

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

TESIS:

ÍDOLOS MEXICANOS COMO PRODUCTOS MERCANTILES,
CREACIÓN, UTILIZACIÓN Y FIN, 2002 – 2005.

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO EN:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

ABEL OLIVARES RAMÍREZ

ASESOR:

PROFRA.: FRANCISCA ROBLES



2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS

El presente trabajo es muestra física de la conclusión no sólo de una de las etapas más importantes de mi vida, sino también, es el candado, el cual necesitaba para cerrar muchos ciclos inconclusos cuya culminación parecía lejana, sin embargo gracias a la perseverancia, paciencia, de un servidor, y también apoyo de mucha gente querida a mi alrededor pude llegar a este último peldaño.

Es por ello que este paso que me llena de alegría y satisfacción se lo dedico a

DIOS

Primeramente a ti, por haberme puesto pruebas sumamente difíciles a resolver, barreras a vencer, poner a prueba mi fuerza, mi coraje para salir adelante, y demostrarte que nada es imposible y que nada podía evitar que terminara la tesis. Te mostré que, *lo que no me mató me hizo más fuerte*.

JAIME Y EVA

A ustedes, por supuesto, por haberme dado esta vida, por haberme educado como lo hicieron, por haber llorado hasta sangre por sacarme adelante, por quererme ver en la cima de la montaña más alta, créanme cuando les digo que ya estoy en una de ellas, y ustedes conmigo. Pa', Ma', gracias por su amor infinito.

JAIME Y CARLOS

Muchachos, a ustedes por su alegría, por sus temas de conversación, por sus risas, sus bromas. Hermanos, por hacerme olvidar, en muchos momentos, mis crisis y apreciar la vida como un regalo lleno de luz, lleno de satisfacciones. Ustedes, los mejores.

ANGELICA E INGRID

Especialmente a ustedes dos, testigos fieles de lo que vivimos juntos durante la carrera, y lo que ha pasado después de ella, testigos de esas risas, de esas lágrimas, de esos enfados y desvelos. Gracias por su amistad incondicional, gracias por estos años y por los que vienen. Gracias por ser más que mis amigas, mis hermanas.

CARMEN, ANGELES, VANE, ARGE, ARMANDO

Una mención especial a todos ustedes porque sin mis amiguitos del alma, siempre insistían "*¿cómo vas con la tesis?*", ahora les respondo: "*¡aquí está!*". Se los dedico. Nadie más que ustedes saben todas las malas experiencias que me dejaron aprendizaje, pero también las excelentes que reafirmaron de lo capaz que soy. Gracias por sus abrazos y palabras de aliento.

DRH

Porque somos muy de esos, de los que no se dejan vencer, porque nuestros caminos llegaron al mismo punto, y seguimos avanzando, aprendiendo, madurando. Porque nunca se acabarán las líneas que seguimos escribiendo. Porque en este guión ya eres protagonista; el esmero es mucho, así que continuaré viviendo como soy.

AGRADECIMIENTOS

No quiero dejar de mencionar a personas que no son menos importantes, al contrario, valiosas por su experiencia, consejos, sabiduría, puesto que con su gran apoyo y confianza traté de no defraudarlos mostrándoles que *paso lento es paso seguro y paso constante es paso definitivo*. GRACIAS...

FRANCISCA ROBLES

Profesora, gracias por compartir sus experiencias, por contagiarme el entusiasmo para atreverme a cruzar ese umbral llamado *titulación*. Y por sus consejos por hacer esto aún mejor.

JUAN MALDONADO - ESTHER CASTILLO

Por su confianza, por haberme recibido con los brazos abiertos desde que ingresé a la empresa, por su apoyo para la realización de la presente, y por ser más que compañeros de trabajo, también por ser buenos amigos.

UNAM – FCPYS

Por haberme albergado estos años entre tus muros y jardines, entre tu acervo y tus pupitres, por haberme mostrado lo enorme que eres, lo invaluable, y lo entrañable que pareces cuando me voy de ti. Porque crecí, determiné, definí, maduré, aprendí, todo aquí, contigo, para ser todo lo que soy actualmente.

¿Final? No. El viaje no concluye aquí.
La muerte es sólo otro sendero, que recorreremos todos.
El velo gris de este mundo se levanta, y todo se convierte en plateado cristal. Es
entonces, cuando se ve... La blanca orilla. Y más allá; la inmensa campiña verde,
tendida ante un fugaz amanecer.

El Señor de los Anillos – El Retorno del Rey
2003

Para la mayoría de nosotros la verdadera vida es la vida que no llevamos.
Oscar Wilde

La vida no es sino una continúa sucesión de oportunidades para sobrevivir.
Gabriel García Márquez

A todos aquellos que temen emprender algo nuevo.
Lo desconocido presente, temido por los mediocres
pero confrontado por los que serán grandes.

Abel O.R. 2006

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1.- PERSUASION	13
1.1.- DEFINICIÓN	14
1.2.- TÉCNICAS DE PERSUASIÓN	16
1.2.1.- LA PERCEPCIÓN	16
1.2.2.- LOS CONSTRUCTOS	16
1.2.3.- EL ENGAÑO	19
1.2.4.- ASOCIACIÓN DE IDEAS	20
1.2.5.- CREDIBILIDAD	21
1.2.6.- PREDECIR	22
1.2.7.- INTELIGENCIA	23
1.2.8.- LO ESPECTACULAR	24
1.2.9.- INDUCIR CONFIANZA	27
1.3.- EL ÍDOLO COMO PERSUASOR (CONCLUSIONES)	29
2.- LOS PERSONAJES	33
2.1.- CREACIÓN DE LOS PERSONAJES	34
2.1.1.- EL PERSONAJE ESTIMULA AL PÚBLICO	38
2.2.- MORFOLOGÍA DE LOS PERSONAJES	39
2.2.1.- FUNCIÓN DE LOS PERSONAJES	44
2.2.2.- LAS MOTIVACIONES	46
2.2.3.- INTRODUCCIÓN DE OTROS PERSONAJES	46
2.2.4.- ATRIBUTOS DE LOS PERSONAJES	47
2.3.- EL MUNDO Y EL ESPACIO DE LOS PERSONAJES	47
2.3.1.- ELEMENTOS DE PROPP EN LA CONSTRUCCIÓN DE LAS HISTORIA DE LOS ÍDOLOS	51
2.4.- EJEMPLO DEL 4TO PODER FACILITANDO LA IDOLATRÍA	56
2.5.- EL PÚBLICO IDENTIFICADO	59
2.6.- DISTINTOS CONTEXTOS DISTINTOS MUNDOS (CONCLUSIONES)	63
3.- EL RELATO	71
3.1.- YAHIR	72
3.1.1.- CREACIÓN DEL PERSONAJE	72
3.1.2.- MORFOLOGÍA DEL PERSONAJE	75
3.1.3.- EL MUNDO DEL PERSONAJE	80
3.1.4.- EJEMPLO DEL 4TO PODER FACILITANDO LA IDOLATRÍA	95

3.2.-	ANA GABIRELA GUEVARA	98
3.2.1.-	CREACION DEL PERSONAJE	98
3.2.2.-	MORFOLOGÍA DEL PERSONAJE	101
3.2.3.-	EL MUNDO DEL PERSONAJE	103
3.2.4.-	EJEMPLO DEL 4TO PODER FACILITANDO LA IDOLATRÍA	115
	CONCLUSIÓN	118
	BIBLIOGRAFÍA	125
	VIDEOGRAFÍA	126
	HEMEROGRAFÍA	127
	AUDIOGRAFÍA	132
	DOCUMENTOS E INTERNET	132

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación tienen la necesidad de informar, de comunicar y vender a través de imágenes, sin embargo, un elemento preponderante dentro del tema de la imagen en los medios, son los personajes. En primera instancia a sus artistas o deportistas los dotan de virtudes para visualizarlos como un personaje, ya no como una persona.

Es importante destacar el proceso de la psicología persuasiva ya que es a través de ésta donde se debe atacar a los espectadores, para que lleguen a ser posibles consumidores de todo lo que se ofrezca en los medios, lograr esto es fácil, construir un ídolo que se encargue de capturar gran número de consumidores, es lo difícil y complejo.

No importa en qué caso la gente deba identificarse con el personaje, si con su personalidad, con el ambiente que le rodea, o con lo más complicado: su vida personal y/o literaria que siempre estarán ligadas con la moral y demás normas sociales, las cuales rigen la vida de cualquier persona en la realidad; lo interesante es que el público lo eleve al grado de ídolo o simplemente abandonarlo en lo más profundo del olvido.

Ahora bien, como productores, como escritores, como literatos, como profesores de la actuación y canto, en general, como observadores de la realidad que circunda, y como creadores de los ídolos, debemos tener presente la definición del concepto ídolo.

De inicio para entender la definición de ídolo, hay que tener en claro que este concepto tiene sus bases en el de *imagen*. "Ver no es mirar. Constantemente vemos, pero a menudo no miramos,"¹ Carlos Pereda lo menciona a colación de que la gente podemos ver todo cuanto se nos antoje, absolutamente todo a nuestro alrededor, pero qué de todo ello nos roba la atención para decir que lo miramos, lo observamos; entonces para que esto suceda, la cosa en cuestión debe poseer algo llamativo, una imagen que destaque entre todas las demás.

¹ Diego Lizarazu Arias, *Iconos, Figuraciones, sueños, Hermenéutica de las Imágenes* p. 9

Pero no nos detendríamos a observar ciertas cosas, o personas sino fuera porque siempre significan algo para uno mismo, ya sea material o emocional. Como la definición etimológica de imagen, proviene del latín *imago* que no es más que la representación visual de un objeto mediante cualquier técnica. Sin embargo hablando de un acercamiento de las imágenes a la gente, se suscita puesto que éstas simbolizan algo íntimamente ligado a la mente humana. Lo confirma Carl Gustav Jung importante psiquiatra del siglo XX cuando dice que “el símbolo constituye un esfuerzo espontáneo del inconsciente por expresar en imágenes conocidas algo desconocido”².

La gente, cuando se apropia para sí este tipo de imágenes y las aplica en su vida cotidiana, se pueden considerar como iconos, puesto que “el iconismo es aquello que en las sociedades no deja de preguntarse y buscar respuesta a interrogaciones fundamentales,”³ como ejemplo, todas las imágenes religiosas, puesto que cada santo, cada ángel, es icono de amor, protección, consuelo, hasta de maternidad, paternidad, etc., y en esas imágenes la gente siempre se acerca cuando necesita resolver conflictos internos, existenciales y otros problemas.

Es extraño pero cuando la función de estos iconos toma tal fuerza e importancia, que se considera el origen de éste como algo fundamental, y es por eso que justificar la existencia de tales iconos “inventan filosofías, cosmogonías mitos y leyendas, construyen imágenes (...) a través de las narraciones, de las historias y los relatos, y es el mundo de la imagen uno de esos territorios donde estas intensidades se condensan.”⁴

Esto lo saben muy bien los productores y empresarios de los medios de comunicación, bajo estas premisas de la imagen, y cómo la gente los va elevando a iconos, el siguiente paso es crear iconos, llamados arquetipos para terminar por considerarlos como ídolos. Bien lo menciona Jung “los arquetipos aparecen como esquemas que prefiguran las representaciones de hechos existentes a priori, heredados y difundidos universalmente.”⁵ El arquetipo es una estructura predeterminada que sirve para construir iconos, imágenes en el momento, o para futuras necesidades.

² Ibidem. p. 175

³ Ibidem. p. 166

⁴ Idem

⁵ Diego Linares Arias, Op. Cit. p. 171

Ahora bien, en lo referente, en sí, a lo que es *ídolo*, puedo aterrizar el concepto en 2 sentidos, por un lado, el concerniente a lo religioso, que en el fondo es una justificación a la necesidad de querer explicar lo que está lejos de todo raciocinio terrenal, Y por otro lado el sentido psicológico que tiene que ver con la estrecha relación entre imagen y simbolismo. Y finalmente ídolo, para mí es un híbrido entre estos dos aspectos sociales.

En principio debemos tener en cuenta el significado de ídolo como el de una deidad, adorada y hasta amada, considerada como una divinidad. Ídolo viene del latín *idolum*, que significa imagen sin realidad, en otras palabras imágenes falsas de la realidad.

Así mismo, llevar a la práctica la actividad de adorar y amar a esas deidades, es decir, idolatrarlas, está prohibido por la iglesia, en específico la católica. Ya que esta actividad implica relacionarse con el politeísmo, siendo que desde las líneas de la Biblia se indica que no se debe adorar a nadie más si no es al Dios creador de todo sobre la tierra.

