

72
2ij



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Escuela Nacional de Estudios Profesionales
A R A G O N

VIÑETA MIA QUE ESTAS EN EL MEDIO
(Análisis de un discurso: LA FOTONOVELA)

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LIC. EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
V. PABLO SALVADOR MARTINEZ

Asesor: Salvador Mendiola M.

1 9 8 6



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 está 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.

A D V E R T E N C I A

En el presente trabajo de investigación se exponen el desarrollo y los resultados obtenidos al término de éste; de tal forma que los expertos o no en la materia, puedan apreciar y valorar los diferentes caminos que hemos andado para cumplir nuestros objetivos planteados inicialmente. En ningún momento se pretendieron elaborar difíciles enunciaciones o retruécanos científicos por mero lucimiento teórico, pues de nada sirven tantos aspavientos si lo único que se logra con ello es envolver, a un medio de comunicación masiva como lo es la fotonovela, en un manto de dogma, fetichismo y mitificación, lo que despertará en el lector de ella, más que una conciencia crítica, un sentimiento de curiosidad morbosa y a la vez de sacrilegio moral, que le incitará a pecar más, antes que redimirse al amparo de la teoría piadosa. Por lo tanto, llevamos a cabo nuestro análisis imbuidos en las características interna y externas del medio para descubrirlo y, sin tanta solemnidad, mostrarlo tal cual es, desataviado de cualquier disfraz de inocencia y sano entretenimiento, como acostumbra presentarse originalmente.

Quien se atreva a acompañarnos en la lectura de esta tesis, encontra-

rá un lenguaje ora socarrón, ora sarcástico, ora natural y sencillo pero no como una consecuencia del miedo intelectual al compromiso científico, ni a la pereza por razonar profundamente, o en última instancia, por desconocimiento total de la seriedad y formalidad que debiera observar el tratamiento de tan delicado tema, sino como una condición para que el estudio llevado a cabo, tenga aplicaciones y repercusiones prácticas y no se convierta en un ejemplar más donde se haga una antología de elucubraciones vanas y/o recopilación de citas textuales.

Creemos firmemente que una investigación como la nuestra no podía llevarse adelante de otra manera, pues si queremos mostrar aquellos fenómenos que se ocultan detrás de la realidad ficticia, mostrada por los "informadores" y "hacedores" de la comunicación, debemos utilizar los mismos parámetros comunicacionales -en este caso- para adaptarles una nueva conformación y así, tener injerencia directa en el fomento de la capacidad de análisis y de opinión de los receptores frente a lo que se les presenta en esteplano y quizás también promover un mejor uso de los media, entonces nuestros intentos en tal cometido no serán observados como un método más de dominación y enjaenación del poder hegemónico en boga, que de algún modo tratamos de cuestionar y poner en tela de juicio con nuestra aportación intelectual. Esto se traduce en el diálogo sencillo y natural entre el comunicólogo y el lector, sin temor a la ridiculez del primero, al ser tan directo y llano en sus conceptos y el lógico desinterés del segundo por la oscuridad del lenguaje empleado.

Al Asesor de la presente Tesis, un sincero agradecimiento, porque en

todo momento hubo entendimiento mutuo para plasmar los conceptos aquí vertidos y no existió ningún obstáculo insalvable para llevar a feliz término el trabajo de investigación.

EL AUTOR

I N T R O D U C C I O N

DEJALO QUE AL FIN NO SABE...

Reducto de la sexualidad cohibida, del melodrama hilarante, la pose cuasi-perfecta y del sentimiento más puro y noble, la fotonovela sentimental o rosa, se ha convertido en el emblema de las aspiraciones que sólo tendrán cabal y feliz cumplimiento dentro de su universo de viñetas e imágenes grisáceas, puesto que en el plano de la realidad vivida por sus fervientes y (a veces) casuales lectores, sólo tienen razón de ser -y eso en caso de adaptación extrema- aquellas alusiones que se apropian selectiva, clandestina e individualmente; para unos, el beso final es la reacción deseada para la consumación de un acto sexual fallido; para otros, el (la) héroe(ína) es lo que hubiera deseado ser si no fuera "naco (a)" y marginado (a); para los demás, una muestra de que el ídolo puede descender de su reino inmaculado para redimirse y padecer como los mortales. Dicho sea de paso, la recreación de los hechos realizada por la fotonovela tiene de objetivo lo que un sueño de realidad, por así convenir al discurso¹ maniqueo y dominante; consecuentemente, mantener estático el devenir del individuo dentro

de su sociedad. Así, al hacer algunos intentos de infiltración más allá de lo denotado en cada capítulo semanal, se podrán localizar distintos fenómenos que en una primera lectura rápida e inocente pasan inadvertidos pero que en otra, hecha con sentido analítico y crítico, nos lleva a elaborar conjeturas que previenen el peligro de la verdadera faceta escondida detrás de cada historia fingida por el ídolo, debido no sólo a lo descrito sino también a la verdadera intencionalidad del emisor, que en su afán de amoldar al receptor a una forma engañosa de observar el mundo en que vive, no le importa desencadenar, con tal actitud, una serie de repercusiones riesgosas para la integridad ideológica e intelectual del consumidor de este tipo de mensaje.

Pensar que se puede vivir tan sólo del apasionamiento, desconsuelo y martirio del corazón, no deja de ser risible, ya que la filosofía pregonada por la fotonovela sentimental, sólo encuentra su verdadera dimensión y alcance, no por ser verosímil dentro del propio código del lector al que atañe, sino por las transacciones bursátiles que se realizan a costa de su alarmante demanda semanal. Si trata de emparentar lo planteado en cada capítulo con la realidad que vive su auditorio, esta trampa sólo es una bandera enarbolada para no pecar de impositiva y arbitraria en toda su conformación, como producto de consumo "cultural" de ínfima calidad (lo que yo te ofrezco, vale la pena adquirirse y consumirse frenéticamente, sin miramientos) y así se establece como una nueva forma de demostrar que cualquier manifestación sentimental o melodramática, debe hacerse olvidando todo aquello que evite la consumación extrema de un abrazo o cachondeo sublime, para dar paso a la inhibición de la libido y encubrirla con baños

de inocencia. Tras esa falsa candidez de la fotonovela, existe una muestra de exacerbado machismo, diálogos aberrantes, morbosidad sentimental y algunos detalles más, que serán tratados en el presente trabajo lo que re-
dituará un conocimiento más amplio de este medio de comunicación y quizás entonces se pueda descubrir el enigma que encierra para mantenerse en el rango que ahora lo encontramos. O ¿por qué'no?, sus posibilidades de desarrollo en otros ámbitos (educativo, político, etc.).

DE LA POSE NACE EL AMOR

No es que seamos acérrimos enemigos de la fotonovela o de quienes trabajan en su elaboración o la subsidian, pues nos someteríamos a discusiones vanas, ya que: ni a ellos les harían olvidar su cometido, ni a nosotros presa de los inocentes y constantes coqueteos del medio. Lo que tratamos de hacer, es enjuiciar, la supuesta buena voluntad del emisor (le damos al pueblo lo que pide [sic]) para dotarnos de una nueva manera de padecer el melodrama, que en un plano connotativo, tiene como único objetivo la obtención de jugosas ganancias económicas en razón del atropello incesante de nuestra ya de por sí bombardeada y pauperizada intelectualidad, debido a que la intención del empresario es no producir "abstractamente lo 'mejor', sino precisamente lo más 'comercial', aunque sea lo más comercial en un área muy especializada (submercados o subculturas)"².

Ciertamente la calidad de la "información", "diversión" o "comunicación" masificada, es de probable, dada la función que se le ha otorgado, en una sociedad como la nuestra, a los medios utilizados para su difusión: conformarnos cierta idiosincrasia, característica de un conglomerado hu-

mano ajeno a su devenir histórico y a la transformación dialéctica de la realidad tan cruel, avasallante, aniquiladora e injusta que sufre. No imaginamos lo que sucedería si en el capítulo semanal se incitara a la subversión contra el orden establecido en cualquiera de sus rubros: moral sexual, social, político, etc., se atentaría contra el statu quo, pilar primordial inherente a cualquier sociedad y sus instituciones, de ahí el encubrimiento de tal peligro mediante el exceso de trivialidad existente en el discurso que, so pretexto de entretener al lector, se coloca de manera sutil como un alienante del sopor del individuo pensante de su derecho a opinar; un sedante para sumergirse en el mar de la inconciencia, pues.

En el caso que nos ocupa, se notará que en ocasiones, toda la intencionalidad del emisor se convierte en una aberración total; cree que el lector de fotonovelas es un ser de deprobable intelectualidad razonadora, por lo tanto, todo lo que el primero le proponga leer como una verda irrefutable, será deglutido sin pretexto y sin preguntar por qué por el segundo:

/DANIELA ACABABA DE CAMBIARSE A ESA NUEVA COLONIA Y NO HABIA
TENIDO PROBLEMA ALGUNO EN ENTRAR AL AMBIENTE DE LOS JOVENES QUE AHI
VIVIAN/

Es que apropiarse de lo que siente y piensa la mayoría del público lector, no es mostrar una realidad donde, por sobre todas las realidades (valga la redundancia) -trabajo, problemas económicos o las mismísimas relaciones familiares- se ensalza la fantasía y verosimilitud de la "fuerza del amor";, tampoco será el despliegue de las más variadas actitudes hila-

rantes dentro del espacio de una viñeta, lo que colocará al lector en la posibilidad de aprehender alguna novedad de lo ya sabido en este terreno por él, o en un caso superior, emitir un juicio valorativo de lo que leyó en algún lejano capítulo. Anular la filosofía pura con que se debiera vivir la vida por la tragedia vil y la banalidad remarcada en actitudes tan esenciales en el devenir del ser, parece convertirse en la única consigna fotovelera bajo la cual se construye su discurso trivialmente abrasador.

Es esto lo que urge desenmascarar y aunado a ello, el motivo por el cual, a pesar de todo lo ya sabido, nadie o casi nadie ha escapado a la tentación de violar la intimidad (al menos una vez), de tan delicada y distinguida damita, a sabiendas de que no habrá otra recompensa más que la de saber los reveses y brincoteos que tuvo en tal ocasión el infortunio, o el tropiezo del destino en boga. Es más, en un momento de total anarquía intelectual: los temas pueden aceptarse o incluso no adquirir ningún ejemplar, pero hete aquí que eso es imposible, por el simple hecho de encontrarse delante a un medio publicitario que se antoja apetecible por su docilidad para comprenderlo y el ofrecimiento del rostro bello o las curvas envidiables del(la) ídolo(la) en turno, respectivamente. Así, sin dificultad para sentirse privilegiado y consentido por el medio. En esencia se tiene un manual de; Cómo besaría el Ídolo, sin malicia y sin censura o El día en que la Bella Fémica se banalizó y entró sin cortapisas a tu común corriente mundo, amigo lector.

¡El próximo número es pura DINAMITA!

Sí, pues MAX Y ALEX ZOZAYA

integrantes del super grupo musical, con la bella

EDITH GONZALEZ

ACTUAN EN:

"DEMOSLE TIEMPO AL AMOR"

Encuentra también tu poster
y entrevista del grupo DINAMITA

Porque a simple vista nótese dos o tres ficciones apreciablemente absurdas y engañosas que nos sitúan en la realidad del mensaje fotonovelesco:

1. Los ídolos que se quieren promocionar son los únicos protagonistas, no existe, por lo tanto, una cobertura que pueda hacer verosímil en mínima parte lo fingido, ya que de pronto, el joven actor? o actriz?, resulta ser la misma que en esos momentos aparece en TV o aparenta cantar y necesita reafirmar su superioridad dentro del showbusiness.

2. Las viñetas son el hacinamiento efímero de tales actitudes.

3. La acción temporal llega al colmo de transgredir la secuencia lógica del tiempo, pues lo descrito transcurre en una sola escenografía, como si un minuto fuera eterno en la existencia (Capricho 861). De 98 viñetas, 77 transcurren en el interior de una casa y las 21 restantes en el jardín de la misma. Lo curioso es que un grupo de muchachos triunfa en el medio artístico salir de su hogar, situación por demás rara.

DE TODO CASI NO QUEDO NADA

Para poder descubrir las realidades descritas, en la presente investigación se recurre a teorías varias, a fin de conjuntar los diferentes puntos de vista sobre la materia, en un solo objetivo: el análisis de las denota-

ciones y connotaciones que implica la fotonovela, en el aspecto semiótico y morfológico. Dicha tarea es, a primera vista, muy ambiciosa; dado que en este campo no se cuenta con abundantes trabajos similares al respecto. Sin embargo, se trató de allanar este arduo camino, con el fin de no perderse en el laberinto teórico y arrojar nuevas formas de análisis para estudiar un medio de comunicación masiva tan conflictivo, que se ha relegado en importancia frente a sus parientes electrónicos (radio y TV). Así pues, no queremos pecar de presuntuosos, porque lo descubierto en nuestro trabajo sólo será una base para emprender otros más serios en esta área. Además cabe señalar que el tratamiento del tema se hará, no con carácter doctoral en la materia, sino de acuerdo a los elementos que, para hacerlo posible como se presenta, brindó el medio y la propia experiencia del autor en tales menesteres. Juzgue por su propia cuenta el lector.

Lo que si se puede asegurar, desde ahora, es que los parámetros bajo los cuales se establecieron los métodos de estudio apropiados, fueron determinados con sumo cuidado, para evitar (lo reiteramos) demasiada verborrea, y así, plantarse directamente dentro del problema establecido. Por ejemplo: evitose hacer la apología del fenómeno de la comunicación masiva. dado que el término y sus implicaciones dentro de una sociedad, ya han sido estudiadas y aceptadas ampliamente³ desde diferentes puntos de vista; entrometernos en tal divagación sería tautológico y además nos alejaría diametralmente del estudio práctico y llano de ese medio, que pide ser estudiado y denunciado urgentemente.

Esto es, partimos ya de una premisa establecida: la fotonovela es por

antonomasia, un medio de comunicación masiva; entonces, nos interesa descubrir qué características presenta como tal y los fenómenos que en este rubro desata su permanencia irrefutable. Para ello, hemos trazado un plan de trabajo que nos conduzca por los vaivenes inherentes a una investigación de esta índole. Por principio de cuentas, se debe mencionar con base en una sola fotonovela (Capricho), en una muestra de 10 ejemplares recopilados en diferentes fechas (enero 1984-noviembre 1985) porque se necesitaba obtener una muestra ostensible y representativa del contenido de este material, durante un extenso lapso, para delimitar su perfil de estudio.

Así, el trabajo se divide en cuatro capítulos que tienden a englobar toda la problemática que deseamos resolver a través de un estudio amplio y bien documentado. En el primero se analiza someramente la posición ocupada por la fotonovela dentro de la ecología de la comunicación⁴ particularmente, y en general, en el ámbito comunicativo y cultural de la sociedad misma; su desarrollo, desde su origen hasta los momentos actuales, y las relaciones adquiridas al ser reconocida como un fenómeno de tal magnitud. En el segundo, se lleva a cabo un examen profundo y serio de la esencia del mensaje fotonovelesco, dividido en sus dos componentes de significación: icónico y lingüístico, donde se descubren los desaciertos de estos dos lenguajes⁵ cuando actúan conjunta o individualmente. Como el tono de este trabajo no pretende ser solemne ni mucho menos, decidimos proporcionar un descanso al lector y en el apartado denominado INTERMEZZO, se vierten conceptos claros y precisos de lo que pensamos acerca de la fotonovela, pero cubiertos de una nota de sarcasmo que podría parecer irreverente y hasta ofensiva para los mismos argumentistas y gente afín a la elaboración del dis-

curso fotonovelero. Sin embargo, el pretexto esgrimido para adoptar tal actitud será: con el medio que mides serás medido.

En el tercer apartado de la investigación, el objetivo se traslada hacia un sólo caso de estudio: la fotonovela Capricho, elegida al azar, entre otras, por sus características estructurales de producción e injerencia en un mercado competitivo de este material. Aquí se desglosan los componentes de "identidad" de la fotonovela analizada. Esto es, su conformación técnica como mensaje y su elaboración como un producto para consumo de las mayorías (la paternidad oculta del consorcio que la avala) y los rasgos distintivos de su presentación para "comunicar".

El análisis de un sólo ejemplar de la fotonovela susodicha, se realizó en el último capítulo: fondo y forma de expresión, esencia del mensaje, son sometidos a un examen morfológico para comprender el verdadero significado de ladulce y tierna historia de (des)amor presentada ahí; porque, cabe mencionarlo, en el número 930 de la fotonovela Capricho, suceden fenómenos extraordinarios en cuanto al contenido latente del discurso fotonovelero, si se piensa en todo lo afirmado en los capítulos que lo preceden al respecto. Para terminar se presentan las conclusiones correspondientes, donde se tendrá un panorama general y preciso de los resultados de la investigación; posteriormente se cuenta con un apéndice, donde se recopila material hemerográfico y algunas notas complementarias del autor, para redondear todo lo descrito dentro de la Tesis presentada.

Esperamos que lo tratado a continuación, cumpla con su cometido y colabore así a la comprensión de los fenómenos de la comunicación masiva, don-

de estamos inmersos todos y cada uno de los miembros de la sociedad, sin fetichismo ni rivalización, sino con un espíritu crítico que disminuya la magnitud de sus efectos y las consecuencias que conjuntamente acarrea. Nuestras afirmaciones podrán tener o no validez dentro de algún tiempo, siempre y cuando sean refutadas convenientemente, en vías de novedosas aportaciones al trabajo intelectual, en el difícil campo de las Ciencias Sociales, mientras: lo escrito, escrito está y no hay quien lo borre.

Queremos hacer patente nuestra confianza en que el pensamiento democrático y justo se impondrá algún día al poder ideológico, impositivo y sometedor que ahora conocemos, por medio de la acción y la razón. Con ese espíritu, forjaremos las condiciones necesarias y objetivas para la transformación histórica y urgente que requiere nuestra realidad que hoy se observa cruel y aniquilante en las más elementales expresiones naturales del individuo. Nuestro intento para tal fin, está plasmado en lo que a continuación se presenta.

/Santiago expresó sus mal infundadas conclusiones/

"¡Tú no quieres al hombre con el que vives! ¡Déjalo! ¡Ven conmigo! ¡Trae a tu hijo! Si lo que quieres es que firmemos papeles civiles ¡Lo haré! Siéntate y escúchame".

(Capricho 929)

CAPITULO I

Y ENTONCES COMENZO TODO

1.1 ¿Dónde estoy, de dónde vengo?

Los fenómenos más destacados de nuestra actual cultura de masas se han ido conformando por medio de una serie de transformaciones: algunas veces benéficas; otras marcadamente nocivas para quienes nos vemos inmersos en ellos. En principio tendríamos que señalar la invención distintos medios que, como la radio y la TV, dieron pie a un gran número de actitudes dentro de la llamada comunicación masiva. En los inicios de estos adelantos tecnológicos, se creyó estar dentro de una nueva era de desarrollo en dicho campo; sin embargo, con el tiempo, la sociedad se fue dando cuenta (bueno algunos de sus miembros) de que estas valiosas aportaciones podían ir más allá del mero entretenimiento y la simple comunicación¹. Fue así como, por ejemplo, actualmente se han desatado fuertes críticas contra la TV por parte de algunos comunicólogos de varios países, aduciéndole efectos perjudiciales para el receptor, por su alta carga de condicionamiento al consumo exacerbado de bienes suntuarios, a la despersonalización individual y al sopor ge-

generalizado de los grandes conglomerados humanos².

Es sabido que a partir de la sustitución del concepto de pueblo por el de masa, allá por la última mitad del siglo XIX³, su destino esta regido por el fetichismo y posteriormente por la moda en el consumo de los artículos que produce y utiliza⁴, lo cual viene a ser reforzado por el empleo, con fines publicitarios, del medio antes mencionado; lo que deviene en las acusaciones aludidas, porque dicho sea de paso, hay algunos pecados mayores que se le atribuyen⁵, pero que no son temas a tratar dentro de este trabajo, por lo que sólo se mencionan.

Por eso, en estos momentos, el estudio de los fenómenos de tal índole, desembocará en el análisis de los recursos empleados en este ámbito para el establecimiento del clásico circuito de comunicación-habla (emisor-mensaje-receptor) que, de antemano sabemos, estará condicionado por ciertas características que conllevan a la consecución de un efecto mortífero conta la libre expresión del pensamiento razonado e individual y que acertadamente señala Castilla del Pino: "...la comunicación -en forma de comunicación parcial o distorsionada- compone el rasgo característico de nuestra actual conducta. Habría que hablar de cosas que antes no se podía o no se sabía decir. En este sentido, por bajo(sic) de la comunicación de lo trivial, de lo baladí, existe un amplio -el más amplio- sector del hombre del que no se habla porque no se puede o no se sabe decir"⁶. Esto es, nos encontramos solos, frente al bombardeo constante de aquello que los "comunicadores" (¿Raúl Velasco?) proponen como cultura, recreación o educación, a través de los mensajes que emiten. O mentiríamos en el caso que origina es-

ta investigación, si aseguramos que con ese mismo carácter, la fotonovela ha formado el sentimentalismo de varias generaciones que en cada frase, dada la oportunidad, creen desahogar en el mismo tono que el ídolo; su amor, su lujuria:

- Mi amor te quiero...

- Yo te amo

Además de que, como afirma Carlos Monsiváis: "...se ha convertido en elemento preferencial de las sociedades (por así llamarlas) subdesarrolladas, sustituto vehemente del comic, gran oportunidad de las emociones a trasma- no (descártese el sufrimiento)"⁷.

Otro aspecto: necesariamente ya no será útil retroceder a la apología de los fenómenos antes descritos, sólo nos baste apuntar lo que al respecto dice Juan Beneyto: "Una definición sintética de comunicación multitudinaria nos presenta tal forma como mecanismo en el cual los mensajes son transmitidos públicamente por instrumentos técnicamente configurados para hacer llegar los mensajes de modo indirecto y unilateral a un público anónimo"⁸. Así pues, ante esa masa silenciosa e inerte a causa de lo que se le "informa", algunos pensadores como Herbert Marcuse, han llegado a formular aseveraciones intrincadamente relacionadas con el mismo proceso de estaticidad social, que incluyen algunos factores que coadyuvan a acrecentar el problema, con otro tipo de repercusiones. Advierte: "...el aparato productivo tiende a hacerse totalitario en el grado que determina no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las necesidades y aspiraciones individuales. De este modo se borra la oposición entre la existencia privada y pública..."⁹.

Quizás también ideólogos como Carlos Marx ya presentían estos acontecimientos, pero dada la época que le tocó vivir a éste, no calculó la magnitud con que se presentarían; es por eso que no se ha conformado una bien cimentada teoría marxista de la comunicación y tan sólo se tienen algunos indicios en la actualidad. Por lo tanto, al hacer una comparación entre aquellas condiciones y las presentes, tendrá que realizarse un balance para utilizar, de forma adecuada, los elementos teóricos necesarios y aplicables a la pretendida investigación y así, obtener datos precisos que nos eviten caer en el error tautológico de descubrir los problemas y no resolverlos, sino tan sólo enunciarlos.

Es por eso que quien se atreva a sumergirse en la lectura del presente trabajo, se encontrará frente a una gama de diversas teorías y métodos de estudio que pareciera convertirse en mera enunciación de autores y datos, sin embargo, esto servirá para localizar aquellos resultados que interesan en este estudio: desentrañar cuál es el secreto que guarda, para comunicar, un medio de comunicación masiva como la fotonovela; sus implicaciones retóricas e ilustrativas y todo lo que de ello devenga.

Algunas conclusiones preliminares que se pueden establecer de todo lo anterior y que apoyarán el subsecuente desarrollo de los posteriores capítulos son las siguientes:

1. Los medios de comunicación masiva, más que una innovación tecnológica para el mejoramiento de la existencia del hombre, se han convertido en divulgadores del fetichismo y la moda en el consumo de los artículos que necesita o cree necesitar la sociedad.

2. Como su alcance es enorme, su intencionalidad está dirigida por in-

terese ajenos a su prístina función de comunicar, y lo malo no está en el medio mismo sino en quien lo maneja.

3. La fotonovela se convierte, así, en uno de estos casos a los que, por las características que presenta en la conformación de su mensaje, debe tenerse atención en cuanto a la manera y recursos que emplea para la transmisión del mismo y consecuentemente los efectos que tal acción produce.

4. Todo lo anterior repercute de forma palpable en el único receptor generalizado y uniforme: la sociedad y provoca distintos fenómenos, tales como: el consumo excesivo y suntuario de bienes materiales, la inamovilidad social, la despersonalización, despolitización y masificación del individuo.

5. Todo análisis de la comunicación de masas, debe contemplar el auxilio de diferentes teorías metodológicas, que se desarrollen a la par de los cambios que se susciten en este campo, para una mejor comprensión de los resultados que se obtengan y su injerencia práctica en la realidad observada.

1.2 De aquí a la variedad

Con los anteriores datos se puede hacer ya un acercamiento a nuestro problema aludido, sin temor de enfrentar al gigante y que nos corra de su jardín o a un enemigo desconocido; pues ya se sabe que su presencia dentro del ámbito de la ecología de la comunicación¹⁰ entraña, más que un volumen de ventas elevado, un punto neurálgico de la realidad sociocultural que nos rodea.

Industria del corazón y la esperanza, la producción de este discurso icónico-lingüístico, se ha relegado en importancia frente a sus parientes electrónicos como la radio y la TV, debido a la creencia de que los efec-

tos del primero son nimios en el adormecimiento de la conducta razonadora de quien los consume en comparación con los últimos. Sin embargo, y es justificado porque apareció primero, se le ha prestado mayor atención a un género precursor de la fotonovela: el comic. Esto obliga a pensar que frente al rating de una emisión radiofónica o transmisión televisiva, existen descubrimientos de efectos de composición estructural que hacen de la conjugación de imagen y palabra, un verdadero semillero de efectos que van más allá de la observación y entretenimiento. Quizás el maestro más idóneo que nos pueda guiar por este camino, sea Román Gubern, quien ha dedicado muchos de sus trabajos al estudio de los problemas de la comunicación masiva, gran parte de ellos enfocados al análisis del género mencionado; donde ha revisado de punta a punta todos y cada uno de los atavíos pertinentes a su mensaje. Esto no quiere decir que se citará, recitará o deletreará, pues no es el propósito de este apartado, ya que en su momento, los recursos que podamos tomar prestados de él y se apliquen al estudio de la fotonovela, serán explicados y utilizados, amplia y adecuadamente sin ocultar el mérito de su origen.

Lo que aquí importa, es dejar claro que el caso delimitado no nació por obra y gracia del interés comercial del consorcio que produce la fotonovela, sino que tuvo que pasar mucho tiempo para que a alguien se le ocurriera invertirlo. Es necesario señalar que el antecedente más remoto que consideramos como precursor, está en aquella tira cómica que se publicó en una viñeta de tres cuartos de página en el año de 1896 y que se titulaba "Yellow Kid"¹¹. A partir de entonces la propagación de esta nueva modalidad da pie

para que los grandes imperios periodísticos, existentes en ese entonces, promocionen esta novedad y llenen el espacio de sus diarios con las mejores manifestaciones dentro de esta modalidad.

Antes de proseguir con este apareamiento de dos géneros afines (*comic/ fotonovela*) debe explicarse cual es el motivo que los emparenta. En principio, la segunda es copia fiel del primero en la mayoría de sus elementos estructurales, pero con algunas variantes en su composición, que los transforma diametralmente, en dos géneros distintos. A continuación se mencionan algunos ejemplos de lo anteriormente enunciado; no se piense que lo dicho en ellos es todo lo que de la fotonovela queremos saber o podemos deducir. En el transcurso de este trabajo se hará un análisis más exhaustivo; por lo pronto y en vías de que el lector tenga algunos antecedentes de lo que descubrirá en los próximos capítulos, he aquí algunos avances:

ANALOGIAS ENTRE LA FOTONOVELA Y EL COMIC:

a) Román Gubern define al comic como: "...una estructura narrativa formada por la secuencia de pictogramas, en los cuales pueden integrarse elementos de escritura fonética"¹². En este sentido, la fotonovela no adolece de lo afirmado.

b) La utilización de viñetas que contienen elementos complementarios (globos, onomatopeyas, metáforas visualizadas, etc.) para la conformación del discurso, se presenta en los dos géneros.

c) La forma de lectura: izquierda/derecha y de arriba/abajo para ambos es idéntica.

