraya que, “a pesar de que existen varias publicaciones argentinas, venezolanas, colombianas, españolas y brasileñas acerca de la telenovela, la ficción televisiva no ha sido suficientemente estudiada desde el punto de vista lingüístico y discursivo” (Batista Ralle, 2002: 2). Asimismo lo reconoce Couceiro de Lima (2001: 90) para quien

a telenovela foi durante algum tempo desprezada pelos intelectuais como tema de pesquisa por ser considerada subproduto de baixa qualidade da cultura de massa. Quando tomada como objeto de análise, esta se dirigiamais no sentido de tentar explicação para o sucesso de audiência e de penetrações várias camadas da população, para o conteúdo ideológico das mesmas, para análise de sua história e produção e, com alguma frequência, para a sua condição de produto alienante.

El presente trabajo quiere empezar el estudio de la telenovela por donde se tendría pero nunca se hizo: el título. De acuerdo con Leo Hoek, el estudio del texto debería empezar por el título ya que antecede todos los componentes del mismo (1981: 1 y 16) y es, en palabras de Antoine Compagnon (1979: 329) «la porte d’entrée du livre» y por consiguiente de todo texto sea lingüístico, icónico o televisivo. Por eso, el presente trabajo estudia los títulos de las telenovelas latinoamericanas y más precisamente de las mexicanas producidas entre 2006 y 2016 por dos de las mayores empresas televisivas de América Latina, Televisa y TV Azteca valiéndose de la semiótica que permitirá con sus herramientas responder a las siguientes preguntas: ¿cómo vienen compuestos los títulos de telenovelas? ¿Qué funciones desempeñan? Después presentar algunas consideraciones teóricas sobre el título y la telenovela, haremos una lectura morfosintáctica de los títulos del corpus antes de realizar una lectura ideológica de los mismos.

1.-POSTULADO TEÓRICO

Varios teóricos se han interesado por el título desde distintas perspectivas. Para el análisis semiótico de los títulos de nuestro corpus, echaremos mano de los estudios de Leo Hoek (1973), Claude Duchet (1973), Henri Mitterrand (1979) y

Gerard Genette (1987). Partiremos de una lectura morfosintáctica y funcional resaltando como hace Leo Hoek los monemas que lo constituyen y por consiguiente lo que él llama *operadores*, para desembocar en una lectura ideológica. Para Leo Hoek, desde el punto de vista denominativo, los títulos pueden dividirse en operadores "objetales" y "subjetales". En la primera categoría coloca a los títulos que designan a la obra entera y en la segunda incluye a los que designan el sujeto del texto. Los títulos de nuestro corpus caben todos en esta segunda categoría ya que siempre aluden a un acontecimiento, o un sentimiento, un espacio, un tiempo, un personaje etc de la acción. Los títulos "subjetales" a su vez se dividen en títulos "narrativos" o "factuales", títulos "actorales", títulos "temporales" y "espaciales" (que reunimos bajo la apelación títulos "ambientales"), títulos "objetales". En cuanto a las funciones del título, Henri Mitterrand resalta algunas y nosotros nos atendremos a las tres siguientes que no distan mucho de las tres propuestas por Gerard Genette³:

1-La función denominativa que se aparenta a la de identificar la obra y designar su contenido.

2-La función incitativa, conativa o anticipadora que remite también a la de atraer al público. A la par que atrae al público, el título da pistas de lectura, sugiere las vías interpretativas.

3-La función ideológica. El título es una elección del autor, una elección no gratuita que depende a veces del públicometa o de la meta del autor. Esta tercera función será estudiada en la lectura estético-ideológica que concluye el estudio.

Pero conviene ante todo pasar revista al recorrido de la telenovela desde su ancestro, la novela por entregas hasta sus antecesores inmediatos, la radionovela y el *soap opera*.

2.-¿QUÉ ES LA TELENOVELA?