Siguiendo con este punto de vista estas imágenes falsas, es decir, los ídolos se crean para depositar toda la confianza en ellos, y pedirles interceder por ellos, y por el cuidado de la estabilidad individual o grupal. Es por ello que existía, por lo menos en el México prehispánico, Dios para cada actividad social o fenómeno natural que impacte directo en la estabilidad estamental, como el Dios de la lluvia, de la agricultura, la fertilidad, la guerra, etc. Es entonces que "a cada Dios le corresponde un ídolo fabricado con materiales diversos (piedras preciosas o madera):"⁶

Por ejemplo, Ídolo es un concepto que ya se conoce en México de forma concreta y analítica desde que los españoles comandados por Hernán Cortés, entre los años 1517 y 1520, comenzaron el saqueo de piezas de oro, plata, y demás piedras preciosas en todas las formas que pudieron hallar. Precisamente, Pedro Martir, compañero, miembro del grupo de exploradores de Cortés, fue quien le asignó el término ídolo a algunas de aquellas piezas cuando se percató que eran utilizados en ritos sagrados, en la población nativa del México prehispánico.

⁶ Carmen Bernard, *De la Idolatría, una arqueología de las ciencias* p. 91

Estas piezas eran las representaciones de distintos aspectos de la vida comunitaria, según las creencias de los distintos pueblos que componían el Imperio Azteca; por ejemplo, con diversas figuras humanas o animales se representaba a la fertilidad, la guerra, la abundancia en la agricultura, o facetas de la naturaleza como la lluvia, el sol, la luna, la tierra, el fuego, etc.

En sí, los europeos consideraron que estas figuras de metales preciosos, poseían formas concretas, pero otras eran surrealistas, es decir, muy extrañas al ojo de cualquier persona que desconozca de la cultura de cual provienen. Por ejemplo, figuras femeninas con el vientre abierto mostrando un feto; serpientes emplumadas; rostros imponentes y de aspecto agresivo; en fin, estas piezas, cada una de ellas debían dar la imagen de algo implícito, que todo mundo entendiera el mismo concepto.

Los españoles al internarse cada vez más en territorio azteca, se enfrentaban a costumbres insospechadas. ¿Cómo era posible que aquellos indígenas, alabaran, adoraran, respetaran y entregaran tributo a unas simples piezas de barro, madera, oro o de algún otro material con forma humana, tótem o animal? , se preguntaban para sí.

Pues Pedro Martir se percató que a los pobladores les provocaba esta reacción porque esas piezas eran las imágenes de sus propios Dioses y toda imagen que impulsara esa reacción sumisa ante la pieza le fue llamada ídolo. Por tanto, toda representación o pieza que provoca un amor desbordado, una admiración exacerbada gracias a lo que representa, simboliza tal o cual imagen de determinada pieza artesanal se le llamó ídolo.

Por todo lo anterior, ídolo tiene que ver con una estrecha relación entre la visión de la realidad, o por lo menos un aspecto de ella, y la representación material del Dios. En otras palabras, es la imagen material por la cual se adorará o amará a una divinidad por lo que representa o simboliza.

Por lo que veo, estas imágenes representan algo, el motivo por el cual se ama; es por eso que a gente del espectáculo y deportese les llama ídolo, por que son imagen representativa de algo, ya sea de estatus, religión, moral, moda, etc.

Platicando con un par de amigos, ambos de 26 años de edad, ella, médico de profesión, él, empresario; ella egresada de universidad pública (UNAM), él de una privada (UNITEC); pero los dos tienen por ídolo a Cher, cantante estadounidense de 60 años, que obtuvo sus primeros éxitos en la década de los 60 cuando formaba parte del dúo Marco Antonio y Cleopatra y posteriormente se conocieron como Sony y Cher, para después ella tomar su carrera artística como solista, apoyándola también como actriz. Pero el punto es que los dos coinciden en que ella es un ídolo por representar en primer término, la belleza femenina, pese a su edad, su físico se nota bien conservado a base de cirugías, ejercicio y buena alimentación (cutis de quinceañera, ninguna arruga, cuerpo de bailarina, cintura delineada, piernas torneadas); además, en segundo término por tener buen gusto y clase al vestir, siempre con elegancia, y en sus espectáculos los atuendos siempre espectaculares, vistosos y adecuados para cada tema musical, en tercer término: el talento. Mi amiga menciona: "cuando llegue a la edad que tiene ahora Cher, quiero verme como ella, en verdad es mi ídolo, mi ejemplo a seguir"; mientras que mi amigo comenta: "es mi ídolo por conservarse 'tan sabrosa' (concepto oblicuo, pero adecuado para señalar su aparente cuerpo joven), tan bien y estar vigente durante 4 décadas".

Como puedo apreciar, Cher primero fue ella misma, luego un personaje (del buen vestir, de la moda, de la estética) gracias a esto, la gente se siente identificada, la ama tanto que la adopta como su ídolo. Una especie de deidad. Así como los feligreses compran crucifijos, imágenes eclesásticas, y demás objetos concernientes a su religión, los admiradores de Cher adquieren ropa que ella porta, agotan los boletos para sus presentaciones, elevan el *rating* de los programas a los que ella asiste, compran sus discos, siguen sus dietas, sus actitudes, se mimetizan.

La idolatría es pues, una manera de fijar la atención del público en un punto por mucho tiempo, como mis amigos. ¿Es una especie de control? "La idolatría constituye también un eficaz medio de control social"⁷. Parece malévolo, los ídolos o la idolatría lo han llevado a cabo por mucho tiempo para sostener las mentiras de alguien, una autoridad, un gobierno, etc., sobre las personas sin que éstas se den cuenta del daño que les pueda causar en su presente o futuro.

Infundir el miedo en la gente es radical, hasta los dictadores a través de la historia de la humanidad lo han aplicado, Carmen Bernard lo comenta en su libro De la Idolatría, una Arqueología de las Ciencias, que

⁷ Ibidem. p. 91

esta actividad de adorar a los ídolos, nace con el fin de infundir el miedo entre el pueblo, "para cambiar al hombre, primero hay que conocer las raíces de su mal (= idolatría)"⁸

México es un país, donde su historia es testigo, cuya población está muy arraigada con las costumbres ancestrales, y esto confirma que los mexicanos somos supersticiosos, creemos en los augurios, en las predicciones, en los presagios de catástrofes, y demás aspectos malignos. Es por eso que somos fácil de persuadir. Precisamente Carmen Bernard y Serge Gruzinski analizan estos aspectos religiosos y costumbristas entre los pueblos latinoamericanos desde sus tradiciones antiguas. "El indio es pues, un ser enfermo, esclavo de los augurios y presagios, y casi inevitable víctima del Maligno"⁹.

Es aquí que me detuve a pensar, ¿existen ídolos actualmente en México? Si es así, ¿Qué ejemplos tenemos? ¿Y qué características poseen? ¿Son ídolos por su personalidad o por lo que han realizado? Así que ¿son considerados ídolos de manera espontánea o son personajes creados deliberadamente para algún fin? ¿Qué imagen deben llevar? ¿Qué simbolizan? ¿Qué representan? ¿Sirven de iconos? Antes los ídolos eran para infundir miedo, ¿todavía o tienen otra función y otro fin?

Si un ídolo es alguien a quien admirar, adorar y amar, la gente lo seguiría como a un líder, a un guía. Entendiendo que los líderes son quienes marcan el camino de la opinión pública aprovechando su aceptación por parte de las masas, pero además como lo ha dicho John Gardner en su libro *Liderazgo* el líder debe ser la persona que sea aceptada espontánea y libremente por la gente que lo elige ya sea por sus atributos físicos, intelectuales, artísticos, su conducta, debido a la influencia que ejerce sobre ellos de directamente o cuyos actos producen efectos sobre el público.

Esta función tiene que ver con los medios de comunicación. Los primeros ídolos del espectáculo surgieron de la radio y posteriormente con el desarrollo del cine en México, eso fue entre los años 30 y 50 del siglo XX. Luego, con poca creatividad al escribir o realizar cine, radio y la fuerza de la TV, lo importante fue realizar contratos con las empresas, y con ello crear ídolos propios para las necesidades, esperanzas, sueños, y psicología social del país.

⁸ Ibidem. p 102

⁹ Idem

Un ídolo del espectáculo o del deporte, fue aquella persona que por su trabajo excelente en el cine en la radio, o TV ganó la admiración de la gente, pero que su vida privada fuera intachable, carismática tranquilo, transparente, que en su vida privada haya sufrido pero nunca derrotado y que obtuvo el éxito por sus propios medios, ganándose el amor y el cariño del público. Ahora bien, si por circunstancias de la vida, se ve envuelto en chismes, o haya cometido algún error grave que perjudica su imagen, el público siempre escucha sus razones para perdonar, ya sean sus delitos o pecados, olvidar esta etapa, y seguir valorándolo, admirándolo y apoyándolo en su carrera artística o deportiva, como ha sucedido con Gloria Trevi o Diego Armando Maradona.

Y es que cuando se trata de sus ídolos, ahí no hay memoria para recordar sus errores. Pareciera que la gente ha sido educada de esa forma, como si en su mente existiera esa orden automática de reacción predeterminada frente a estos sucesos. Hoy quienes idolatran a "Juanita Pérez" mañana la olvidan y adoptan como nueva figura a "Petra Gómez". ¿Pero quiénes son estas personas? Exacto, ese es el punto, en realidad, ¿quiénes son los ídolos que crean hoy? Nadie, gente común y corriente que las pantallas de televisión y los micrófonos, y las planas en revistas les dan proyección, enalteciendo virtudes y desvaneciendo en gran medida los defectos. Pero si en su momento alguien quiere dañar a una de estas "súper estrellas" el público se lanza contra el atacante, hasta llegar al repudio y condenarlo por siempre, no aceptándolo jamás.

Gran parte de la responsabilidad se debe a los medios de comunicación, ya que son éstos los que tienen la tarea de apoyar o destruir a estas figuras. Pero no es sólo eso. Como en la actualidad los medios son un sector industrial donde se fabrican ideales, sueños, y esperanzas; es decir, se dedican a "la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía, (...) manifestándose con la misma racionalidad técnica, el mismo esquema de organización y planificación (...) que la fabricación de coches en serie o los proyectos de urbanismos"¹⁰.

Pues como industria, también fabrican nuevas figuras públicas, las exhiben, las venden, las explotan y cuando ya no son redituables retira todo su apoyo técnico y económico, dejándolo en el exilio supliéndolo con otro "ídolo". Tal cual, como la producción industrial, cuando un producto ya no es rentable, redituable, se suple con uno mejor, todo para cubrir las necesidades de grandes cantidades de público. "La industria

¹⁰ Armand Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación* p. 54

cultural proporciona en todas partes bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas como otras distinciones a las que los estándares de la producción deben responder”¹¹.

Se dice que los medios de comunicación deben captar y reproducir la realidad, hoy vemos relatos, programas serios que sí la reflejan pero con tintes surrealistas que, también de manera extraña el público lo acepta, lo adopta y lo cataloga a algunos programas como excelentes –cuando no lo son- y calificar de ídolos a quienes no lo merecen por participar en producciones intrascendentes.

Entonces la culpa no la tiene la audiencia, es culpa de todo ese aparato industrial e ideológico que son los medios de comunicación, aparato que posee y ejerce gran poder sobre las decisiones de la gente. Hasta los propios gobernantes tienen que hacer uso de este poder para que la gente los escuche, y no sean ignorados, por tanto los ciudadanos estén enterados de todo lo que acontece en relación a la nación. Gracias a los medios podemos tener ídolos falsos e ídolos verdaderos, líderes de opinión tendenciosos o imparciales, programas de radio o televisión que no aportan nada a la inteligencia humana pero sí a la vendimia. Así todo lo que se nos presente en prensa escrita, o medios electrónicos debe ser siempre espectacular para deslumbrar nuestros ojos y mentes.

Cualquier persona en el mundo puede ser alguien famoso, pudiéndose convertir también en ídolo, y con un poco más de suerte, mito. Siempre y cuando que todo lo que hay alrededor de esa persona en cuestión sea de gran producción material y verbal. Con luces multicolores, música armoniosa pero de gran calidad y estruendo, micrófonos y cámaras para que pueda hablar cuanto se le antoje, y su pasado limpio o que represente sacrificio o dolor siempre presente para que el público nunca se le olvide de dónde proviene. Los *shows* de gran producción sirven precisamente para esto, para resaltar el poco talento que puedan emanar, por ejemplo los inquilinos de *Big Brother México*, La Academia, o las telenovelas de Televisa.

Al fin y al cabo lo que menos importa hoy es el talento, si no el ángel, el carisma que puede tener para agrandar a la gente, para ganarse su corazón, así no se fijarían en lo aptos que son para algún tipo de trabajo o alguna especialidad en el mundo del espectáculo o deportivo. Lamentablemente hoy, para ser ídolo, no es importante destacar por el talento, sino por su personalidad y su vida privada.

¹¹ Idem

Este trabajo de análisis pretende mostrar lo necesario para construir un ídolo según los cánones de los medios de comunicación de hoy en día. Para determinar que efectivamente los ídolos no son ya personas que trabajan en los medios para el entretenimiento de la gente, sino que su esencia, su personalidad y lo que le acontece se toma como materia prima para que los medios de comunicación pueda venderla como modos de vida y de pensar. Lo que doy a conocer en el siguiente trabajo es la manera en cómo los medios pueden crear personajes unidos a la gente a través de la proyección de la personalidad de ésta hacia aquéllos, haciéndolos redituables a largo plazo y no sólo lo que dure el proyecto.