DIFERENCIAS:

a) Mientras que en el comic, las viñetas se nutren de la caricatura, que permite al dibujante recrear escenas de forma más rica y visualmente agradables (balloms que demuestran el estado psicológico del personaje, gesticulaciones que significan por sí mismas) en la fotonovela tales recursos se ven minimizados a la observación de la cámara fija, que origina la monótona acumulación de fotografías y más fotografías.

b) El comic ha dado diferentes proyecciones de creación he incluso ha creado personajes-mito, pues se puede "constatar la 'estabilidad' de su representación, basada en la permanencia de ciertos signos esenciales, que les individualizan fuertemente y les hacen fácilmente reconocibles al lector"¹³, sin embargo la fotonovela sólo se ha encargado de ser reducto de temas repetitivos, personajes estereotipados y efímeros, donde el ídolo ha visto proyectada su aureola de popularidad y su presencia no trasciende.

Leído lo anterior, sólo queda por hacer algunas reflexiones que conduzcan a delimitar bien el objetivo de nuestro estudio. La fotonovela implica demasiadas cuestiones de análisis que, a fin de cuentas, confluyen en un mismo cauce: un medio de comunicación masiva con un código determinado. Por tanto, al saber cuáles son sus antecedentes, se pisa el terreno buscado y que se explicará en otro apartado.

1.3 Y entonces naciste tú...

Los orígenes de la fotonovela se remiten a Italia en el año de 1947, a partir de la cinenovela, que era el argumento de una película de éxito resumida, ala que se le dio el nombre de fumetti, porque comenzaba a utilizar los globos en sus diálogos¹⁴. De ahí, la misma idea se trasladó a otros

países, con lo cual comenzó su peregrinar por el mundo. Sin embargo, podemos jactarnos de que en nuestro país, cinco años antes del nacimiento oficial de la fotonovela, ya Ramón Valdiosera había dado a conocer Pókar de Ases¹⁵, fotodrama estelarizado por los ídolos cinematográficos del momento y al año siguiente, José G. Cruz habría realizado, con la revolucionaria técnica del fotomontaje, VENTARRON (sic)¹⁶. Aún así, con estas primeras incursiones propias en el género, podemos decir que la fotonovela italiana ingresó a México en la década de los 60's: *Novelas de Amor* (1963), *Rutas de pasión* (1965), *Ilusión* (1966)¹⁷.

Es innegable que al inundarse el mercado mexicano de este nuevo material de lectura, comienzan a aparecer acontecimientos preocupantes como los que señala Armand Mattelart: "En la perspectiva del mensaje fotonovelesco y del circuito de comunicación que da lugar, se trata de dos hechos revestidos de peculiar importancia. La impugnación de roles adscritos por el statu-quo a la feminidad y a la juventud —que dichas mentalidades propalancorre el riesgo de contaminar dos grupos sociales estratégicos para la revista, puesto que constituyen su auditorio base, a saber, el público femenino y juvenil"¹⁸. ¿Será esto una reacción apaciguadora al movimiento juvenil de 1968?¹⁹

Cuántas veces el propio autor de esta Tesis tuvo que conformarse con la rápida lectura clandestina de las historias ahí descritas, sin saber que es necesario imbuirse abierta y francamente en el medio para desmitificarlo y tratar de entenderlo plenamente. Ahora bien, no es la satanización que se ha hecho de la fotonovela lo que lleva a despreciarla como objeto de in-

vestigación para los superintelectuales, sino su carisma superfluo de materia cultural y de lectura. Sin embargo, al enfrentarse a ella, se descubre lo más importante e interesante de su mensaje: todo el aparato industrial, de enajenación y de explotación de la conciencia que se esconde detrás de él.

Sin ir más lejos, cuántos analfabetas funcionales se crean a partir de este tipo de lectura, que no sobrepasan un número determinado y reducido de vocablos, además de que la adquisición de una fotonovela es más fácil, en comparación con la de un libro; la primera, es una diversión; el segundo, una tortura y un lujo para estos consumidores. Y es que en momentos de crisis económica, donde lo más importante es la obtención de medios para sobrevivir, esta última opción de entretenimiento se aleja cada vez más de las personas que quisieran "cultivarse", entonces se prefiere lo más accesible y barato, sin fijarse en la calidad de lo que se lee.

Podemos afirmar que la aparición de la fotonovela crea, no sólo un medio de comunicación masiva más, sino también un ente "cultural" que por bastante tiempo delimitará los gustos y predilecciones de malgastar el tiempo libre de amas de casa, estudiantes, obreros, jovencitas, profesionistas, intelectuales desinhibidos, etc. (Bueno casi todos nos aferramos a ella)

Que cuántas son, dónde habitan; dejamos el hecho para que el lector lo juzgue por cuenta propia, debido a que cada día se agregan más y más soldados al ejército avasallante de este medio. No estiramos nuestros cálculos, quizás exageremos, pero lo cierto es que periódicamente aumenta, en forma alarmante, el número de títulos publicados, con o sin licencia de litud.

1.4 El género que llegó para quedarse.

Después de observar la forma en que se fue implantando este novedoso medio de comunicación masiva, se deben analizar las características que contiene y a la par los fenómenos que desata ya que, no sólo el contenido icónico-lingüístico es el que preocuparía a los investigadores en un momento determinado, sino también: "...diremos que la estructura tecnológica de una revista de fotonovelas es un factor ineludible de inducción al sopor. La incidencia del principio del determinismo sensorial jugaría en desmedro de las tentativas de promoción. Al hipersolicitar al receptor en una dimensión sensorial y psíquica unilineal, la permanencia, la fijeza, la repetición sempiterna -disfrazada de irrisoria variedad- de esta iconografía grisácea, tétrica, no logran sino propiciar la narcosis y hacer del sujeto lector el esclavo de las sollicitaciones del mensaje"²⁰.

Por tanto, su permanencia entre las demás especies de medios de comunicación masiva es preocupante. Lógicamente no arremeteremos en contra de los puestos de periódicos que las venden, ni se las arrebatemos a los expendios que las alquilan o cambian, mucho menos atentaremos contra la integridad de la industria que las produce. Tan sólo debemos reflexionar que quien maneja los consorcios de la inconciencia tiene bien determinado su objetivo, como apunta Wilbur Schram: "El proceso es el mismo, independientemente de que las señales sean transmitidas por medio de una onda de televisión o cuchicheadas por un joven al oído de su amada. El medio de comunicación colectivo, es simplemente un comunicador en el que la relación de entrada y salida es muy grande [...] Más aún, el medio de masas es una organización de comunicación, un grupo de personas preparadas y organizadas por así decirlo, con una sola voz para exhibir una personalidad corporativa"²¹.

Entonces: argumentistas, actores, impresores, fotógrafos, etc., conforman ese pequeño conglomerado que es el número tantos de tal fotonovela. Así el lector tendrá en sus manos un MANUAL DE COMO INTERPRETAR LA REALIDAD SIN ENFRENTARLA, conjuntándose las valiosas aportaciones que Gutenberg y Niepce legaron a la humanidad.

Ahora bien, en México se cuenta con un sinnúmero de publicaciones de este tipo, en algunas de las cuales se hace alarde: PROHIBIDA SU VENTA FUERA DE LA REPUBLICA MEXICANA (¿Seremos privilegiados o es que nadie quiere que se enteren, en el exterior, de lo que nutrimos nuestra cultura interna?). Amenaza cruenta para quienes quisiéramos exportar tan relucientes zig-zagueos melodramáticos que devienen entre Romeo y Julieta y La Celestina pero descontextualizados de sus bien ataviadas conjeturas amorosas y por ende, disfrazadas de mensaje moral, a todo el mundo.

Se tiene la certeza de que existe un reglamento de publicaciones que sólo se conoce en la imprenta, pues de su aplicación sólo se tienen pocas respuestas²². ¡Cómo es posible permitir una gran cantidad de ataques a la virtud de los lectores de las fotonovelas, presentes en sus dos modalidades (Roja y Rosa), durante tanto tiempo, sin que las autoridades correspondientes se inmuten! Véase: hace poco se inició un juicio contra algunas fotonovelas de la calaña de Valle de Lágrimas, por considerarlas pornográficas, después de que ya llevan demasiado tiempo en circulación, sin embargo, eso no es lo criticable sino la parcialidad con que se procede, ya que debiera aplicarse con el mismo rigor a cualquier publicación similar. sin importar de qué color es su contenido; porque en el caso de la fotonovela ro-

sa se olvida verificar ¿su ingenuidad?, debido a que bajo una reluciente máscara de inocencia se atenta gravemente contra la integridad intelectual de los lectores, que piensan: que es más grave una pose libidinosa de la fotonovela Roja en comparación con la idiotización a que son sometidos, mediante un melodrama soporífero. Tal vez, intereses ajenos a la honestidad propagan la obsolescencia del susodicho reglamento, con el único fin de no dejar de percibir una entrada fiscal por concepto de impuestos para las arcas de la Nación, ¿o de algún funcionario? Dado todo lo anterior, que no se extrañe ningún respetable mentor si en plena cátedra sorprende ahí, agazapada y silencioso en medio del libro de texto, el ejemplar de una fotonovela.

1.5 Lo que la cultura nos (1)negó.

Si entendemos que: "Una auténtica cultura popular, construida sobre el aumento del tiempo libre debe brotar orgánicamente de la propia gente y expresar sus valores, aspiraciones, y prácticas; no sería una cultura fabricada por profesionales para un anónimo mercado masivo"²³. Entonces ¡ay de ella!, la fotonovela se presenta fatídicamente contraria a este principio, pues el realismo que pregona se convierte en arma de dos filos para el ingenuo lector. De los males, ella contiene los peores:

1. "Sadismo y masoquismo confieren a la fotonovela una vaga contextura patológica o un cariz pseudofreudiano. La intriga ratifica de buenas a primeras las aberraciones del psiquismo merced a las cuales redunda su efecto patético"²⁴.

2. "Sin recato, la fotonovela se adhiere al proyecto machista para las masas. En términos generales, esto quiere decir visión sexista, que infe-

rrioriza a la mujer y la condena a la perpetua pasividad"²⁵.

3. "El mensaje fotonovelístico es mucho más obvio y alambicado, abyecto y ejemplarizante, inocuo y cruento, narcótico y explosivo de lo que suele pensarse (las raras ocasiones en que el pensamiento se digna (mal) tratar una materia tenida por vil). La fotonovela prospera y se bifurca por senderos diversos del corazón. Rebasa las henchidas fronteras de la Prensa Femenina para sentar sus reales en la (pseudo) Cuestión Social"²⁶.

Y bien, este pregonero y alienante alivio que otorga saber algunas de las virtudes (¿o defectos?) de la fotonovela, propician, por mera curiosidad, lidiar con las adjetivaciones y formas de definición que utiliza este discurso de lo que quiere aprenda el lector y memorice, gracias a la preferencia que sabe, tendrá asegurada semanalmente. Y así se define aquí:

- El Amor: "Dicha tan sentida cosa, volvió a besarla y ella contuvo un suspiro de alivio". (Capricho 859)

- La moral: "Y sí... Bailar, fumar, tomar la copa y algo más que se veía venir, parecía la sustancia de la vida. Al menos para Edgar". (Capricho 920)

- La Reivindicación: "No era ninguna tonta y se había preparado para eso y más". (Capricho 932)

Lo dicho: pensar, sentir, sufrir y hablar por medio del ídolo. Se entiende entonces que la fotonovela enseñe la forma en que deben cultivar todos y cada uno de los sentimientos y anhelos del ser humano y la frase adecuada para el momento de expresarlos.

No será extraño que en algún día no muy lejano, se lamente la pérdida del número que se presentará rimbobantemente en la próxima semana. He aquí la autoexaltación suma:

¿Has soñado alguna vez con ser protagonista de
una bonita historia de amor?

CAPRICHIO²⁷

ERES MI IDOLO

título de nuestra próxima fotonovela seriada:
en la que

FLOR Y ADAN

Sólo con su juventud y gran deseo de vivir,
logran salir adelante

(QUERUBIN)

El reparto garantiza,
un galanazo de aquellos
y de la chica ni se diga

Pero como para que eso suceda falta todavía mucho tiempo, lo invitamos
a no perderse ninguna minucia de esta apasionante investigación.

CONTINUARA...

N O T A S

INTRODUCCION

1. Para utilizar este término, nos hemos apegado a la definición hecha por Barthes en Elementos de Semiología, Alberto Corazón Editor (México, 1977), p. 20.
2. Román Gubern, Comunicación y cultura de masas, EDICIONS 62 S/A, (Barcelona, 1977), p. 20.
3. Véase el esquema planteado por Román Gubern para comprender la realidad de la Industria Cultural en España, que es aplicable a cualquier sociedad donde prevalezca este mismo fenómeno, por lo que no necesita replantearse o complementarse un punto de vista donde coincidimos sin ninguna discrepancia. Román Gubern, op. cit., pp. 298-300.
4. Seguimos el razonamiento de Barthes para otorgarles tal calidad a estas dos instancias presentes en la fotonovela. R. Barthes, op. cit., 33-36

CAPITULO I

1. Consúltense al respecto las siguientes obras, para comprender lo afirmado: Jean Cazaneuve, El hombre telespectador, Gustavo Gilli, (Barcelona, 1977); Raúl Cremoux, Televisión o prisión electrónica, Fondo de Cultura Económica, (México, 1974); Autores varios, Ideología y Medios de Comunicación, Amorrorto, (Buenos Aires, 1973).
2. Véase: Furio Colombo, Televisión: la realidad como espectáculo, Gustavo Gilli, (Barcelona, 1976); G. Cohen-Seát y P. Fourgeyrolas, La influencia del radio y la televisión, Fondo de Cultura Económica, (México, 1977); J. Ma. Rodríguez Méndez, Los teleadictos, Editorial LAIA, (México, 1973).
3. A. Swingewood, El mito de la cultura de masas, Premia Editora, (México, 1981), pp. 15-22.
4. Jean Baudrillard desarrolló la teoría correspondiente, emparentada con nuestro caso citado, consúltense sus interesantes obras: Crítica a la economía política del signo (1972) y El sistema de los objetos (1981), Editorial Siglo XXI, (México).
5. Recientemente se editó un trabajo donde se analizan tales características, refiriéndose al caso del consorcio que es dueño de la comunicación televisiva en México. Consúltese: Raúl Trejo Delarbre, Televisa, quinto poder, Claves latinoamericanas, (México, 1985).
6. C. Castilla del Pino, La incomunicación, Ediciones Península, (Barcelona, 1981), p. 14.
7. Véase Diálogo, Revista del Banco BCH, No. 11, p. 18.
8. J. Beneyto, conocimiento de la información, Alianza Editorial, (Madrid, 1973), p. 16.
9. H. Marcuse, El hombre unidimensional, Joaquín Mortiz, (México, 1968), p. 17.
10. La definición del término está citada en Daniel Prieto Castillo: "es la ciencia, en desarrollo: de las relaciones e interacciones que exis-

- ten entre las diferentes especies de actividades de comunicación en el seno de un conjunto social distribuido en un territorio: ciudad, estado, globo terrestre...", Retórica y manipulación masiva, (México, 1979), p. 99.
11. Román Gubern ha descrito la apología de este personaje y de otras manifestaciones del comic en El lenguaje de los comics, Ediciones Península, (Barcelona, 1979), pp. 29-34.
 12. Román Gubern, op. cit., p. 109.
 13. Ibidem, p. 134.
 14. Fernando Curriel, Fotonovela Rosa, Fotonovela Roja, UNAM, Cuadernos de humanidades, No. 9, (México, 1980), p. 24.
 15. Fernando Curriel, op. cit., p. 31.
 16. Ibidem, p. 31.
 17. Ibidem, p. 31. Sólo se cambió el orden de las fechas de aparición, de acuerdo a su cronología, lo que no se hizo en el original.
 18. M. Mattelart, La cultura de la opresión femenina, Ediciones Era S. A., (México, 1982), p. 128.
 19. Esta observación es recurrente, debido a que hasta ese momento se nos ocurrió pensar en tal relación que creímos se pudo dar. No estamos en disposición de juzgar a nadie, pero el lector o los interesados en la comprobación de la veracidad o no de esta paradoja, pueden comenzar a checar la bibliografía amplia y sería que circula por ahí al respecto. Recomendamos como iniciación: Elena Poniatowska, La noche de Tlatelolco, Ediciones Era, S. A., (México, 1979). No es flojera intelectual ¡Claro! que nos interesa este punto que tocamos, tal vez después se profundice. Por ahora sólo lo destacamos.
 20. M. Mattelart, op. cit., p. 166.
 21. Wilbur Schram, La ciencia de la comunicación humana, Editorial Grijalbo S. A., (México, 1982), p. 10.
 22. Aludimos al problema suscitado con revistas sometidas a juicio por voir algunas disposiciones en el reglamento que rige su publicación. En el Apéndice I de este trabajo se explica ampliamente el asunto.
 23. A. Swingewood, op. cit., p. 130.
 24. M. Mattelart, op. cit., p. 107.
 25. Véase Diálogo, Revista del Banco BCH, No. 11, p. 19.
 26. Fernando Curriel, op. cit., p. 100.
 27. El título de la fotonovela, originalmente está escrito con letras minúsculas, sin embargo, transformamos su forma habitual para evitar confusiones gramaticales.

"Cerré los ojos y me besó. Después yo le correspondí,
y fue el momento más bello de mi vida".

(Adriana en Capricho 860)

"Adán se adelantó unos pasos y, antes de entrar a la
sala, volvieron a besarse para brindar por algo que
sólo a ellos concernía...".

(Capricho 861)

CAPITULO II

DE LA PROFUNDIDAD DEL MENSAJE

2.1 ¿Cres que soy mala?

Expresión latente y práctica del susodicho material que aquí preocupa, se ha hecho líneas atrás, con el fin de dotarnos de una guía conducente al reconocimiento de los orígenes de esta implementación icónico-lingüística de que hemos sido provistos, para nuestra conveniente educación y expresión de los sentimientos, sin desechar la actitud burda o el obsoleto enternecimiento que nos pudiera invadir al saber que una sufrida mujer no logra ver colmados de dicha sus desvelos o el matrimonio ideal no lleva a feliz término la vida amorosa de los protagonistas.

No existe, sin embargo, ningún argumento válido que de un momento a otro pudiera esgrimirse para derrumbar el monstruoso imperio de esa industria por demás preponderante (de Novedades Editores S. A., a la cual pertenece nuestro material de estudio, un cálculo estimativo en el año de 1984,

revela que la producción de cuatro fotonovelas fue de 1 millón 370 mil ejemplares a la semana, ¡imagínese!). Lo permitido en este caso de ahogamiento y hostigamiento económico-¿cultural?, será: enjuiciar sin ánimo de herir susceptibilidades de consumidores y productores, la acción de estos últimos. No sólo como un atentado contra el intelecto y a-las-sensaciones-más-intimas del ser humano, sino también como una manifestación de lo que se pretende inculcar al individuo mañosamente que de antemano sabemos, preferirá este tipo de mensajes a otros, para mitigar el tiempo no empleado en la fábrica, en el hogar, en la oficina, en el aula o intrínsecamente para desarrollar su exacerbado analfabetismo funcional.

Determinadas relaciones de producción que conllevan sus propias condiciones políticas, económicas y sociales se han conjuntado para hacer posible la existencia de la fotonovela, en nuestro entorno, como un medio masivo de comunicación. Su marco de referencia está bien delimitado, dado que su aceptación se contempla asegurada, debido a la capacidad que, a base de condicionamiento, ha adquirido el auditorio para deglutir y descifrar fácilmente el código que aquella encierra, pues pregona que atañe directamente a "casos de la vida real", que se muestran reiteradamente para que pueda vivirlas a través del ídolo y permitir la permanencia del discurso mediante la indiscriminada demanda semanal de este producto de "primera oscuridad de la rutina".

Además, el propósito del emisor se conforma bajo estrictas reglas que en ningún momento (como ya se dijo), alteran la normalidad del orden o cuestionan el statu quo. Son naturales, cotidianas. Por eso Mattelart afir-

ma: "Al parecer, la realidad bajo cuya caución se emite el mensaje fotonovelesco no se entiende como tal sino en relación con los efectos perseguidos. Lo real es real sólo en la medida que satisface a características de hiperemocionalidad. 'Hacer auténtico' se entiende en un nivel de paroxismo impuesto por el género. Lo verosímil referencial de la fotonovela lo es siempre con respecto a las supuestas expectativas del público. No puede pretender la prensa pseudoamorosa satisfacer la verosimilitud cuando el referente es de orden sociológico"¹.

Por lo tanto, no se observa ninguna perspectiva que aliente el espíritu de un cambio drástico e intelectual dentro de la fotonovela por parte de sus productores. Parece ser que seguirá existiendo sin inmutarse ante el devenir histórico del hombre y la sociedad; además continuará ciñéndose a los patrones de conducta que le dieron origen y oportunidad de invadir el campo de los media, de forma tan sutil, que cualquier serie de televisión o emisión radiofónica podrá competir en el rating que se observa en su consumo, además de patentar un sistema de relaciones sociales que tautológicamente, la auspician. Vuelvo a citar a Mattelart: "Las revistas de fotonovelas experimentan aquel efecto de demostración de manera mucho más paulatina y parcial: la dialéctica emisor-receptor está, por ende, condicionada por el respeto a la segregación de expectativas, y determina la fijación de registros expresivos paralelos: versión formal de la relación dominante-dominada en el ámbito de las solicitudes estéticas"².

Quizás en estos primeros pasos de la investigación, el aguzado lector haya desistido de continuar con el desciframiento, argumentando que lo es-

crito hasta ahora, en ningún momento lo dota de nuevos conocimientos en la materia tratada, pues de forma empírica y sin tanto embrollo se puede llegar a las mismas conclusiones. Sin embargo, no hay que abusar de dicha confianza, ya que se pretende emitir opiniones que preparen el campo para internarse en, llamémosle así: la otra cara de la portada. O si no, podría usted decirme: ¿Cuál es el motivo que nos ha movido, alguna vez al menos, a no resistir la tentación de entretenernos con este discurso?, o descubrir: ¿Por qué es un fenómeno de la cultura de masas?.

¡No! No se trata de obligarle a una disertación aparte, pero sí a un seguimiento coherente de lo que aquí se relata. Tampoco se pierda ningún capítulo.

Prosigo: ya casi para terminar este punto, nos podemos percatar de que el tan conocido circuito de la comunicación, adquiere, en la fotonovela, características propias de los llamados mass media. No es necesario hacer un recuento de ellas, pues debe tenerse en cuenta que la mencionada intencionalidad del emisor se ha descrito líneas arriba y la decodificación del receptor se puede medir por el número de ejemplares vendidos cada semana. En el plano mercantil, no se trata de una competencia con productos similares. La ganancia que se obtenga será reconfortante para las empresas que avalan su aparición y sobre todo, la garantía de una aceptable retroalimentación. Desde un principio se sabe que: "Los métodos y las actitudes de los negocios capitalistas se han establecido en el mismo centro de las comunicaciones. Estas dependen cada vez más del dinero que proporciona la publicidad, lo cual conduce a una política de alcanzar un público numeroso lo más rá-

pidamente posible (...) Todos los fines fundamentales de la comunicación -lograr que se comparta la experiencia humana- pueden subordinarse a este impulso de vender"³.

Hata aquí se tienen algunos hechos que muestran el lado oscuro de la fotonovela, con lo cual proseguiremos hasta donde el cerebro nos alcance, porque aún no termina todo; queda por descubrir cuál es la causa de que esas grisáceas imágenes invadan voluntariamente nuestra intimidad, al grado de consumirlas afanosamente y complementar una colección de más y más ejemplares.

Lo que se puede decir al respecto, deviene en afirmaciones repetitivas, pues lo expresado anteriormente nos muestra algunas de las respuestas buscadas. Solo faltaría agregar, con ánimo de delimitar el perfil del mensaje fotonovelesco, que éste corrobora los mismos defectos que en los demás medios de comunicación masiva: existe un proceso que hace irreal el entorno social propio del receptor; así como una marcada tendencia a banalizar cada tema tratado, lo que provoca una pasividad en la discusión o cuestionamiento ante lo narrado, confiriéndole al lector una actitud de indiferencia aprehensiva ante la decodificación y una enajenación tal, que tergiversa lo que pudiera pensar acerca del momento histórico que vive. Porque, afirma Mattelart: "También urge desenmascarar el proceso enajenante que desata la fotonovela al borrar el carácter dialéctico de la realidad social para sustituirle por una ficción armoniosa. Veremos que en este plano también está obligada a incurrir en contradicciones al tener que trasponer la realidad efectiva, la que vive el auditorio, y eso pudiendo ata-

jo a los sueños hiperbólicos de movilidad social que se esmera en fomentar"⁴. Esto es, esa realidad se presenta inerte y desprovista de toda contradicción que pudiera suscitarse dentro de su seno y sobre todo en la mexican way of life.

Establecido todo lo anterior, penetremos en esa imbricada estructura del código fotonovelesco para desenredar su madeja significativa y así saber cuál es el encanto que provoca todos los fenómenos que ya se anotaron, entonces podremos valorar el poder que realmente tiene y hasta dónde puede llegar en sus alcances. Descompondremos, pues, su código en dos elementos principalmente: imagen y palabra (signos icónicos y lingüísticos) para estudiarlos por separado y conocer sus debilidades cuando se desamparan uno del otro; una vez analizados de esa forma, volverán a conjuntarse para career los defectos de ambos en la conformación que habitualmente los unifica para elaborar el discurso.

2.2 El lenguaje no es como lo ilustran

¿Qué valor estético contiene la fotografía fotonovelera? ¿Cuál es su trascendencia como "documento social"? ¿Merece algún estudio formal este signo icónico? ¿Cuál es su rango comunicacional y de emotividad? Estas son algunas de las interrogantes que en este apartado se tratarán de resolver, a fin de sopesar el grado de representatividad de lo "real" de que se ufana este medio de comunicación colectiva; o en todo caso, su calidad de signo icónico signifiante, para comprender su impacto (si lo tiene) en el lector o su insalvable existencia o no dentro del discurso. Para ello se recurre a los diferentes opiniones de quienes ya han hecho incursiones en esos estu-

dios; lo que servirá para formarse un criterio propio al respecto y formular algunas opiniones acertadas.

Comencemos: cuenta Roland Barthes, la impresión que le causaron las fotografías de una exposición, que pretendían mostrar el horror de la guerra: "Frente a ellas estamos como desposeídos de nuestro juicio: alguien se ha estremecido, alguien ha reflexionado por nosotros, alguien ha juzgado por nosotros; el fotógrafo no nos ha dejado nada, salvo un simple derecho de aceptación intelectual"⁵. Si este sentimiento le ha producido al observar imágenes que los autores de las mismas pretendieron fueran realmente expresivas, imaginémosnos cuál será la reacción frente a los íconos estáticos y burdos de la fotonovela; donde lo que menos importa es el aspecto técnico, pero que, por sí solas, no representan nada más, de lo que se les atribuye en el momento de ser elaboradas. Se vuelven obsoletas cuando carecen de un texto de anclaje, lo que conduce a pensar que el empedernido lector de esa conjunción icónico-lingüística, se le ha acondicionado para aceptar tal y como se le presentan las viñetas, sin temor a equivocarse en la interpretación de ellas en cada historia leída. No es necesario que este consumidor se fije en minucias de calidad y estilo, pues el código fotonovelerero es bien claro en su finalidad. No deja margen para hacer observaciones que desmantelen esas irregularidades. La continua presencia de lo ahí fotografiado sólo es un pretexto para practicar el aprendizaje adquirido a costa del consumo regular de este amaterial (una fotografía por más absurda e hilárica que parezca no disminuye el sentimentalismo o la candidez de los personajes). Así: "Naturalmente este tipo de asincronías no perturban al lector, salvo que su aberración sea excesiva, en virtud del aprendizaje del código de la lee-

tura, acorde con la tradición occidental, según la cual la izquierda espacial significa antes, como la derecha significa después⁶.