La palabra compuesta "telenovela" designa un género que reúne dos *medias*: la televisión y la novela. La telenovela bebe pues a la vez de las técnicas propias de la novela y de la televisión. Más concretamente, se trata de una serie que se

³ Gerard Genette (1987) destaca las tres funciones siguientes del título: 1) identificar la obra, 2) designar su contenido, 3) atraer al público.

transmite por la televisión por capítulos diarios y con un trasfondo melodramático (Gómez Gutiérrez (2005: 41). La telenovela que no es el único género televisivo que transmite ficción por episodios diarios tiene sus especificidades y su historia. La telenovela actual es el resultado de un proceso que empieza en el Siglo XIX con el melodrama y el folletín en Europa, continúa con la *radio soap* y la radio novela respectivamente en Estados Unidos y Cuba y culmina en los años 50 desde México Brasil hasta Latinoamérica y el mundo. Por ello, la telenovela heredó de elementos y características propios de los géneros que la antecedieron: mientras el melodrama le obsequió su tono emocional, amoroso, lacrimoso apasionado, del folletín, la telenovela heredó su estructura capitular y el suspenso que la caracterizan y de la *radio soap* o la radio novela su tono "sentimental".

Con el advenimiento de la televisión en México en 1951, se inicia la etapa televisiva de la radionovela, o sea el nacimiento de la telenovela (Dubosc, 2007: 10). La primera telenovela mexicana se transmite pues en los años 50⁴. Aunque por lo general las telenovelas latinoamericanas

abordan y desarrollan una temática de lo público y lo privado: la vida en sociedad, el amor, la [in]fidelidad, la venganza, el poder, la riqueza, la pobreza, la traición, etc. Son particularmente problemas de clases, de la vida cotidiana de las familias, las relaciones en el trabajo (empresas o campos), los conflictos personales, raciales, sociales o amorosos (Moukouti, 2014),

se puede destacar algunos matices particulares según los países. Así lo resume Barrón Domínguez (2009: 270-271),

En cuanto al estilo de producción, las telenovelas mexicanas se ha visto que tienden más al formato tradicional del melodrama (...) Las telenovelas

⁴Como señala Gómez-Gutiérrez (2005: 34-35) "Existe una controversia en definir cuál fue propiamente la primera telenovela en realizarse en nuestro país. La disputa está entre *Ángeles de la Calle* y *Senda Prohibida*. En el primer caso, Brígida Alexander fue la encargada del proyecto de *Ángeles de la Calle*, una adaptación de la versión libre de la película "Los olvidados" de Luis Buñuel. Transmitida en 1951, semanalmente los sábados y patrocinada por la Lotería Nacional. El segundo caso, original de Fernanda Villeli, tuvo su fecha oficial de lanzamiento el 9 de junio de 1958. Esta es considerada oficialmente la primera telenovela transmitida en México por el Canal 4 de la Ciudad de México. *Ángeles de la Calle*, se transmitía por el Canal5 del Ingeniero González Camarena."

colombianas en cambio, tienden a mostrar características de su país, con toques de problemas contemporáneos como corrupción, discriminación con un toque de comedia, como la conocida: "Yo soy Betty la fea". Las telenovelas brasileñas suelen tener historias más sofisticadas que incluyen temas como amor entre gente de diferente religión, la clonación humana, ejemplo de ello es la telenovela "El clon".

En cuanto al eje de este artículo, la titulología telenovelesca, parte de una constatación: los títulos parecen girar en torno al sempiterno tema del amor. Un análisis de los mismos permitirá comprobarlo o rechazarlo. Por otro lado, la lectura de dichos títulos permitirá una evaluación estético-ideológica de los mismos.

3.-LECTURA MORFOSINTÁCTICA DE LOS TÍTULOS DE TELENOVELAS

El corpus que manejamos abarca 153 títulos de telenovelas entre las producidas o adaptadas por Televisa y TV Azteca de 2006 a 2016; los títulos se reparten en 48 para TV Azteca contra 105 para Televisa que es sin lugar a dudas la primera empresa telenovelesca de México. La lectura morfosintáctica se hará al mismo tiempo que se destacarán las funciones de los títulos del corpus.