Si bien me dediqué a explicar la forma en cómo se construyen los ídolos con base en conceptos teóricos que los estudios acerca de los medios de comunicación y de la psicología nos ofrecen, también me he atrevido a reforzar estos análisis con cosas actuales que van de la mano con el objeto de estudio, como películas, canciones, documentales, musicales, entrevistas de artistas en la radio y TV. Ya que finalmente son los medios los que nos dan pie a ser analizados y son ellos mismos los que nos dan su idea propia de los ídolos.

Y es así como llego a la tercera parte de este trabajo de análisis, donde quién mejor que dos ídolos, actuales en México, narren ellos mismos su propia historia. Sin embargo existen otros puntos los que quiero resaltar, en primer lugar lo redactado en el último capítulo es una compilación de toda la información publicada y divulgada en los distintos medios acerca de estos dos personajes, Yahir y Ana Gabriela Guevara, sólo que procuré realizar una reconstrucción de la creación de ellos mismos en forma narrativa.

No quise compilar, organizar y hacer mención de cada nota, cada medio de comunicación de manera cronológica, enlistándolos y explicando cada una de ellas, porque al final sería solo eso, una lista de notas. En cambio, tratándose de que un ídolo se considera como tal a partir de sus historias de vida, decidí reconstruirlas de forma literaria con base en toda la información recopilada y narrado en primera persona.

¿Y cómo hice la discriminación de toda la información recabada para empezarla organizar y darle una secuencia adecuada? Primero pensé, no sólo en quién está dirigida la tesis, sino que el tercer capítulo lo redacté de tal manera, imaginando que el público en general lo leyera, con lenguaje sencillo, típico de la personalidad los ídolos en cuestión. Para ello, analicé y estudié el todo que dan a sus frases, las

muletillas, los modismos de cada uno, traté de “ponerme en sus zapatos” por medio de entrevistas, audios, reportajes, etc., lo cual me permitió reconstruir sus historias narrándolo en primera persona.

Ya habiendo recopilado la información, establecido los personajes centrales, el tema (antes, durante y al inicio de su vida como famosos), y el estilo narrativo, procedí a organizar los hechos publicados para darle una lógica a las historias, y finalmente se comprenda que para convencer a la gente los ídolos toman una actitud romántica de las cosas, no racionalizada sino que emocionan al público a través de sus vivencias, de su trabajo y su persona, como nos lo expone Armand Mattelart en Los Medios de Comunicación de Masas.

Ahora bien, el tercer apartado no es un reportaje, tampoco es meramente una crónica, es sólo un compilado de textos periodísticos, entrevistas de TV, de radio, semblanzas, reportajes, coberturas de eventos, y demás, obtenidos de distintos medios con un estilo literario. Con el fin de reproducir y ejemplificar las historias de vida de los que en su momento fueron ídolos. Me apropio de sus relatos implícitos divulgados en diversas notas informativas; reacomodo y doy coherencia a todos esos hechos para que le narren al lector su propia historia. Sí, es una manipulación pero como lo comenta la profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, María de Lourdes Romero Álvarez, en su discurso dentro del sexto Congreso de la Asociación Internacional de Semiótica, acerca de la construcción de la realidad en el relato periodístico, “esta manipulación implica deformación disimulada de lo real y difiere de la manipulación entendida como el inevitable trabajo de selección, corte y montaje que todo narrador efectúa para organizar el material de sus historia. Así pues, en los relatos no ficcionales, el narrador selecciona, fracciona e intercala dentro de su discurso aquellos documentos y testimonios que considera válidos para recrear y contextualizar su historia”.

Comulgo enteramente con las opiniones de que en México la capacidad creativa en los medios de comunicación se ha limitado y reducido a veces hasta 100 %. No quiero decir que deba existir forzosamente programas de radio o TV, música, cine o publicaciones impresas intelectuales que inviten a la reflexión, al razonamiento; más bien me refiero a que el mundo del entretenimiento ha dejado de lado su objetivo principal que es sola y simplemente el de entretener, con personajes y proyectos originales que diviertan inteligentemente.

Por ello es que pongo cierto énfasis en el trabajo de creación de ídolos para que sean éstos los que guíen de alguna manera el entretenimiento mexicano. Y para que éstos se desarrollen y prevalezcan en la mente de la gente, a través de las generaciones como ha sucedido con Pedro Infante, Javier Solís, José Alfredo Jiménez, Lola Beltrán, María Félix, Dolores del Río; o un poco más contemporáneo, que fueron ídolos en su juventud y los siguen recordando como los que llegaron a poner nuevos y propios estilos en su momento y distintas épocas en el mundo del entretenimiento, espectáculo y deporte: Angélica María, Enrique Guzmán, Pelé, Rocío Dúrcal, José José, Lupita D'alessio, Juan Gabriel, Enrique Borja, Yuri, Emmanuel, Hugo Sánchez, por mencionar algunos, sin embargo el surgimiento de ídolos se acabó en la globalización de la época actual.

Y con esto me refiero a la concepción que se tiene hoy en día de este aspecto socio económico y mundial. Coincido, por ejemplo, con el Licenciado Jesús Mesa Oramas, especialista en normas y procedimientos de Cemex S.A., cuando explica que "es un proceso de desarrollo social que contribuye a aumentar la interdependencia entre los individuos, entidades y naciones"¹². Lo que se aprecia es que con la tecnología, los individuos podemos estar enlazados, comunicados, informados de manera inmediata, ya no solo dentro de su misma nación sino con el resto del planeta. Para el entendimiento del presente trabajo, los conceptos Ídolos y globalización los puedo relacionar en el contexto de los medios electrónicos de comunicación. Ya que "la sociedad obsesionada por las tecnologías de la información y la comunicación (...) lo global hace su entrada en la representación del mundo por intermedio de la comunicación electrónica"¹³.

Esto ha causado que los medio de comunicación centren su producción de entretenimiento en las formas y no en el contenido, es decir, implementan lo más innovador en cuanto a tecnología para que cobertura y la calidad de la empresa abarque más regiones internacionalmente hablando, implicando más ventas con sus ganancias a nivel mundial, dejando de lado los contenidos de los programas, canciones, prensa escrita, etc.

Me queda claro, se puede considerar que la globalización es un proceso el cual existe desde hace siglos con distintas expresiones, como lo han distinguido algunos analistas económicos, y otros pensadores como Jesús Mesa quien menciona en su artículo *Globalización, ¿un fenómeno actual? En monografía.com* que ya se puede hablar de globalización a partir del surgimiento del habla, ya que por un lado se puede

¹² Jesús Mesa Oramas, *Globalización, ¿Un fenómeno actual?* En monografías.com

¹³ Armand Mattelart, Op. Cit. p. 54

hacer diferencia entre hombres y animales, por el otro, esto trae como consecuencia la aplicación de la comunicación entre los hombre. O también otras expresiones de la globalización que a través de la historia de la humanidad fue cuando se “estandarizó a escala mundial el mecanismo de intercambio de bienes con la aparición del dinero”¹⁴, en fin, así se pueden seguir enumerando más ejemplos.

Sin embargo lo que me interesa es la etapa actual de la globalización donde la interdependencia entre naciones se ha hecho aún más estrecha, tratados económicos, alianzas militares, vías de comunicación más eficaces y el desarrollo del sistema monetario sigue en aumento.

El presente trabajo es un análisis de qué elementos deben poseer los personajes para que se conviertan en un ídolo y sea valorado como tal y no por los productos que se anuncien en los medios de comunicación. Es fácil darse cuenta para qué son creados los ídolos hoy en día, para persuadir a la gente, pero ¿cómo funciona la persuasión a través de los ídolos? ¿Qué es lo que necesita un ídolo hoy en día para fungir como tal? Puedo adelantar que es a través de la explotación de la sus historias de vida, ¿en qué consisten para considerarlas importantes? Esta es la base se desprende el presente trabajo.

¹⁴ Idem

CAPÍTULO 1

PERSUASIÓN

El ídolo es un personaje que persuade con sus acciones y su personalidad; por ello es importante saber en qué consiste el proceso de persuasión por medio de un personaje. Pero vayamos por partes, ¿cómo es el terreno persuasivo en el cual se conduce un ídolo?

Y en este mismo sentido, ¿la persuasión es una técnica o una teoría para convencer a la gente de algo a favor propio o de unos cuantos? Desde mi particular punto de vista la persuasión es una teoría que ha sido tomada y retomada por distintas escuelas y teóricos a través de los años para explicar fenómenos sociales que repercutan sobre todo en la forma de opinar, pensar y hasta de actuar en un grupo de personas.

Pero para efectos del presente trabajo de análisis, no interesa hacer hincapié qué corrientes, o qué pensadores han formulado estudios al respecto. Por lo que respecta a la forma en que los ídolos convencen al público de seguirlos, de adoptar su *modus vivendi*, su *modus operandi*, es pertinente dejar bien señalado lo que significa la persuasión según distintas opiniones, esto por una parte; por la otra, porque los ídolos dentro de un contexto creado por los medios de comunicación nos persuaden fácilmente, lo peor de todo es que no nos percatamos de ello.

Es entonces que el medio de comunicación a través de su ídolo creado aplique la persuasión en el sentido de que este concepto se trata de un medio de aprendizaje de conductas adecuadas. “Comunicación y persuasión son medios de aprendizaje de conductas pertinentes, solo que la segunda, a diferencia de la primera es, siempre una actividad consciente (...) entraña una intención consciente”¹.

¿Pero qué es lo que hacen los ídolos, o los medios de comunicación para cambiar nuestros gustos, nuestra visión hacia algún artista, deportista o programa de televisión, de una manera aparentemente rápida? Pues precisamente de eso trata este primer capítulo, de enumerar y explicar las técnicas que los medios de comunicación aplican en los ídolos que crean para que éstos a su vez, nos sometan a su voluntad. Así posteriormente, estas estrategias o técnicas estén envueltas en un mundo, contexto o forma de ser del algún

¹ Kathleen K. Reardon, *La persuasión en la comunicación*, p. 30

personaje a quien llegaremos a adorar, como si una fuerza nos arrastrara a hacerlo, y catalogar de ídolo a alguien que no merece ostentar tal categoría.

1.1 DEFINICIÓN DE PERSUASIÓN

Antes de proseguir, hay que dejar claro lo que es persuasión para poder entender el papel de los ídolos. Pues bien, cuando persuadimos llevamos a cabo varios factores para que sea eficiente; sin que estemos conscientes echamos mano de la lógica, del sentido común, de un análisis minucioso y rápido, de las características de los persuadidos, de las normas sociales, de las conductas personales de cada cual, de la comunicación adecuada, del acercamiento al persuadido, en fin, de tantos elementos para lograr la persuasión.

¿Cómo puedo persuadir a alguien? Para poder persuadir a la gente debe existir un objetivo final: convencer siempre para el beneficio propio. Hay que cambiar las formas de conducta de los demás para que actúen de tal forma que sus resultados satisfagan los deseos propios. ¿Pero cómo realizar esto? "La persuasión es una forma de comunicación (...) se emplea para convencer al ofensor para que redefina su objetivo o modifique los medios para lograrlo"².

Existen teóricos que definen a la persuasión como la forma más tangible y palpable de llevar a cabo la manipulación, tal es el caso de William M. Jones, quien dice en su obra La Manipulación, que persuadir es manipular; y manipular es controlar de forma consciente a la gente. Al mismo tiempo identifica dos clases de manipulación, la Personal (a las personas) y la Organizativa (a las organizaciones); y a su vez, cada clase las divide en tres tipos: la ascendente (se refiere a manipular a los superiores, a la gente del poder y que mantiene algún control sobre la mayoría); la lateral (la manipulación que se ejerce con nuestros iguales, ya sean los amigos, los familiares o compañeros de trabajo del mismo rango) este tipo de manipulación puedo decir que es el más fácil y conveniente para llevar a la práctica la persuasión por su alto grado de análisis de composición de la personalidad de nuestros semejantes, ya que podemos ver con facilidad las necesidades, los derechos, las obligaciones, la forma de pensar de los demás.

Precisamente lo que se debe hacer para crear un ídolo, ya que éste debe hacer sentir que se siente identificado con la mayoría, cuando en realidad es a la inversa. Y por último se encuentra la manipulación descendente (generalmente es la que se lleva a cabo sobre los subordinados en algún centro de trabajo, aunque

² Ibidem, p. 25

es un arma de dos filos, ya que la gente que se encuentra manipulada puede acumular odio y rencor por los manipuladores o persuasores, convirtiendo esta situación en un detonante para guerras, huelgas, paros, conflictos en general).