Piénsese que, aunque las imágenes de la fotonovela muchas veces tratan de (re)presentar las escenas descritas en cada viñeta de acuerdo al texto que las acompaña, al hacer una abstracción de las mismas y fuera de su contexto, se puede observar literalmente la ridiculización de las actitudes. Remito al lector a la siguiente imagen:



860-14

¿Listo? Lógicamente no se puede imaginar cuál será el posible diálogo que sostendrán tan expresivos personajes. Pregunta: ¿El niño le dice al joven que lo ama?, o ¿se queja de la enfermera lo cachondée tan libre y abiertamente?

Nooooo, por favor, de ninguna manera. He aquí lo que se pretende representar:

/CUANDO LLEGAMOS AL HOSPITAL LA ENFEREMERA TUVO QUE DESPRENDER A NABU DE MI CUELLO, A VIVA FUERZA/

Soliloquio del niño: "¡No quiero! ¡No quiero! ¡Suéltame!

Imagínese querido lector, la aberración cometida y el impropio hecho realidad. Quizá se olvidaron de dotar a la imagen de otros recursos que nos ayudaran a descifrar esta viñeta (reitero: burda y obsoleta). O esta otra:



Error: ni alzó la cortina ni creemos que tenga un tercer ojo en la parte trasera de la cabeza, mucho menos que lo pegado(sic) haya sido un grito de terror.

Ufff... sin comentario...

No, no es ninguna amenaza, hasta ahora, estos atques tan desgarradores y petulantes, son sólo el principio. Sigamos:

Ante tales muestras de incoherencia, esto se convierte en un problema

semiológico, que Román Gubern señala al analizar el comic y como nuestro género en investigación debe su paternidad y fusil a él, podemos aplicar los mismos parámetros de estudio de la fotonovela. A la letra dice que el carácter de este problema: "...se refiere a la contradicción lingüística entre la temporalidad del diálogo y la congelada instantaneidad de la expresión icónica (y más precisamente 'gestual'). Esta contradicción obliga al dibujante (en el comic y al fotógrafo en la fotonovela) a elegir en cada representación el momento gestual más significativo de sus personajes. Pero aún así, le resulta imposible evitar en muchos casos una 'asincronía' entre la gestualidad estética y la expresión del discurso verbal". Nótese el error tan garrafal cometido en la siguiente viñeta que presentamos al lector:



Obsérvese: a) no hay ninguna tetera, b) no chifla(sic), c) en ningún momento la aludida Beatriz hace el intento de apagar la estufa(sic). Sugiérole que interpretemos esta escena, de la siguiente manera para apegarse a una realidad más exacta:

/BEATRIZ PROBABA EL GUIISO QUE ELLA MISMA HABIA PREPARADO Y QUE IRREME-
DIABLEMENTE SE TENDRIA QUE COMER/

Y escrito así, el parlamento del personaje refuerza una sugerencia pa-
radójica: ¿En dónde estará la felicidad?

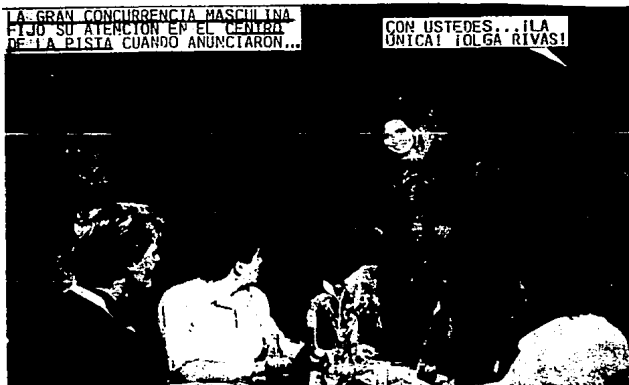
Se supone que no en las habilidades culinarias de Beatriz⁸.

Ya basta ino?

La verdad sea dicha, para poder hacer una lectura semiótica de la fo-
tografía fotonovelesca, quizá sea necesario sólo un intento, puesto que las
diferentes opiniones respecto a la existencia o no de posibles signos icó-
nicos, aún no han llegado a común acuerdo. En este caso, para situarnos en
un plano general de lo que aquí nos interesa, nadie más idóneo que Umberto
Eco, semiólogo que en la mayoría de sus trabajos de investigación ha estu-
diado los fenómenos de la comunicación de masas desde su particular punto
de vista, donde abarca incluso aquello que se refiere a la iconicidad pre-
sente en ellos. Nos señala entonces: "Podemos hablar de CODIGO ICONICO co-
mo el sistema que hace corresponder a un sistema de vehículos gráficos, uni-
dades perceptivas y culturales codificadas o bien unidades pertinentes de
un sistema semántico que depende de una codificación precedente a la expe-
riencia perceptiva"⁹. Lógicamente no hay una aseveración cataegórica res-
pecto a la existencia o no de ese CODIGO ICONICO, lo que hace pensar, que
se instituye dado que muestra estructuras reconocibles para el código del
receptor, lo que le permite, a este último, intrepetarlo de la manera como
mejor le plazca. Además como hemos visto, la costumbre induce a la acepta-
ción y la fotografía en la fotonovela no tiene ningún rasgo extraño o fuera
de lo común para quien la mira. Con tales afirmaciones, en nuestro caso,

no se pueden categorizar signos icónicos que signifiquen unos más que otros. Por lo tanto, no podemos tener un léxico sobre el cual se pudiera trabajar, como si fuera una unidad lingüística. Sobre todo, en esos cuadros que describen las lágrimas y el colapso del ídolo.

Sólo queda decir, que cuando el lector percibe una denotación de una acción descrita en determinada viñeta, su atención queda centrada en lo que que observa y se le describe, no más



Como se puede apreciar, los subrayados atañen a una realidad inexistente, por más que se le busquen varias formas al cuadro:

10. Falta una onomatopoyía donde se demuestre asombro ante tal lindura que se tiene delante (vgr. AHHHHHHH!).

20. Quizá los argumentistas toman muy en serio aquello de que más de dos es multitud, o el antro (suponemos nightclub) es tan exclusivo que con

tres personas ya se tienen todos los lugares ocupados.

30. De veras que no sabemos si es falta de imaginación por parte nuestra, pero lo único que vemos es un cuarto con adornos y (nótese bien) un micrófono que nadie utiliza (ni siquiera la cantante?). Tal vez (¡oh poca fantasía!) es un desfile de modas y la bella sólo luce su bien delineada figura.

Todas estas conjeturas que se hacen, no las realiza el consumidor consetudinario de fotonovelas, no se pregunta por qué tantas anomalías contra su integridad intelectual, simplemente: lee y pasa a la siguiente viñeta. PUF...

Por lo tanto no cambiará su punto de vista ni podrá darle otra interpretación que no sea la delimitada por la secuencia. Se debe remedar, incluso, el punto de vista silencioso e inerte de la cámara. Escribe Eco: "En definitiva (...) nos vemos obligados a considerar a los llamados 'signos' icónicos como (a) TEXTOS VISUALES que (b) no son ANALIZABLES ULTERIORMENTE ni en signos ni en figuras.

"Que un llamado signo icónico sea un texto icónico queda probado por el hecho de que su equivalente verbal no es una palabra, sino en el mejor de los casos, un acto de referencia, un acto de habla. (...) Fuera de contexto, los 'signos icónicos' no son signos verdaderamente; como no están codificados ni (como hemos visto) se asemejan a nada, resulta difícil comprender prender por qué significan. Y, sin embargo, significan. Así pues, hay razones para apensar que un TEXTO ICONICO, más que algo que dependa del código, es algo que INSTITUYE UN CODIGO"¹⁰.

Aunque quizá ya lo hemos hecho páginas atrás, proseguiremos con recurrir al mencionado hecho para ilustrar la última aseveración:

LA ESTREPITOSA MÚSICA LA ACOMPAÑÓ
EN SUS ESTILIZADOS MOVIMIENTOS Y
AL NO DOMINAR A LA CONCURRENCIA,
OPTO POR LA AGRESIVIDAD RÍTMICA.



Descontextualizando la imagen de la acción que le dio origen tenemos:

Se ve a cinco personas; 4 de ellas observan hacia un punto determinado, mientras, una muchacha parece ejercitarse físicamente (por la prenda que viste y la actitud empleada). No podemos encontrar directamente ninguna connotación, pues la imagen es muy convincente. Sin embargo, dejando atrás la supuesta verdadera causa que ha hecho posible la viñeta, puede decirse que: la muchachita que ¿baila?, está haciendo su examen final de Educación Física en una escuela exclusiva para señoritas y quienes la observan candorosamente, son los respetados maestros que la aprobarán o no.

Con lo anterior hemos realizado la constitución de un código, a partir de la escena que pretendía mostrarnos cierta actitud. Todo ello ha desembocado en el ejemplo que anotamos. De ahí la inutilidad de la fotografía fo-

tonovelesca. ¿Alguna duda?

Indiscutiblemente, el problema neurálgico de una posible clasificación de este signo icónico es preocupante. En el presente trabajo, la fotografía viene a posarse como uno de los elementos que, quizá mediante su análisis, pudiera ofrecernos alguna orientación y así descifrar el código fotonovelesco real, de forma escueta y directa, lo cual es imposible, pues se presenta el problema que señala acertadamente Roland Barthes: "...es inclasificable por el hecho de que no hay razón para marcar una de sus circunstancias en concreto; quizá quisiera convertirse en tan grande, segura y noble como signo, lo cual le permitiría acceder a la dignidad de una lengua; pero para que haya signo es necesario que haya marca; privadas de un principio de marcado, las fotos son signos que no cuajan, que se cortan como la leche. Sea lo que sea lo que ella ofrezca a la vista y sea cual sea la manera empleada, una foto siempre es invisible; no es ella ¿quien vemos?"¹¹.

Todo lo anterior está complicando el problema, debido a que, como se observa, será necesario dirigir el estudio de los signos icónicos, de tal forma que los datos obtenidos sirvan en la medida de lo correcto para obtener conclusiones precisas que hagan posible el entendimiento claro de lo analizado hasta ahora. Sin embargo, dicho cometido se torna difícil al darnos cuenta de que en la fotonovela, las imágenes quedan minimizadas por la falta de textos lingüísticos que justifiquen su existencia. Pero tal parece que esto nos otorga una pista para comenzar a dudar de la validez de la existencia de dichas imágenes, cuando lo que podría hacer, a reserva de soportar los destrozos de la sintaxis y lo que devenga de ello, sería la im-

presión de diálogos y demás recursos en un cuadernillo de 10 o 15 páginas, (empresa un tanto difícil para los argumentistas); ya que a resumidas cuentas las fotografías sólo persiguen la proyección del ídolo y sus absurdas gesticulaciones. Dice Umberto Eco: "Así, pues, aún cuando parecen existir, las figuras icónicas no corresponden a los fenómenos porque no tienen ningún valor de oposición fijo dentro del sistema. Su valor de oposición no depende del sistema, sino como un máximo del contexto. Por tanto nos encontramos ante una masa de 'idiolectos'¹², algunos de ellos reconocibles por todos, algunos por muy pocos; las variantes libres superan a los rasgos pertinentes y viceversa, según los contextos y las circunstancias. Así que los signos icónicos, en caso de que existan, duran el espacio de una mañana"¹³.

Aunque se haya afirmado lo anterior, no podemos ser ajenos a un elemento práctico que, quiérase o no, debe tomarse en cuenta, tal vez como un antecedente que influirá en la evaluación final de nuestra investigación. Por lo tanto, benévolamente le adjudicaremos una justificación piadosa a la fotografía fotonovelesca, para no desechar un elemento imprescindible de este discurso. Dado el trato indiscriminado que este medio hace del melodrama y la literatura del corazón, es necesario congelar la representación del sentimiento, de tal forma que el lector aprenda como expresarlo, mediante el abuso desenfrenado de dicho recurso:

(véase la siguiente ilustración)



Con lo que estaríamos de acuerdo y no reprocharíamos la rémora visual: "...representar icónicamente al objeto significa transcribir mediante artificios gráficos (o de otra clase) las propiedades culturales que se le atribuyen. Una cultura al definir sus objetos, recurre a algunos CODIGOS DE RECONOCIMIENTO que identifican rasgos pertinentes y caracterizadores del contenido. Por tanto, un CODIGO DE REPRESENTACION ICONICA establece qué artificios gráficos corresponden a los rasgos del contenido o a los elementos pertinentes establecidos por los códigos de reconocimiento"¹⁴.

Ya en este plan, debemos deslindar responsabilidades, esto quiere decir, que lo aseverado anteriormente sólo se ha hecho bajo el auspicio de nuestro trabajo, pero reconocemos que existen ensayos sobre otra aprecia--

ción más seria sobre la fotografía¹⁵, lo cual alabamos con gran admiración y ofrecemos nuestro respeto a quienes han situado a otro nivel de apreciación la calidad técnica y artística de ésta. Incluso Roland Barthes, deja atrás sus principios semiológicos teóricos y reconoce que: "No, la fotografía que distingo de las otras y que me gusta no tiene nada del punto seductor que se balancea ante los ojos (...) es más bien una agitación interior, una fiesta, o también una actividad, la presión de lo indecible que quiere ser dicho (...) me parecía que la palabra más adecuada para designar (provisionalmente) la atracción que determinadas fotos ejercen sobre mí era aventura. Tal foto me adviene, tal otra no"¹⁶.

Para dar por zanjada la cuestión del análisis de la imagen en la fotonovela, terminaremos este apartado con algunas reflexiones que surgen después de todo lo antes expuesto:

1) La existencia de la iconicidad en la fotonovela, depende para su interpretación del auspicio del texto que la acompaña en cada viñeta; si él, las poses adoptadas por el actor resultan absurdas, caricaturescas.

2) Las convencionalidades del mensaje, otorgan una estaticidad irremediable a la fotografía fotonovelesca. No se presenta la realidad espacio-temporal, dado que la misma se encuentra sujeta a los condicionamientos requeridos formal y técnicamente en ese momento por el fotógrafo, para cubrir las necesidades del argumento.

3) El análisis semiológico recae sobre las aberraciones que en algunos momentos se dejan entrever: el texto no coincide con la imagen o viceversa, la pobreza visual de la viñeta; que olvida enfatizar con los recursos propios del género, las actitudes hiláricas del ídolo o de plano la monotonía

de una misma escenografía para realizar la historia.

4) No puede existir ninguna crítica técnica o artística hacia este tipo de fotografía, pues su presencia reiterativa le omite cualquier valor como documento social o de creatividad. Esto es, sólo se le otorga el carácter efímero del momento en que fue realizada.

Con estos antecedentes, amable lector, sólo hemos pretendido ahondar un poco más en la situación que guarda la imagen en la fotonovela. Por el momento, dejamos a su juicio cualquier anotación, observación o sugerencia al presente. Reconocemos que se tendrá que hacer un trabajo más sesudo para comprobar la validez o no de las opiniones emitidas aquí, por lo que se advierte que no se pretendió agotar el tema; sólo, establecer indicios.

Ahora bien, con lo que hemos aprendido acerca de la fotografía fotonovelsca; ¿Podremos descubrir las tretas que depara esta intrépida forma de comunicación? ¿Quién tiene la respuesta? No se pierda nuestro próximo apartado.

AUGH...

2.3 Escribo luego entiendo

Pues bien amigo lector, nuevamente aparecemos para su deleite y consecuente entretenimiento, en esta interesante aventura que, sin remedio, hemos comenzado. Esperamos contar con su amable atención en los siguientes capítulos que devengan de nuestras incursiones en el apasionante mundo de la condolidada, vapuleada y hasta ahora incomprendida fotonovela.

Prosigamos: en el apartado anterior hemos referido el análisis del sig-

no icónico, de donde se han obtenido algunas conclusiones que lo hacen más comprensible con sus deficiencias de significación. Queda por hacer lo propio con el texto lingüístico que lo acompaña, para descubrir su comportamiento cuando el segundo queda desamparado del primero, es decir, cuando la palabra se descontextualiza de la imagen.

Sí, aquí se acude al ataque escueto en contra del recurso verbal, de donde se desprenderán algunas observaciones que muestren la calidad lingüística de esta instancia dentro del discurso fotonovelero. No por obra y gracia de nuestro denostado punto devastador, sino al amparo del propio hecho y, para de una vez por todas, otorgarle el lugar que le corresponde entre una lengua muy elaboradora o tan sólo balbuceos.

Por una parte señalábamos párrafos atrás: que de ninguna manera el ícono de cada viñeta explicitaba lo dicho en el texto correspondiente. Para constatar de nuevo lo anteriormente dicho y comprobado, remito al lector a la secuencia de la siguiente página, con el fin de que elabore sus propias conjeturas, a partir del subrayado hecho y observando la imagen propuesta.

¿Ya? Entonces imaginemos, lo que sucederá al olvidar este recurso visual y tratar de elaborar el discurso signifiante a costa de los textos que señalan la continuidad entre viñeta y viñeta y los diálogos de los personajes que surgen inesperadamente para el supuesto seguimiento formal de la lectura. Para este caso tomemos como ejemplo la secuencia de tres viñetas:

VIÑETA 1:

/BLANCA LE RECLAMO CARIÑOSA/

Ella: Sé que has venido varias veces y no pasas a saludarme.

El: Perdona, es que siempre vengo de prisa.

VIÑETA 2:

El: Pero, ¿Qué te parece si comemos juntos? Iba a hacerlo sólo, ando de "soltero" .

Ella: Por mí, encantada.

VIÑETA 3:

/¿COMO IBA A DESPRECIARLO SI DE ESO PRECISAMENTE PEDIA SU LIMOSNA? SE SINTIO FELIZ DE QUE LA VIERAN ENTRAR AL RESTAURANTE DE LA COMPAÑIA. ESTABA DESENADO DAR DE QUE HABLAR (sic)/

Así, con tales aberraciones lingüísticas, se presentan los textos que generalmente quieren narrar una situación o historia. Nos guardamos las críticas correspondientes, que el lector y nosotros pudiéramos hacer, para más adelante. Sigamos con otro caso. Aquí olvidamos anotar la enumeración ordenada de las viñetas, a fin de comprobar lo incogruente de su estructura como lenguaje organizado:

/RUTH MANEJABA CUIDADOSAMENTE SU COCHE, MIENTRAS SE DIRIGIA A SU CASA./

Ella: (piensa) De mi casa al trabajo y del trabajo a casa... Que tediosa rutina...

/ERA UNA MUJER DE CERCA DE TREINTA AÑOS QUE HABIA DEJADO TRANSCURRIR SU VIDA ENTRE LAS OBLIGACIONES HOGAREÑAS./

Ella: (piensa) ¡Pero... Qué podía hacer, alguien tenía que tomar las



riendas de la casa.

/SU PADRE LOS HABIA ABANDONADO Y ELLA HABIA TOMADO A SU CARGO EL HOGAR, SIENDO SU HERMANA MENOR SU DOLOR DE CABEZA./

Ella: (piensa) ella no agradece mis sacrificios, es una escuincla rebelde y contestona...

Como puede observarse, la pretendida continuidad se convierte en una reiteración abrumadora con todas las características que notó el lector. Piénsese en lo siguiente: es un hecho que a través de un texto se conforma un determinado código, que trata de que el receptor lo decodifique claramente. En nuestro caso, este proceso se lleva a cabo de la siguiente forma:

a) El texto se establece y no se puede ir más allá de lo denotado por él.

b) Se presenta escueto, queriendo decir, valga la redundancia, lo que quiere decir, no más.

c) Su posible categorización y duración lingüística, será la del momento en que aparece en cada viñeta (quizá es ahí donde adquiere por única vez, valor significativo) a lo largo de la historia narrada.

d) Una situación es explicada y vuelta a explicar, a fin de no dejar duda de lo que se debe entender:

/TAL VEZ EN ESE MOMENTO BLANCA NO COMPRENDIO LA GRANDEZA DEL SENTIMIENTO QUE HABIA RECHAZADO. PERO QUIZA ALGUN DIA SE DARIA CUENTA DE QUE LA DICHA ESTABA ALLI, EN EL AMOR NOBLE DE ESTEBAN./

No, no podemos deshacer tan pregonado cuadro. ¿Para que violentar esta composición tan ad hoc, para un final feliz? De ahí proviene la utili-

zación que de la lengua¹⁷ hace la fotonovela en los momentos precisos que ella determina por medio de tal o cual actitud:

-DESCONSUELO: Se desahogó porque tenía que hacerlo. No podía callar-- se la pena.

-INOCENCIA: Fue atento, gentil, correctísimo, hasta el momento en que la dejó en la puerta de su casa, sin haberle tocado un sólo cabello.

-AMOR: Dicha tan sentida cosa, volvió a abrazarla y ella contuvo un suspiro de alivio.

-REALIZACION: ...Y ya estando en el puesto deseado, habré logrado todos mis sueños; poder, riqueza...¹⁸

Por tanto, ante la presentación reiterativa y petulante del texto, no estamos en condiciones de ir más allá de las consideraciones que se le puedan hacer de acuerdo a la forma de emitir este tipo de mensaje, pues encierra un grado muy alto de dificultad para someterlo a un análisis semiótico, que no se presenta en otros sistemas de significación que: "...como el alimentario pueden aún, al menos de manera parcial responder a una diáléctica como esta (análisis semiótico); pero, en los demás sistemas semiológicos, la 'lengua' es elaborada no por la 'masa hablante', sino por un grupo de decisión. Se trata, nos dice Barthes de lenguas fabricadas, de 'logotécnica'. El usuario sigue estos lenguajes, inserta en ellos mensajes ('hablas'), pero no interviene en la elaboración de sus 'lenguas'. Tales hablas son de hecho grandes secuencias significantes, ya organizadas sintagmáticamente. Estas unidades, que Prieto llamará semas¹⁹, són más grandes y complejas que el signo y el monema: equivalen a enunciados completos y no resultan descomponibles en unidades más pequeñas, en signos"²⁰.

Ahora el problema ha tocado sus extremos: ¿es analizable el texto lingüístico fotonovelero de forma semiológica?, o en su defecto: ¿Cuál es método más apropiado para realizar dicho análisis?. En el interesante trabajo "La Estructura Ausente" de Umberto Eco, se hacen investigaciones de mensajes retóricos, contenidos en los anuncios publicitarios principalmente. Esto conduce a asociar diferentes connotaciones con las simples frases escritas, que refuerzan lo que se publicita; además se descubre la verdadera intención del vendedor, que ofrece, más que un producto, todo un sistema de alusiones ideológicas²².

Este proceso de estudio lamentablemente no puede llevarse a cabo en el texto fotonovelero, pues como vimos anteriormente, este se presenta: escueto, directo, sin vacilaciones. Lo que demuestra la dificultad de enfrentarnos a este sistema de significación de forma apropiada, para desentrañar los secretos que, sin embargo, no guarda.

Por ejemplo, en el trabajo RULFO Y BARTES análisis de un cuento de Joaquín Sánchez Mcgregor²³, donde se llega a óptimos resultados en el campo de la semiótica en un estudio similar al que aquí nos ocupa, cabe destacar que éstos se obtuvieron debido al estilo narrativo (discurso) empleado por el autor en su obra; ya que dada la complejidad, se tuvieron elementos y posibilidades de elaborar un análisis serio y formal. Característica que no pasa ni por un lado en la lengua utilizada en la fotonovela. Sin embargo, para saldar deudas intelectuales, podemos tener ese enfrentamiento de la siguiente forma:

Como señalábamos anteriormente, las observaciones a primera vista son:

reiteración abrumadora, denotación (re)marcada, decodificación inequívoca; que hacen del recurso lingüístico de la fotonovela un elemento que a pesar de sus virtudes y defectos significa, (me refiero a virtudes porque sin él las imágenes se tornan incomprensibles: y defectos, por los ataques que realiza contra la buena sintaxis y escritura).

Entonces entendamos que: para unos (los más), es identificación, cordura, verdadera realidad, escape cotidiano, palabras y acciones precisas; para otros (los menos), irregularidad temporal, alteración suma de la realidad vivida, error, banalidad extrema, desenfreno sintáctico, reflejo de la incredulidad del sentimiento, etcétera.

Para los primeros se argumentará que la constante información sobre los mismos temas y conceptos, provoca que su código no exija más allá de lo que se propone y por tanto colme con tales elogios a lo que lee. Además, en el plano sociológico: "El *stablishment*, el sistema institucionalizado, procurará así defender sus intereses y valores, combatiendo las alteraciones del lenguaje que subvierten su tabla de significaciones y criterios de repartición de los bienes sociales"²⁴. Leamos:

- Nos casamos por complacer a nuestros padres
- Entonces yo me he enamorado muchas veces
- Tenía 16 años y lo mejor de mi vida se me estaba pasando sin novio
- Gracias pero prefiero la bici, una pobretona siempre se "sala" cada que se mete a una nave de ricos.

Por tanto no será fortuito encontrar títulos tales como: "A los 17 años", "Obsesionada por tí", "La liberación", "Sacrificio", "Nademás es

hoy", Besos de sabores", "Renacerá el amaor", etc. Ahorremosle la sarta de sandeces anotadas en cada ejemplar, pues el lector tendrá un enfretamiento con el contenido de uno de ellos; aquí sólo le prevenimos de lo que le depara el futuro dentro de esta investigación. Medítese entonces: no se puede dislocar el discurso para allanar sus grietas y derrumbarlo, pues ahí está inamovible, en boca del ídolo y vaticinado pomposamente por la publicidad que se autocomplace en reiterarlo:

"La responsabilidad del hombre
que su madre amaba, lo condujo
al conflicto de escoger entre su
padraastro y su padre. El dolor
de perder a quien más quería,
lo ubicó cruelmente en la
realidad..."

"Lazos de
sangre"
con GERARDO KLEIN,
PAOLA MORELI y
la actuación especial de
SERGIO MURGUIA.

En el caso de los segundos, donde nos sentimos aludidos, la situación se presenta azarosa y hostigante, pues queremos sacar agua de una piedra y esta permanece seca. Sí, el texto fotonovelero nos predispone a no ahondar

en sus repercusiones por lo que resta de la investigación. Por tanto, quisiéramos hacer una exhortación a los argumentistas para encauzar por mejores vías de creación e invetiva, los recursos de que ahora disponen en forma avasallante. Lo cual nos daría pie para una disertación más amplia, en trabajos posteriores que se refieran al campo de la semiótica.

Momento... aún no terminamos de hablar los segundos: creemos que para mitigar la impaciencia y el compromiso intelectual adquirido que adoptamos en este apartado, debemos dejar clara nuestra posición respecto al lenguaje utilizado por la fotonovela, por lo que nos vemos obligados a declarar lo siguiente:

1. Que es bien visto que la fotonovela no instituye ningún mito en comparación con los comics, por lo cual, el peso que pudiera tener la presencia y lo que dice tal personaje estilizado y conocido, se pierde en la efímera historia que aparece en el capítulo semanal.

2. Ante tal carencia, los personajes (ídolos del momento) son perennes y todo lo que realizan en la filmación (sic) del capítulo desaparece con la misma fugacidad que ella.

3. Que tal lenguaje, es adaptado para el momento preciso en que debe decirse y no otro. Lo que deba significar, que lo signifique.

4. Sólo existe, sí y solo sí, la empresa editorrial se propone imprimirlo junto con la fotografía satirizada de sus protagonistas.

Piénsese, si no, lo dicho por boca de aparición:

- Aelette Pacheco (BEATRIZ): Gracias a tu fuerza de espíritu, gracias a tu inteligencia... a eso da gracias.

- Sergio Goyri (FRED): ¡No, Elizabeth, apártate de mi camino... eres

como la serpiente del paraíso, incitándome al mal!

- Roxy Rock (ADRIANA); ¿De qué le hablaré? ¿De la contaminación, un partido de futbol o de sexo?

- Francisco Alvarez (ADRIAN): Ella es vampira, sale de noche y de día duerme.

Para finalizar este apartado, debemos seguir insistiendo en lo que opinamos los segundos y no advierten los primeros: "Nos acostumbramos a determinados periódicos y programas y a menudo, al cabo de un tiempo, llegamos a dar por supuesto su contenido típico. Un cierto grado de familiaridad con un determinado periódico o programa es naturalmente necesario, si es lo que ha de ofrecernos ha de llegarnos con facilidad. Pero, desde luego esto trae consigo el peligro, al acostumbrarse a la manera de ver el mundo que encarna nuestro periódico o programa favorito"²⁵.