3.1.-Los títulos con operadores narrativos o factuales

La categoría títulos "*narrativos o factuales*" abarca más de la mitad de los títulos que constituyen el corpus: 89/154. La importancia de los acontecimientos en la telenovela ya es señalada desde el título: la telenovela mexicana como se ha venido señalando guarda muchos lazos con la literatura y principalmente con la novela por entregas, el cuento⁵, el melodrama, etc. Por ello, es un género en que se relata sucesos, es un relato, si por relato entendemos como Margo Nobert (1983: 382): "un événement impliquant un personnage, survenant à un certain moment, dans un certain lieu et en un certain milieu". Luego, la telenovela es un relato ya que, como señala Roland Barthes (1981 :7), "le récit peut être supporté par le langage articulé, oral ou écrit, par l'image, fixe ou mobile, par le geste et par

⁵ Arroyo Redondo (2006) muestra que la telenovela tiene muchas de las características del relato popular o del cuento.

le mélange ordonné de toutes ces substances". Todas las telenovelas se deslizan en torno a uno o varios personajes principales en cronotopos bien identificados. Dicha historia incluye personajes, acciones, espacios, tiempos, tensiones y detenciones etc.

La importancia de esta categoría títulos "*narrativos o factuales*" es "signo de algo": muestra que la función principal de la telenovela es deleitar, evadir al personaje a veces enseñando. En los 89 títulos narrativos, 59 remiten al amor y a la pasión, 14 al misterio y los secretos, 11 a la esperanza y al destino y 5 a la condición y a la posesión.

Como ya se ve, el amor y la pasión quedan el telón de fondo de la telenovela mexicana que como ya viene señalado tiene un formato más clásico y más melodramático. Lo que sí puede extrañar es la carencia de innovación en la formulación de dichos títulos: todos parecen ser el mismo título con leves matices: "Amar sin límites", "Amor sin condiciones", "Mar de amor", "Eternamente tuya", "Llena de amor", "Triunfo del amor", "Abismo de pasión", "Por siempre mi amor", "Tanto amor"... Aquí, la eternidad del amor viene a ser el tema principal y se repite desde los albores de la telenovela. Sin embargo, en sus albores, la telenovela mexicana no presenta en sus títulos única ni preferentemente contextos amorosos. Los demás temas del melodrama, las escenas cotidianas de la vida, el poder, la gloria, tienen igual de importancia en los títulos, aunque en la trama, la(s) historia(s) de amor tiene(n) primacía. En otras palabras, el amor ha dejado de anunciarse subterráneamente para hacerse más público. Este estado de cosas en los títulos quizás tenga vínculo con la evolución misma de las sociedades latinoamericanas. En los años cincuenta y sesenta, en la sociedad triunfa lo moralmente correcto, la moral cristiana etc. Siendo en aquel entonces las mujeres las principales destinatarias de las telenovelas, no cabían títulos "chocantes" que siempre estuviesen exponiendo lo sabido pero bien guardado. Ya en los años 2000, el amor vuelve a ser el tema esencial de los títulos como hemos visto desde 2006. Si el público meta no ha cambiado (las mujeres), sí han cambiado las costumbres, han evolucionado las concepciones de la vida, de la relación amorosa etc. Ahora, el amor es más externo, más fuerte, más agresivo.

El amor anunciado, el contrato establecido a partir del título es pues mucho más directo hoy día: el amor a ultranza.

Los misterios y los secretos en los títulos se relacionan más con la función incitativa del título. Desde el título, la telenovela se anuncia rica en suspenso, en misterios por elucidar. Llena la mente del televidente de preguntas, de dudas, de hipótesis que irá concretando la "lectura" visual. No por casualidad, misterio y secretos constituyen el segundo grupo con más títulos seguidos de la esperanza y el destino que también tienen una fuerte dosis de misterio (11 títulos).

Por fin vienen la condición y la posesión que sin ser temas menores de las telenovelas poco se anuncian en los títulos quizá por menos incitativos.