Para poder implementar el ejercicio de la persuasión, dice J. A. C. Brown "incluso en estos casos, las principales armas son de naturaleza verbal, o en cualquier caso simbólica, y que los resultados perseguidos son de índole psicológica (...) las transformaciones psicológicas requieren técnicas psicológicas."³ Es decir, la persuasión es una acción el cual consiste en convencer conscientemente a la gente de cambiar de opinión acerca de algo, no por medio de la violencia física, de la guerra, de los golpes, de la hostilidad y agresión. Si no que se puede persuadir a través de forma verbal o escrita pero basándose siempre en los sustentos de la psicología para saber tratar a la gente, a los futuros persuadidos y darse cuenta de cuál es la manera más viable por la cual se les convencerá, ya sea por medio de su personalidad, de su interacción con los demás, de su forma de proceder, etc.

En la actualidad, para poder persuadir de esta manera a una gran cantidad de gente al mismo tiempo, se echa mano de los medios de comunicación, en una actividad vista diariamente como lo es la propaganda y publicidad, éstas son las que se encargan de difundir, promover, propagar, las formas y los fondos de la persuasión.

En otras palabras, la persuasión proveniente de los medios de comunicación es la actividad consistente en demostrar y de intentar modificar la conducta de los individuos, mediante la interacción simbólica de sus elementos. La gente aprende, y aplica su aprendizaje "cuando la comunicación y la persuasión requieren niveles más altos de funcionamiento cognitivo y de conciencia. Mediante esas dos actividades la gente aprende tanto las conductas pertinentes como las razones de esa conducta"⁴. Cuando las personas se sientan identificadas con el personaje es porque son similares entre sí, logrando así la confianza, aprenden a tenerla; y así, un sector del público cautivo.

³ Brown, *Técnicas de Persuasión* p. 9

⁴ Kathleen K. Reardon, *Op. Cit*, p. 27

1.2 TÉCNICAS DE PERSUASIÓN

1.2.1 LA PERCEPCIÓN

Ahora bien, entrando en materia, la primera característica que los medios deben considerar para persuadir a la gente es la percepción. Este concepto se refiere a aprehender la realidad circundante e ir más allá de lo tangible de ésta a través de los cinco sentidos. Por eso muchos llaman a la unión de los sentidos, sexto sentido refiriéndose a la percepción, a captar imágenes reales, razonables gracias a un contexto, pero que en el momento no aparecen, ya sea en el tiempo o espacio ocurriendo, sucediendo más adelante en otro lugar o en la mente de otras personas. Esto es la percepción, darse cuenta de cosas que aparentemente no existen o tratan de ocultar, pero por la lógica nos damos cuenta de que existen.

Si lo vemos desde el punto de vista global, desde los medios de comunicación sabremos que éstos proyectan un sin número de modelos que representan el ego del público por medio de distintos productos, un ejemplo de éstos: los ídolos.

En sí la relación de la *percepción* es de "una condición necesaria de la persuasión ya que se detecta en el individuo una conducta ajena e incoherente, inadecuada o ineficaz respecto de una serie de pautas. Si el observador percibe esta inadecuación de la conducta como tan amenazadora para sus objetivos que el esfuerzo esté justificado, puede intentar persuadir al agresor"⁵.

Así pues, los medios primero perciben en la sociedad conductas que imperan en ella, según el contexto en turno. Una vez habiéndolas obtenido, se procede a crear personajes con estas mismas para que la gente, en primera instancia voltee a ver al personaje y por ende al medio que lo creó, y así los individuos se sienten reflejados de alguna manera. Sin embargo, para efectos del proceso de comunicación existe un inconveniente, no hay retroalimentación entre público y mensaje ya que los medios son aparatos ideológicos, finalmente, y no seres humanos, con los cuales se pueda establecer una conversación o réplicas de ideas.

1.2.2 LOS CONSTRUCTOS

Brown en su obra Técnicas de Persuasión nos indica que por constructos es la serie de calificaciones que damos a las experiencias de vida de cada individuo; cuando menciono experiencias me refiero a todos los hechos y situaciones que construyen la vida personal e individual, sin importar sean buenos o malos, el punto de

⁵ Ibidem, p. 30

los constructos es que nos ayudan a distinguir si las normas sociales inculcadas que imperaron en ese momento fueron las adecuadas o no para nosotros mismos. "La gente no reacciona frente a su pasado sino que se preocupa por plantear los problemas del futuro. Trata de desarrollar esquemas cognitivos que facilitarán su capacidad de anticipar el futuro"⁶. Finalmente, después de todo este proceso, los constructos nos ayudan a determinar una postura o una actitud ante todo lo que nos rodea, ante las experiencias y ante la vida.

Los constructos, a diferencia de las normas sociales, son muy diferentes entre una persona y otra. Cada quien tiene su forma de vivir y pensar; cada cabeza es un mundo y cada uno tenemos la capacidad de formarnos la visión de las cosas. Las normas sociales como la moral, la ética o lo que dicte las religiones, son establecidas para que la gente se mueva bajo una reglamentación socialmente aceptada. "No hay dos personas que vean un acontecimiento singular exactamente de la misma manera. Ni siquiera dos gemelos que han habitado la misma matriz las experiencias pasadas son equivalentes"⁷. Por ejemplo, según las experiencias que hayamos adquirido en la vida yo puedo decir que la vida es difícil pero llena de gratificaciones, al mismo tiempo que mi compañero de trabajo mencione que sea fácil sin embargo aburrida.

Considero que los constructos son herramientas o armas para enfrentar a la vida, porque la experiencia de vida es la que nos prepara para el futuro, si nos topamos de nuevo con circunstancias parecidas a las ya vividas, entonces estaremos preparados para dos cosas, esquivar la situación porque tal vez nos haya dejado cosas malas o darle frente y solucionarlo. Sin embargo, volver a usar esos constructos no es garantía de que obtengamos los mismos resultados, ya que tal vez haya elementos alrededor que puedan intervenir y afectar nuestros datos.

Por otro lado, si nos encontramos en situaciones nunca antes experimentadas podemos elegir constructos de otra gente, amigos o parientes, que por lo general piensen o actúen similar a uno mismo, de esta manera arriesgar a solucionar el problema o situación.

Pero ¿tiene algo que ver la persuasión con todo esto? Un buen persuasor es aquel que logra introducirse en las emociones y pensamientos según las experiencias individuales, y así comprender lo que los persuadidos esperan, desean y quieren, entonces atacar así estos puntos y persuadir por ese lado, adquiriendo

⁶ Ibidem, p. 37

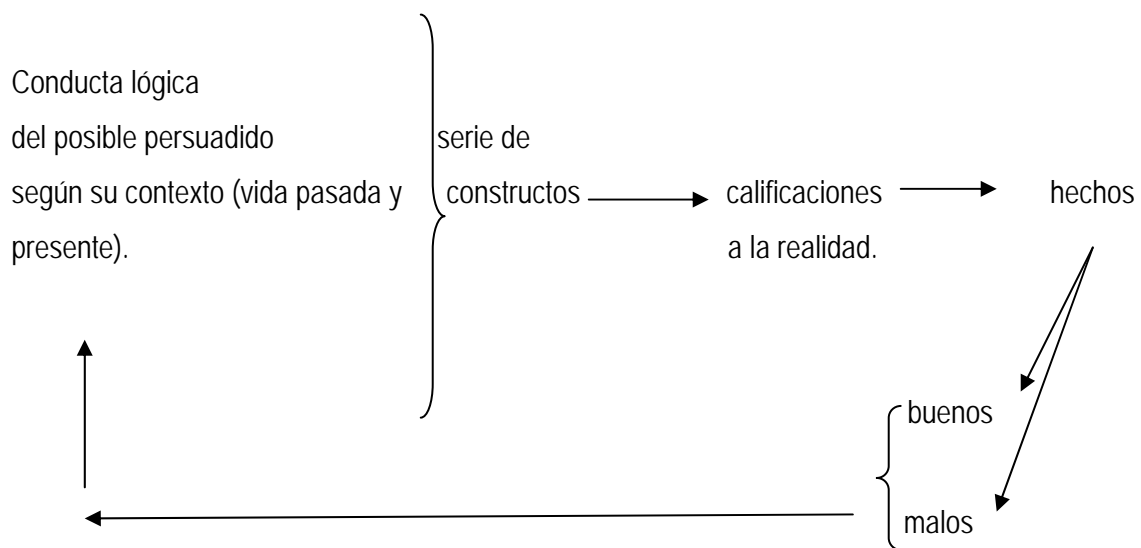
⁷ Ibidem, p.38

una gama amplia de constructos, por ende de conductas, aunque no tenga todas las experiencias posibles pero sí la comprensión de sus persuadidos.

Por tanto las actitudes no son otra cosa más que una disposición ante las distintas situaciones que nos marca la vida gracias a las experiencias adquirida, como nos lo comenta Gordon Allport en Qué es la personalidad; y Sherif Muzafer en su libro Psicología Social comenta que es la parte con la cual el hombre socializa, por estar ligado al YO. En pocas palabras a lo que concluyo que los constructos son la forma técnica de llamar a las actitudes. Estas actitudes o constructos se adquieren, como lo sugiere Brown en Técnicas de Persuasión, en lo vivido durante la infancia, en la interrelación con grupos como amigos, parientes, equipos de escuela o de trabajo, y experiencias que se viven en distintos momentos de la vida, siendo generalmente extraordinarias y fuera de lo común.

Un buen persuasor debe ser perceptivo, para comprender por qué o cuáles constructos se toman en determinados sucesos, por consiguiente analizar el contexto en que se desenvuelven las personas.

Como lo explico en síntesis en el siguiente cuadro, gracias a las experiencias adquirimos constructos, es decir serie de calificaciones a la realidad (actitudes) ante situaciones presentes o futuras, para poder considerar a los hechos vividos como buenos o malos según criterios propios, para que finalmente apliquemos conductas lógicas y adecuadas sobre el persuadido según su contexto.



1.2.3 EL ENGAÑO

Y aún más, si para persuadir se tiene que engañar, opino que, en dado caso, más bien sería tomar de la verdad sólo lo necesario para ejercer la persuasión. En la mayoría de los casos, para lograr la persuasión no se tiene que delatar los verdaderos propósitos. Esto se debe a que el objetivo del persuasor, puede afectar o perjudicar el fin último, es decir, convencer. En cambio si se maneja con cautela al aplicar engaño, el que es persuadido no percibirá lo que le depara y sin miramientos cederá a los deseos del persuasor.

Omisión de información, ocultamiento o inhibición de la verdad, es tan común en la cotidianeidad que al llevarlo a la práctica los persuadidos ya ni se dan cuenta de que se están sometiendo a la voluntad de los otros. Es más, al engaño ya lo consideramos como parte fundamental para las relaciones humanas, sociales, aunque fracasen posteriormente al descubrir el error en el que viven y hieran el ego de los persuadidos. "El engaño prevalece especialmente en nuestra comunicación interpersonal diaria. También aquí la norma es encubrir los propósitos. Las normas de inhibición de la verdad se aplican con tanta frecuencia que en cierta medida consideramos la aceptación no criticadle engaño como indicio de desarrollo social"⁸.

Hoy en día, tenemos frente a nosotros el engaño, lo sabemos, y no objetamos al verlo en las telenovelas, las heroínas y sus antagónicas, todas son de tez blanca, cabello claro, dientes perfectos, en fin, ellas en papeles de mujeres de clase baja o media, cuando en la vida real, la gran mayoría del sector femenino mexicano, son todo lo contrario; sabemos que lo que presenta la TV no es verdad, aún así lo aceptamos.

Los medios de comunicación son unos expertos en el arte de la inhibición de la verdad y es que lo único que nos muestran es lo que la gente anhela, desea, añora o sueña aunque jamás lleguen a alcanzar esos sueños. Claro ejemplo es la de los ídolos, que encarnados en algún papel de cine o TV, o un cantante, al descubrirse aspectos de ellos, muestran elementos que mucha gente quisiera ser, algo material o emocional.

Bien, entonces como el engaño es algo que se da día a día en la sociedad, lo que el persuasor debe vigilar permanentemente son las formas de ser tan cambiantes de la gente ya sea su moral, sus normas sociales; la tecnología, la ciencia avanzada, aún más en México que es un país muy cambiante. No es lo mismo la sociedad mexicana de los años 70 a la de hoy, principio del siglo XXI, por tanto no debe tomarse los mismos elementos del engaño de ese entonces para aplicarlos hoy porque no funcionarían, resultan obsoletos.