Y bien, podemos agregar que la narración verbal en la fotonovela se lleva a cabo, no de forma continua (impedimento para el análisis semiótico), sino por una sucesión de enunciados más o menos coherentes, pero sin la continuidad justa y conceptual de un lenguaje complejamente elaborado:

/EN LA CASA DE LOS MENDOZA VIVIAN CUATRO ADOLESCENTES, PERO LA MAS ALEGRE ERA LA MADRE DE LOS CHICOS (sic)./

Madre: ¡Adivinen lo que conseguí hoy, este día día sensacional! (sic)

/SONRIERON CONTAGIADOS (sic) POR SU ENTUSIASMO/

Adolescente 1: Un trabajo seguro de ocho horas diarias y un salario cada quincena.

Adolescente 2: Le pegaste al premio mayor de la lotería

Adolescente 3: Te encontraste a un desesperado y loco que te ofreció matrimonio.

Nótese los bárbaros dislocamientos y la incompreensión total, que no le otorgan a este lenguaje escrito el valor mínimo para significar, porque: "Por un lado, en el discurso, las palabras contraen entre sí, en virtud de su encadenamiento, relaciones fundadas sobre el caracter lineal de la lengua, que excluye la posibilidad de pronunciar dos elementos a la vez (...) Estos se alinean uno detrás de otros en la cadena del habla. Estas combinaciones que tienen por soporte la extensión pueden ser llamadas sintagmas. El sintagma se compone de dos o más unidades consecutivas (...) Situado en un sintagma, un término adquiere su valor sólo porque se opone al que precede o al que sigue, o a los dos"²⁶. Hecha esta aseveración es bueno preguntarse cómo se comportan los sintagmas en el lenguaje de la fotonovela? Primeramente se debe tomar en cuenta que aquí, éstos no se componen de una sola palabra, sino de grandes enunciados que en el contexto del mensaje parece que significan, pero traspuestos a un plano donde se les enfrente letra a letra, resultan con muy poco valor lingüístico, primitivos, pedantes y hasta chocantes: por querer pecar de populares en su composición,²⁷ léase:

"Esa noche no hubo nadie más feliz y más orgullosa que Blanca al entrar en la discoteca con Rogelio, sentía que era el blanco de las miradas femeninas. Se acomodaron en una mesa, y luego de tomar una copa se levantaron a bailar, Creía estar soñando al sentirse rodeada por sus brazos (sic). Pero el gozo se fue pronto al pozo. La tierra se hundía bajo sus pies, cuando vio aproximarse a Raquel, bellísima, fascinadora:

monía de acompañamiento en los virginales: exquisito y dulce epitalamio de persuasión ablandatoria para juveniles amatorios a quienes las odoríferas antorchas de los paraninfos han escoltado hasta el cuadrupenal proscenio de la comunión connubial"²⁹. La imagen no puede ser más convincente: el tomándola de la mano y ella perdida en el éxtasis, ante el objetivo de la cámara. Sin embargo, el lector de fotonovelas común, se enfrentará a dicho referente lingüístico que lo pondrá en apuros al no comprender lo expresado, sobre todo, si el ídolo que prefiere "se pone a hablar de cosas extrañas". Esto provocaría que tuviera la necesidad de consultar un diccionario o encerrarse en una biblioteca para ampliar su repertorio de vocablos; pero esta opción queda desechada porque: "Si la cultura popular, tal como la estancia un sistema que supervisa y determina representaciones colectivas, puede reconocer en la fotonovela su agente y administrador, es porque reproduce un rasgo característico de esta cultura así definida; la construcción simplista e intolerante"³⁰.

Hija de la cultura de masas, la fotonovela, pues, se torna omnipotente en la educación gregaria y descabellada de los cientos y cientos de personas de ese conjunto amorfo y generalizado que llamamos pueblo. Así, allado de un cuadro de la Virgen de Guadalupe, una TV y un radio, aparece por capricho, unacita de amaor que nos llevará a una fiesta que se transformará en una novela de amor³¹.

Ya para terminar de hablar del asunto que aquí nos preocupa creemos que es necesario quebrarse la cabeza a fin de descubrir el acoplamiento interno de estos signos lingüísticos, ya que su función es bien clara y se

ha tratado de explicar en este apartado. Tomando en cuenta que la fonovela está considerada como un medio de comunicación masiva, sólo podemos agregar junto con Castilla del Pino, una afirmación que resulta aplicable después del análisis de su mensaje, a éste en lo que concierne a su estructura e impacto emotivo en el receptor: "La comunicación efectiva, la posible, es cualquier cosa menos real comunicación. Es, por así decirlo, comunicación aparente, que me es útil en la medida en que con ella muestro mi respeto a la norma y se me acepta en el grupo; más, también, en tanto sólo a través de ella puedo saber del otro de manera tal que la competencia con él sea para mí mas favorable. La comunicación, pues, está al servicio exclusivo de la rivalidad y de la recíproca destrucción del otro, que la posesión de un objeto por ambos disputado entraña inevitablemente"³².

Hasta aquí, querido lector, hemos tratado de internarnos en el código dictado por el medio, sin embargo, esto aún no llega a su fin, pues falta por hacer el estudio de un caso con todas sus implicaciones narrativas y recursos de expresión. Por lo pronto cerremos este apartado, invitando al lector a observar con detenimiento y en todos sus detalles, el siguiente cuadro y sin temor a equivocarse, escriba el posible diálogo que pudieran sostener, en tan avezada posición, nuestros protagonistas. Para tal efecto, el lector cuenta con suficiente espacio para realizar dicha peripecia imaginativa...



2.4 De tí no me puedo fiar...

Nuevamente estamos con usted, amigo lector. En este apartado le presentamos una parca y satanizante historia crítica, intitulada: El Recurso del Código o la Conjunción; única parte.

Protagonistas por orden de apelación:

- Causa del improprio: Fotonovela Rosa
- Estrellas inventadas: Las convenciones del discurso.
- De relleno: El Crítico.

¡No se la pierda!, porque le aseguramos un rato de disertación amplia, amena y demoledora. Eso sí, no llorará.

El principio: desglosamos anteriormente, por una parte, el significado del signo icónico, por otra, el del texto lingüístico, utilizados como recursos de expresión en la fotonovela. Esto condujo a algunas conclusiones que el lector ya habrá decodificado. Sin embargo, falta la parte coyuntural de este estudio. Si se realizó la descontextualización de esos elementos para su comprensión; es necesario saber cuáles son los ligamentos existentes entre imagen y palabra. Dicho eufenísticamente: las relaciones internas de conjunción entre signo icónico y signo lingüístico, su conjugación.

Antecedentes: es característico de los mass media conformar sus propias composiciones del mensaje; así, esta hermanita menor que resulta ser la Fotonovela Rosa, no adolece de los mismos padecimientos que sus congéneres: de tal media, tal formato. Los mismos programas de televisión, las mismas emisiones radiofónicas o las reiterativas secciones de un periódico o

una revista. Esto provoca que los consumidores de dichos mensajes se condicionen a esperar; no la novedad sino el lugar común, lo repetitivo, porque cualquier alteración de la rutina oscilaría entre un bajo rating y una venta menor de ejemplares. (Esto último aplicado a aquellos media que basan su existencia comercial en dichas instancias).

En el caso de la fotonovela, estos factores reiterativos están a la orden del capítulo, por lo tanto se convierte en un código fácilmente deglutible y aceptable, como una señal de tránsito o la convención de una bandera. Esto último, como consecuencia de las características de su mensaje, que provoca un condicionamiento en el empedernido lector, al adoptar la única y posible forma de interpretar el significado latente en ella. Este proceso, aunque parece sencillo, resulta complejo si se toma en cuenta el número de acciones (realizadas inconscientemente realizadas por el lector), - que deben conjuntarse para la interpretación que va más allá del mero miramiento de una página con imágenes. Así pues, Román Gubern señala los pasos o reglas que se llevan a cabo para la lectura del comic y géneros afines, como la fotonovela, su hermana carnal:

"a) lectura de la imagen;

b) conversión de la escritura de los textos en mensaje fonético;

c) integración de los mensajes fonético e icónico para una comprensión global de la viñeta (la recreación psicológica del tiempo representado en la viñeta se produce a través de la extensión de los diálogos, de la acción representada y de su distribución espacial, de acuerdo con la línea de indicatividad);

d) enlace lógico de la viñeta siguiente, a través de nuevas operacio-

nes a), b), c)"³³.

Pero lo importante no es saber cómo se lee este mensaje, mejor visto, el interés a estas alturas de la investigación es poner sobre aviso al lector respecto a los recursos que mañosa, afanosa y deprobablemente aplican a la fotonovela quienes la elaboran. El último adjetivo está adjudicado por la pobreza que al respecto presentó nuestro material analizado: 10 números de la fotonovela Capricho. Nos percatamos de bastantes irregularidades y un monotonismo extremo, a diferencia de las dinámicas posibilidades que ofrecen otras parientes cercanas y el mismo comic en dicho rubro. Esto es, pudimos constatar que nuestro caso referido hace cabriolas fantasmales con los recursos propios que complementan su mensaje. De 10 casos analizados, sólo se encontraron de éstos, los que a continuación se detallan:

Números de fotonovela	Onomatopeyas	Metáforas Vis.	Sonidos inart.
857	1	0	0
858	1	0	0
859	1	0	1
860	0	0	0
861	1	0	0
920	0	0	0
929	0	0	0
930	0	1	0
932	0	0	0
946	0	0	0

Cabe mencionar que el recurso señalado solo se contó por el tipo al cual pertenecía y no las veces que se repitió, ya que hubo casos en que el mismo, se repitió cinco o hasta siete veces.

Lo anterior nos lleva a plantear, no la inutilidad de ellos, sino la falta de creatividad de quienes están inmersos en el mundo de la confección del discurso fotonovelerero (particularmente en el aludido), ya que la desmantelan de su prístina forma de expresión y consolidación como código significativo.

Para que todo esto se comprenda mejor, ofrecemos un análisis de la estructura narrativa presente en la fotonovela, a fin de conjuntar los dos códigos (icónico-lingüístico) y así llegar al análisis de su comportamiento cuando uno pretende complementar al otro. Para eso seguiremos también el método sugerido por Gubern, que distingue unidades dentro del discurso, de la siguiente manera:³⁴

1. Macrounidades significativas (estructura de la publicación adoptada, color, estilemas y grafismos del dibujante [fotografía en nuestro caso]).

2. Unidades significativas (son las viñetas).

3. Microunidades significativas (son todos los elementos que definen la viñeta: encuadre, el ballom o globo, sonidos inarticulados, metáforas visualizadas, onomatopeyas, figuras cinéticas, etc.).

De el análisis de las anteriores unidades, se deriva lo que se denomina montaje, que incluye:

1. Macrounidades de montaje

2. Unidad de montaje

3. Estructuras temporales del montaje

4. Estructuras psicológicas del montaje

El desenlace: es lógico pensar que la fotonovela no contiene todas y cada una de las unidades descubiertas y aplicadas al comic, por lo que mostraremos aquellas que sí se encuentran; primero como ejemplos, después como desaciertos, a fin de sopesar lo apabullante de nuestras aseveraciones respecto a las deficiencias observadas en esta instancia; no sabemos si por desidia o por abreviar la lectura a la mera y escueta imagen, sin más. Entonces comencemos:

1. Macrounidades significativas: en la fotonovela Capricho la fotografía se utiliza como único grafismo con significado; impreso en dos colores, blanco y negro. Su número se determina de acuerdo a las que se necesiten para ilustrar la acción narrada.

2. Unidades significativas: el promedio de viñetas utilizadas en cada fotonovela es de 95, con variantes de cuatro a dos en cada página. Es, por así decirlo y confirmarlo: el alma mater de la fotonovela y su esencia. Como en una obra literaria, se convierten en directrices de los diferentes niveles de emotividad a lo largo de la historia, donde el lector tendrá que pasear la vista si no quiere perderse el interesante final, la pose perfecta y el momento exacto en que el melodrama llega al clímax o simplemente la secuencia que se lee. (ver ilustración de la siguiente página)

UNA VEZ QUE ENTRABA A LA GRAN METROPOLI, EN UN ESTANQUILLO DE JABA, ENCARGADA SU BICICLETA PARA ABORDAR LA PRIMERA ESTACION DEL METRO.

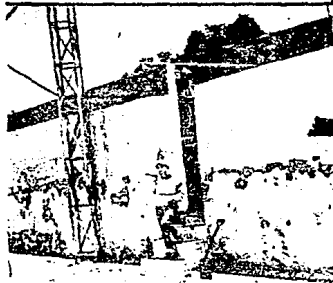
AHI LE ECHA UN OJO A MI NAVE, DON VENANCIO.



AL CRUZAR LA CAPITAL DE NORTE A SUR, SALTA DE LAS ESTACIONES A EMPUJONES Y CORRIENDO A TODA PRISA.



Y EN LA FUNGIDORA, WENDY SE DEDICABA INTEGRAMENTE A SUS EXTRAÑAS LABORES, MAS BIEN PROPIAS DE UN HOMBRE Y NO DE UNA MUJER.



MIENTRAS TRABAJABA, EN SU MENTE TEJIA MAS SUEÑOS DE TRIUNFO EN LOS ESPEJARIOS DE LA DANZA.



ALGUN DIA LA GENTE RECONOCERA MI TALENTO.

Habr  notado el lector, que en el ejemplo presentado no aparecen unas simples viñetas, sino todo un código, que habrá de descifrarse sabiendo lo siguiente:

Que la línea de indicatividad: "...ordena el trayecto de la lectura, según el principio de la izquierda sobre la derecha y de lo superior sobre lo inferior"³⁵, por lo tanto puede observarse esta regla (señalada con una flecha en la ilustración), para no perder la trayectoria coherente de lo narrado. De otra forma, no se sabría cu al es el principio y, consecuentemente, el final de una secuencia.

3. Microunidades significativas: se define al encuadre como una delimitación que "...está referida a dos órdenes de espacios distintos: al de la superficie de papel sobre el que se dibuja o imprime la viñeta y el espacio figurativamente representado por el dibujante. Se trata evidentemente de dos espacios distintos, pero inseparables, porque la representación del segundo (espacio ideal) no puede existir sin el soporte del primero (espacio real)"³⁶. Lo que significó adoptar para el comic y géneros afines, los diferentes tipos de encuadre utilizados en el cine para poder construir cada viñeta. Los principales son:

a) Primer plano: cuando se muestra un detalle particular de la figura como el rostro, una mano, etcétera;



b) plano medio: cuando muestra a un personaje cortado por la cintura;



c) plano tres cuartos: o plano americano, cuando corta al personaje a la altura de las rodillas;



d) plano general: se muestra la figura completa;



Por último, queda por señalar, cuáles son los recursos utilizados para complementar la burda representatividad de la realidad, por parte de la fotonovela, veamos:

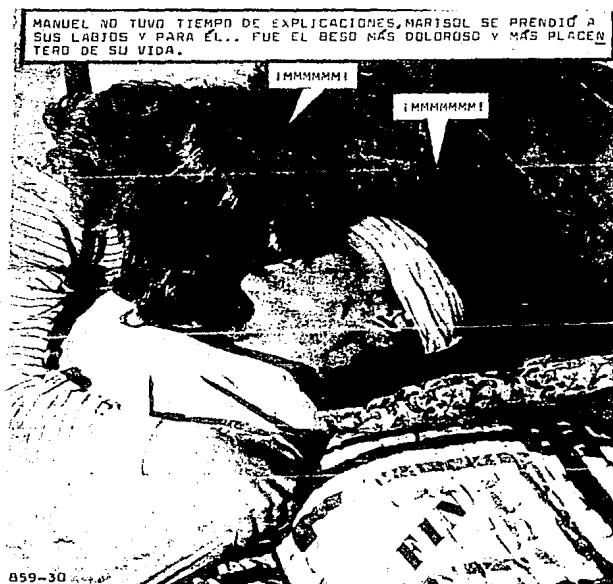
a) El globo o balloom: es el lugar donde se albergan los diálogos pronunciados por el personaje; indicados con una delta invertida para saber su procedencia;



así como sus pensamientos: nótese comola delta se entrecorta para diferenciar éstos últimos, de las palabras articuladas, dichas pues;



b) sonidos inarticulados: que representan el sonido emitido por acciones que en la realidad no lo tienen;



c) metáforas visualizadas: el personaje expresa su estado de ánimo psíquico, puede ser de admiración, interrogación, etcétera;



d) onomatopeya: son fonemas con valor gráfico que sugieren acústicamente al lector el ruido o la acción de una cosa.



Acerca del montaje:

a) Narración lineal: es la progresión de una viñeta tras otra.



Para la consecuente continuidad y mejor entendimiento de las viñetas se utilizan elementos análogos a los del cine, que se denominan racord. En la fotonovela tenemos:

b.1) Apoyaturas: son textos integrados a la viñeta, que cumplen la función de aclarar o explicar su contenido;



b.2) anclaje: su función es más la de enlazar que la de ofrecer un comentario.



Estructuras temporales y psicológicas del montaje:

c.1) Flash back: evocación del pasado;



c.2) flash forward: anticipación al futuro.



El final: pues bien, después de esta carga tétrica, teórica y persuasiva, llegamos al desenlace fatal de esta historia. ¿Quedarán impunes algunas de las atrocidades que contra el lector comete la Fotonovela Rosa y que hoy traemos al escenario? ¿El Crítico le hará caer en sus brazos destructores? o ¿Se enamorarán uno de la otra a fin de no herirse suceptiblemente?.

No esperamos continuación: lo que del medio al medio y lo de la teoría a la expurgación. He aquí este clásico y trágico desenlace de fotonovela:

Crítico comenzaba a sospechar que Fotonovela Rosa (a) Capricho, le engañaba, ocultándole algunos de sus defectos. Inesperadamente los fue descubriendo poco a poco y la vida entre ellos se tornó desesperante. Un día Crítico le dijo de golpe y porrazo:

- Mientes. Tus palabras son falsas. Me tienes hartos. ¡Cómo es posible que digas cosas que no existen ni en la imaginación!

/Fotonovela Rosa se defendió, arguyendo que sólo de vez en cuando le sucedía tal desgracia, pero Crítico le refuto todos y cada uno de sus argumentos. Entonces de las palabras pasaron a los hechos./

Como Crítico (entre nos) es un buen amigo mío, me mostró la manzana de la discordia y yo estuve de acuerdo con la actitud observada por él.

Véase:



LA FRASE GIRABA
EN SU MENTE
CON TORTURANTE
INSISTENCIA:
"VAN A CASARSE"
¡ROGELIO Y RA-
QUEL, VAN A
CASARSE!"

SIN SALUDAR, SE FUE DERECHO A SU
CUARTO, AHOGADA EN LLANTO DE
DOLOR Y RABIA.

¡Y YO MISMA LOS PRESENTÉ! ¡EN
MALA HORA VOLVÍ A ENCONTRARME
CON RAQUEL DESPUÉS DE TANTOS
AÑOS!



¿POR QUÉ? ¿POR QUÉ? ¡ÉL DEBÍO
CASARSE CONMIGO, NO CON ELLA!

BLANCA Y RAQUEL
SE CONOCIERON
DESDE NIÑAS,
FUERON JUNTAS A
LA ESCUELA. LUEGO
RAQUEL SE MARCHÓ
A LOS ESTADOS
UNIDOS A TERMINAR
SUS ESTUDIOS.



Debo mencionar que cuando Crítico me dio a conocer su problema, tuve el descaro de decirle burlonamente: Verdad que saluda al hombre invisible.

Prosigamos: desde entonces todo le parecía sin sentido, sin razón de ser. En una de esas peleas cotidianas llegó a insultar de aberrante, en extremo, a Fotonovela Rosa (a) Capricho; porque dijo:

- Me engañas con lo que pretendes decirme como verdades únicas e irrefutables, sabes que son puras mentiras. Siempre me ocultas algo.

Otra vez fui partícipe de su sentimiento y me remitió a la causa de su disgusto último:



¡Por las barbas de Carlos Marx! Quédeme perplejo y le hice notar que esos trucos onomatopéyicos eran alevosos, no pertenecían a la personalidad de (a) Capricho.

Con todo esto que le sucedía a Crítico, ya no quiso entender razones y comenzó su etapa destructiva en contra de la delicada personalidad de quien ustedes ya saben. Nunca más supe de él a partir de este último encuentro. Después me escribió, contándome que había roto definitivamente sus rela-

ciones escabrosas con cierta persona non grata y que por el momento permanecería así, hasta que (a) no cambiara de actitud. Adjunto la causa de la separación final, que honrosamente muestro como una forma de homenaje a mi querido amigo Critico:



También transcribo el texto de la misiva: "Como puedes darte cuenta, a últimas fechas Fotonovela Rosa se olvidó de sus encantos que la hacían atractiva. Todo lo que pretendía decirme era una flagrante mentira, carecía de un no-sé-qué, que la convertía en irrisoria y pedante. Concluso: el rompimiento era inevitable.

Critico

Nosotros, por nuestra parte, nos retiramos del presidium, dejando al estimado lector, en la grata compañía de Las Consecuencias que Devengan, a fin de que se prepare para el momento fuerte de esta investigación. Por lo pronto relájese y no deje de leernos en el próximo capítulo.

SNIF...

NOTAS

1. M. Mattelart, op. cit., pp. 110-11.
2. *Ibidem*, p. 68.
3. Raymond Williams, Los medios de comunicación social, Ediciones Península, (Barcelona, 1978), pp. 31-32.
4. M. Mattelart, op. cit., p. 136.
5. Roland Barthes, Mitologías, Siglo XXI Editores, (México, 1981) p. 107.
6. Román Gubern, op. cit., p. 121.
7. *Ibidem*, pp. 119-120. El subrayado es nuestro.
8. Como este error, existen muchos y un trabajo específicamente sobre este asunto, sería harto interesante; por el momento ese no es nuestro objetivo, sin embargo dejamos indicios para que algún día implementemos, sería y formalmente, una investigación que ahora sólo es un proyecto.
9. Umberto Eco, Tratado de Semiótica General, Editorial Lumen, (Barcelona, 1985), p. 348.
10. *Ibidem*, p. 358.
11. Roland Barthes, La cámara lúcida, Gustavo Dilli, (Barcelona, 1982), p. 34.
12. Es el: "...código privado e individual del parlante". Umberto Eco, La estructura ausente, Editorial Lumen, (Barcelona, 1978), p. 166.
13. Umberto Eco, Tratado de Semiótica General, Editorial Lumen, (Barcelona, 1985), p. 357.
14. *Ibidem*, pp. 345-346.
15. Consúltese Otto Stelzer, Arte y Fotografía, Gustavo Gilli, (Barcelona, 1981) y Gisèle Freund, La fotografía como documento social, (Barcelona, 1981).
16. Roland Barthes, La cámara lúcida, Gustavo Gilli, (Barcelona, 1982) pp. 53-54.
17. Nos referimos a la manera en que se entrelazan las frases o enunciados para decir (valga la redundancia) lo que se quiere decir, basándonos en la definición que de la lengua hace Roland Barthes: "es una institución social (...); es la parte social del lenguaje. El individuo no puede, por sí solo, ni crearla, ni modificarlo, puesto que ésta es esencialmente un contrato colectivo, al que tenemos que someternos globalmente si queremos comunicar". Es decir, cada emisor se apropiará de las características que le convengan de ese contrato para elaborar su mensaje y transmitirlo directamente, sin temor a equivocarse en lo que le interesa que decodifiquen. R. Barthes, Elementos de Semiología, Alberto Corazón Editor, (Madrid, 1971), p. 19.
18. Noscribimos los textos tal como aparecen en la narración Fotonovelesca algunas veces quizá los mejoremos (ortográficamente), pero se tratarán de conservar íntegros, como en el original.
19. Prieto decide llamar sema a un signo particular cuyo significado corresponde no a un signo, sino a un enunciado de la lengua". Umberto Eco. Tratado de Semiótica General, Editorial Lumen, (Barcelona, 1985), p. 259.
20. E. Carontini y D. Peraya, Elementos de Semiótica general, Gustavo Gilli (Barcelona, 1979), p. 77.
21. Román Gubern, op. cit., p. 109.

22. En este interesante trabajo, se señalan todos y cada uno de los elementos básicos de la semiótica y su aplicación práctica, que en nuestra investigación no se pretenden estudiar completamente, sino tomar como base. Umberto Eco, La estructura ausente, Editorial Lumen, (Barcelona, 1978).
23. J. Sánchez, Rulfo y Barthes, análisis de un cuento, Editorial Domés, (México, 1982).
24. M. Mattelart, op. cit., p. 167.
25. Raymond Williams, op. cit., p. 35.
26. Ferdinand de Saussure, Curso de lingüística general, Ediciones Nueva, (México, 1982), p. 178.
27. Para una ampliación del tema, consultar: Ducrot y Tzvetan, Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje, Siglo XXI Editores, (México, 1983), pp. 132-35; Umberto Eco, La estructura ausente, Editorial Lumen, (Barcelona, 1978), pp. 264-66; Saussure, op. cit., pp. 175-82.
28. M. Mattelart, op. cit., p. 167.
29. J. Joyce, Ulises, Editorial Bruñera, (Barcelona, 1980), T I. p. 341.
30. M. Mattelart, op. cit., p. 86.
31. Hemos tratado de adaptarnos a una modalidad banal, chocante y hasta infantil, para jugar con algunos títulos de fotonovels y así, sentirnos en mínima parte con los cientos de lectores a los que la teoría abruma y ensordece.
32. C. Castillo del Pino, La incomunicación, Edicions 62, (Córdoba, 1969), p. 44.
33. Román Gubern, op.cit., pp. 176-77.
34. Evitamos explicar en que consiste cada división que hace el autor citado, tan sólo, anotamos lo que en resumidas cuentas se pretende ubicar dentro de cada una de ellas. R. Gubern, op. cit., pp. 105-13.
35. *Ibidem*, op. cit., p. 123.
36. *Ibidem*, op. cit., p. 124.

I N T E R M E Z Z O

(Soliloquio hallado en el subterráneo)

Prescripción médica para soportar las siguientes argucias en torno a la fotonovela:

- Modo de empleo: la fotonovela no es dañina por sí sola. Es recomendable en caso de extrema cotidianeidad crónica y como un mero estimulante, para el abatimiento mental.

- Dosis: la que el tedio le depare: ¿uno, dos ejemplares?. Le recomendamos los que crea necesarios y convenientes. Si persisten las molestias, consulte a su media más cercano.

- Advertencia: el abuso en el consumo de este discurso, puede ser nocivo para la virtud.

RECOMENDACIONES PARA UN MEJOR USO DE ESTE DISCURSO

1. Mezcle bien el contenido icónico-lingüístico, hasta que no haya duda de que lo que se vaya a leer pueda resultar risible y hasta abominable.

2. Agregue disposición de unos breves minutos de su tiempo, que serán los necesarios para desglosar el contenido negruzco de este mensaje.

3. Después de cinco minutos de consumido este producto, reflexione si no hubiera sido mejor la inversión de ese dinero, gastado en cada ejemplar, en la suscripción al Club Amigos por Correspondencia. Quizás hubier comenzado a vivir un romance platónico con un(a) desconocido(a) y así disfrutarlo por cuenta propia y no del ídolo.

4. No se queme ni perfore el discurso, pues surgirían disyuntivas que le harían no creer más en tan pregonera y sutil forma de aferrarse a los

sentimientos y melodramas.

5. Déjese al alcance de quien pueda tomarlo, a fin de que la experiencia adquirida por usted sea compartida por otra persona, ávida de encontrar respuesta a su morbosidad sentimental.

6. Asegúrese de que lo leído se entendió correctamente y sin mucho esfuerzo. En caso contrario, escriba a Novedades Editores S. A. de C. V., Morelos 16, 3er. piso, Código Postal 106040. Pregunte por qué en el número - 930 de la fotonovela Capricho, no hay final feliz. ¿No hay final feliz!?. Sí, no hay final feliz.

7. Por último: mantenga limpia la mentalidad, ponga la basura en su lugar.

ESTE PRODUCTO CONTIENE:

Banalidad.....	100%
Incoherencias.....	Casi todo
Carencia de imaginación.....	Total
Enseñanzas aceptables.....	Ninguna
Grado de objetividad.....	0%
Ideología disfrazada de buenas intenciones.....	100%

GRACIAS...

"Yo me sentí en otro mundo cuando nos aplaudieron, cuando gritaban, 'otra, otra', es un sabor muy especial tener a cientos de miles de personas pendientes de tí"

Adán en Capricho 861

CAPITULO III

ANTE USTEDES ME PRESENTO

3.1 ¿Dónde esta el fotógrafo?