3.2.-Los títulos con operadores actorales o humanos

29 títulos para lo femenino contra 4 para lo masculino. Estas cifras hablan por sí solas: la telenovela es un género protagonizado por la mujer por dentro y por fuera. Por dentro porque por lo general, la telenovela pone en escena a una mujer deseada por varios hombres. Dicha mujer a veces es a la vez sujeto y objeto ya que utiliza a estos hombres como títeres. Por fuera porque como muestra Gabriel Rojas (2013: 176), las mujeres son las más pegadas a la pantalla cuando pasa una telenovela. Y como asevera Laura Soler Azorín (2013: 5), la telenovela "es un género especialmente creado y dirigido a las mujeres y por eso, en el libreto, generalmente todo gira en torno a ellas".

En los títulos con operador humano, los 29 que muestran mujeres las presentan de varias maneras: 10 títulos con nombres propios ("Las dos caras de Ana", "Lola, érase una vez", "Teresa", "Rafaela", "Por ella soy Eva", "Simplemente María", "Antes muerta que Lichita", "Tres veces Ana", "Yago", "Rosario Tijeras"). Los mismos nombres son bien conocidos del imaginario popular latinoamericano. María es la madre de Jesús y simboliza la virginidad, o sea, cierta connotación sexual. En cuanto a Eva, es la que hizo entrar el pecado en el mundo según la Biblia y por ende representa el deseo carnal, la tentación, el pecado.

La mujer puede aparecer también con nombre común "muchachitas", "mujer", "niña", "emperatriz", "vecina" etc. ("Muchachitas como tú", "Palabra de mujer" "Niña de mi corazón", "Emperatriz", "Huérfanas", "Miss XV", "Las Bravo"

“Las Amazonas”, “La vecina”, “Mujeres de negro”, “La candidata”, “Las tontas no van al cielo”, “La fea más bella”).

En dos títulos con *operador humano*, la mujer aparece con nombre de animal: “La gata” y “La loba”. No volveremos en las connotaciones sexuales de la gata. En cuanto a la loba, este animal agresivo, ya deja intuir al televidente el carácter de la protagonista que se anuncia.

Cuando el título presenta un aspecto de la mujer, la señala mayoritariamente como negativa: diabla, comprada, enemiga. Hasta en “indomables” permanece esta dureza, como un reproche. “Bellezas indomables”, “Pobre diabla”, “Mujer comprada”, “Querida enemiga”.

3.3.-Los títulos con operadores “ambientales”

Bajo el rótulo “ambiental” aunamos los títulos que remiten al tiempo y los que se refieren al espacio. El ambiente espacio-temporal comprende 19 títulos con 13 para el espacio y 6 para el tiempo. El desequilibrio puede dar lugar una lectura proléptica: el espacio, la acción son preponderantes en la telenovela. En cuanto al tiempo, es circular, repetitivo y lento.

Los espacios de los títulos pueden agruparse en espacios urbanos (“Acapulco”, “Guanajuato”), espacios metafóricos (“abismo”, “refugio”, “corazón”, “paraíso”, “cielo”, “destino”), espacios populares (“barrio”, “mundo”), espacios itinerantes (“camino”, “destino”), y espacios intertextuales (“Montecristo”).

Los dos espacios urbanos anuncian exotismo, gozo de la vida, “dolce vida”. Acapulco es una ciudad costera mexicana célebre por sus ofertas en turismo de playa, sus hoteles, su playa etc. En cuanto a Guanajuato, también es famosa turísticamente hablando y forma parte del patrimonio mundial de la Humanidad. Se trata pues de topónimos cuyos referentes son cargados de exotismo, de “aventura”, de gozo de la vida, de “dolce vida”. El espacio no sólo deja patente lo que la telenovela mexicana tiene como espacio predilecto, la urbe, sino también que tiene una inclinación hacia lo que suscita el sueño, la pasión. La ciudad se presenta ante todo como el espacio idóneo para ofrecer el ambiente de paraíso, de lo perfecto, de lo bello que quiere crear la telenovela.