⁸ Ibidem, p. 48

Hablando de los ídolos y de los personajes que son, una de las técnicas, como regla universal, para persuadir es la imagen. Se puede y se debe siempre anteponer una buena imagen ante una mala. Es decir, si el cantante esta teniendo éxito y se descubre que es alcohólico, drogadicto y/o mujeriego, los medios insistirán en transmitir sus actuaciones en películas, en conciertos e intervenciones en los programas de espectáculos, haciendo gala de sus magnificas interpretaciones, haciendo que sus problemas personales no importan a lado del talento que posee; eso por el lado, profesional; en lo personal mostrar entrevistas del artista de sus parientes, o amigos, hablando de " la gran persona que es" "lo cariñoso" "lo perseverante" "que pese a las barreras que ha enfrentado, ha logrado ser un gran artista". Así que el público, más que olvidar, perdona, acepta y hasta le entrega cariño al alcohólico que canta, al mujeriego que actúa, apoyándolo viéndolo por televisión, en cine, pidiendo sus canciones en radio y comprando sus discos; es más si carece de belleza física, sea hombre o mujer, el público lo ve lleno de atributos, cual ilusión óptica se vuelve el más guapo o guapa de la farándula, todo gracias a la parafernalia que se arma alrededor del artista.

Esto tiene que ver mucho con el tacto, dicen que "la verdad no peca pero incomoda" y por eso mismo, siguiendo con el ejemplo del ídolo que es alcohólico, los medios jamás mencionan "el cantante que empezaba a recibir cariño del público es alcohólico y drogadicto, aquí se acaba su carrera porque una mala persona como él no merece los aplausos de la gente"; al contrario los medios, en sus diversas formas dirían, si les conviene mantener vigente al cantante, que "pese a sus adicciones", él es un triunfador, una persona valiosa, que sale adelante para superar este mal y no defraudar a la gente que tanto quiere y ama, sobre todo a su público". Es el manejo de la verdad, esto es la inhibición de la verdad, otro enfoque a la realidad, pero a ojos del público no es engaño.

1.2.4 ASOCIACIÓN DE IDEAS

Si se toma como base el contexto del mercado, es decir, de la gente, entonces hay que aceptar que el público aprende. Lo mismo el persuasor debe hacer, localizar los puntos vulnerables, de la gente por las cuales ha aprendido a rechazar conductas. Es algo así como la ley de estímulo-respuesta. Si el persuasor quiere que la gente cambie su postura, entonces se le tiene que crear un estímulo beneficiándolos a éstos de alguna manera al cambiar de postura.

Sin embargo la interacción con la gente hará que tanto las conductas vigentes aplicadas por el persuasor como sus consecuencias benéficas se hagan obsoletas al cabo del tiempo. El trabajo del persuasor

entra en acción de nueva cuenta para que no haya conflictos entre las ideas del primero y las del persuadido segundo, en algún momento dado. Se vuelve un trabajo de constancia y de alguna forma cíclica porque el persuasor debe estar en constante supervisión para que en cuanto se localice un defecto, lo corrija de inmediato y reforzar los estímulos haciendo que los persuadidos mantengan las conductas esperadas.

Otra de las formas de asociación de ideas, es el auto aprendizaje. Esperar que el mismo público se de cuenta por sí mismo que las conductas que posee no le conviene; por ser perjudiciales para ellos. Y optar por las que benefician. Pero esto sería un método muy apacible el cual se corre el riesgo de que jamás cambie de opinión por ellos mismos.

Los métodos de auto persuasión, pueden ser eficaces en grupos pequeños como en la familia o en amigos, pero no funcionan para persuadir a todo un público. La mayoría de la humanidad se mueve gracias a los preceptos de su Dios sea cual fuere la religión que profesan; entonces ¿por qué no construir una figura dotada de cierta divinidad cuyo trabajo es persuadir y hacer que la gente siga cierto patrón de conductas? Eso exactamente es lo que hacen los medios de comunicación. Dotar a sus personajes de cierta divinidad para asociar lo inalcanzable con características simples y comunes.

1.2.5 CREDIBILIDAD PARA PERSUADIR

No quiero dejar de mencionar que dentro de la persuasión debe haber, de manera forzosa, un elemento distractor ¿a qué me refiero con esto? Como los individuos son distintos entre sí, también se les aplica distintas maneras de persuadir, existen variables que pueden entorpecer el trabajo persuasivo.

La primera variable con el que un persuasor se topa, es con la imagen. Es decir, con todo aquello que se ve a primera vista, como la indumentaria, el aseo, el sexo, la raza, las posturas, etcétera con lo que se refiere a la comunicación no verbal. Todo esto para hallar congruencia entre lo que aparenta el persuasor y el mensaje que está dando refiriéndome a la credibilidad. Imaginemos el fracaso que sería, por falta de credibilidad de Juan José Origel, (actual conductor titular del programa de chismes de espectáculos "La Oreja"), si se le asignara ser el encargado de un noticiero, ya que él ha demostrado no contar con amplio léxico, interesarle la frivolidad y temas vanos absteniéndose de opinar de temas que le atañen a la nación como la política. O poner a un muchacho con apariencia desgarrada, pantalones guangos de mezclilla, camisetas, pelo largo con una perforación en la ceja dando noticias serias, como sucedió en "Desde Cero" de Azteca 7 (2004), no aparentaría

seriedad, congruencia, credibilidad, entusiasmo y por ende los resultados son pobres y carentes de calidad, y con poca audiencia.

Por lo tanto ésta es otra variable, alcanzar la credibilidad ante la gente. La credibilidad es el resultado de la metodología y teoría que el emisor utilice para dar información. El productor de programas de radio o TV siempre hará *casting* (pruebas de selección de las personas indicadas para ejecutar un trabajo) para encontrar a la gente que compatibilice con la información. Una persona seria, formal, pulcro estará destinado al rubro de noticieros; si la personalidad es extrovertida, amena, ágil, versátil, sería animador o locutor de programas familiares o juveniles. Si el candidato está interesado casi por completo en la moda, en la TV, cine, radio, está perfecto para un programa de chismes; en fin, el enrolar a gente a determinados esquemas es un trabajo arduo y de análisis de mercado, porque antes de emprender un proyecto así, se debe tener conocimiento de la opinión pública acerca de qué es lo que quiere ver o rechazar u oír en los medios, poner atención, entonces en los puntos de intereses de la gente por los cuales habrá que atacar el próximo conductor, periodista, cantante o actor para persuadir y atraparlos dentro de sus mismos gustos.

1.2.6 PREDECIR

Reardon dice algo en lo que coincido con ella, menciona que “la personalidad ejerce influencia sobre los cambios de actitud, pero en nuestra búsqueda de variables de predicción que los persuasores puedan manipular no ofrecen grandes esperanzas. Una personalidad no se manipula del mismo modo que la credibilidad del emisor”⁹.

Opino igual porque, el punto donde se debe trabajar todo proceso de persuasión es el contexto que rodea a cada individuo o a la sociedad entera, y no a la personalidad de la gente, ya que día a día la gente se enfrenta a nuevas circunstancias que les hace optar por nuevas actitudes, constructos que caracterizan a la personalidad de cada quien. Por eso es muy difícil preveer variables que puedan contrarrestar la fuerza de la personalidad del público, las circunstancias son las que siempre prevalecen por largo tiempo, semanas, tal vez años, circunstancias que en su conjunto forman contextos, siendo los protagonistas de éstos la misma gente, y aquí es donde los individuos se vuelven predispuestos a ser manipulados.

⁹ Kathleen K. Reardon, Op. Cit. p.131

Como es en los contextos donde hay que tener mucho cuidado, se debe tomar en cuenta que existen distintos tipos. Contextos sociales, políticos, económicos, religiosos, deportivos, infantiles, meteorológicos, bélicos, musicales, culturales y más. Ahora sí, el persuasor tendrá mucho material para usar, haciendo efectivo el cambio de conducta de los persuadidos, ya que al manipular la realidad circundante de la gente, ésta se enfrenta a situaciones que muchas veces no sabrá resolver teniendo como única solución cambiar de conducta para poderle hacer frente dando como resultado el beneficio para los persuasores pero también optar por otras actitudes ante la vida, por ende, y como resultado final cierto aspecto de la personalidad cambia. Así sucesivamente hasta que la personalidad, después de un tiempo cambia casi totalmente en su totalidad.

1.2.7 INTELIGENCIA

Pues creo también que tiene razón Reardon en su libro La Persuasión en la Comunicación al decir que la gente más inteligente, son los más fáciles de persuadir porque son las personas que ponen más atención a lo que se les diga.

La autora menciona también en esta misma referencia que las personas inteligentes son aquellas que poseen alta capacidad de atención y retención de memoria y apropiarse de circunstancias a resolver metodológicamente. Son las que saben administrar su mente. Así mismo, saben discernir entre cientos de ideas que se presentan diariamente en los medios, pero que a su vez no son lo totalmente inteligentes como para hacer un profundo análisis de lo que se les presenta para discriminar todo aquello que al descubrir las verdaderas intenciones de los medios se muestre que les afecta directamente a ellos como individuos y como sociedad.

Por ejemplo el sector femenino demuestra ser bastante inteligente al abordar todos sus deberes cotidianos, no quitarle atención a ninguno de ellos, además concentrarse en lo que ve en la TV, lee en las revistas o escucha en la radio, sin mencionar el poder de convencimiento que ejerce con sus seres queridos.

Quiero dejar en claro que con esto no estoy diciendo que las mujeres son más inteligentes que los hombres, ya que éste es otro tema controversial en el rubro de "la guerra de los sexos", sino que al ser ellas las portadoras de la información, las que están más apegadas a los medios, las que asumen el rol de administradoras del hogar, pues son un sector más amplio y factible de persuadir para que la eficacia sea más certera puesto que los hombres por lo general se encuentran fuera trabajando, en la escuela u otro lugar.

Pero aquí viene otro punto de discusión, ¿quién es más inteligente? ¿las mujeres por tener la capacidad de manejar infinidad de información diaria en sus deberes del hogar y familia más la presentada en los medios prestando atención a todo lo anunciado? ¿o los dueños de las empresas dedicadas a la comunicación por analizar a detalle las expectativas de las mujeres, lo que esperan ellas ver u oír? La respuesta es más que evidente. Ambos sectores son inteligentes dentro de su área de trabajo, tanto las mujeres son inteligentes para su núcleo social en el que se desenvuelven, sin embargo, los medios de comunicación también son inteligentes por la habilidad que poseen de reunir todos los elementos para persuadir a la gente y saber aplicar las técnicas correctas en los momentos adecuados.

1.2.8 LO ESPECTACULAR

Es cierto que para convencer a un gran número de personas hay que dotar de virtudes y defectos, cualidades y dualidades a las personas que trabajan en los medios como los artistas, pero estas características tienen que ser enaltecidas, reforzadas por algo que deslumbré, algo que llame la atención en una primera instancia. "A través de distintos artificios retóricos (la exageración, el patetismo, el refuerzo sentimental, el juego del enigma o de lo insólito) se advierte al público que está frente a acontecimiento de una determinada excepcionalidad, (...) el cual se presenta por medio de un fragmento de relato sobre la vida íntima o mundana de un personaje de actualidad: los pequeños detalles de su vida cotidiana, sus impulsos afectivos, la vida de hogar, los matrimonios o divorcios, los triunfos y los distintos aspectos de la esfera profesional"¹⁰.

Lo espectacular debe ser parecido o casi parecido a lo noticioso, es decir, lo que llame la atención, lo diferente, lo que le interese al público, aquello del personaje o del ídolo que muestre el porqué es considerado como tal, por sus triunfo o por su vida. Algo sobresaliente, lo que lo distinga de entre tantos cientos de personajes que se encuentran en los medios de comunicación. "La noticia existe en función de un personaje. Los titulares (o publicidad) siempre están articulados en torno a un nombre (el del personaje de moda) connotado como individualidad sobresaliente: triunfadores"¹¹.

Así lo demuestra la historia llamada Chicago, obra musical de Broadway posteriormente adaptado al cine y dirigido por Rob Marshall y ganadora del Oscar a mejor película en el 2003.

¹⁰ Armand Mattelart, "El Cerco de Revistas de Ídolos" en *Los Medios de Comunicación de Masas*, p. 202

¹¹ Idem

Esta película muestra el poder de los medios de comunicación en los años 20 del siglo pasado (la prensa escrita y la radio), todo para convertir en ídolos y ejemplos a seguir a dos asesinas del Chicago de la época. La venta de la información así como su manipulación se hace presente, como la venta de productos y servicios referentes a las susodichas (Roxie Hart y Velma Kelly) todo para alcanzar una sola meta: la absolución de éstas. Convencer a las autoridades y sobre todo al público, de la inocencia de estas mujeres era uno de los objetivos, para que el poder judicial y los tribunales tuvieran la presión de la opinión pública.

Consideremos en primera instancia que los ídolos no son más que personajes colocados entre el medio que los crea y el público para beneficio del primero a través del convencimiento de los segundos; como tal, es el medio quien ordena, mas no sugiere, le impone al personaje cómo actuar, cómo dirigirse, cómo pensar, para que la sociedad (o gran parte de ella) se sienta identificada. La cinta Chicago nos lo muestra en la escena "We Both Reached for the gun" (Ambos alcanzamos el arma), donde el abogado (en este caso el medio) comienza a crear una historia imaginaria alrededor de Roxie, la asesina quien simboliza en esta escena a un muñeco de ventrílocuo, controlada por su abogado Billy Flyn ante la prensa, que es representada como títeres manipulados también por el propio Flyn, dando a entender que la prensa se maneja por intereses de una minoría a cambio de dinero.