Cuasi enemigo(a) número uno de la ingenuidad y el pudor; ¿desconocido anfitrión?; ¡pernicioso medio de comunicación masiva!; habitual reducto de la inteligencia minimizada; esclarecimiento burdo del melodrama y del sentimentalismo puro o a fin de cuentas, tan sólo una víctima más de los mismos intereses que mantienen unas relaciones de producción basadas en mayor ganancia a cambio de productos baratos y de mala calidad, en este caso, para el consumo intelectual, alarmante y masivo de las apreciaciones dictadas por la norma. No podemos aún definir ni esclarecer ninguna de estas dudas; por lo tanto, se preguntará nuestro empedernido lector para que fue realizado tanto atiborramiento de palabras y más palabras, como ha observado páginas atrás. Sin embargo, con ello se pretende prevenirlo y sensibilizarlo para que usted dislucide al respecto, además de que lo anterior, sirve como preparación para la parte fuerte de esta investigación; el clímax, donde de forma completa apreciará la labor rea-

lizada hasta el momento en pro de la dotación de bases para que podamos enfrentarnos parca y francamente a un solo "especimen" (Capricho) del caso estudiado (la fotonovela).

Debemos advertir entonces, que en este capítulo usted conocerá internamente a alguien de quien ya se ha hablado de forma genral líneas atrás para que se prepare con las armas más convenientes, a fin de no dar pie para que el medio le gane terreno a su simpatía detractora. Insistimos: lo que aparecerá a continuación, no es un mero requisito escrito para ver crecido el número de cuartillas, sino que a través de algunos datos, que quizá a la vista de quien los observa o de quien los otorga, parecieran inocuos e intrascendentes, pero que en el terreno analítico de nuestra perspectiva se tornan relevantes y ofrecen indicios que nos conducirán a conclusiones certeras y algunas veces realmente escandalosas.

Esto es: nos asomaremos a la "biografía" y "paternidad" de nuestro susodicho material, a fin de tener bien delimitado cuál es su perfil existencial y cómo se ha ido conformando a través del tiempo su propia "personalidad". Entonces tendremos resultados visibles: a) conoceremos los mecanismos que lo convierten en ganancias insospechadas (en parte) para los dueños de tales industrias; b) cuáles son los intereses que lo mueven de punta a punta de nuestro país y algunos lugares del extranjero; c) también intuir la realción que existe entre algunos factores interdependientes y externos respecto a la conformación del mensaje de la fotonovela Capricho. En resumen, trataremos de analizar su trasfondo po-

lítico-económico y social, con sus implicaciones inherentes.

Antes de comenzar este "conocimiento íntimo" de nuestro medio haremos algunas aclaraciones en lo que se refiere a la información recabada por el investigador, que evitará enojos y rechazos por parte de quien pretendiera encontrar amplia y detalladamente todos y cada uno de los puntos necesarios para conocer en su totalidad, la estructura física y mercantil que contiene una fotonovela como la estudiada en este trabajo. Esto es, siempre que se indaga la conformación de una industria de tal índole, surgen varias limitantes que obviamente tienden a parcializar su conocimiento amplio y verdadero, sin embargo es importante, aunque quizás no necesario, enterarse de los elementos que rodean al medio que se analiza para saber sus antecedentes y descubrir o afrimar aquello que a veces sólo se sabe en teoría. De ahí el trabajo de campo y las constantes especulaciones:

1. Hace tiempo que no nos acercábamos a una industria de este tipo, debido a varias razones, entre ellas: a) nunca se encontrará una información completa y precisa, se ocultan datos esenciales (por ejemplo el tiraje real de la fotonovela); b) algunos cuestionamientos planteados por el investigador y de vital importancia, no tienen respuesta, se evaden (la posición político-ideológica del capítulo semanal y en general de todo el medio, o la forma de asociación con otras empresas: de publicidad, televisión, radio, etc.); c) no existen personas idóneas o fuentes de consulta que cumplan con la función de informantes certeros, pues muchas veces, en caso de que existan, los datos obtenidos entre unas y

otras se contraponen entre sí y diametralmente a la realidad observada.

2. Todo esto provoca que se trabaje con los precarios recursos obtenidos por el investigador al hacer sus incursiones dentro de los departamentos de Publicidad, Relaciones Públicas, de la propia empresa. Entonces algunos de ellos tendrán que vertirse "arbitrariamente", pero serán fidegninos, dado que para él, no es ajeno todo lo que circunda al poderoso imperio de la industria del corazón; por lo tanto y basándose en su capacidad deductiva, logrará al menos emitir juicios y observaciones que no pecarán de inverosímiles sino tal vez, lo lamentamos, de cuasi-inexactas. Así pues, no se extraña que al momento de recurrir a estos elementos de investigación inherentes a todo análisis semejante al nuestro apunten citas o cifras que parecieran no tener validez alguna; si esto sucediera, rogamos al lector que valore los datos que al respecto proporcionó el medio.

Así pues, resulta que Novedades Editores S. A., que es quien ha visto crecer desde sus primeros números a la fotonovela Capricho, no cuenta con un banco de datos que pudiera subsanar las deficiencias anotadas en favor de los investigadores que se interesan en el estudio de estos productos. Además, debe tenerse en cuenta que esto se dificulta sobremanera, al observar que no se trata de un pequeño consorcio, pues no sólo edita 22 revistas (entre fotonovelas, de modas y comics irrecórccholis, amenazan con aumentar próximamente con 6 este número) sino que también hace lo propio con un periódico que en 1972 se calculaba su circulación certificada en 119 504 ejemplares diarios y de 114 092 los domingos¹,

lo que nos remite a pensar en una compleja industria que, por más que se aten cabos, nunca podremos llegar a descubrir de forma plena, las relaciones estructurales internas y externas. Luego, afirmamos con certeza y de acuerdo a lo que se nos informó al respecto: "El organigrama sólo lo conocen los altos ejecutivos de la empresa"; de donde resulta el atenuamiento del acecho salvaje que pudiéramos tener para desenmascarar bajo que procesos se encuentra inmerso este medio de comunicación masiva. Comprendemos por una parte, que dado lo amañado del control ejercido sobre este negocio próspero y alentador de fortunas "muy explicables" para sus dueños, es comprensible tanta cautela; por lo que debemos conformarnos con jugar a Doña Blanca sin romper ningún pilar, en torno al problema y evitar que se nos adjudiquen los términos de terroristas intelectuales. Por otro lado, la verdad es palpable: el medio se oculta dentro de su caparazón y esconde su verdadera intencionalidad, bajo una máscara inocente de emisor vaulado, difamado y criticado impunemente, ante las críticas de los comólogos.

Dispongámonos pues a participar de un conocimiento más completo y cerano, en lo posible, a la fotonovela Capricho, dispuestos a tratarla en la forma que se merece; valorando, sobre todo, su preclaro origen y lo que ello implica. Así, comenzaremos a adentrarnos en ese mundo oscuro que se prolonga más allá de la lectura rápida del ejemplar semanal.

Por lo tanto, este capítulo es imprescindible pues en el se muestra la otra cara de la portada, es decir, no sólo la relevancia de un medio masivo de comunicación como tal, sino los verdaderos puntos neurálgicos que

en realidad lo conforman, para que malamente permanezca en ese rango.

3.2 Lo que el tiempo me dejó

Para realizar todo lo antes mencionado, será necesario recurrir a lo que José María Casaus² llama Hemerografía Registral³ para analizar un diario; lógicamente tendremos que adecuar este recurso de estudio a la fotonovela. Es importante seguir dicha guía, puesto que mediante ella se examinan: "...las características esenciales de un diario (fotonovela) considerado(a) como una entidad autónoma dotada de unos rasgos propios que la distinguen de otros entes"⁴, es decir, la biografía técnica, del diario o de la fotonovela. Esta primera pista nos permitirá la posibilidad de diferenciar, dentro de la infinidad de títulos semanales de este último material, aquél que particularmente aquí interesa, ya que se podrá: "... presentar una imagen real y lo más completa de lo que es en sí un periódico (una fotonovela) concreto(a) y de las características que lo(a) distinguen de los demás"⁵. Porque, sabido es que, en el amplio mercado que este medio tiene, el número de sus manifestaciones es, si no incontable, al menos abrumador; por tanto, cada una de ellas es independiente aún perteneciendo a una misma casa editorial, en cuanto a su administración y producción. Así pues, delimitar esa personalidad única del caso investigado, proporcionará una seguridad sobre quien se está trabajando y coadyuvará a evitar peligrosas generalizaciones. Cabe mencionar que el enlistar una serie de datos, no se hace por una mera enumeración sino con el afán de poder interpretarlos posteriormente y obtener algunas conclusiones valiosas sobre los objetivos - que aquí pretendemos cumplir.

Casasus señala que esta "biografía técnica" se divide en dos grupos, de acuerdo a los datos que se anotan en cada uno de ellos:

1. Registro de identificación
2. Expediente de identidad

También advierte que no será necesario obtener todos y cada uno de los datos exigidos en cada caso, por lo que trataremos de complementar cada uno de ellos de la mejor manera posible con aquello que resulte esencial para nuestra investigación. No lo atiborraremos, amigo lector, enunciándole las características o elementos incritos en cada división, sino sólo se presentan los resultados obtenidos en cada rubro, de tal forma que la teoría se explique por su propia aplicación:

I REGISTRO DE IDENTIFICACION

[Los datos que se vertirán a continuación se distinguirán de la siguiente forma: a) para referirse a los de la muestra en general, lo haremos con el número (1) y b) para los del caso específico: 930, con el (2). Esto, cuando sea necesario, de no ser así, confiamos en que el lector no se confunda cuando se habla de uno y otro.]

1) Nombre de la fotonovela: Capricho.

a) Indicaciones que acompañan al nombre: fecha (2) 25 de julio de 1985
Año 17. No. 930.

2) Sede de la administración: Morelos 16, 3er. piso. Código Postal 06040.

3) Periodicidad: semanal.

4) Momento de su aparición: los días jueves.

5) Fecha del primer número: lo único que podemos decir al respecto, es que comenzó a publicarse en el año de 1968, sin saber con exactitud ni el día ni el mes. (Sospechamos que es una paradoja, pero nos late que surgió espontáneamente en aquel mes de octubre uqe movió el templete en los más firmes pilares de la sociedad mexicana).

6) Zona principal de difusión: la República Mexicana, le siguen -ojo- algunos países de América Latina y uno que otro estado de USA.

7) Tirada: varía entre 320 y 370 mil ejemplares semanales. esta variabilidad se debe a que el primer dato se obtuvo de un informante del Departamento de Publicidad y el segundo de una fuente escrita, proporcionada por el Departamento de Relaciones Públicas, de la propia empresa.

8) Precio de (1) y (2):

- Hasta el 29 de marzo de 1984, 20 pesos.

- Hasta el 24 de noviembre de 1985, 40 pesos.

9) Formato: 20.0 x 13.5 cm.

10) Características de impresión y confección:

- Portada, 2a., 3a., 4a. de forros: impresas
en papel couché y a colores.

- Interiores: dos tintas (blanco y negro principalmente).
Incluye algunas páginas en color variable. Impresión
sobre papel periódico

- Número habitual de páginas: entre (1) y (2)

- Máximo: 50

- Mínimo: 48

11) Nombre y dirección del impresor: Victoria Editorial, S. A., Gus-

tavo Baz No. 193-B, Tlalnepantla, Edo. de México.

12) Lugar de la conservación de las colecciones: de existir según se nos informó, se encuentran en las bodegas de la editorial.

13) Ficheros e índices de contenido: (des)afortunadamente no hay.

Como puede observarse claramente, con esto ya se delimita la identidad de nuestro caso. Algunos aspectos mencionados, quizá estén incompletos, pero como se dijo antes, esto se debe a la poca información que se recabó. Sin embargo, hemos tratado de que éstos sean lo más completos posible; para satisfacer las demandas del primer grupo. Ahora internémonos en el segundo que se denomina:

II EXPEDIENTE DE IDENTIDAD

1. Estructura jurídica y financiera: en este rubro, la empresa guarda, de forma confidencial dicha información, pues se supone, volvemos a repetirlo, que sólo los altos ejecutivos la conocen amplia y detalladamente, un ejemplo latente es el organigrama de Novedades Editores S. A., por lo que nos conformaremos con algunas especulaciones al respecto, dado el hermetismo que se presentó al entrevistar a los informadores; que se creía, poseían (valga la redundancia) una información precisa y veraz. Así pues, debe aclararse que la fotonovela Capricho no es un ente independiente sino que está sujeto a un consorcio mayor (una empresa periodística), entonces en esa estructura a desglosar, sólo se puede especular con los nombres que aparecen al frente de él y la forma en que cada uno de ellos se sitúa, dentro del consorcio, anónimamente claro.

Tenemos entonces: "Director General Aída Contreras Pagano. Arte: Os-

car Labastida (Director). Francisco Hinojosa (Diagramador). Gerente de Publicidad: Georgina Platas de Guzmán (...) Ejecutivos de Publicidad: Gustavo Mendoza, Ricardo Camacho⁶: Hasta aquí se puede llegar a conocer a los que encabezan el poder de esta industria. Si hay relación con algún otro tipo de negocio (radio, TV) no se puede saber directamente, pues a la información solicitada sólo se contesta con la regalía de catálogos y más catálogos, pero de la verdadera esencia nadie puede hablar y queda la nostalgia de no penetrar completamente en las intrincadas redes de este temible monstruo y desentrañar su tan cuidado secreto.

Quien nada debe, nada teme, pero en el rubro que nosotros pretendemos mostrar, se aprecia que se debe más de lo que se teme. Pregunta: ¿es delito querer enterarse de cómo se maneja un negocio que al año deja millones y millones de pesos como ganancia?. Seguramente no copiaremos estilos, (ni nos atreveríamos) pero por favor, déjenos saber como pueden obtener tanto beneficio económico a costa del martirio del razonamiento puro de cada individuo. Porque no es imaginable que: "El hombre araña", "El libro Vaquero", "El libro policíaco de color", "El libro sentimental", "El libro semanal", "La Novela Policiaca", "Novelas inmortales" y tantas otras publicaciones, parientes cercanos de la fotonovela Capricho, puedan subsistir con la precaria publicidad que contienen en su interior. Está bien, dejemos de martirizarnos y olvidemos esta triste realidad que, aunque no queramos, se presenta escueta y cruda. Sólo queda un camino: no hacer solicitud como corrector de estilo fotonovelerero (¿aquí le pongo lágrimas o nomás lo mojo?)

2. Las condiciones de fabricación: de hecho el proceso de fotografíar

hacer los montajes de los diálogos e imágenes, se lleva a cabo dentro de la sede de la administración; lógicamente es ahí donde se determina el contenido de cada capítulo semanal. Fotógrafos, maquillistas, jefes de departamento y anexos, ven correr ante sus ojos, las imágenes y delirios lingüísticos a que se someterán un considerable número de lectores, que esperan ávidamente, encontrar la pose de la semana o la frase hilarante que llenará sus vidas de satisfacción anhelada por tanto tiempo. Cuando ya ha llegado a los talleres de impresión para su terminación como producto elaborado, sólo han pasado tres o cuatro días de iniciado este proceso. Para que pueda ver la luz y dislocar las emociones, sólo tardará lo necesario, en preparar el offset y realizar el tiraje. Esto último se lleva a cabo fuera de la sede de la administración. Sólo faltarán unas cuantas horas y minutos para hacer efectiva su venta semanal.

3. Las condiciones de distribución: la vemos ahí, fresquecita, lista para ser trasladada a su trono, donde su fecunda labor si es valorada y tomada en cuenta como se merece (puestos de periódicos y revistas). Para el caso de distribución local (léase República Mexicana); se hace a través de grandes expendios de estos materiales de lectura, quienes a su vez repartirán los miles de ejemplares entre distribuidores pequeños. Sin embargo vuélvese a encontrar otra denotadísima contradicción, no sabemos si por descuido u olvido, lo curioso es que a pesar de que la fotonovela Capricho ostenta en su portada la inscripción: PROHIBIDA SU VENTA FUERA DE LA REPUBLICA MEXICANA, existen (serán fantasmas) distribuidores exclusivos para otros mercados: E,U,A; P.Y.L.S.A., Box 2145 San Isidro, Calif. U.S.A.; para New York: ESTUDIUM CORPORATION 40 Cooper Square, New York, N.Y. 10003.

En el resto de Hispanoamérica: Alfonso Muñoz, Apartado 6-4096. El Dorado, Panamá, R.P. Ajenos a tan recurrente comentario, en nuestro entorno, una vez esparcida por muchos lados, no será raro encontrar a la salida de alguna estación del metro o terminal de autobuse foráneos, en cualquier esquina, a esa que se sonríe, insinúa, te pervierte y por fin te acoge: el capítulo semanal de tu fotonovela Capricho que contiene en la portada...

SHET!...

4. La organización de la redacción: en el caso de la fotonovela Caprocho, los que intervienen en su elaboración (ya mencionados anteriormente), trabajan en calidad de colaboradores, esto es, no tienen "planta" en su empleo; se les remunera por cada colaboración que hagan, lo que no sucede con los jefes de Departamento que sí tienen su salario fijo. Esto impidió indagar sobre el nivel profesional y socio-cultural de los primeros, pero en los segundos sí fue posible, la mayoría de ellos, cuenta en su haber con estudios profesionales íntimamente relacionados con su puesto dentro de la empresa: Administración de Empresas, Diseño Gráfico, Periodismo, Dibujo Publicitario, etc. No es casual entonces que todo ese grupo humano que se congrega para la confección del número semanal, se desinterese por lo que, con su trabajo, se hará; lo más seguro es que la necesidad hace el hambre y el hambre "po's a ver de que chambeo". Dolidos ya de tanta incomprensión por parte de los investigadores, los comentarios se dejan a merced de quien los quiera hacer, porque nosotros hemos dicho lo que ya dijimos y nada más. Otra vez SNIF...

5. La línea y la acción política: es un tema escabroso para ser trata-

do abiertamente y sin cortapisas, por lo que tendremos que sumarnos a la generalización que hacen al respecto quienes ocupan cargos de administración o control en algún departamento de este universo, al ser entrevistados coinciden en que: tratamos de darle a la gente lo que nos pide y además que se divierta y olvide de sus problemas, mediante la lectura amena de nuestras revistas; elaboradas para todos los gustos y edades (sic). ¿Tiene algún comentario que hacerle a la aseveración emitida? Conteste:

SI___ NO___ Por qué_____

Hasta aquí ya se pueden vislumbrar, de manera completa, aquellos elementos internos que se mueven alrededor de la fotonovela, sin embargo, no son todos los secretos que nos oculta en cada capítulo, enmascarado de inexistente felicidad. Por tanto volvemos a sugerirle al lector que siga atentamente esta interasintésima y desgarradora historia. ¿Verdad que se ha quedado perplejo al conocer todo lo que implica el análisis de un medio de comunicación masiva? No se preocupe, trataremos de hacerle placentero el paso de este trago amargo y bochornoso, con la perspicacia a la que lo tenemos acostumbrado, así que adelante!

3.3 No cambiaré por nada.

Siguiendo a Casassus, todavía no concluye el conocimiento intimo del caso que nos ocupa, continuaremos para complementar todos y cada uno de los rasgos que se puedan. Por último, se debe delimitar su "perfil técnico". Es decir, que si en el apartado anterior, nos referimos a los aspectos que circundan a la producción de una fotonovela, ahora corresponde el turno di-

rectamente a los elementos que la conforman, en esencia, la característica presentación del mensaje fotonovelerero. Es lo que nuestro citado autor llama Análisis Morfológico⁷, que consiste en el estudio, de un diario(fotonovela): "...como una serie de superficies de papel impreso en las que se ordenan unas masas y unas unidades comunicacionales"⁸, además de que: "Este tipo de análisis se basa en una descomposición morfológica de las superficies del(a) diario(fotonovela) y en la disección de los elementos que lo(a) componen"⁹. Para tal efecto, se observan tres niveles principalmente, los transcribimos de la misma forma en que lo hicimos en el apartado anterior; con el fin de que los propios resultados, expliquen por sí mismos en que consisten dichos niveles. Debe aclararse que no se encontrarán todos, sólo dos:

I EXAMEN HEMEROSCOPICO

a) La portada: contiene el nombre de la publicación en el lado superior izquierdo: el título del capítulo no tiene lugar fijo; se acompaña del año y del número del ejemplar. Centrado y en la parte superior aparece el precio; en el ángulo superior derecho, escrita sobre un fondo amarillo se lee la inscripción: "PROHIBIDA SU VENTA FUERA DE LA REPUBLICA MEXICANA"; el logotipo de la editorial a veces se imprime y otras no, siempre cambia de ubicación. En todos los capítulos semanales, el fondo de todo lo antes descrito estará enmarcado por el(los) rostro(s) del(los) protagonista(s). Esta impresa a colores.

a) 2a de forros: siempre aparecerá una fotografía de algún ídolo, impresa a colores, a veces abarcará hasta la 3a de forros.

c) 3a. de forros: contiene otra fotografía del mismo ídolo, cuando ésta no es la continuación de la que viene de la 2a. de forros.

d) 4a. de forros: está destinada exclusivamente para la publicidad. Destacamos: predominantemente de ¡TELEVISA! (Cáspita).

INTERIORES

a) Las primeras siete páginas se destinan a secciones propias de la revista: "Entrevista a", "En contacto con los actores", "Visitando a", en fin; lo único que varía es el orden en que pueden aparecer unas y otras. En algunas ocasiones cambia el color de la tinta para ilustrarlas.

b) Al llegar a la página ocho, la numeración recommienza a partir de la uno. Cuando el capítulo pertenece a una historia seriada, aparece de la siguiente forma: 920-XXVII-2, esto es, en términos prácticos: número del ejemplar que se lee; del capítulo de dicha serie y el progresivo de la página. En cambio, cuando la historia es completa, sólo se señalan el primer dato y el tercero. Nunca excede de las 50 páginas. A partir de la 44, el espacio es destinado ala publicidad ajena y de la propia revista. En algunas ocasiones, se puede observar a partir de la 48, dependiendo de la extensión de la historia narrada. Se imprime a veces a dos tintas, pero lo común es blanco y negro solamente.

c) Desde la página 8 a la 43 (para nosotros) y 1 a la 35 (para ellos) se encuentra en cada una de ellas una superficie impresa de 41.5 x27.5 - cuadratines, divididos internamente en 3 o 4 cuadros, a veces por medio de pequeños espacios blancos.

De los siguientes niveles utilizados para este análisis, sólo haremos

referencia a uno más, por ser el más factible y aplicable a la fotonovela y que se denomina:

II GRANDES SUPERFICIES

Conviene destacar que las características de nuestro material por ser tan peculiares, obligan a modificar radicalmente lo que en este segundo nivel de análisis propone Casasus, pues sugiere tomar como totalidad de 100, la superficie total del diario, para después estudiar cada unidad específica de éste, en relación con ella (columnas, secciones, administrativo, publicidad, etc.) y cuantificarlas. Dado nuestro caso, procederemos de la siguiente forma: sea el 100% la cantidad de páginas totales de la fotonovela; entonces para evaluar el porcentaje que ocupa cada una de las secciones mencionadas por el autor y las que posee el medio. Se hizo por medio de una regla de tres, los resultados obtenidos son los siguientes:

- Superficie destinada a lo administrativo; 10%
- Superficie redaccional: 8%
- Superficie publicitaria: 6%

Ahora sí, ya que terminó con las cifras, amigo lector, debe tener en cuenta que viene el combate directo, cara a portada. Estamos seguros de que no se dejará seducir por esta nueva amiguita que le hemos presentado con todo y su "árbol genealógico". Antes bien, prepárese para saber cómo se comporta realmente, hasta dónde puede llegar el afán de ganarse cada día más admiradores devotos de su transparente imagen y quizás descubra: cuál es el embrujo que la mantiene ahí, en el pedestal de nuestra cultura de masas, como una diosa que todos podemos mirar, pero nunca derribar ni

posarnos en su reino donde es preponderante y absoluta. Bien, no detendremos más la atención de quien nos lee, sólo pedimos paciencia; que vendrá el día en que la fotonovela en sí misma y cualquier media en general, no sabrán qué hacer cuando no encuentren novedosos recursos para sanear el atiborramiento de mensajes, falaces, baladís y repetitivos, que han mantenido durante mucho tiempo. Sin embargo, esto no hará que quienes se han salvado hasta ahora de ese peligro, se ahoguen hasta el tedio y terminen postrándose a sus pies y desaten con ahínco la paca de ejemplares recién salida del taller de impresión. Lema: los que podemos, freguemos.

OUGH...

NOTAS

1. J. Baldivia Urdiminea, La formación de los periodistas en América Latina, Editorial Nueva Imagen, (México, 1981), p. 120.
2. J. Ma. Casasus, Ideología y análisis de Medios de Comunicación, Editorial DOPESA, (Barcelona, 1982).
3. Ibidem, p. 81.
4. Ibidem, p. 81. Los agregados son nuestros, hechos con el fin de adecuar un estudio que no fue dirigido específicamente para nuestro caso de litigio, pero que adoptamos como propio.
5. Estos y algunos otros datos de los cuales no se cita la fuente, fueron obtenidos de diferentes folletos que la empresa otorga a quien osa visitar sus instalaciones. Ejemplo: Tarifas de Publicidad, Revistas de Novedades Editores, S. A., (México, 1983).
6. J. Ma. Casasus, Ideología y análisis de Medios de comunicación, Editorial DOPESA, (Barcelona, 1982), p. 90.
7. Ibidem, p. 90.
8. Ibidem, p. 89.
9. Ibidem, p. 90.

"¿Y qué esperabas de una bailarina de centro nocturno? No, chiquito. Me puse cursi por un momento, pero no voy a sacrificar todo por una casita bajo el sol... ¡Bah!"

Beatriz, Capricho 930.

CAPITULO IV

HABIA UNA VEZ...

4.1 A la historia me remito

Después de haber conocido el modus vivendi de la fotonovela, la encontramos desarraigada de su carisma y esencia, que la hacen perdurable dentro del campo de la comunicación masiva. Sin embargo, en el clímax de nuestra investigación, que es este apartado, vamos a tratar de devolverle, en sentido figurado, el alma que se le ha quitado, capítulos atrás; al descubrir algunas de sus carencias formales en los recursos que utiliza para elaborar su código significativo. Por lo tanto, regresaremos a un simple y sencillo que ya se ha desglosado anteriormente, pero que en este momento adquiere relevancia imprescindible y la dota de una personalidad propia: el mensaje. Debe entenderse que la descontextualización hecha de él, fue con el fin de encontrar su conformación desde dos puntos de vista: el icónico y el lingüístico, pero tal parece que su verdadero sentido y al-

cance significativo se entiende sólo mediante su estudio conjunto, ya que así se observan denotaciones y connotaciones que ante nosotros pasaron inadvertidas, debido a la tortura teórica y científica a que fue sometido - el discurso. Para una mejor comprensión de lo que realizaremos en este capítulo, se anotan algunas observaciones antes de comenzar nuestra disertación:

1. El mensaje al que nos referimos, necesariamente se compone de una unidad narrativa, de la cual no se puede negar su existencia, pues merced a ella, se encadenan todos los demás recursos que la acompañarán semanalmente en cada historia.

2. Hablando en términos literarios, se cuenta un relato con características propias. Del cómo se realiza lingüística-icónicamente, ya nos encargamos de hacerle las observaciones pertinentes. Lo que interesa saber ahora, es su valoración en esta última instancia.

3. Para ello recurriremos, si el discurso nos presta rollo, a las teorías correspondientes. Esto nos colocará en camino de descubrir si: a) el mensaje de la fotonovela tiene un valor formal real o b) es efímero, al igual que la fotografía y el ídolo que la hacen constituirse en tal.

Creemos necesario señalar, que en ningún momento pensamos comparar, al lado de las obras maestras de la literatura universal y clásica, los errores y pecados de los argumentistas de fotonovelas (James Joyce vs. Manuel Ernesto); pero es necesario recurrir a aquellas características y conformación de las primeras para analizar las segundas.