Los espacios metafóricos remiten asimismo al sueño, a la perfección, a lo inalterable: "refugio", "corazón", "paraíso", "sueño", "cielo", "destino"... su función principal permanece la de incitación y una promesa de sueño ya que el objetivo del televidente es soñar y el blanco de la empresa es ofrecer sueño y hacer beneficios.

En cuanto a los títulos temporales giran en torno al mañana, a la eternidad y al destiempo. El mañana mejor como tiempo de promisión y la eternidad de la felicidad ("Mañana es para siempre", "por siempre mi amor", "Hasta el fin del mundo"). Los títulos dejan vislumbrar la promesa de un amor eterno y quizás de una aventura apasionante para el televidente. Se trata de un amor soñado por las mujeres televidentes y que siempre se hace fugaz. La promesa de este amor eterno y probablemente de sus recetas, mágicas se cataliza en estos títulos.

Por otro lado, el tiempo de playa con sus promesas de sol y aventuras que ya destacamos en el espacio se esconde en "Verano de amor".

Por fin, el pasado parece amenazador mientras vimos que el futuro, tiempo predilecto es prometedor. Este pasado deja planear su sombra en "la sombra del pasado" o despliega su ruina en "vivir a destiempo". El pasado, cuando presente, se cobra de incertidumbres que sólo podrán borrar los episodios. Otra vez vemos que la función incitativa del título es la que domina.

El ambiente espacio-temporal de los títulos se escribe entre espacios itinerantes, urbanos, metafóricos, populares e intertextuales en pasado o futuro. Un pasado amenazador e imperfecto contra un futuro prometedor y eterno, lo que promete un presente lleno de tormentas y de suspensos como merece una buena telenovela.

3.4.-Los títulos con operadores "objetales"

Aquí se colocan los títulos que remiten a objetos. Destacamos en nuestro corpus 7 títulos "objetales". Los objetos sugeridos en dichos títulos son: el fuego, el mar, la corona, el dinero, el código postal, el gancho y la tempestad, aunque en "mar de amor", "corona de lágrimas", "Fuego en la sangre" viene claro que se trata de objetos metafóricos. Dichos objetos llevan en sí una fuerte coloración poética. Y es que la relación entre telenovela y poesía nos parece ahora tan honda, tan evidente que merecería un estudio separado. En cuanto al dinero, sugiere el poder,

la riqueza, la ambición, la unión pero el desencanto también como anuncia el título "Hasta que el dinero nos separe".

4.-LECTURA IDEOLÓGICO-ESTÉTICA

La elección del título no es casual y responde a una programación de lectura deseada por el autor. Ya lo señalaba LéoHoek (1981:2) cuando afirmaba a propósito del título que "il est choisi en fonction de la lecture du texte qu'il annonce". Además, esta elección del título anuncia el sentido del texto: "C'est dans le titre que se manifeste déjà le sens du texte"(Hoek, 1981:2). De acuerdo pues con LéoHoek con que la elección del título no es casual, pensamos que puede permitir una primera lectura ideológica de la telenovela como bien señala Henri Mitterrand (1979:90), para quien, el título,

fragment d'un discours qui glose tout le discours, co-résonant (et co-raisonant) avec les autres fragments du texte subséquent, [...] offre à l'analyse idéologique un matériau de choix, d'autant plus remarquable que, pour répondre aussi bien que possible à sa fonction, il s'est engendré selon des règles syntaxiques et sémantiques particulièrement rigoureuses. C'est en général un condensé à forte teneur idéologique.