Por otro lado quiero destacar que todo lo que los medios nos muestran puede ser equiparado con un circo, puesto que al público hay que darle lo más novedoso, deslumbrante y espectacular para distraerlos del verdadero motivo de la creación de los ídolos. Bien lo describe Billy Flyn interpretado por Richard Gere en la escena "Razzle Dazzle"

It's all a circus A 3-ring circus
These trials, the whole World It's all show
But kid, you're working with a star
Give'em the old razzle dazzle Razzle Dazzle'em
Give'em, give'em an act with last of flash in it.
And the reaction Hill be passionate.
Give'em the old hocus pocus bead and
feather'em.
How can they see with sequins in their eyes?
What if your finges all are rusting?
What if, in fact, you're just disgusting?
Razzle Dazzle'em and they'll never match wise.
Give'em the old razzle dazzle. Razzle Dazzle'em
Give'em a show that's so splendiferous,
Row alter row Hill grow vociferous.
Give'em the old flim flam flummox.
Fol. And fracture'em
How can they hear the truth above the roar?
Throw'em a fake a finagle.
They'll never know you're just a bagel.
Razzle Dazzle'em, and they'll beg you for more.
Give'em the old double whammy daze
and dizzy'em back since the days
of old Methu selah everyone loves big
bamboozler.
Give'em the old 3-ring circus stun and stagger'em
When you're in trouble, go into your dance.
Though you are stiffer than a girder

Esto es un circo. Un circo de 3 pistas.
Los juicios, el mundo, todo es un espectáculo.
Pero niña estás con una estrella.
Hazles los viejos trucos. Deslúmbrales.
Dales un número muy ostentoso,
y su reacción será apasionada.
Dales el viejo abracadabra, con plumas y
lentejuelas.
¿Cómo podrán ver con ellas frente a sus ojos?
¿Qué tal si tus gaznes están oxidados?
¿o si de hecho eres un tipo nefasto?
Deslúmbrales, y nunca de esto se van a enterar.
Hazles los viejos trucos. Deslúmbrales.
Dales un espectáculo que sea tan esplendoroso
Que todo el público se pondrá ruidoso.
Dales un despiste barato,
engaña y fractúralos.
¿Cómo oirán la verdad con el estruendo?
Dales una finta y un señuelo
y nunca sabrán que eres un cero.
Deslúmbrales y siempre te pedirán más.
Dales el viejo 1,2 déjalos bien mareados.
Desde los días del
viejo Matusalén a todos les cae bien un buen
engaño.
Dales un circo de 3 pistas asómbrales y atúrdelos.
Si hay un problema pasa a tu baile,
Aunque seas más tieso que una viga

they'll let you get Hawai with morder.	Y te perdonaríamos ser una verdadera asesina.
Razzle Dazzle'em and you got a romance.	Deslúmbrales y el romance florecerá.
Give'em the old razzle dazzle. Razzle Dazzle'em.	Hazles los viejos trucos, deslúmbrales.
Show'em the first-rate surcerer you are.	Enséñales que eres un mago de primera.
Long as you keep'em way off balance.	Mientras que los tengas desequilibrados.
How can they spot you got no talents?Razzle	¿Cómo verán que no tienes talento?
Dazzle'em.And they'll make you a star.	Deslúmbrales, ¡y te harán una estrella!

Más claro no puede estar, la canción encierra lo que un personaje debe realizar apoyado por el medio de comunicación que lo crea, para poder lograr su cometido, conquistar a la mayoría, dirigir la opinión y visión de algún tópico a favor de la minoría. Es decir, por más insignificante que sea las características de un personaje, se debe magnificar cual diamante, pequeño pero brillante y valioso. ¿Quién define qué rasgo del mediador explotar? ¿cómo pensar? ¿qué decir? ¿Cuál es la forma de confrontar al público? Pues el más interesado en las ganancias. En el caso de Chicago el más apurado en ganar era el abogado defensor; pero llevándolo a la práctica, empresas, grandes consorcios, el gobierno y hasta los mismos medios aprovechan la creación de los ídolos explotándole sus rasgos más distintivos y así manipular al público a su conveniencia.

1.2.9 INDUCIR CONFIANZA

Cuando se persuade es porque se busca el beneficio propio y nunca el de los demás. Cuando esto sucede es porque nos hemos fijado un objetivo claro: cambiar la conducta del otro. Es decir, para que exista persuasión debe existir razonamiento por parte del persuasor de que así lo está haciendo; debe tomar en cuenta que ésa es su tarea, de esta forma tiene que lograr este objetivo; pero, no se trata de modificar actitudes nada más por cambiarlas, sino de obtener algún beneficio con sus resultados.

“La comunicación y la persuasión requieren niveles más altos de funcionamiento cognitivo y de conciencia. Mediante esas dos actitudes la gente aprende tanto las conductas pertinentes como las razones de esa conducta”¹²

¿Cómo lograr la persuasión? Mediante la comunicación ¿por qué comunicarnos en el proceso de persuasión? Porque si bien es cierto que la comunicación es para fortalecer relaciones humanas, también sirve

¹² Ibidem p. 27

para conocer a la gente, sus gustos, defectos, virtudes, sus disgustos, su moral, en fin toda su esencia, así con estos datos ir discriminando qué elementos sirven y cuáles no de su personalidad, para conducirla por medio de su lógica hacia la conducta que uno quiere que adopte.

En otras palabras hay que comprender al otro, conocerlo y guiarlo hacia nuestro fin. Y como resultado nos formamos todo un sistema para describir, según nuestra percepción, la manera en que se relaciona el otro con los demás y consigo mismo. Con la comprensión al persuadido se puede atacar al ego de éste, si es que nos está afectando para lograr que cambie tal como lo deseamos en nuestro papel de persuasores.

Esto puede darse o percibirse como una agresión por parte nuestra, como persuasores, si no hay relación estrecha con el persuadido. Si éste se siente agredido no se logra cambiar la conducta, puesto que su reacción a tal agresión sería romper todo lazo y alejarse no obteniendo los beneficios esperados. Para que esto no suceda se deben fortalecer la relación con el otro (ya sea contacto de amistad, compañerismo, romance o de trabajo). Lo que hay que hacer antes de atacar al ego del otro, es ganarse su confianza y estrechar así cualquier lazo que se tenga con la otra persona.

La confianza es una de las partes de la comunicación, al ganarla y al mismo tiempo, uno mismo debe interactuar para conocer y comprender al otro, lo que dije líneas arriba; del sistema de conductas (serie de descripciones con el que calificamos y pertenece a cada persona) se debe elegir todos que sirvan para admirar a la persona persuasora, ya que al admirarlo se habrá dado el primer paso hacia la idolatría. Es que al admirar al otro y expresarlo éste se sentirá importante, útil y entenderá que debe buscar, en su sistema de conductas, la manera de hacernos sentir importantes y admirados también, como público. Cuando esto sucede, la comunicación permite la confianza entre ellos y el inicio a sentimientos como el cariño, y la empatía.

La comunicación en este sentido no es solamente hablar o escribir emitiendo un mensaje, sino también tiene mucho que ver con el sentido que se le da a éste o con el contexto social, político o emocional en el que se mueve. La comunicación puede afectar las emociones de la gente si lo vemos desde el punto de vista de la persuasión. Ganar la confianza del otro, es ganar el primer punto para hacer flexible el camino hacia la persuasión.

Gracias a esta confianza que se va ganando, podemos poseer la llave que nos abre todas las posibilidades para entablar relaciones, de cualquier clase, con quien nosotros deseemos, cualquier persona, de cualquier ámbito, ya sea cultural, económico, intelectual, etcétera.

Entonces la comunicación, sí es para dar a conocer nuestros mensajes, pero va más allá de esta simple acepción. Sirve para interactuar con la demás gente, introducimos en sus emociones, en sus sentimientos, en su personalidad, en su esencia. De ésta hacemos camino para ser diferentes a las otras personas y sobresalir de entre ellas; sólo que hay un pequeño inconveniente, para ser mejores que la gente que nos rodea hay que modificar las conductas y no estropear el camino propio de vida, esto se puede lograr a través de la interacción humana y para que ésta exista debe cumplirse el proceso de la comunicación, es decir, cumplir el movimiento, el ciclo social, equiparándolo sería algo parecido al ciclo de la vida, sólo que yo lo llamaría "el ciclo social de la vida".

1.3 EL IDOLO COMO PERSUASOR (CONCLUSIONES)

Así pues, una de las primeras conclusiones a la que puedo llegar con este capítulo es que un ídolo debe ofrecer confianza al hacerlo la gente será más susceptible de persuadir. Al fin y al cabo ésta es su función final. La interacción entre los individuos permite el paso de la vida entre unos y otros. Si yo cambio cierto punto en mi conducta, por lo menos hacia una persona, lo que espero es que ésta responda de igual manera: con un cambio de conducta de su parte, así al mismo tiempo afectará a una tercera persona y ésta con una cuarta y sucesivamente. A través del tiempo, este ejercicio va dejando enseñanzas en cada uno de nosotros como individuos. Aprendemos a optar por conductas adecuadas, es decir, aprendemos a discriminar de entre una amplia gama de conductos cuáles sirven y no en determinadas contextos y personas. Con la persuasión sabemos adquirir y modificar conductas, las propias y las ajenas, siempre de manera consciente y con un objetivo bien establecido.

Es necesario entender que el ídolo debe ser una persona como cualquier otra, con capacidades y talentos definidos para desarrollar un papel estrictamente estipulado en la vida real o ficticia; pero son personas que gracias a estas capacidades son triunfadoras en su ramo por lo tanto sobre salen en la sociedad donde se encuentran, es decir, el ídolo, al serlo, deja de ser una persona transformándose en un personaje, concepto que definiré en el siguiente capítulo. Ahora bien, los medios toman a estas personas y los dotan de una divinidad pre

determinada. De esta manera por la cobertura que poseen los medios, personas comunes y corrientes se vuelven

El ídolo como persuasor, “adopta el rol de padre sabio, de conductor. Aconseja desde todos los ángulos, desde todos los medios de comunicación. Y lo hace mediante infinitos recursos: desde el horóscopo hasta las secciones de correo sentimental, pasando por las fotonovelas, las teleseries, historietas para niños y para adultos. Y con el pretexto de la moral, se puede difundir todo tipo de anormalidad social”¹³.

Entonces cuando la gente haya optado por cambiar unas conductas por otras, se habrá alcanzado el objetivo de la persuasión. Todos asumimos un papel en la vida, ya sea en los núcleos sociales, como padre de familia, o de hijo, pero también existen otros roles que tienen mucho que ver con la reputación, como el de cuenta chistes, el chismoso, el juguetón, el depravado, el obsesivo, etcétera; los papeles que adoptamos en la vida diaria son muy importantes porque es una forma de organizar internamente todos los núcleos sociales y haciendo que la interacción fluya en las relaciones humanas. De lo contrario en los grupos sociales caería en el estancamiento y ruptura pues que al poseer el mismo tipo de conducta los llevaría al individualismo y al poco compañerismo para apoyarse entre sí, es decir, las relaciones humanas poco a poco se fracturarían hasta disolver estas amistades.

A lo que quiero llegar es a que al decir que la sociedad siempre está en movimiento, me refiero, a que en todo andar y progreso siempre existirán barreras que lo obstaculizan como ideas políticas, religiosas, arraigos culturales, etcétera. Y es aquí cuando la persuasión entra en acción para romper con esos obstáculos.

Ya habiendo realizado esto, el persuadido se topará con otro que le obstruirá su camino, así que el primero hará labor de persuasión para que le cedan el paso progresivamente. Tan fácil como los explica Reardon “mediante la comunicación tejemos la trama de significación que define nuestro propio yo (...) también aprendemos con quiénes hemos de confrontarnos y a qué posiciones podemos razonablemente aspirar. Aprendemos a quién admirar, y al hacerlo garantizamos a esas personas el poder de hacernos sentir importantes o insignificantes para el mantenimiento de sus particulares redes de significación. La comunicación es algo más que la transmisión de ideas de una persona a otra. Es el medio a través del cual aprendemos quiénes somos y quiénes podríamos llegar a ser. Además, es nuestro vehículo para demostrar cómo hemos

¹³ Ignacio H de la Mota *Función Social de la Información*. P.51

ajustado nuestros anteriores modos de conducta, inapropiados, para dar con las pautas del presente"¹⁴ Esto es lo que sucede dentro de la sociedad, es como un sistema de engranes, que hace uno se mueva para poder mover, convencer, persuadir a otro, si una pieza de este sistema no se mueve, entonces no funciona, y la sociedad se paraliza.