Comenzamos por citar a Elena Berinstáin: "...la obra literaria esta-

blece una realidad autónoma y distinta de la del referente, una realidad que se basta a sí misma pero que mantiene, en diversos grados, una relación con la realidad de la referencialidad, puesto que utiliza datos que proceden de una cultura dada y de sus circunstancias empíricas (...). 'una verdad al alcance de todos' y verificable en la experiencia cotidiana"¹.

Sin embargo, allá tenemos como ingredientes de creación la imaginación del autor, su estilo novedosos de describir situaciones y mirar la realidad, que por lo regular sorprende al lector. Pero acá, en la fotonovela, este proceso se revierte de la siguiente forma: "La mentira consiste en presentar la fotonovela como un mensaje calcado de lo real, filmado 'junto al diario acontecer de la vida'. No es aventurado decir que esta pretendida objetividad no es sino una impostura. Se filtra lo real y se le recorta en función del criterio de intensidad dramática. Lo anormal, lo singular, de tanto reiterarse, son despojados de su carácter insólito"².

Con razón y sin temor a equivocarse, la fotonovela pregona:

Bonita pareja,
para una linda historia de amor,
actuan para tí
DANIEL MARTIN Y
ANA SILVETTI
"MI
DESCONOCIDA
AMANTE"

O este otro:

La semana próxima

"BESOS DE SABORES"

te divertirá y te llenará de ternura

Suponemos que el lector, junto con nosotros, se ha dado cuenta de que los subrayados atañen a una realidad que el consumidor de fotonovelas, sabe propia e interpreta inequívocamente, de modo que el adjetivo "Bonita"; el sustantivo "pareja" y los verbos "divertirá" y "llenará", están arraigados en su acervo lingüístico de la forma en que la fotonovela presenta y escribe estos términos, para satisfacer engañosamente las aspiraciones de sus lectores.

Se presenta, entonces, un discurso semi-elaborado, que pareciera contener una secuencia lógica para significar como tal, además de que: "El recorte de la realidad que presenciamos en toda la espesura del discurso fotonovelesco (libreto-moral) sirve de diagrama a la interpretación del pasado. El orden del corazón opera una segregación en el pretérito para circunscribirlo a la esfera de la idealidad, asimismo se contrapondrá al presente para repetir el eterno divorcio: sueño-realidad; espíritu-materia"³.

Esto se convierte en un relato-código-cerrado dentro de la fotonovela, que atañe al pequeño universo cultural del incauto lector de las peripecias melodramáticas, porque: "...amolda sus intenciones pedagógicas a las características psicosociales de su auditorio. La globalidad del mensaje ético apunta a hacer aterrizar valores de cotidianidad..."⁴. Lo anterior

se logra con la reiteración suma:

- Esa noche no hubo nadie más feliz y más orgullosa que Blanca.
- Manuel besaba a su novia Marisol, feliz.
- ¡Felicidades mi amor!.
- Adrián y Beatriz caminaban por la calle con las manos unidas y una gran sonrisa de felicidad.

Ahora, después de tanta pifia con el término, lo único que queda es sentirse muy, pero muy tristes. A propósito: le recordamos al lector que sobre advertencia no hay engaño y que falta poco tiempo para enfrentarnos a las minucias deparadas por un sólo número de ese material, su tétrico contenido. Antes, una justificación para llevar a cabo dicha contienda:

Afirmamos: no se le puede quitar su valor narrativo ni reducir a nada lo que contiene la fotonovela en ese rubro, pues: "...el relato puede ser soportado por el lenguaje articulado, oral o escrito, por la imagen, fija o móvil, por el gesto y por la combinación ordenada de todas esas sustancias; (...) está presente en todos los tiempos, en todos los lugares, en todas las sociedades; el relato comienza con la historia misma de la humanidad..."⁵. Lo que nos obliga a categorizar, de esta forma el mensaje de la fotonovela; pretendiendo en lo posible, conformarlo ad hoc, para un estudio ulterior, y no parezca inútil hacerlo por sus características reiterativas. Planteado así, buscaremos aquellas donde se pueda ahondar la mella destructiva, para demostrar su intrascendencia literaria y relatora.

AYYYYYY...

4.2 ¿Quién de ustedes es el bueno?

Estimadísimo y paciente lector, como ya dijimos que debe existir un relato fotonovelerero, insistamos en el porqué de nuestra aseveración:

- a) Siempre ha existido.
- b) Es la esencia de la fotonovela.

Correcto. Hasta aquí vamos bien. Solamente quisiéramos hacer algunas aclaraciones, para que nadie se sorprenda si al encontrarlo no es como lo describían:

1. Sabemos que la fotonovela está plagada de narraciones similares en su desenlace final: TRISTEZA/FELICIDAD.

2. La mayoría de las veces (mejor dicho todas), los temas tratados desembocan en la repetición chocante y común: PAREJA INFELIZ/PAREJA FELIZ

3. Sólo varían los personajes HOMBRE/MUJER en número, pero la costumbre prevalece ante todo, De 10 ejemplares que tenemos a la mano (y que es nuestra muestra de estudio) de la fotonovela Capricho, los principales actantes son:

No. de la fotonovela	Actantes
857	HOMBRE/MUJER
858	HOMBRE/MUJER
859	HOMBRE/MUJER
860	HOMBRE/MUJER
861*	<u>HOMBRES/MUJERES</u>
920	HOMBRE/MUJER
929	HOMBRE/MUJER
930	HOMBRE/MUJER

932

HOMBRE/MUJER

946*

HOMBRE/MUJERES

No creemos necesario dar explicaciones más profundas del por qué tan marcada insistencia en que sean los mismos actantes, pues suponemos que el lector después de observar la diferencia de fecha de la aparición entre el número 857 (1o. de marzo de 1984 y el 946 (14 de noviembre del 1985), podrá sacar conclusiones. Lo que sí se aprecia es que el número de personajes involucrados en los Nos. 861 y 946, varía de acuerdo a la cantidad de ídolos que se quiere promocionar (UNACTOR/UN GRUPO MUSICAL), debido a la flexibilidad que el discurso otorga para las ocasiones del momento e intereses mercantiles.

Lógicamente, internarse en cada uno de los números citados conduciría al tedio y al aburrimiento, por las características que contiene cada ejemplar, señaladas en capítulos anteriores. Por lo tanto, de aquí en adelante, la atención se fijará en uno sólo, el No. 930, titulado "SACRIFICIO", que contiene los mismos defectos y padecimientos de sus congéneres.

La preferencia por este ejemplar está dada porque presenta rasgos peculiares en cuanto al esquema general de la fotonovela y de los números estudiados en particular. Para que se entienda mejor, hacemos la siguiente comparación:

No. de la fotonovela	PRINCIPIO	FIN
857	MUJER/INFELIZ	MUJER/FELIZ
858	MUJER/INFELIZ	MUJER/FELIZ

859	PAREJA/FELIZ	PAREJA/INFELIZ
• 860	MUJER/INFELIZ	MUJER/FELIZ
861	MUJER/INFELIZ	MUJER/FELIZ
920	MUJER/FELIZ	PAREJA/FELIZ
930*	PAREJA/FELIZ	MUJER/FELIZ HOMBRE/INFELIZ
932	MUJER/INFELIZ	MUJER/FELIZ
946	HOMBRE/INFELIZ	HOMBRE/FELIZ

Además de esto, el lector se irá dando cuenta de lo que aquí mencionamos con sólo leer nuestros siguientes apartados. Vamos hacia el relato entonces, con ojo pendiente y buen entendimiento ¡EH!

Comencemos por conocernos:

Adán(...): futuro ingeniero, muchacho feliz, porque a él pertenecen los sontoneos y dotes sensuales,

ACOTACION: HOMBRE/HONRADO



ADÁN SE ENCÓGIO
DE HOMBROS Y
CONTESTO:

NO... ¿POR QUÉ?
¡CADA QUIEN SU
VIDA! A MI ME
GUSTA EL SOL.

de...

BEATRIZ (...):

ACOTACION: MUJER/INFELIZ



que por azares del destino y de su profesión (no se dice qué labores realiza dentro del centro nocturno donde trabaja, de ahí la incertidumbre) no logra colmar completamente los deseos calenturientos del susodicho joven. Aunque ya en repetidas ocasiones ha sido presa del éxtasis entre los brazos delgaduchos del futuro ingeniero; en un departamento donde (¡habíase visto tanto descaro!, diríamos que demasiado) viven juntos!.

Pero nunca, nunca, falta una mancha en la tábula y entonces surge la manzana de la discordia, el ángel malo que pone fin, en este caso, a tan espermático y ovulótico sueño de ambos querubines. Es decir, en términos generales: la que riega y el tepache y ni se lo bebe.

Ella es...: tan, tan, tan, tan, tan, tan, tan (le suplicamos emita en voz alta la fanfarria ented de descubrirla.)

Con ustedes: la única,

la siempre entrometida,

SUSY (...):

ACOTACION: MUJER/PERVERSA



...mala amiga, desgraciada, casi te mato. Por tu culpa el colchón de Adán se verá privado de su Eva... ORG...

Pero ¿Cómo se relacionan? ¿Por qué tan esporádicas y morbosas aseveraciones? ¿Quiere saberlo? Por favor síganos la pista.

Como pretendemos que el lector tenga noción de dónde provienen toda la gama de situaciones que a continuación aparecerán, hemos decidido remitirlo a la presentación original, para que no se crea que actuamos con cor tapisas, de mala fe , con dolo para censurar la libertad de expresión.

El lector que no se sienta capaz de soportar lo siguiente que desista:

JULIO 1980
 No 17 Vol 30
\$40.00

Capricho

PROMIENDA
 SU VENTA
 FUE POR LA TRUQUERA INTERESA

POSTER:
 ARLETTE PACHECO
 ENTREVISTAS:
 ROBERTO CARLOS
 y RAUL ARAIZA Jr.

Arlette Pacheco
 y Francisco Alencar

«SACRIFICIO»

4.3 No te quiero... por babosa.

Ya entrados en materia y para no mantener en ascuas al lector, aclararemos lo que realmente sucedió entre nuestros personajes:

BUENO/HONRADO ;PxtuIs quería a INFELIZ/INGENUA (Beatriz, pero se interpuso INTRUSA/MALVADA (Susy) y de ahí se derivó todo lo que a continuación relataremos:

El rollo: de golpe y sopetón nos enteramos de que Adán y Beatriz son una pareja que se foguean los sentimientos animadamente en la calle o donde les plazca; con un intenso intercambio de salivazos, que va desde la lengua hasta las amígdalas (por la forma en que lo hacen). Además es obvio y natural en una pareja tan feliz y cachonda como ellos.



Corte a:

De tanto calentar el pico (y "algo más"), se trasladan el departamento de ¿Adán? (porque para sorpresa nuestra y olvido del argumentista, resulta que es de los dos ooooooh noooooo, ¡horror!; ya tenían un buen tiempo viviendo juntos). No sabemos cuanto; cosa que supimos inmediatamente y a ocho viñetas de iniciada la historia, de tal forma que la sorpresa no

tritura la continuidad del relato. Recobrados de la impresión (nosotros) y después de otros tantos enfrentamientos de glándulas salivales (ellos), llegan a la conjunción existencial y de temperatura. Lógicamente se omite la excena fuerte, para evitar los sonidos inarticulados, metáforas visualizadas, onomatopeyas y anexas, que pudieran suscitarse en tan--feliz-momento-de-acoplamiento de... sentimientos. Léase el preludeo:



Corte a:

Beatriz, ingenua y congraciada con su vida amorosa actual, confíesale a su amiga Susy, la situación que prevalece a su alrededor. Lo que da pie para una y bien fundamentada (a su modo) disertación sobre el amor, los hombres y otras cuestiones similares, de esta última.

Ojo, mucho ojo, este es un momento crucial en esta historia:

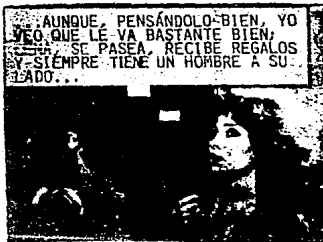


Corte a:

Pasado el trago sapiencial y filosófico a la vez, Beatriz (aún ingenua), mediante un soliloquio nos muestra su verdadera personalidad y reales aspiraciones:



Comienza a dudar de su ecuanimidad amorosa:



Corte a:

El argumento dice que:

/SOÑABA CON SER UNA GRAN ESTRELLA DE CINE/

Beatriz: Entonces tendré todo lo que he soñado: joyas, pieles, dinero... mucho dinero... y... fama.

(Esto se anotó para advertir lo siguiente: ¡Ah Beatriz ya lo pagarás caro!) Fue una improvisación por la burla que se cometerá contra el sexo fuerte.

A una noche de que comenzó esta historia, vemos a Beatriz nuevamente con Adán. Esta vez la naturaleza cobija sus obsesiones cachondas, pero naturales, con todo y estar en un parque público (¡qué desfachatez!). Hacen del cuerpo lo que quieren. Nomás véase:

Antes de que otra cosa suceda... UFFF



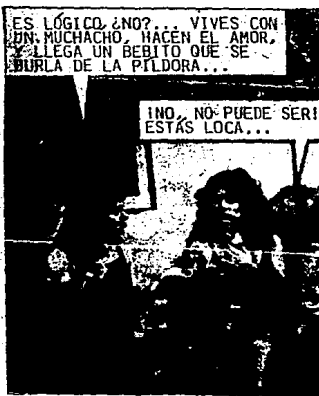
Corte a:

Para qué imaginar en que terminó todo aquello. A pesar de esas muestras de éxtasis sublimado (no son ni pre ni post matrimoniales, porque ya llevan tiempo practicándolo). La sufrida Beatriz (ingenua aún) sabe por boca de Susy la triste realidad de sus juegos eróticos con su querendón - Adán:



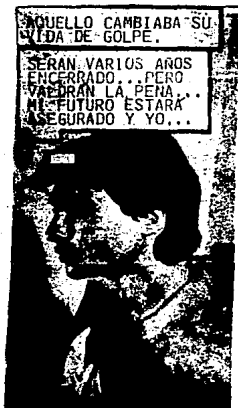
Corte a:

Pobre Beatriz (todavía ingenua e incrédula). Quedóse pasmada. A ella pareciale todo tan inocente. Sin embargo, la verdad era cortante y directa:



Corte a:

Estamos con Adán, que tiene una noticia para Beatriz (sin saber el pobre, que iba a ser correspondido con una mayor). Obtuvo una beca. (¡Diables! No sabemos si por sus resistentes y afrodisíacos caracteres o qué). Además nunca lo hemos visto interesado en sus deberes escolares. Sólo aparece cuando las sedientas e inquietas gónadas de su amada lo solicitan. - Esto podría señalarse como el colmo de la desorganización imaginativa. Pero en fin, veamos la reacción tan esporádica (se sabe por qué), de Adán al enterarse del caso tratado:



Ya no cortamos: porque queremos decirle al lector que todo esto es tan rápido y al mismo tiempo lento, que a una cuarta parte del final sucede lo siguiente:

- a) Adán se entera de que sus fogueos intramontevenerinos, de los cuales Beatriz era la víctima, surtieron "efecto".
- b) Decide abandonar su extraña beca y sus fantasmales estudios, para responsabilizarse de su "gracia".
- c) Beatriz le pide que olvide el incidente y que realice sus sueños de futuro constructor.
- d) Por obra del argumento, Beatriz pierde por azar el retoño de los retozos sexuales consuetudinarios con Adán.
- e) Lógico enojo y descubrimiento de una verdad brutal, por parte de Adán, que le obliga a olvidarse de las delicadas formas e intimidades disfrutadas, de la ya no tan ingenua Beatriz.

Tampoco cortamos:

Beatriz (sabedores de que ya perdió su candorosa inocencia), no cabe en sí del gozo que le produjo, despachar de forma tan rala y brutal, al dueño de sus orgásmicos contoneos:



Observó el lector el cambio tan repentino de papeles que por causa de Susy y en parte Beatriz, se sucedió: BUENO/HONRADO pasó a ser HOMBRE/VIC-TIMA; INFELIZ/INGENUA se convirtió en FELIZ/PERVERSA; mientras, INTRUSA/MALVADA en COMPLICE/BUENA.

Como se podrá advertir, los roles de los personajes evadieron los convencionalismos a los que nos tiene acostumbrado la fotonovela. No es necesario hacer las aclaraciones pertinentes, pues los hechos hablan por sí solos. Ahora solamente Haremos al análisis "morfológico" del relato fotonovelesco, tomando como base lo que al respecto ha hecho Propp⁶ en el cuento maravilloso. Acompañenos, pues, amigo lector, al último enfrentamiento con este tétrico discurso, para después saldar cuentas cuando nos toque declarar abierta y claramente nuestras opiniones de todo lo que aquí se ha llevado a cabo.

4.4 Qué me cuentas de nuevo...

Lo predicho se ha hecho realidad, amigo lector. Se fijó usted en lo que le transmitimos. Pongámonos estrictos y busquemos la forma de enunciar, en lo posible y coherentemente, lo que pareció tan sólo una mezca sin ton ni son de situaciones. Definitivamente a estas alturas de la investigación, cualquier resbalón que tenga el relato-mensaje de la fotonovela, debe aprovecharse para que no se pueda levantar victoriosa del juicio al que ha sido sometida. Se procuró, hasta donde fue posible, pero no se logró instituir ningún relato continuo. Entre saltos y recortes de acciones transcurrió - el apartado anterior y sólo fueron ubicadas las funciones de los persona-

jes (actantes), sin obtener un beneficio para lograr lo pretendido en un principio: descubrir el relato escondido en la fotonovela. Trataremos pues, de que lo anterior tenga sentido y ecadenamiento lógico, para contar con los elementos de estudio que en estos momentos necesitamos. Antes, nótese lo siguiente:

a) El número 930 de la fotonovela capricho, carece del esquema tradicional trazado por las manifestaciones de su género.

b) Esto provoca que se tenga que armar el relato a partir de las apreciaciones del investigador, para que pueda someterse a un análisis serio y formal de su estructura.

c) Suplicamos, por tanto, que el lector siga con detenimiento lo que a continuación diremos y así conservar la cordura frente a este discurso tan especial.

En su interesante trabajo Morfología del cuento, Vladimir Propp, señala que: "El estudio estructural de todos los aspectos del cuento es la condición necesaria para su estudio histórico. El estudio de las legalidades formales predetermina el estudio de las legalidades históricas". Lógicamente, lo afirmado anteriormente se refiere a aquellos cuentos que encierran una cierta estructura formal; sin embargo, acá en el que utiliza la fotonovela, tenemos que someternos a los despilfarros sintácticos e imaginativos que realiza el argumentista de cada historia. Una verdadera falacia para satisfacer la morbosidad sentimental de los lectores. Aún así, osaremos trasladar los elementos (partes constitutivas) que este autor descubrió en el cuento fantástico a nuestro caso: el relato (cuento),

fotonovelero, adecuándolos de tal forma que podamos discernir respecto a algunas características destacadas en nuestra instancia analizada hasta el momento. Es evidente que no se tendrán todos y cada uno de aquellos elementos (31) que descubrió Propp; también variará la forma en que se definirán los que se localicen, por las peculiaridades señaladas. ¿Listo lector?, prepátese a escuchar los últimos gemidos de agonía y estertores de un discurso moribundo.

Se notará que el aval del autor-guía se conserva, sólo se harán los cambios necesarios a su método de acuerdo a los requerimientos exigidos aquí.

Citamos: "...los elementos constantes, permanentes del cuento son las funciones de los personajes, sean cual fueren estos personajes y sea cual sea la manera en que cumplen esas funciones. Las funciones son las partes constitutivas del cuento"⁸. O para simplificar el análisis al que sometemos el relato fotonovelero, sentenciamos: "En el estudio del cuento, la única pregunta importanté es saber qué hacen los personajes; quien hace algo y cómo lo hace son preguntas que sólo se plantean accesoriamente"⁹. Sin más argumentos, por el momento, comenzamos:

1) Transgresión: de las viñetas 1 a la 20, se plantea la situación inicial, pero no a la manera tradicional (INFELICIDAD), sino que observamos un ataque (ojo) a las reglas establecidas, no sólo por convencionalismos sociales sino por acuerdo jurídico y legal. Véase: según esto, la sociedad sólo acepta y ve con buenos ojos a aquellas parejas que mediante algunos documentos "oficiales", contraen matrimonio (léase: derecho a ha-

cer el amor sin remordimientos morales y con permiso de las buenas maneras uy). Sin embargo nuestros personajes: Beatriz y Adán tenían un buen tiempo viviendo juntos (isopas!), ahí no se menciona, pero diremos: en unión libre, que lógicamente enerva las Costumbres Sanas. Lo admirable en ellos es que no se fijan en pequeñeces ni tienen preocupación alguna al respecto. No se menciona que han hecho lo prohibido; la evasión a un problema, se ha dado:

ADAN: Dicen que somos amantes.

BEATRIZ: Eres mi amigo(¿?) y eso es lo único que importa, la gente puede decir lo que quiera.

Lo anterior se lee en el cuadro 10 y nos preguntamos: ¿Con esas intimitades ya vistas, pueden ser amigos? ¡Ni siquiera saben que son amantes! Por favor, no destruyan las pasiones.

SHE!...

Ahora sí, amigo lector, comenzamos a entender la incoherencia del discurso. Note como se evaden situaciones que en un momento dado pudieran suscitar la reflexión y cuestionar el statu quo. Lo que se dice al consumidor de la revista, quizá sea lo siguiente: "Lector de esta fotonovela, lo que viven estos jóvenes es tan linda y tan blanca que no te debe importar que ella sea 'concubina' de él.

2) Agresor: de la viñeta 21 a la 40, hace su aparición el personaje malo, encarnado en la temible Susy, que, mediante un interrogatorio bien dirigido (IV)¹⁰ descubre cuál es la situación de Beatriz y la hace que du-

de de lo que, le confiesa, siente por Adán. Beatriz es agredida en sus sentimientos más íntimos y cambia de actitud debido a aquellos comentarios, hechos por su entrañable amiga. Si al personaje susodicho se le ha denominado con este término, es debido a que realmente cumple la función otorgada. Por ella se derivarán las complicaciones de la historia narrada. - Cabe destacar, que al final, Beatriz será complice de Susy por los malévolos planes que inconscientemente forjan una y otra (VII)¹¹.

Carencia: se encuentran principalmente dos que, aunque parezca inusual, se contraponen. No son inmediatas (obtener a la mujer deseada o al hombre ideal), sino que se plantean a posteriori y separadamente. En la viñeta 37 se localiza la primera:

/SOÑABA CON SER UNA GRAN ESTRELLA DE CINE/

BEATRIZ: Entonces tendré todo lo que he soñado: joyas, pieles, dinero, mucho dinero... y fama...

En la 45:

ADAN; Ser un brillante ingeniero, casarme, tener un bebe (sic) y una casita bajo el sol (sic).

GULP... Esto nos coloca en un plano muy difícil de analizar. De hecho son carencias individuales que mueven por separado a cada personaje, pero tal distanciamiento no colabora de una manera fluida a la continuidad del relato de la forma tradicional. Hay un rompimiento: no tienen la misma carencia, el objetivo se ha dividido en dos. Ni uno ni otro pretenden colaborar para obtener la recompensa anhelada de manera conjunta. Todo lo anterior no se alcanza a vislumbrar coherentemente. ¡Imagínese!, se-

gún esto, después de tanto tiempo viviendo tándulcemente en su nidito de amor y viene a salir con su payasada. ¡Oh argumento dónde quedó te decencia!.

4) Récompensa: pues nada, que sólo nuestro compungido Adán recibe, gracias a su virtud, sesudez e inocencia, un pequeño y fantasmagórico premio a sus aspiraciones y esfuerzos?:

En cuanto a su carrera, viñeta 61:

ADAN: Una beca... una beca, para el extranjero. ¡Nunca creí que la ganaría! ¡Beatriz se volverá loca de gusto!

En cuanto al bebé, que por cierto lo va a tener(sic) Beatriz y no Adán, como lo deseaba. Viñetas 66 y 67:

/HASTA QUE AL FINAL ELLA PUDO EXCALAMAR/

BEATRIZ: ¡Creo que voy a tener un bebé!

/DE MOMENTO, ADAN SINTIO UNA GRAN ALEGRIA Y LA ESTRECHO ENTRE SUS BRAZOS/

ADAN: ¿Es verdad eso? ¡Estás segura? ¿Ya viste al médico?

Fíjese usted, estimado lector, que Beatriz: ni ve realizados sus sueños ni deja que Adán sienta su completa satisfacción y es tan desgarradora la verdadera faceta de la personalidad de ella que, si no fuera ficción, formaríamos un Comité de Defensa para solidarizarnos con el y reclamar justicia. Porque...

5) Daño: Ahora se ha entendido todo: Beatriz no aspiraba a lo mismo que Adán, a pesar de que fue su concubina (nunca supimos cuanto tiempo) y con realidades y verdades desgarradoras le inflige un daño irreparable:

Viñeta 85 a la 89:

/BEATRIZ PERDIO A SU HIJO Y TUVO QUE ESTAR UN TIEMPO EN REPOSO. UN DIA ADAN SE ATREVIO A PREGUNTAR/

ADAN: Dime la verdad... ¿Qué paso?

BEATRIZ: El estado de ánimo tal vez, el doctor dijo que fue porque yo no deseaba ese niño.

ADAN: ¿Cómo puedes hablar así?

BEATRIZ: No te enojés... La verdad es que estamos muy jóvenes y ninguno de los dos hemos logrado nuestros sueños (sic).

ADAN: Estás mintiendo....Nuestros sueños eran tener un hogar, hijos, estar juntos...

BEATRIZ: Los míos no... En el fondo me hubiera fristrado no ser una estrella de cine, lo he deseado tanto.

ADAN: ¿Cómo puedes hablar así? ¿Cómo puedes ser tan frívola?

BEATRIZ: ¡Y qué esperabas de una bailarina de centro nocturno? No, chiquito... Me puse cursi por un momento, pero no voy a sacrificar todo por una casita bajo el sol (sic)... ¡Bah!

Mire lector, las lágrimas casi emborronan las cuartillas, al ver tan desamparado a un representante del sexo fuerte. Por lo tanto, colaboraremos a su caída y repitamos las máximas que ha vertido Beatriz en su desencanto salvaje contra el delgado y desafortunado joven:

- a) Tener un hijo es cursi;
- b) decidirse a vivir en unión libre también;
- c) practicar el "faje" y lo que deviene, por igual;
- d) burlar la capacidad reproductora de la especie, un éxito;

e) frustrar la mente creativa de un aspirante a profesional de la construcción (Adán será ingeniero y ella rechaza la casita bajo el sol [sic]) la venganza, y por último:

f) darse cuenta de que no tenía ninguna obligación de presentarse en el relato descrito, pues de ser así, el título sugerido quedaría así: "LA ARREPENTIDA".

Por favor argumentistas de fotonovelas de todo el mundo, uníos y no dejéis que el fantasma de la aniquilación intelectual y el embobamiento práctico recorra Europa, Asia, América... AYYYYYYY

6) Héroe: [a manera de declaración] Hoy, en esta investigación, hemos acordado otorgarle el nombramiento de HEROE a Adán; por la valentía demostrada, al transformarse de un joven ingenuo y lúcido a una víctima más de las ¿benditas? mujeres. Además, cabe señalar, por la ayuda que ha brindado satisfactoriamente, para que el discurso tuviera continuidad: sin él no hubiera sido posible compadecerse de nadie y el vaciamiento lagrimal, se perdería en la pupila del lector. Por todo, todo eso, te llamamos HEROE (con mayúscula), mi fregoncísisisisísimo ADAN.

4.5 La reversibilidad

¡Por fin! logramos descubrir algunos puntos clave para situarnos en el relato y sus intrincadas estructuras, así mismo, intepretarlo de acuerdo a los fines perseguidos en nuestra investigación. A continuación, algunas - observaciones pertinentes cuando por obra y gracia de la teoría se amolda un discurso que no tenía un ordenamiento coherente.