El presente apartado hará pues una lectura ideológico-estética de los títulos antes analizados. Las primeras observaciones que destacan de este estudio morfosintáctico-funcional es lo reiterativo del título en la telenovela mexicana. Vuelve el tema del amor en la inmensa mayoría de los títulos del corpus. La formulación de los títulos carece de imaginación, de originalidad, de intención innovadora. Esto puede explicarse por el único afán comercial de los folletines mexicanos que se apegan al formato clásico-tradicional del drama de pasiones o melodrama para seguir captando a sus televidentes. Esta falta de imaginación que no reduce el interés del público sino que lo acrecienta deja también patente que el título de la telenovela es un pacto de fidelidad que la empresa establece con su público ávido de aventuras amorosas: el título es la promesa del dominio y respeto

de las expectativas del público, el sueño, el divertimento por la pasión. Pues el título es el primer informante de la real ambición de las empresas: vender, y del deseo de los televidentes: soñar. Como advierte Manuel de Jesús Corral Corral (2007) las empresas televisivas productoras de telenovelas latinoamericanas tienen un objetivo más comercial que estético. En otras palabras, no importa la reiteración, la repetición de temas dado que es la expectativa del público consumidor:

El blanco final [...] es un público amplio y heterogéneo, considerado como consumidor y no como un público de ciudadanos. No en vano las tres mayores empresas televisivas de América Latina (la brasileña O Globo, la venezolana Venevisión y la mexicana Televisa) se han convertido en productoras y exportadoras de telenovelas del corazón (Corral Corral 2007: 64)

El título de la telenovela aparece asimismo muy estereotipado cuando hace de la mujer un objeto, un trofeo por conquistar, un sujeto en búsqueda del amor eterno, única vía de felicidad. Al contrario de la novela *sicaresca*, la telenovela mexicana que llamaríamos "rosa" hace de la mujer el objeto de una búsqueda desenfrenada. El binomio amor/mujer es su principal característica. Desde el título, la mujer y el amor que ella encarna vienen a ser los protagonistas aunque generalmente en el "texto".

Hasta en la misma adaptación del título, se ve este gusto por insistir en lo romántico, en la mujer, en el "corazón". Esto se comprueba en las dos adaptaciones de la telenovela colombiana "Café con aroma de mujer" retomada a la vez por TV Azteca bajo el título "Cuando seas mía" (TV Azteca, 2001), y por Televisa con el título "Destilando amor" (Televisa, 2007). Se puede ver la distanciamiento y la especificación que realizan las versiones mexicanas en cuanto al título se refiere. Si en "Café con aroma de mujer" el "aroma" pasional es menos externo, en "Cuando seas mía", y "Destilando amor" no deja lugar a dudas. Y como señala Barrón Domínguez (2009), ambas adaptaciones tuvieron gran éxito en el extranjero.

CONCLUSIÓN

El estudio de los títulos de las telenovelas mexicanas y principalmente de las telenovelas producidas entre 2006 y 2016 por Televisa y TV Azteca ha permitido confirmar y ver que el tema del "corazón" y de la mujer como centro de las pasiones pasa de lejos los demás: el poder, la riqueza, la pobreza, la traición, etc. Deja también claro que la estética de dichos títulos carece de originalidad o mejor dicho de intención innovadora. Más al contrario, dichos títulos son una prueba de la *calidad* del producto, es decir, un juramento de fidelidad al formato clásico del melodrama. Los títulos aunque reiterativos participan asimismo del éxito de la telenovela mexicana, de su mayor difusión ya que anuncia los inmortales temas adulados por el público "universal": el amor, las pasiones, la mujer etc. La justificación del éxito de la telenovela dada por Marcel Vinay (Vicepresidente de ventas internacionales de TV Azteca) citado por Barrón Domínguez (2009: 156) nos parece muy acertada: "Es el manejo de historias que contengan temas universales como el amor y que estén relacionados con la mujer como personaje central, de ahí el éxito de telenovelas como "Mirada de mujer", "Cuando seas mía" y "La hija del jardinero". Ya desde el título, puede confirmarse el que "así como no hay telenovela sin Amor, no hay telenovela sin suspense ni sin sobrentendidos" (Batista Ralle, 2002: 3). El amor y el suspense que caracterizan a la telenovela ya se perciben desde el título como hemos visto.