Lo anterior sucede en forma interpersonal. Pero si lo vemos en forma social, vemos que acontece lo mismo. Para que las empresas obtengan sus ganancias estipuladas hay que vender altos índices de producción, y para que esto suceda el público consumidor tiene que comprar los productos, entonces los primeros deben persuadir a los otros (a toda una sociedad). También pasa en dirección contraria, cuando la sociedad no está conforme con un sistema de gobierno, tratan de persuadir a sus gobernantes a través de distintas formas de manifestación como los plantones, las marchas o hasta la violencia; o cuando la sociedad no está de acuerdo con los productos de una empresa, simplemente optan por no comprarlos, o demandar otros que le resulten de su agrado para que modifiquen las características de los mismos.

El movimiento constante de la sociedad es un sistema de toma y daca que lleva años. Es algo paradójico e irrompible. Cuando unos cuantos manipulan las conductas y actitudes de una mayoría no es algo nuevo, no es algo bueno pero tampoco es malo, simplemente es algo que existe, y seguirá existiendo mientras haya comunicación.

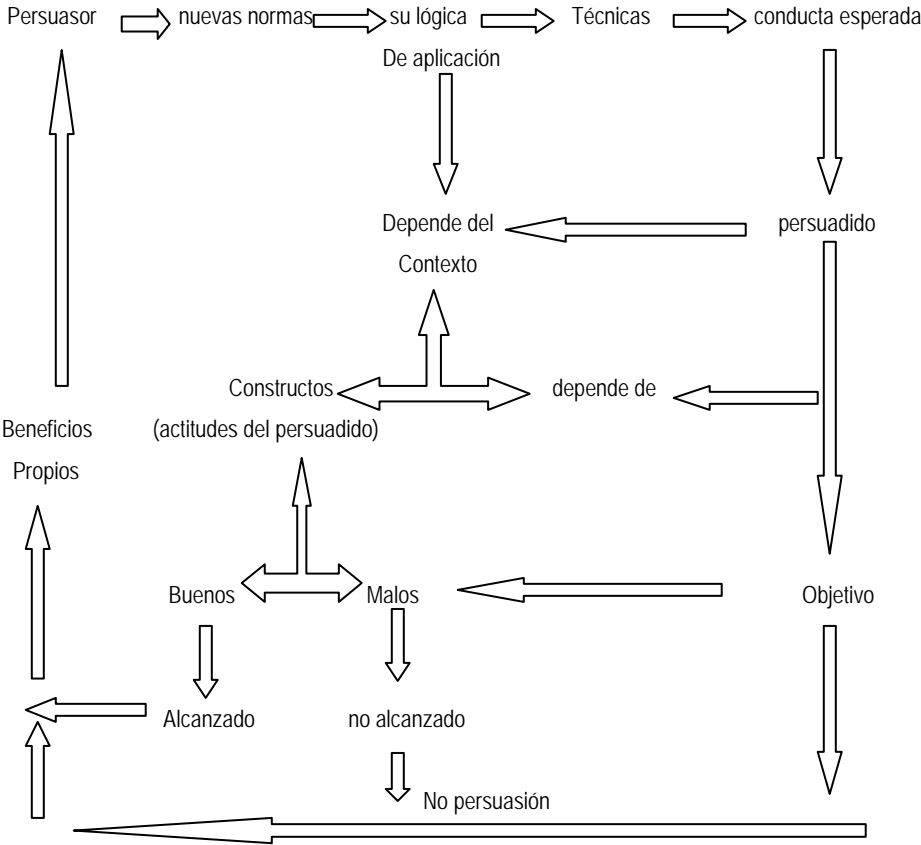
En conclusión los núcleos sociales se mueven porque dentro de ellos hay constante movimiento ya que los miembros, es decir, los individuos, interactúan entre sí, permitiendo que en los canales y mediante su interacción viaje la persuasión, y para ello ejemplifico y explico con el siguiente cuadro conceptual, acerca de su proceso.

El persuasor debe y quiere establecer nuevas normas, para que la gente haga, piense o diga lo que el persuasor disponga, obviamente dependiendo de cada núcleo social será el tipo de norma. Sin embargo, para que sean aceptadas estas normas, el persuasor debe tener una lógica de aplicación coherente de las técnicas para persuadir y buscar cambiar las conductas en la gente, hasta encontrar la más adecuada para lograr los objetivos del persuasor. Por tanto, si se logra modificar la conducta como se desea, se habrá alcanzado el primer objetivo del proceso: que la gente sea persuadida, pero para que esto suceda y se refuerce, la lógica de

¹⁴ Kathleen K. Reardon, Op. Cit. p. 28

aplicación de las técnicas se sostiene mucho del contexto social, político, familiar, religioso, etc., en el que se encuentren los individuos ya que las experiencias obtenidas se arraigan en la mente para que determinen su postura ante tales eventos, en otras palabras, opten por alguna actitud ante la vida. Es por ello que los persuadidos y cómo son persuadidos, dependerá directamente de los constructos que posea el público como ente social. Por lo tanto, el objetivo de la persuasión, (es cambiar las distintas posturas de la gente ante distintas situaciones).

El trabajo de persuasión consiste en resumen: el persuasor introduce nuevas normas siempre siguiendo la lógica de aplicación según el contexto en el que vive la sociedad ya que en éste se adquieren los constructor, al mismo tiempo que al aplicar las nuevas normas sociales se va determinando cuáles y cuándo aplican técnicas de persuasión para buscar las conductas esperadas en el público, habiendo logrado esto podemos hablar de un grupo persuadido y del objetivo alcanzado. Cuando la gente califica de buenos a los constructos es porque distintos hechos le ha dejado satisfacciones, si es así es más factible que la persuasión se logre, de lo contrario la gente al verse en hechos difíciles, tendrá actitudes o constructos "malos" y su conducta será más reacia por ende más complejo de persuadir.



CAPÍTULO 2

LOS PERSONAJES

Después de llevar a cabo un estudio minucioso, habiendo recavado datos suficientes acerca de lo que está buscando la gente como escape de la realidad, en contextos particulares pero comunes entre cada miembro de la sociedad, cómo lo quiere ver u oír, cuándo y dónde; entonces lo que prosigue es construir personajes viables a ser adorados e idolatrados por el público. Personajes pensados, en las necesidades, carencias y actitudes espirituales o morales, de cada sector social o *target*.

Estos personajes deben tener particularidades muy especiales y distintas entre sí. Pero todos comunes al público a quien va dirigido. En este capítulo explicaré la composición que debe tener cada personaje, tanto en su persona como en sus historias de vida, para que pueda tener credibilidad, inspirar confianza, y emplear así las técnicas de persuasión necesarias, sin que la audiencia objete de forma reacia. Entonces, para que las cualidades de cada personaje puedan ser aplicadas de manera eficiente, y el público quedemos anonadados del poderío virtual de él, éste debe encontrarse en un entorno también creado previamente por los medios de comunicación que lo apoya.

Durante el período que comprenden los años 2002 al 2005 surgieron nuevas formas de hacer televisión, y consigo nuevos eventos, nuevas figuras, las cuales capturaron y desprendieron admiración del público.

Entre los *realities shows*, y el auge de otras contiendas deportivas internacionales que no fuera el fútbol *soccer*, como el atletismo, emergieron dos figuras, ahora públicas, que antes del 2002 era gente desconocida para todos. Me refiero a Yahir cantante creado en La Academia (2002) *reality show* de Tv Azteca; Ana Gabriela Guevara velocista ganadora de la *Goleen League* (2002) que a pesar de sus primeras apariciones en competencias internacionales desde 1996 no cobró importancia sino hasta los años 2002, 2003 y 2004 quien Televisa Deportes la tuvo bajo su propia lupa dándole seguimiento a sus competencias y triunfos.

He optado por estos dos personajes porque precisamente en estos años se notó claramente su éxito desmedido mediante los buenos *ratings* de las transmisiones de las telenovelas a las competencias, las altas ventas de discos o boletos para presenciarlos, además de muchos espacios publicitarios que ocuparon en su momento. Y curiosamente ambos tomaron preponderancia en el mundo del espectáculo prácticamente al mismo

tiempo y en los mismos años, eso lo hace aún más trascendente en el sentido de un trabajo de análisis comparativo. Mientras que uno fue creado enaltecido y lanzado diariamente durante cinco meses por una televisora. La otra se creó y superó a sí misma, logrando triunfos por sí sola. Siendo aquí que la otra televisora puso hincapié en ella dándole seguimiento exclusivo a su vida personal y profesional.

Así mismo, tuve oportunidad de ir a algunos de estos eventos y fue sorprendente el recibimiento que las *fans* le daban a Yahir, por ejemplo. Fue tan desmedida la ovación que era casi imposible creerlo. ¿Pero por qué? ¿Qué tienen ellos que provoca tal reacción en el público? Si bien es cierto que el éxito se debe a todos los espacios que ocuparon en la mayoría de los medios de comunicación lo interesante es saber qué aspectos de Yahir y Ana nos dieron a conocer para que el espectador los considerara como ídolos.

Y para ello, lo que trato de apuntar en el presente apartado es que personajes de cuentos, ídolos de *cómics*, ídolos deportivos, personajes televisivos, cantantes o artistas idolatrados tienen algo en común que los hace entrar en el gusto de la mayoría. Son rasgos que Vladimir Propp señala en sus obras Morfología del Cuento y Raíces Históricas del Cuento, lo que hago es tomar algunos y aplicarlos para analizar las historias de vida de los personajes Ana Gabriela Guevara y Yahir que facilitan el camino para considerarlos ídolos, y al mismo tiempo dejar estipulado que éstas son las características que todo personaje o ídolo debe tener y respetar para que su carrera profesional se desarrolle, crezca, aflore y perdure.

2.1 CREACIÓN DE LOS PERSONAJES

Los personajes, no son gente de carne y hueso que cumplen funciones determinantes dentro de la realidad social en la que se encuentran inmersos, son más bien seres que toman un rol para dar a conocer un mensaje y convencer a través de éste.

Los protagonistas del éxito de las producciones de televisión, son personas que adoptan personalidades en las cuales hacen resaltar características muy peculiares para distinguirse entre los demás a parte de enganchar a la gente con estas cualidades psicológicas y físicas. Son estas características las que enriquecen la esencia de las personas (como los actores, actrices, cantantes, hasta deportistas) que los hace actuar y desplazarse por la vida, de forma, inverosímil, poco común, casi irreal, convirtiéndolos pues, personajes de los medios de comunicación.

Estos personajes son el principal motivo por el cual el público prestará atención elevando el *rating* de noticieros, películas, telenovelas entre otros muchos formatos. Dependiendo de la fuerza mercadotécnica que le apliquen a cada personaje, se puede convertir o no en ídolo. Un personaje persuadirá a través de sus acciones, pensamientos y la forma de interactuar con todas las personas que existen en su entorno.

Entre la noción de lo que es un ídolo y la función que tiene hoy en día en los medios de comunicación, se puede hablar de él como un personaje que se crea para persuadir y atraer a la gente. Esto lo retomo a colación ya que al acudir al cine, prender la tele o la radio, vemos que no importa si el personaje sea un ignorante, vulgar, carente de talento alguno, tal vez poco agraciado físicamente, sin embargo le construyen una personalidad acorde a los *target*, acorde para que la gente lo siga sin importar todos sus defectos. Pero el ídolo que todavía es más fuerte es el que persuade a la gente porque, efectivamente, le crean un personaje y es atractivo o atractiva en cuanto al cuerpo, es carismático, inteligente, generoso, entre otras virtudes.

Entonces “entendemos por personaje, la adopción de un papel previamente diseñado, papel del cual no se puede salir el actor en cuestión. Un personaje consiste en una serie de actos o conjuntos de acciones, formas de aparición y atributos previamente determinados”¹

Cuando, un gran número de gente es ferviente seguidor del personaje, éste se convierte en un modelo a seguir, en un ejemplo para toda la sociedad, en un modelo de influencia, en un ídolo. De hecho existen modelos e ídolos para todo tipo de sectores sociales. Sólo hay que pensar en Pedro Infante, Jorge Negrete, María Félix, Juan Gabriel, José José, Yuri, todos ellos son ricos en virtudes, pero en defectos aún más, ¿por qué si estas personas tienen más defectos que virtudes, son o fueron ídolos y modelos de influencia? Pues porque hay todo un sistema de mercadotecnia detrás que los apoya, una industria como lo son los medios de comunicación. ¿Qué importa si son o fueron alcohólicos, amanerados, prepotentes, déspotas o soberbias, etc. si lo que nos muestran los medios es al personaje que canta o actúa bien y ofrece alternativas de vida con las canciones y las actuaciones? Aquí es donde la persuasión recae sobre la gente, ésta ve un modelo a seguir, que a pesar de la forma de vida tan burda, absurda, incoherente que lleva el artista, los éxitos llegan a manos llenas dándonos a entender que él tiene una vida ruinosa como ser humano, y sin embargo, al final triunfa.