Ahora sabemos : el esquema del desenlace y final de la mayoría de las fotonovelas, se viene abajo con nuestro número estudiado (Capricho, 930); debido a las siguientes causas:

1. No hay final feliz;

2. una pseudoheroína (Beatriz) invierte su papel y se convierte en agresora;

3. la perversa Susy, en lugar de recibir su castigo por la conducta observada, se ve condecorada por obra y gracia y poca visión del carácter alatnero de Beatriz;

4. no se observa un melodrama completo, donde surge uno se encadena otro y ninguno tiene solución. Parece una conjunción de situaciones sin relación alguna o un discurso construido con jirones del lenguaje, sin asomo alguno de imaginación decorosa. Porque:

a. Nuestros protagonistas no saben qué tipo de reacción llevan.

b. Ella es cabaretera y lleva una vida ísexualmente ordenada! (nos referimos al número de "amantes", porque de ser sólo Adán, deberíamos solicitarle el secreto de sus encantos sexuales para satisfacer a la femi-a);

c. no sabemos si el superdotado joven, trabaja para mantener sus estudios, el departamento que cohabita con su media naranja, los gustos de ambos (porque los deben tener), etc., o a fin de cuentas:

d. las fichas de Beatriz sirven para tan notables y benéficos fines.

YAAAAA el dislocamiento está presente. Un discurso fotonoveler que quiere ser novedoso por el tema que trata (unión libre, se convierte en un

Catálogo de Consejos Morales que siempre se están reiterando en el mismo:

I) No vivas con una mujer de la "vida alegre", ya ves que te pueden pagar mal. (A propósito, donde se quedaría a vivir Beatriz después del desaire hecho a Adán, quizá pudiéramos ayudarle de alguna manera a sobrellevar su desdichada felicidad, satisfacer sus sueños o moderar su temperamento tan encendido); II) Estudia, antes de pensar en formar una familia numerosa y hacer práctico el precepto de la perpetuación de la especie; III) Búscate una noviecita santa de aquéllas que saben planchar, lavar, cocinar, guardar tu quincena y, sobre todo, que no salga con su payasada de perder un hijo porque estaba enojada y soñadora. COF,COF.

Dispéñenos, pero de veras, dispéñenos el querido lector si no continuamos con este atrevimiento verbal a costa de nuestra Fotonovela Rosa, pero es que ya nos ahoga tener que demostrar lo demostrado. (/TE DIGO QUE LO BUENO ES QUE NOS AGUANTO/). Nuestras conclusiones serán precisas, por lo tanto le invitamos a leerlas. (TODAVIA INSISTE ESTE '()+¿?). Aquí sólo queremos dejar huella de alguien que algún día tuvo la osadía de fijarse en tan controvertido medio de comunicación masiva y estudiar los rasgos que lo mantienen vivo en ese campo. (/DESPUES DE LANZAR SU FRASE DESTRUCTORA, PRETENDIO REIVINDICARSE PUES EL MAL YA ESTABA HECHO/). Esperamos que nuestra labor sea continuada por quienes al respecto tengan nuevas ideas o métodos de análisis. Esto quizá nos beneficie y por ende enriquezca el esfuerzo plasmado aquí. (/YA CASI PARA DESPEDIRSE SE ATREVIO A MENCIONAR PALABRAS SOECES QUE LUEGO HABRIA DE TRAGARSE/). Por ahora cerramos el telón y lo invitamos a que espere nuestra próxima aparición. (/QUE TAL SI EL DES-

TINO LE OFRECIA UNA JUGARRETA Y NUNCA MAS PODRIA REPETIR LA FECHORIA QUE HABIA COMETIDO. LA SOCIEDAD TENDRIA QUE JUZGAR LAS ACCIONES DE HOMBRES COMO EL, QUE SOLO PONEN EN PELIGRO LA INTEGRIDAD DE LAS BUENAS CONCIENCIAS Y DE LAS MUJERES FIELES/). Por tanto, en un futuro (esperamos no muy lejano), le ofreceremos nuevas y variadas avnturas de esta serie. Recuerde: no sólo de teoría vive el hombre sino de toda agresión que viene del medio.

HASTA LUEGO... SNIF...

f i n

D. R. MCMLXXXV

N O T A S

1. Helena Beristáin, Análisis estructural del relato literario, UNAM, (México, 1982), pp. 25-26.
2. M. Mattelart, op. cit., p. 114.
3. Ibidem, p. 157.
4. Ibidem, p. 152.
5. Barthes et. al., Análisis estructural del relato, PREMIA Editores, - (México, 1982), p. 7.
6. Es un hecho que nosotros recurrimos a Propp, para auxiliarnos en la investigación, puesto que no habría otra manera más idónea para entermeternos en dicho rubro. Vladimir Propp, Morfología del cuento, Editorial FUNDAMENTOS (Madrid, 1981).
7. Ibidem, p. 27.
8. Ibidem, p. 33.
9. Ibidem, p. 32.
10. Ibidem, p. 40.
11. Ibidem, p. 41.

Y DEL CORAZON NO SUPIMOS NADA

(Palabras de la utor cuando ya no pudo emitir ni un pio)

CONCLUSIONES

Pues bien: sometida a las torturas sapienciales más cruentas, desdeñada, desataviada de los encantos que la hacen atractiva como arma para matar el tedio; delimitada y desmembrada en sus alcances comunicacionales (vía desvarios teóricos); la fotonovela se yergue delante de tales infortunios libre de prejuicios; sin más pudor ni recato de los que siempre ha tenido y conserva intactos, a pesar del maremoto intelectual que se ha abatido sobre ella. Está ahí. Complaciente. Viendo morir a cada instante, todos aquellos elementos nocivos que pudieran atentar contra su integridad y derrumbarla de su trono. Pues aunque contra ella se presenten las más severas acusaciones y esta tesis se lea con el más estricto espíritu ecléctico, científico y crítico del que pueda echarse mano, su inmutabilidad práctica es férrea; ve desfilar ante ella: rollos y más rollos, elaborados a sus costillas, más allá de sus cincuenta páginas semanales. Sí, esa será su postura irrevocable, por más que nos desvivamos en el afán de desnudarla y encaramarla con toda la realidad de su verdadera faceta (ya descubierta

y descrita ampliamente), sin ningún encubrimiento publicitario, lacrimoso o sentimental.

De veras: no existen argumentos válidos para que los miles de lectores de fotonovelas (ocasionales por necesidad y en potencia por convicción) congratulados con las historias "actuadas" -que no vividas- por el ídolo, cesen en su afán de cultivar la costumbre de engañarse semanalmente, o comiencen a fijarse en minucias técnicas erróneas, como la carencia de onomatopeyas en el momento adecuado y en el colmo de la indecencia; la serie de irregularidades, no sólo lingüísticas sino también icónicas (como cabalmente se ha comprobado), que en la aberración suma se injertan para complementar el discurso emitido en el capítulo semanal correspondiente. Por otro lado, y a sabiendas de que nadie de entre ellos se atreverá a reclamar tales impropiedades, los emisores del mensaje fotonovelesco defenderán a tambor batiente, ese condicionamiento aleccionador adquirido, que evita la evidencia de las contradicciones que se gestan en el medio y se resuelven en el agradecimiento excelso, por mostrar la pose del Beso Sublime y la Blanca-Cachondez-del-Amor-Platónico, encarnado en la Pareja-Elegida-para-tal-fin.

Ante tan devastadora realidad, lo que suele hacerse en estos casos, para una mejor comprensión de la profunda problemática que todo esto representa y su posterior tratamiento, es pasear la vista por la inmensa cantidad de puestos de periódicos y revistas; donde se podrá admirar sin mucho esfuerzo: una gran variedad de material como el aquí estudiado. Interdependientes unas de otras (del Imperio ELE a Novedades Editores), las susodi-

chas fotonovelas se hermanan para fortalecer su permanencia y mostrarse - plenas en ese foro (el único); con su filosofía en especie (el sentimentalismo cursi e irreverente, a cambio de la proyección del ídolo y sus posturas hilarantes. Con lo cual, su existencia es imprescindible dentro del campo de la comunicación masiva. Se exhiben ahí, dulcemente parapetadas y fuertemente reguardadas; convertidas en redentoras y administradoras del tiempo libre; de los sueños y de la realidad ficticia de los adoradores del autoengaño. Se visten con sus mejores galas (pero el alma la tienen negra), para atrapar al (la) consumidor(a) y así, rendido(a) y postrado(a) ante sus páginas, le(a) obligan a atragantarse toda ofensa o grito de rebeldía que pudiera proferir contra el establishment y así sumergirlo(a) en un baño retórico de: "la verdad todo está bien como hasta ahora", consecuentemente se expone a padecer el sopor que semana a semana va en aumento, alejándolo(a) de la realidad político-social que verdaderamente vive y que históricamente debe transformar, trasportándose al mundo ideal de una historia de amor que conmueve hasta los huesos más reumáticos y los ojos más desérticos.

Todo esto nos lleva a pensar que, para la cultura de masas, encarnada particularmente en la fotonovela y en general, en todos los media no hay diferencia alguna; pues sus organizadores saben bien que todo producto nacido bajo este signo, será absorbido, sin ningún tipo de censura, por todos los subconcientes que logra topa; sin importar características individuales. "Lo que yo te ofrezco no es dañino, sólo quiero que lo asimiles y serás feliz por el resto de tus días". Así, un "beso amoroso" en este contex-

to, tendrá que ser, por obra y gracia de la imposición, eso: un beso amoroso. O qué otro argumento u hostigamiento reclamativo se puede esgrimir ante la afirmación por demás devastadora y pertinente: "Pero, mientras que para Beatriz hasta un beso tenía significado extraordinario, para Adán sólo era una muestra de cariño".

Es conveniente a estas alturas, más que hacer reflexiones que nos muestren la realidad tan cruel; pensar cuáles podrían ser los parámetros más viables a emplear, para someter a un baño de conciencia y por ende, obligar a los lectores de fotonovelas a redimirse del pecado moral del que los acusamos piadosamente. Sin embargo, esto no es tarea fácil para los intelectuales que enfrentan el problema, dado que las condiciones en que surge la fotonovela le otorgaron de por vida (claro, mientras se pueda), el estatus que hasta ahora conserva -sospechamos que por una de esas coincidencias? (dignas de un estudio sociológico posterior), su aparición sucedió exactamente en 1968 (octubre?); convirtiéndose en un buen pretexto para el acallamiento de la rebeldía efervescente de ese año, apaciguada - así, por la pasión pueril y perenne del sentimentalismo, que propició el rotundo fracaso de aquel memorable movimiento-. Así, estamos en una desventaja total y la delantera es diametral, no sólo en medios sino también en influencia, para poder enfrentarse a este gran monstruo devorador de conciencias y usurpador de las formas naturales de expresar los valores innatos y puros de la sensibilidad humana, sin tantos aspavientos melancólicos. Pensar que la fotonovela Capricho adopte visión de Shakespeare en tales apasionamientos, sería como exigirle a Kalimás que enseñará altas ma-

temáticas, o a Jacobo Zabludovsky que cesara en el cultivo de su espíritu nihilista contra el socialismo ruso.

Por otro lado, y en este punto queremos hacer hincapié: es lamentable comprobar que a todo lo anteriormente señalado, coadyuva en gran parte, el pesado yugo del sometimiento que fantasmalmente pulula sobre nuestras cabezas. De nada valieron movimientos que históricamente trascendieron en el aspecto social, como lo fueron la Independencia y la Revolución, pues la supuesta liberación obtenida y el surgimiento del hombre nuevo, al paso del tiempo, se ha reducido a nada y convertido en mera anécdota heroica de unos cuantos hombres valientes. Paradójicamente, todos aquellos ideales -logrados, se han revertido y hoy son la atadura que, como antaño, nos somete intelectual, moral y socialmente. Si la religión cristiana se nos impuso con sangre y fuego; hoy los "Promotores del Envilecimiento de las Masas", han descubierto métodos más sutiles para infiltrarnos, placenteramente y sin dolor alguno, las máximas de la cultura de masas, a todos y cada uno de los miembros de la actual sociedad descrita. En este ámbito, las conciencias son sometidas al bombardeo constante de las enseñanzas triviales, burdas e intelectualmente estériles; que fundan un sistema social represivo, pero natural. Todo eso no importa, pues la fotonovela muestra el amor blanco (la Rosa por supuesto), para evitar las perversiones sexuales (Ver Apéndice I). Esto se resume en: bienestar de unos (ganancia+poder) a costa del embrutecimiento y martirio impuesto sobre la razón de muchos, (los que sobramos).

Aquí te mostraiás y ahora...

Banalidad denotada, irrealidad solapada, diálogos abruptos y pseudocotidianos, escenas entrecortadas, novedad censurada (ningún personaje atenta contra las normas establecidas y cuando lo intenta o lo hace, le va muy mal (Adán y Beatriz, Capricho 930); la desfachatez intelectual es clausurada porque derrumba el sentimentalismo puro y sincero que pudiera existir en cualquier romance. El vocabulario es limitado, abundan los desbordamientos de ideas inconexas; los personajes no se estereotipan por sus actitudes, sino porque su intervención en la gistoria contada, termina por ser la repetición tautológica de la filosofía fotonovelera; que a fin de cuentas pregona. Todos estos pormenores son los que semanalmente se esperan con algarabía y regocijo, sin embargo, nadie los nota o aparenta no hacerlo, para evitarse amargos sinsabores de incredulidad. Tu conciencia, es mi negocio. Porque como apuntamos anteriormente: tras un ejemplar determinado de nuestra fotonovela querida u otra similar se esconden; si no los instintos más bajos y soeces, sí los intereses altamente bursátiles, que actuan en desmedro de la integridad intelectual y virtuosa de los lectores, a reserva de que existan, quienes como nosotros anulen por propio beneficio, dicha contaminación y traten de alertar a quien esté propenso a sumergirse en este mar de la inconciencia.

Ahora bien, habría que pensar que enmedio de tanta turbulencia, la barca del medio permanece intacta con toda su tripulación y enseres, dado que nuestra sociedad otorga (bueno, la mayoría de sus miembros), una capacidad de amoldamiento a los vaivenes de los patrones de consumo y de la

moda en boga (la videgrabadora contra las Matemáticas y la GRamática) antes que aquéllos referidos meramente a la intelectualidad franca, educacional y aprehensiva. Entonces, no será raro que se observe este mismo fenómeno con las atracciones y novedades que ofrece una cultura medatizadora; que se sabe instalada en el centro conductor de ideologías y el devenir del hombre moderno, que lógicamente, volvemos a reiterarlo, inaugura pautas de comportamiento que no atentan contra el orden establecido; antes bien, procuran mantenerlo firme, como garantía de la supervivencia mercadotécnica y, desgraciadamente, cultural, si se nos permite adjudicarle este último adjetivo a nuestro medio de comunicación; cultivador de conciencias de deprobable coeficiente intelectual y un alarmante número de analfabetas funcionales, que enfrentados a una determinada situación; no entienden la diferencia entre adorar la figura y la belleza de la fómima en turno y aprehender el mensaje pictórico de Picasso; o en el terreno político lo mismo les da haber sido conquistados por los españoles que la naturalidad con que ha permanecido durante 57 años un mismo gobierno con sus consabidas consecuencias; o en el peor de los casos: ¿Por qué preocuparse de la Deuda Externa?, si: Beatriz, Adriana, Isabel o como se llame la heroína (cuando la hay) sufre demasiado al no encontrar la Felicidad Eterna, el Amor puro y Dulce, su Príncipe Azul, etc., y eso, eso si es realmente terrible. La pose perfecta del ídolo no puede desvirtuarse ni tampoco su inmaculada imagen por la injerencia de la maldita y aterradora realidad .

(Me cai).

Nadamás es hoy...

Y arremeteremos otra vez con furia. Para llevar a niveles de paroxismo el

terrorismo intelectual desatado, con la plena confianza de que hemos emitido juicios y descubierto premoniciones que podrán dar señales de alerta y conducción, para andarse con más cuidado entre las páginas de una fotonovela y no dejarse atrapar por sus guiños aparentemente inocentes, pero engañosos en el fondo, ocultos entre sus imágenes grisáceas. No pensamos, sin embargo, que en esta tesis se ha escrito todo lo habido y por haber respecto al tratamiento de este problema y su resolución, ya que tenemos la certeza de que lo analizado podrá sufrir cambios e incluso manifestarse de diferente forma en épocas no muy lejanas. Además, tampoco creemos que con ello surgirá un cambio de mentalidad en los empedernidos lectores puesto que la reincidencia en el caso seguirá sin inmutarse; con la misma intensidad, poco importará en este caso, se se hubiera realizado o no este trabajo. Cabe destacar, que aún después de haberse batido en este duelo, con los pormenores detallados, los organizadores de los consorcios del corazón tampoco sentirán el más leve peligro en su negocio. Quizás sólo esbozarán en sus labios una sonrisa irónica ante el desplante verborreico proferido; o tal vez, lo único que arguyan para evitar todo problema de conciencia, será que el autor de esta tesis, pretende formar parte del grupúsculo al que enjuicia y lo que realizó es; antes que un ataque, un reclamo por no incluirlo en sus nóminas y hacerlo partícipe de las jugosas ganancias monetarias en este ámbito y que ya han sido denunciadas.

Así, puesto el dedo en la llaga; el pecado original que ya de antemano cometió la fotonovela con el sólo hecho de aparecer en el mercado, no será grave pretexto para desenterrarla del supuesto paraíso comunica--

cional en que vive, sino que tendrá que llevarse a cabo, una prominente y avasalladora lucha con el fin de lograr dicho propósito catártico; comenzando por ofrecer perspectivas y opciones que se encaminen a encontrar un uso distinto y creativo de los mismos elementos criticados y así dotarlos de un nuevo carisma, que antes de convertirse en un negocio rentable y redondo, contribuya a la concietización del individuo y el desarrollo íntegro de todas y cada una de sus facultades de la mejor manera posible; con ánimo de defender, en común, intereses culturales y sentimentales, propios de su verdadera idiosincrasia. no se trata de desaparecer el concepto de enajenación de las masas, tarea por demás imposible, sino que la cultura, información y diversión dirigida a ellas así como los medios utilizados en su difusión, le ofrezcan mejores alternativas en el aspecto cognoscitivo y del razonamiento, porque, dicho sea de paso, el camino es arduo, - debido a que el problema no radica solamente en lo que hemos detectado en nuestra investigación, sino que tiene raíces más profundas; una de las cuales es el depreciable medio educativo en el que nos hemos desenvuelto (ver APENDICE II) durante tanto tiempo y que propicia las desviaciones pedagógicas hacia lo más deglutible e inmediatamente asimilable como una foto-novela y géneros afines, una emisión radiofónica o una serie televisiva, pues esto no exige ningún desplante molesto y relega el derecho de opinión a la mera pasividad recepto-observadora. Pare ser, que en la actualidad, las aulas se encuentran en las imprentas de los consorcios del corazón, las estaciones de radio o los estudios de televisión, con maestros que no exigen otra actitud que admirar los bellos muslos de la actriz fotografiada, reirse del chiste absurdo o reiterar la complacencia musical;

que se enojan si el volumen de ventas es bajo o el rating apenas alcanza los 5 puntos. Esto provoca que nuestro subdesarrollo intelectual, propicie y mantenga el rasgo de analfabetismo en potencia por idiosincrasia, esperando que se desechen planes de estudio, obsoletos en países de la periferia para adoptarlos en la conformación pedagógica nuestra.

La otra cara de la moneda que hemos lanzado al aire, muestra los problemas que conjuntamente acarrea, pues para lograr la disminución de los mismos no bastan sólo los buenos propósitos que se tengan en mente, sino que se requiere de una participación completa y sin reservas de aquellas entidades u organismos que aparecen como administradores y reguladores de la cultura, con el fin de abaratar costos y arriesgar capitales en la experimentación de los proyectos que se presenten en este rubro, pues de nada sirven las ideas si su aplicación es nimia. no mentimos, pues sabemos que para editar un libro, un buen periódico o una revista (cultural o de entretenimiento) que evite el lastre del comercialismo, o simplemente cualquier medio de comunicación alternativo, un obstáculo insalvable es la materia prima; otro, las pocas ventas en ambos (ver APENDICE III). Esto confluje en la incosteabilidad de medios comunicativos en toda la extensión de la palabra; ante los consorcios de grandes tirajes y producción de bet-sellers. Así úes, ya para terminar este pequeño ahondamiento verborreico, cada vez más profundo, el autor de esta tesis confpia en que será, e s a misma masa, de la que tanto se teoriza y discute, la que propiciará, a base de exigencias cada vez más severas, los cambios necesarios en todos los aspectos que le conciernen: histórico, político y social. Cuando esto su-

ceda, se mantendrá en la firme posición manifiesta en esta investigación y entonces tratará de llevar hasta sus últimas consecuencias, los preceptos y las buenas intenciones que ahora son sólo una utopía.

Un último y desgarrador SNIF...

A P P E N D I C E S

APENDICE I

E P I L O G O

¿Por qué no fuimos rojos?

¿Decencia probable?, ¿enemistad entrañable?, ¿descuido indebido?, ¿ocultamiento atroz de la realidad?, ¿complicidad reiterada?; no podemos desmentir ni corroborar ninguna de estas cuestiones, epro nuestro alejamiento - del otro género fotonovelesco (el Rojo), es consecuencia de no querer ser redundantes donde el mensaje es ya denotado y altamente soez, además de marcadamente ofensivo contra la decencia y el pudor que, aunque no se crea, aún conservamos. Eso sí, aquélla que no tratamos, seguramente contiene, sin necesidad de demostrarlo, el doble de las atrocidades y (ho)errores encontrados en la que sí estudiamos aunados a otros defectos que contraponen diametralmente uno y otro género, véase: allá donde un beso es lo más atrevido y sublime que puede despertar la libido de los personajes, acá se convierte en muestra irreverente y sin censura, de las partes pudendas y la cachondez barata que tergiversa las sensaciones sexuales y provoca fenómeno de fijación e insatisfacción dignos de una disertación freudiana; además los tórtolos inocentes y virtuosos, son suplantados por una burda representación de HEMBRA Y MACHO, con sus consabidas características en dicho contexto y que responden al instinto antes que a larazón -donde falta el amor, aparece-el-salvajismo-. El enfermizo desbordamiento de pasiones de todo tipo inunda, rebosante, cada viñeta y la página completa.

¿Dónde quedó el romance idílico, el dramatismo excelso, la decencia entre enamorados de manita sudada, el ahogamiento recatado de las bajas pa-

siones? Todo esto se transforma dentro del género rojo, en una vaguedad sin precedentes, debido a que la mayoría de las situaciones planteadas sólo pretenden servir de justificación para que ligeros y bresieres tengan razón de aparecer y por ende despertar an el lector una morbosidad no por lo tratado (triángulos pasionales, incestos, esposas infieles, amantes descubiertos en el [1]hecho), sino por la desnudez de la fémina (que siempre aparecerá), mostrando pechos, cadera, muslos y... todo lo que sea posible, en fin... Playtex y Carnival disputan la supremacía.

A propósito, recién hemos sabido de la bronca desatada en contra de las fotonovelas de la calaña de: "Las cotorras", "Joyas eróticas de la literatura universal", "Valla de lágrimas", "Locos por el sexo", "Lacras sociales", que si bien muestran un mal de antaño, es una querrela cndehle (que por carecer de Certificado de Licitud) y muy poco avasalladora (¿Qué no se daban cuenta?), dado que no sabemos por medio de que artificios truculentos; todo queda en una llamada de atención portáte-bien-ya-pasó-todo, departe de quien las censura ono. Sin embargo, lo anterior es posible gracias a que en éstas no se puede ocultar y descubre inmediatamente su mensaje envilecedor (quesque son pronográficas) y ¿a la Rosa?. Ya nos dimos cuenta de la saña con que carcome la integridad intelectual y eso ¿no es denigrante?; aún así, irrumpe semanalmente, para colmo de nuestra desgracia, en todos los puestos de periódicos posibles, Por qué no actuar de la misma manera ya que (tal vez fue un descuido), pero (ojo): la fotonovela Capricho no tiene el Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas ilustradas, yaaaaa. O todas coludas o todas rabonas. Ya no ahondemos más, quede el comentario como una mera palabra al vien-

to y vaya un sentido apaluso para quienes ahora estén al frente de tan escrupuloso y delicado cargo.

Por todo esto, nunca, nunca fuimos rojos...

Continúa el epílogo:

(Se hace constar que a manera de ilustración para nuestras intenciones, hicimos un seguimiento hemerográfico de un hecho que trascenderá la historia de la comunicación masiva)

Fecha: 9 de abril de 1986

Cintillo: RESOLVERA SU LICITUD

Cabeza: Comparecerán ante Gobernación editores de revistas suprimidas.

La Secretaría de Gobernación informó ayer que por violaciones a la Ley de Imprenta y al Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, los editores responsables de veinte impresos, - entre ellos Alarma, comparecerán ante la Comisión Clasificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

De acuerdo al precepto legal, dijo la dependencia, los editores, directores y propietarios de dichas revistas que transgreden en su contenido lo marcado por la ley, tendrán la oportunidad de alegar lo que a su derecho convenga antes de que se resuelva sobre la licitud de la circulación de sus publicaciones.

Las veinte revistas que ahn cometido flagrantes infracciones a la Ley de imprenta y el reglamento respectivo, dijo la Secretaría de Gobernación, son: Las cotorras; Curvas, curvas y más curvas, Sueños prohibidos, las muñecas, Joyas eróticas de la literatura universal, Lacras sociales, Valle de lágrimas, Amor sin horario, Bombón, Locos por el sexo, Placer 86, Lo mejor. Justicia, Ale rta. Alarma, Notas de archivo, Los lavaderos del chisme, La ciudad de los mil intrusos, Nuestras penas, y Caricias

Adultas.

La mayor parte de esos impresos atenta contra lo dispuesto por la fracción II del artículo segundo de la Ley de Imprenta, , pues su sostenido constituye "una ofensa pública al pudor y a la decencia, incitando a la práctica de actos licenciosos, contrarios a la sana conducta sexual de las personas", señaló la SG, y subrayó que también exponen, distribuyen y venden figuras que representan "actos lúbricos", lo que viola lo dispuesto por la fracción III del mismo artículo segundo de la citada ley.

En dichas publicaciones se utilizan textos en los que sistemáticamente se emplean expresiones contrarias a la corrección del idioma y en portadas y contraportadas presentan desnudos en actitudes "provocativas", refiriéndose en sus contenidos a vicios sexuales contrarios a la continencia y buenas costumbres.

Violan también la fracción I del artículo sexto del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, pues su contenido "induce directa o indirectamente al vicio y a la comisión de delitos". Otras violaciones se refieren a disposiciones de la Ley de Imprenta, pues sus contenidos constituyen ataques a la vida privada , al exponer a las personas al "al odio, desprecio o ridículo, causándoles demérito en su reputación".

En el caso de Alarma y Alerta, concretamente, se ataca a la vida privada de las personas, al referirse a la memoria de difuntos en forma que lastima el honor y la estimación pública de sus herederos.

Poco después...

Fecha: 16 de abril de 1986.

Cintillo: COMPARECERAN EDITORES DE 20 DE LAS LLAMADAS PORNOGRAFICAS.

Cabeza: Todas las revistas que se publican serán calificadas por Gobernación.

Sumario: Salvador Rocha Cordero, presidente de la comisión, declaró que en tres días se dará el dictamen de las que se analizan, que están Alarma y Valle de Lágrimas.

La Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de GObernación, notificó ayer a los propietarios y editores de 20 revistas -en su mayoría de las llamadas pornográficas- que sus publicaciones violan la Ley de Imprenta y el Reglamento sobre Publicaciones Y revistas Ilustradas, lo que ameritará un análisis de su contenido para determinar si se les cancela o no el permiso de circulación.

El director de Asuntos Jurídicos y de Gobernación y presidente de la citada comisión, Salvador Rocha CORDERO, señaló que el organismo que dirige "ejercerá todas las facultades que la ley y el reglamento le conceden, a fin de que dejen de circular todas aquellas publicaciones cuyo contenido sea declarado ilícito". Está en estudio el caso de 20 revistas, entre las que se hallan: Alarma, Alerta y Valle de Lágrimas.

Durante la sesión pública efectuada ayer en la Secretaría de Gobernación, se presentaron los propietarios y editores de las

20 revistas "cuyo contenido violenta la Ley" y se dio lectura al análisis que llevó a la Comisión Calificadora a considerar esas publicaciones como atentatorias de los ordenamientos referidos.

De los propietarios y editores de las publicaciones mencionadas -Roberto Hernández Medina, Mario Garcés Maldonado, Alberto Martínez Tinajero, Fernando González Tovar, René Cremiux, José Martínez Ruedo, Roberto René Blanco y Mario Sojo-, sólo los dos últimos presentaron alegato y argumentaron tener pruebas de que sus publicaciones Alarma, Alerta y Valle de Lágrimas cumplen con lo estipulado por la ley.