Bibliografía

- ARROYO REDONDO, Susana (2006). "La estructura de la telenovela como relato tradicional" en *Culturas Populares. Revista Electrónica* 2 (mayo-agosto 2006), 20pp. [En línea] Disponible en: <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf>. Universidad de Alcalá ISSN: 1886-5623.
- BARRÓN DOMÍNGUEZ, Leticia (2009). *La industria de la telenovela Mexicana: procesos de comunicación, Documentación y comercialización*. Tesis doctoral. Universidad complutense de Madrid. (Inédita).

- BARTHES, Roland (1981). « Introduction à l'analyse structurale des récits » en *Communication 8*. Paris: Seuil. PP.7-33.
- BATISTA RALLE, Roselís (2002). "Campos semántico-discursivo del amor en la telenovela mexicana y brasileña" en *Cuicuilco Nueva Época*, vol. 9, núm. 24, enero-abril, 2002, [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35102414>.
- COMPAGNON, Antoine (1979): *La Seconde Main ou le travail de l'écriture*, Paris: Seuil.
- CORRAL CORRAL, Manuel de Jesús (2007). "Amor en custodia. Una telaraña sentimental" en *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*. N° 99 septiembre 2007.
- COUCEIRO DE LIMA, Solange Martins (2001). "A Personagem Negra na Telenovela Brasileira: alguns momentos" en *Revista USP*, São Paulo, n.48, pp. 88-99, dezembro/fevereiro 2000-2001.
- DUCHET, Claude (1973). "La fille abandonnée et la Bête humaine, élément de titrologie romanesque » en *Littérature*, no 12.
- GÓMEZ-GUTIÉRREZ, Claudia (2005). *Cartografía de las telenovelas: por la ruta de la realidad de TV Azteca*. Tesis de maestría, Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO. [En línea] Disponible en: <http://hdl.handle.net/11117/2402>).
- HIDALGO i MARI, Tatiana (2011). "El castigo de la mujer antagonista en las telenovelas: estandarización y conservadurismo en el desenlace fatal" en *Actas-III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social-III-CILCS-Universidad de la Laguna, diciembre 2011*. [En línea] Disponible en:
- HOEK, Léo H. (1973). « Pour une sémiotique du titre » en *Documents de travail et pré-publications du Centre international de Sémiotique*, no 20-21, janvier 1973, Université d'Urbino.
- HOEK, Léo H.(1981). *La Marque du titre. Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, Paris: Mouton.
- NOBERT, Mago (1983). « Le titre comme séduction dans le roman Harlequin : une lecture sociosémiotique » en *Etudes Littéraires* 163, pp. 379-398. [En línea] Disponible en: <http://www.erudit.org>.

- MEDINA CANO, Federico (2011). "La telenovela: un género en transformación" en *Revista Comunicación*, No. 28 p. 81 - 101, Medellín-Colombia, Enero-Diciembre de 2011, ISSN 0120-1166.
- MITTERAND, Henri. (1979) "Les titres des romans de Guy des Cars" en Duchet, Claude (Dir), *Sociocritique*. Pp. 89-97.
- MOUKOUTI ONGUEDOU, Georges. (2014) «[In]flujo de las telenovelas latinoamericanas en África: popularización, efectismo y corolarios» en *Belphegor* [En línea] Disponible en: <http://belphegor.revues.org/463> ; DOI : 10.4000/belphegor.463.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2006). "La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?" en *Comunicación y sociedad*, Nueva época, núm. 6, julio-diciembre, 2006. pp. 11-35. issn0188-252x.
- ROMERO DÍAZ, WilliamAlexánder (2014). "La Imagen de mujer en la telenovela sicarésca a través de la mirada de los jóvenes" en *Designa*, 3(1), PP.122 - 135. Vol 3 No.1 ISSN 2256-4004 asequible en www.uniboyaca.edu.co/facultades/FABA/designia.
- SOLER AZORÍN, Laura (2013). "Las telenovelas y su influencia política" (2013), *Actas del V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, Universidad de la Laguna. URL: <http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013.actas.html>.
- SOLER AZORÍN, Laura (2015). *Teoría y evolución de la telenovela latinoamericana*. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante. [En línea] Disponible en: www.eltallerdigital.com.