Al término de la sesión, Salvador Rocha Cordero dijo, en una conferencia de prensa, que todas las revistas que se publican -desconoce el número de ellas- serán sometidas a una intensa investigación.

Asimismo, expreso que el dictamen final sobre las 20 publicaciones que actualmente se analizan estará listo en tres días y descartó que es esta situación haya motivaciones políticas, "porque sólo se acatan los lineamientos que marcan la Ley de Imprenta y el Reglamento sobre Publicaciones".

A la pregunta de por qué hasta ahora se analizaron los contenidos de las publicaciones, cuando que existen algunas que superan el número mil. Rocha Díaz manifestó "porque hasta ahora se hizo un estudio detallado y minucioso y se analizaron los últimos números".

Finalmente comentó que las 20 publicaciones que son analizadas no comprenden las 63 que fueron retiradas por no contar con

el certificado de licitud, sino que son casos diferentes.

APENDICE II

Escrito que trata sobre las cosas que de educación nos concierne a todos:

MEXICO ANALFABETA

Luis González de Alba

Más que usted, debería dirigirme a la Secretaría de Educación Pública, en particular a la que supongo podría llamarse Dirección de Enseñanza Primaria, pues son ellos quienes han creado una atterraora situación de miseria educativa que alcanza su ciris en la Universidad.

Resulta que soy profesor de los últimos semestres de una facultad, no importa cuál porque en todas ocurre lo mismo. Mis alumnos y alumnas están a unos meses de practicar una profesión más bien delicada, si es que peligrosa. El examen final plantea situaciones reales como la siguiente:

Durante una sesión de grupo oyes decir a un cliente que lleva el apellido del primer gobernante de México despues de la Independencia, a lo que otro replica que no le ve gracia, pues preferiría el apellido del primer presidente. Háblame del conflicto entre estas dos personas.

Nucho antes de entrar en tal análisis, quien entrena profesionistas supone que aprendieron en primaria acerca de un tal Iturbide y un tal Guadalupe Victoria, que el primero se coronó emperador y tras un derrocamiento se estableció la República. Así de grueso y de sencillo, sin más datos ni complicaciones. Pero quien presuponga tales conocimientos en personas con un promedio de 18 años de escolaridad se equivoca rotundamente: apenas la mitad logra recordar estos nombres, y en esa mitad se incluyen los

que copiaron. Los demás afirman que el primer presidente de México fue, en orden de preferencia: a) Juárez, b) Madero, c) Díaz, d) Huerta, (!!!!) e) Maximiliano, (!!!!!!!!), f) Carranza. Y un buen número prefiere dejar un menos ignominioso espacio en blanco.

De 36 estudiantes, sólo dos consiguieron responder que si un paciente habal de un convento del siglo catorce que hay en su pueblo, o miente o no es mexicano. Es decir, no conocen ni siquiera el siglo en que Colón llegó a América. O más bien, si lo conocen (quiero suponer), pero no logran emplear tal conocimiento para un fin que no sea responder a la pregunta directa.

Sólo seis atinan a intuir que la madre de un muchacho de 20 no pudo haber muerto en la destrucción de Hiroshima, como el sostiene en una entrevista clínica presentada para su análisis en el examen. Los otros 30 no conocen ni el año, ni siquiera aproximado, de tal genocidio; o bien, saberlo no les despierta ninguna luz.

Peor aún: ¿qué les dice la frase "matanza de Juves de Corpus"? Pues... algo ocurrido durante la guerra cristera (respondió el más politizado y socializante)... un hecho de hace como cien años... que "el sujeto está muy apegado al clero... que quien habla de eso debe ser una persona muy religiosa...

¿Cuántos asociaron esa fecha con los halcones? Ni uno. ¿Con el 10 de junio? Tres, quizá cuatro, me da flojera volverlos a contar. Y eso que fue una matanza de estudiantes y que todos los años las paredes de la UNAM se llenan de pintas alusivas: "Diez de junio/no se olvida..."

¿Una obra de Octavio Paz? Cien años de soledad (cinco respuestas).

¿Una de Juan Rulfo?; No sé. (Siete respuestas).

Recibo un alto porcentaje de proyectos de tesis profesionales contadas las palabras terminadas en on acentuadas: estuvieron, dijeron, vinieron, sublimaron.

Como todos los años, mi primer impulso es renunciar. El segundo, llevar una regla y pegarles a todos en las manos haciéndoles repetir: "Pedro Páramo". la letra con sangre entra.

No es éste un caso de estupidez colectiva. Por el contrario, se trata muchachos y muchachos y muchachas más inteligentes que el promedio. Pero expresan el fracaso de nuestro sistema educativo, torpedeado, agujerado y desinflado a partir de Avila Camacho.

Debemos empezar a preguntarnos qué estamos haciendo de nuestros jóvenes, de nuestros niños. Todos saben que el primer presidente de los Estados Unidos fue Washington; pero yo tengo al menos un alumno que no sabe si Juárez vivió antes o después de Hidalgo (y lo dejé en la duda); ya terminó sus estudios profesionales, excepto mi materia.

Yo mismo, en la secundaria y prepa, jamás fui puesto a leer Santa ni los bandidos de Río Frío ni nada de literatura mexicana. No tenemos orgullo por lo nuestro ni pasión por el país. Por eso tiramos edificios hermosos, secamos el lago que rodeaba esta ciudad, permitimos la corrupción, toleramos la arbitrariedad de las autoridades que se da en ese vacío de puro aquí y ahora que padecemos y en el que se nos expropian todos los derechos porque no sabemos siquiera que los tenemos. Nos parece tan natural que el peatón salte al paso de nuestro auto, que el policía aproveche su poder, que el gobernante imponga su gusto y fobias personales. Tenemos que

la más alta autoridad de Cinematografía adora Nazarín... de Olhovich. Y con autoridad moral nos prohíben ver lo que se nos pegue la gana, sea bueno o pésimo. Todo nos viene de la infancia y de la educación.

Este caso no es extraordinario. Así ocurre en todas las universidades del país. Estamos ganado la batalla contra el analfabetismo, pero Perdiendo la de la educación. Y con la educación perdemos al país. Pregunten ustedes. señor rector, señor secretario de Educación, a sus allegados cuántos estados tiene México, pregunten si alguna vez estuvimo en guerra con los Estados Unidos y qué resultados trajo, cuántos kilómetros (aproximadamente tiene nuestro territorio, por qué hubo franceses peleando contra mexicanos aquel 5 de mayo. Pregunten y se sorprenderán. Pregúntelo usted, lector.

Debemos hacer algo y pronto, porque hasta la fuga de divisas se ha visto favprecida por esa falta de amor y de pasión. Estamos perdiendo la columna vertebral como nación y las campañas del PRI resultan contraproducentes: la retórica se ha revertido y vivimos el imperio del momento, sin pasado ni futuro. Y nada es más peligroso para una nación que esa blandegería, propiciada y ejemplificada en nuestro caso desde el poder.

APENDICE III

Verdaderas agonías de papel
Carlos Monsiváis

III

La crisis económica, instaurada oficialmente en febrero de 1982, irrumpe el ritmo de crecimiento de publicaciones y público, obliga a la desaparición, o lo que casi es lo mismo, a la aparición demasiado azarosa de las revistas independientes y amenaza seriamente el recién adquirido derecho de masasa la lectura. Ahora, según datos de Demetrio Sodi, coordinador de Abasto y Distribución del DDF, alimentarse cuesta a la población el 70 por ciento del salario (La Jornada, 10 de marzo de 1986). También, de 1982, a la fecha la mayor parte del presupuesto de las universidades (incluso hasta el 92, o 93 por ciento en casi todas las provincias), corresponde al renglón de salrios. ¿De qué dinero se dispone para propiciar la investigación y la difusión cultural y poner al día las bibliotecas? ¿Y que le queda a las familias y a los individuos para libros? La dinámica de la sobrevivencia vuelve brutalmente superfluo todo lo no estricto, y la vieja tradición anti-intelectual de México insiste en considerar no estricto al libro. Pero esta vez es distinto el contexto, como lo prueban los puestos de periódicos, ya "librerías de pobres", atestadas de ofertas españolas.

En 1986, la crisis hostiga implacablemente a las publicaciones y a la industria editorial mexicana (y sin la interacción de ambas no se entiende bien el crecimiento de estos años). En su examen de la industria editorial (La Jornada, 10 de marzo), proporciona Guillermo Schavelzon cifras

demoledoras. Una de ellas: "EN 1983, la industria editorial produjo libros por 14 mil 980 millones de pesos, dos años después, en 1985, la producción había aumentado a 16 mil 980 millones; un aumento de 15 por ciento para una inflación de 133".

Tradicionalmente, la mayor encomienda de las publicaciones culturales ha sido incitar a la lectura y la discusión de ideas, y la frecuentación de espectáculos. La crisis disminuye notablemente la oferta de conciertos, exposiciones internacionales, ballets, teatro de calidad, etcétera, y también e inevitablemente, repercute en la compra de libros. Al erosionarse su papel de estímulo, se cuestiona el sentido mismo de las revistas y suplementos. Es fundamental que se continúen divulgando materiales (con o sin "piratefía"), de otro modo inaccesibles a los lectores interesados. Pero ya están condenados a ser, y no por voluntad propia absolutamente minoritarias (para no calificarlas de elitistas).

Ya es hora de politizar el examen de publicaciones culturales. Al lado de la crítica política editorial, debe darse urgentemente, el análisis de sus posibilidades mismas de existencia. Detrás del alza incesante de precios se halla -no única, pero sí determinadamente- el aumento del costo del papel (en este caso reciente, 45 por ciento para diarios, 60 por ciento para revistas). ¿Quién decide esas alzas y en función de qué realidad económica? Desde hace años las fábricas propiedad de bancos suben exagerada y vorazmente sus precios, ante la plena indiferencia del gobierno y la sociedad civil. El alza irrestricta del papel es un acto depredador que merma a diario las posibilidades cada vez más reducidas de lectura de la población (incluso en el renglón de la historieta o comic. Hace

dos años La Familia Burrón costaba 10 pesos; hoy cuesta 80 pesos). ¿Cuántos estudiantes dispondrán de los 3 o 4 mil pesos mensuales para leer todos los días un periódico? Antes era habitual en los interesados en cuestiones culturales la adquisición de diversas publicaciones. Esto es ya imposible.

Aquí mismo, los precios son el tema obsesivo de los asistentes a la Feria del Libro. ¿A dónde conduce la espiral inflacionaria? Es imprescindible que los representantes de la industria editorial mexicana y de los centros de enseñanza superior actúen ante la cabal indiferencia del gobierno. No mitifico al libro, y sé que el problema de su alto costo se liga mundialmente a la crisis de la enseñanza superior, pero en México nunca se le ha dado la oportunidad a la gran mayoría de elegir lo que quiere o no leer. Desde un principio, se les ha decalrado incompetentes, se les ha condenado en el mejor de los casos al comic y al periodismo para anal-fabetas funcionales (el de más éxito de venta).

Aunque en esta época de antenas parabólicas, el feroz encarecimiento deperiódicos, libros y publicaciones culturales empobrece aún más las perspectivas nacionales. Sin libros (sin el derecho a la lectura) el pueblo mexicano se verá limitado cruelmente en sua alternativas, y en su uso de la imaginación, del gozo de la palabra y de la discusión racional y democrática.

(Fragmento de la Ponencia en el Simposio sobre Publicaciones Culturales y Científicas, Feria del libro, 1986)

APENDICE IV

OPINIONES

¡Alarma!: 23 años de tardanzas
Raul Trejo Delarbre

Taradaron casi 23 años las autoridades gubernamentales encargadas de la supervisión de publicaciones, para darse cuenta de que Alarma, entre otras revistas, ofende el "pudor y la decencia". Desde 1963, esta revista semanalha sido pródiga en el cultivo de un periodismo que vá más allá de un simple amarillismo. Alarma, aparte de exagerar para vender, explotando lo más truculento, lúbrico o sensacionalista de los asuntos de los cuales se ocupa, ha llegado a ser un auténtico factor en la conformación de nuestra opinión pública (si por tal, entendemos la suma de juicios que se generan entre quienes leen y escriben en la prensa mexicana). Ese segmento de opinión pública, integrado por quienes, según diría la crítica sociológica, engrosan las estadísticas del analfabetismo funcional, pero que también conforman lo que en discursos, ensayos y estudios llamamos como pueblo de México, a falta de mejores opciones ha tenido que definir sus códigos de conducta, su moral pues, a partir de parámetros como los que reflejan tales revistas.

La Secretaría de Gobernación de la cual depende la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, y en ejercicio de facultades que le confieren la Ley de Imprenta y el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, ha determinado que, junto con Alarma, otros 19 pasquines deben dejar de circular y sus editores deben comparecer ante las autoridades para defenderse. El principio general en el que se basan ta-

les decisiones, es claro: el gobierno tiene la facultad, y la responsabilidad, de oponerse a la distribución de impresos que trasgredan ese pantanoso territorio de lo que se conoce como las buenas costumbres. Pero ¿quién juzga? Desde un punto de vista ético, publicaciones como Alarma son indefinibles: comercian con la dignidad de quienes se ven involucrados en algún delito; alimentan la estulticia y en nada ayudan al desarrollo cultural de sus lectores; y en nada ayudan al desarrollo cultural de sus lectores; su distribución no ha sido ejemplo de libertad de prensa si no de cómo la prensa, en México, está mayoritariamente al servicio de un entretenimiento corriente, intrascendente y despolitizador. Sin embargo, cabe recordar que con los mismos argumentos que hoy emplean las autoridades para descalificar a revistas como Alarma, en el pasado se ha coartado la circulación de publicaciones que sí han sido serias (en agosto de 1975 por citar sólo un caso, la Comisión Calificadora negó la licitud a la revista Eros, que dirigía al señor James Fortson y en donde colaboraban escritores e intelectuales cuyo trabajo era de indudable calidad, alegando que provocaba "unas crisis de valores", incitaba "a los placeres carnales" y ofendía "a la moral pública", entre otros sambenitos).

Publicaciones como Alarma, Alerta, Locos por élsexo, o Juegos de Pasión y risa son sin duda cuestionables, pero también lo son las atribuciones gubernamentales para impedir la circulación de revistas y sobre todo, las leyes que existen al respecto. Desde 1977, la Comisión Calificadora depende de Gobernación y no de la Secretaría de Educación Pública, como ocurría antes. Puede pensarse entonces, que la supervisión y eventual censura de revistas es considerada como asunto político, y no cultural ni edu-

cativo. Hace algo más de tres años, ya en el ocaso de su gobierno el presidente López Portilli promulgó un nuevo reglamento, llamado "de Publicaciones y Objetos Obscenos", que pretendía modernizar la calificación de revistas pero con aristas tan riesgosas para la libertad de prensa que fue unánimemente cuestionado. El Reglamento tuvo poca vida; fue derogado apenas a los diez días de gobierno de Miguel de la Madrid. Subsiste la necesidad de contar con disposiciones jurídicas menos vetustas, pero quienes redactan las leyes, desde el Ejecutivo, siguen resistiéndose a propiciar la participación de los representantes de la sociedad (el Parlamento, instituciones educativas, asociaciones profesionales, etcétera) en cuestiones tan delicadas como la supervisión de las publicaciones, a fin de que éstas cumplan con las normas éticas elementales, pero sin que esa vigilancia signifique censuras o arbitrariedades.

Mientras, será interesante conocer la defensa que hagan los editores de Alarma, que son los mismos de otro semanario que comercia con el amarillismo aunque con tintes políticos, la revista Impacto. Ya que en una ocasión anterior, eludieron la ley (en cuya aplicación, por lo visto, las autoridades no fueron tan celosas) con un procedimiento muy sencillo: la fotonovela Casos de Alarma, cuando se dispuso que dejara de circular, simplemente cambió de nombre. Ahora se llama Valle de Lágrimas y sigue tan campante como elahora inaccesible (isnif!) Johnnie Walker.

Otra opinión...

Los comics y la censura: quién barre la basura y con qué criterio.

Teresa Martínez Arana

Hace dos semanas la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas retiró de la circulación 63 revistas consideradas "pornográficas". En los puestos de periódicos esta última semana, las historias so brevistas son, entre otras:

De Editorial Racáná, empresa hermana de Promotora K -editora de Kalimán-, novedades de las series El juicio final ("Prostitución criminal), - Así es mi barrio y El precio del pecado; estos tres ejemplares portan un sello impreso con el texto: "Argumento seleccionado, garantía de máximo impacto emocional".

De Editorial Ejea, "El luchador cornudo", de la serie Sensacional de luchas a color, el capítulo 53 de la serie Poseción demoníaca y "Alta traición de la serie Sensacional de espionaje.

De NOvedades Editores. El libro semanal se dedica a la historia "Casquivana", y el grupo Vid habla de "La matanza de los judiciales" en su serie Archivo Criminal.

"El problema no es si se barre o no la basura; el problema está en ver quién la barre y con qué criterio". Con estas palabras, el antropólogo Armando Bartra, resumió en una entrevista su opinión sobre la necesidad, en este sentido, de participación por parte de la sociedad civil.

Baste echar un vistazo a la historia y conformación de la Comisión Calificadora para ampliar las opiniones de Bartra.

La Comisión nació comotal en 1951, aunque desde 1944 se estableció en la Ley Orgánica de la Educación Pública que corresponde al Estado "proteger la educación pública en cualquiera de sus tipos", dentro de los cuales se encuentra la prensa, a través de la cual la educación "se ve contrarrestada por una serie de revistas ilustradas, historietas y láminas... que ofenden al pudor, la decencia y las buenas costumbres, excitando sexualmente a la juventud y exponiéndose a los riesgos de una conducta incontinente y libertina".

A partir de abril de 1977, por decreto presidencial, la Comisión Calificadora dejó de formar parte de la SEP para adscribirse a la Secretaría de Gobernación, porque, según la Ley Orgánica de Administración Pública Federal, que entró en vigor a principios de aquel año, esta dependencia asume a su cargo "la vigilancia de las publicaciones impresas a fin de que éstas se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal y no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público".

La Comisión está integrada por cinco miembros: un presidente, que es el Director General de Asuntos Jurídicos de Gobernación en turno; un representante de la SEP, uno de la Procuraduría General de la República, y dos de la opinión pública. Estos últimos son también designados por el Secretario de Gobernación. Uno de ellos representa a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Actualmente ocupa este cargo Jorge Velasco, director de la CITEM, una de las cinco compañías distribuidoras de publicaciones al interior del país y al extranjero más fuertes de México, que es a la vez, una de las empresas del grupo Vid, creado gracias a los millones

de ejemplares de historietas que semana a semana han invadido los puestos de periódicos durante 30 años.

En entrevista, Diego Valdés, presidente de la Comisión Calificadora, hasta junio de 1984, afirmó que este organismo "mantiene una labor permanente de supervisión" y que cuenta con "centenares de colaboradores espontáneos"; uno lo constituye la Asociación de Padres de Familia, que en días recientes presionó para que se retirasen 63 publicaciones.

Quién barre la basura y con qué criterio es una pregunta todavía al aire, como tantas otras, al menos en lo que respecta a historietas: Si el 80% de las publicaciones periódicas está formado por comics y más del 60% del papel que se destina a la industria editorial -y que produce y distribuye PIPSA, también adscrita a la Secretaría de Gobernación- es consumido por los editores de ellos, ¿no se está censurando o, al menos limitando la producción, y por lo tanto, el acceso a otros materiales de lectura? Cuando se retiran publicaciones de la circulación, ¿qué opciones ofrecen a cambio, tomando en cuenta que historietas y publicaciones como Alerta -con un tiraje global superior a los 40 millones de ejemplares al mes- constituyen el principal vehículo de lectura en México, a través del cual millones de mexicanos alfabetizados, ante la carencia de otras opciones, mantienen su capacidad de lectura y no pasan del analfabetismo funcional al analfabetismo real? ¿Son más nocivas las publicaciones evidentemente -"contrarias a la moral pública y a la educación" que aquellas que las trasgreden sutilmente? ¿Cómo determinar lo que es nocivo sin preguntar a los lectores?

B I B L I O G R A F I A

1. BALDIVIA Urdininea, José [coord.], La formación de los periodistas en América Latina, Editorial Nueva Imagen, México, 1981, 378 pp.
2. BARTHES, Roland, et. al., Análisis estructural del relato, Premia Editora, México, 1974, 234 pp.
3. BARTHES, Roland, Elementos de semiología, Alberto Corazón Editor, Madrid, 1971, 97 pp.
4. BARTHES, Roland, La cámara lúcida, Editorial Gustavo Gilli S. A., Barcelona, 1982, 204 pp.
5. BARTHES, Roland, Mitologías, Siglo XXI Editores S. A., México, 1981, 187 pp.
6. BARTHES, Roland, Sistema de la moda, Editorial Gustavo Gilli S. A., Barcelona, 1978, 270 pp.
7. BAUDRILLARD, Jean, Crítica a la economía política del signo, Siglo XXI Editores, S.A., México, 1972, 251 pp.
8. BAUDRILLARD, Jean, El sistema de los objetos, Siglo XXI Editores, S.A., México, 1981, 223 pp.
9. BENEYTO, Juan, Conocimiento de la información, Alianza Editorial, Madrid, 1973, 249 pp.
10. BERISTAIN, Elena, Análisis estructural del relato literario, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1982, 199 pp.
11. BRURONI, Vittorio, Sueños y mitos de la literatura de masas, Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1982, 267 pp.
12. CARONTINI, Enrico y PERAYA, Daniel, Elementos de semiótica general, Colección Punto y Línea, Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1979, 133 pp.
13. CASASUS, José Ma., Ideología y análisis de medios de comunicación, DOPESA, Barcelona, 1972, 181 pp.
14. CASTILLA DEL PINO, Carlos, La incomunicación, Ediciones Península, Barcelona, 1971, 144 pp.
15. CAZANEUVE, Jean, El hombre telespectador (Homo telespectator), Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1977, 151 pp.
16. COHEN-SEAT, Gilbert y FOUGEYROLAS, Pierre, La influencia del cine y la televisión, Breviarios No. 189, Fondo de Cultura Económica, México, 1967, 167 pp.
17. COLOMBO, Furio, Televisión: La realidad como espectáculo, Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1976, 107 pp.
18. CREMOUX, Raúl, ¿Televisión o prisión electrónica?, Archivo del fondo, No. 12, Fondo de Cultura Económica, México, 1974, 117 pp.
19. CURIEL, Fernando, Fotonovela ROSA, Fotonovela ROJA, Cuadernos de Humanidades No. 9, UNAM, México, 1980, 118 pp.
20. DONIS, Donis A., La sintaxis de la imagen, Colección Comunicación Visual, Editorial, Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1982, 211 pp.
21. DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand, Para leer al Pato Donald, Siglo XXI Editores, México, 1979, 161 pp.
22. DUCROT, Oswald y TZVETAN, Todorov, Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje, Siglo XXI Editores, México, 1983, 419 pp.

23. ECO, Umberto, La estructura ausente [Introducción a la semiótica], Editorial Lumen, Barcelona, 1978, 510 pp.
24. ECO, Umberto, tratado de Semiótica General, Palabra en el tiempo No. 122, editorial Lumen, Barcelona, 1985, 481 pp.
25. ESTEINOU Madrid, Javier, Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía, editorial Nueva Imagen, México, 1983, 213 pp.
26. FREUND, Gisèle, La fotografía como documento social, Colecc. GC Fotografía, Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1983, 207 pp.
27. GALLO, Miguel Angel, Los comics: un enfoque sociológico, Ediciones Quinto Sol, México, 303 pp.
28. GUBERN, Román, El lenguaje de los comics, Ediciones Península, Barcelona, 1971, 181 pp.
29. GUBERN, Román, La novela criminal, Cuadernos Infimos No. 10, Tusquets Editores, Barcelona, 1982, 79 pp.
30. GUIRAUD, Pierre, La semiología, Siglo XXI Editores, México, 1979, 127 pp.
31. JIMENEZ, José Heliodoro, La ciencia de la comunicación en América Latina, Ediciones Quinto Sol, México, 1983, 97 pp.
32. JOYCE, James, Ulises, Bruguera Mexicana de Ediciones, México, 1984.
33. MARCUSE, Herbert, El hombre unidimensional, Editorial Joaquín Mortiz, México, 1981, 262 pp.
34. MATTELART, Michele, La cultura de la opresión femenina, Serie popular ERA/46, Ediciones Era, México, 1982, 172 pp.
35. PIGNATARI, Décio, Información, lenguaje, comunicación, Colección Punto y línea, Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1980, 97 pp.
36. PRIETO, Alberto, Historia de masas sin masas, Akal Editor, Madrid 1981, 111 pp.
37. PRIETO Castillo, Daniel, retórica y manipulación masiva, Colección Comunicación, Editorial Edicol, México 1971, 185 pp.
38. PROPP, Vladimir, Morfología del cuento, Editorial Fundamentos, Madrid 1981. 179 pp.
39. RODRIGUEZ Méndez, José Ma., Los teleadictos, Editorial LAIA, México, 1973, 150 pp.
40. ROSSI, Alejandro, Lenguaje y significado, Siglo XXI Editores, México, 1981, 151 pp.
41. SANCHEZ Macgregor, Joaquín, RULFO Y BARTHES, análisis de un cuento, Editorial Domés, México, 1982, 126 pp.
42. SAUSSURE, Ferdinand de, Curso de lingüística general, Ediciones Nueva-mar, S. A., México, 1982, 307 pp.
43. SCHRAM, Wilbur, La ciencia de la comunicación humana, Editorial Grijalbo, México, 1982, 185 pp.
44. STELZER, Otto, Arte y fotografía (Contactos, influencias y efectos), Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1981, 257 pp.
45. SWINGWOOD, Alan, El mito de la cultura de masas, La Red de Jonás, Premia Editora, México, 1981, 133 pp.
46. TAUSK, Petr, Historia de la fotografía en el siglo XX (De la fotografía artística al periodismo gráfico), Colecc. Comunicación Visual, Editorial Gustavo Gilli, S. A., Barcelona, 1978, 287 pp.

47. TREJO Delarbre, Raúl [Coord], Televisa, Quinto Poder, Claves Latinoamericanas, México, 1985.
48. WILLIAMS, Raymond, Los medios de comunicación social, HISTORIA/CIENCIA/SOCIEDAD 76, Ediciones Península, Barcelona, 1978, 197 pp.
49. Autores varios, Imperialismo y medios masivos de comunicación, Ediciones Quinto Sol, México, 1974.

MATERIAL HEMEROGRAFICO

1. DIALOGO, Revista del Banco BCH, No. 11, México, 1984.
2. Seminario de información y análisis, Proceso. No. 497.
3. La Jornada, 31 de marzo de 1986; 9, 13, 16, y 21 de abril de 1986.

INDICE

Advertencia	
Introduccion	9
I. Y ENTONCES COMENZO TODO	
1.1 ¿Dónde estoy, de dónde vengo?	19
1.2 De aquí a la variedad	23
1.3 Y entonces naciste tú	26
1.4 El género que llegó para quedarse	29
1.5 Lo que la cultura nos (l)negó	31
NOTAS	35
II. DE LA PROFUNDIDAD DEL MENSAJE	
2.1 ¿Crees que soy mala?	37
2.2 El lenguaje no es como lo ilustran	42
2.3 Escribo luego entiendo	55
2.4 De tí no me puedo fiar	71
NOTAS	94
INTERMEZZO	96
III. ANTE USTEDES ME PRESENTO	
3.1 ¿Dónde está el fotógrafo	98
3.2 Lo que el tiempo me dejó	103
3.3 No cambiaré por nada	110
NOTAS	115
IV. HABIA UNA VEZ...	
4.1 A la historia me remito	116
4.2 ¿Quién de ustedes es el bueno	121
4.3 No te quiero... por babosa	126
4.4 Qué me cuentas de nuevo...	134
4.5 La reversibilidad	141
NOTAS	145
Y DEL CORAZON NO SUPIMOS NADA	
CONCLUSIONES	146
APENDICES	
¿Por qué no fuimos rojos? (EPILOGO)	158
MEXICO ANALFABETA	166
Verdaderas agonías de papel	170

OPINIONES	173
BIBLIOGRAFIA	179