¹ Ignacio H de la Mota. Op. Cit., p. 53

El público tiene la imperiosa necesidad de superación, por diversas circunstancias en muchas ocasiones no pueden lograrlo, es por eso que satisfacen esa necesidad con la búsqueda de personajes con tintes aspiracionales, con imagen triunfadora. De esto se aprovecha los medios para crear proyectos tales como La Academia para presentar personajes de este tipo, o por otro lado adoptar a alguien que está construyendo una carrera de éxitos para darle apoyo como la deportista Ana Gabriela Guevara.

Aunque existe un inconveniente, estos nuevos ejemplos a seguir son pre fabricados, es decir, aunque el talento es inherente a la persona en cuestión, lo menos importante es eso, porque lo primordial es enaltecer el ambiente que le rodea; como la familia, los amigos, lugar natal, la vida pasada, la vida futura, los planes a corto plazo, es decir, las historias de vida. Pero el ídolo como persona, como artista o deportista es un elemento más de ese pequeño mundo planeado por las empresas, al cual se llega y se triunfa tan fácilmente.

Otro tipo de modelo de personaje, son los que se crean a sí mismos. Por lo general éstos son deportistas u otros profesionistas que no tienen que ver directamente con los medios de comunicación, pero los vuelven objetos mercadotécnicos cuando empresas comerciantes se apoderan de ellos para anunciar sus productos. Estos ídolos de los que hablo también aparecen en TV, radio y prensa aunque no son éstos quienes los crean, sino que les dan fuerza para consolidarlos.

Ana Gabriela Guevara, Ernesto Canto, Pelé, Octavio Paz, Gabriel García Márquez, Rodolfo Neri Vela, éstos son algunos que NO buscaron apoyo en los medios para iniciar sus carreras como ídolos, sino que las circunstancias, los fueron guiando hacia el mundo de mitos. Quiero decir que estas personas, entre otras muchas, buscan triunfar en sus profesiones mostrando sus trabajos, su arte, su esencia plasmado en todo lo que realizan; estas personas no inician sus carreras con la idea de ser ídolos, no se venden a los medios para buscar la fama como lo hacen algunos hoy en día; quienes no tienen como objetivo ser famosos no permiten que la industria les arregle la vida laboral, el qué decir, el qué hacer, el qué pensar, en la actualidad esto sucede con mucha frecuencia con los artistas "plásticos" o los artistas provenientes de *reality shows*, o los que sólo buscan sólo fama y dinero solamente.

Los que están a cargo de transformar lo ficticio en realidad en la mente de la gente son precisamente los personajes, ya que para esta causa son creados previamente. Las empresas dedicadas a la comunicación y el entretenimiento necesitan que el público empate con la labor comercial que ejecutan estas empresas, necesitan

que entre ellos y el público no halla conflicto, entonces, para mediar esta situación construyen o se apoderan de los personajes, así pues trabajan en los medios reflejando una mínima parte del escenario circundante.

Estos personajes, gracias a su interpretación de la realidad, harán que la gente:

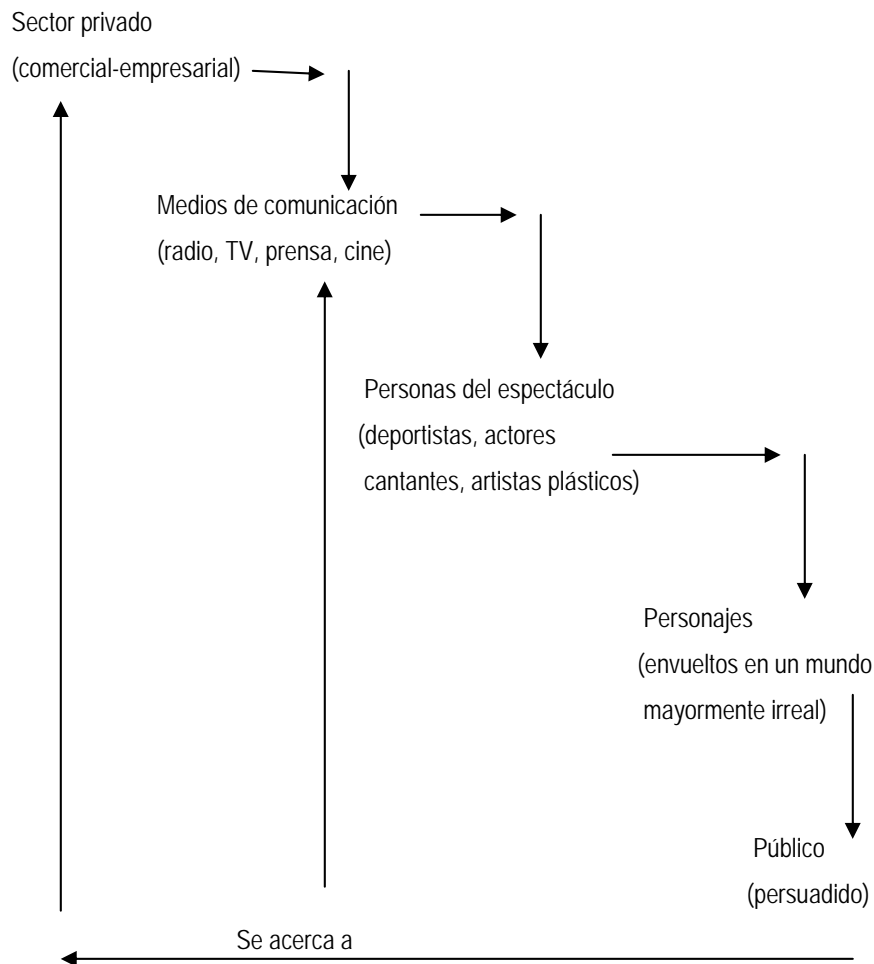
1) desee un estatus más elevado: es cuando el individuo quiere y obtiene lo que posee su personaje o su ídolo favorito (ropa, autos, dinero, entre otros objetos materiales) cuando ya lo obtiene tiene la sensación de poder.

2) identifique con su grupo social: cuando el individuo decide adoptar la personalidad de algún personaje que interpreta el artista, puesto que percibe que le ayudará a pertenecer a algún círculo social al que desea ingresar.

3) Se identifique consigo mismo (el yo crece): cuando el individuo siente que su propia personalidad es muy similar, aunque no idéntica, a la de su personaje o ídolo favorito.

Se aprecia muy claramente que la labor que tiene un personaje es la de influenciar a la gente haciendo que cambien de conducta afectando directamente a la personalidad de los individuos. Pero también quiere decir que no solamente es el artista quien ejerce influencia sobre los demás, sino también es el personaje en sí que interpreta en algún momento dado en radio, TV o cine. Entonces esto me hace pensar que, así como hay medios de producción existen medios de persuasión: los personajes son los medios por los cuales convencerán al público para que cambie de conducta.

Los medios de comunicación logran que el sector empresarial privado invierta en ellos, y éste usa a los primeros no como medios de comunicación sino como intermediario.



2.1.1 EL PERSONAJE ESTIMULA AL PÚBLICO

El efecto buscado por los individuos: el sentimiento de pertenencia a un círculo social y efecto buscado por las empresas: el público consume los productos anunciados. Si se le muestra al público que Ana Gabriela Guevara, campeona mundial de atletismo en los 400 metros planos en el 2003, bebe Powerade, bebida energizante, o come pan blanco Gonder (esta es la causa), entonces la gente estará bebiendo o comiendo lo anunciado y tendrá la sensación de identificación del yo, o bien, creará estar adoptando rasgos de la atleta, que le ayudará a identificarse con su grupo social, que puede traducirse como moda.

A partir de estos personajes aceptados y apoyados por el público, el ídolo se consolida como tal. Si este ídolo, ya de las multitudes, logra prevalecer el paso de los años, a pesar de la muerte, será visto como mito, como algo que tal vez no existió, que es casi imposible de creer, que lo realizado por él fuera verdad, y que pese a esto se siga admirando, como Pedro Infante.

Pero entonces, cuando se empieza a crear nuevos productos, llámese mercancías, programas o nuevos ídolos, enriquecidos con la esencia del mito, a éste se le cataloga como icono, según al ambiente al que pertenezca, en el que alguna vez desarrolló su trabajo. Por ejemplo, Pedro Infante es un icono de pueblo mexicano, quien tuvo a bien interpretar gente común del mismo: pobres, machos, conformistas, mujeriegos, en fin, las características del hombre mexicano en los años 40 y 50 del siglo XX.

En la actualidad Ana Gabriela Guevara se ha convertido en un icono del mundo deportivo, siendo todo el mérito de ella misma puesto que nadie importante –como patrocinadores- le auxilió para asistir a las competencias en sus comienzos, sino fue hasta que empezó a destacar con algunos triunfos cuatro años después de iniciada su carrera como atleta profesional. Sin embargo, está la otra cara de la moneda, Yahir, (cantante y actor, egresado del *reality show* producido por Nostromo Producciones, transmitido por Tv Azteca), no se convierte en icono de la juventud de forma espontánea sino que ya se había predeterminado así. En primer lugar, la empresa produjo este programa para que por lo menos unos cuantos egresaran ya como ídolos de la juventud mexicana, hecho que sucedió, pero también hecho lamentable, porque un ídolo tiene el orgullo de presumirse a sí mismo, a su esfuerzo y talento elaborado y también el arte que él mismo puede crear, desarrollándolo a través de los años, en cambio, los ídolos como Yahir tiene que agradecer y presumir principalmente a la empresa que lo creó.

2.2 MORFOLOGÍA DE LOS PERSONAJES

Porque "la primera impresión no se olvida" y porque "una imagen vale más que mil palabras" lo primero en lo que hay que pensar al construir un personaje y abra la brecha hacia un posible ídolo, es la parte estética de la persona que lo va a interpretar, es decir, ir cosificando la imagen representativa del ídolo. Es discriminatorio decir que los feos no tienen cabida en la TV, radio o cine, pero tiene su razón de ser. Las personas siempre nos fijamos, en primer lugar en lo llamativo, en lo deslumbrante, en lo bonito, en lo reluciente, en lo relevante, lo estelar. Por ello, a los medios les reditúa crear ídolos atractivos a la vista, porque el público se acercará, rápidamente. No obstante, existen casos en los que no siempre los rostros bonitos sirven como ídolos, sino que sus trabajos, sus cualidades y aptitudes, nos hacen catalogarlos así; tenemos los ejemplos de, por un lado a Yahir, ídolo por haberle creado una imagen de muchacho con valor, con ganas de triunfar, de padre protector y amoroso, de buen compañero y excelente amigo, de joven enamorado con cierto talento en el rubro del canto; por el otro lado tenemos a Ana Gabriela Guevara, velocista, campeona mundial del 2003, experta en

la carrera de los 400 metros planos, ídolo por ser campeona gracias a sus propios méritos cuando nadie creía en ella, pero los frutos de su esfuerzo son los que hicieron que las empresas la contrataran para patrocinarle y motivarla a que siguiera en su profesión. Ambos no poseen ni rostros perfectos ni cuerpos espectaculares a la exigencia de los medios en la actualidad. Pese a ello sus cualidades han hecho que se destaquen.

Como dice Vladimir Propp en Morfología del Cuento el siguiente paso "es individualizar al personaje". Esto se refiere a matizar con características abstraídas de los individuos que componen a la sociedad; rasgos intelectuales, psicológicos, morales, físicos. Al realizar este procedimiento se corre el riesgo de estereotipar a los mediadores. Aunque antes de estereotipar, se debe tipificar, es decir, calificarlos con los múltiples rasgos existentes a la realidad circundante para convertirlos en personajes.

Esto sirve para darle un sentido individual, concreto al personaje que se está creando. Es decir, colocar al personaje como parte de una sociedad, de un todo, mas no el personaje representando al todo, en esta situación se caería en la ambigüedad, en la confusión y lejos de que la gente se sienta identificada; además de que se sentiría perdida al no entender al personaje, prefiriendo, como consecuencia, alejarse y hacer omisión de la existencia de esa opción dentro de los medios y el entretenimiento.

El elegir rostros y cuerpos agradables como mediadores tienen su razón de ser; el caracterizarlo para crearle una personalidad, también tiene un motivo y es la de enfrentar el mundo que se le presenta. Para que el personaje sea atractivo y sirva como instrumento de identificación debe contener en él un grado mayor de cualidades y un mínimo de defectos mismos que conforme vaya avanzando su historia haga uso para a enfrentar los distintos desafíos de la vida; aunque todo tiene sus altibajos ya que algunas cualidades se pueden llegar a considerar como defectos al perjudicar a algo o alguien, el objeto aquí es, que las cualidades en un personaje sean preponderantes a comparación de los defectos, dejando a éstos casi imperceptibles pero latentes.

Lo primordial del empleo de las cualidades y defectos, es que a través del tiempo, los primeros harán que el mediador siendo personaje venza todas las vicisitudes sin importar el grado de riesgo, lo importante es salir avante y triunfante pese a los tropiezos que sus propios defectos pueden acarrear. Al ser triunfante, el público lo aclamará, alabará y le exigirá más triunfos y éxitos.

Por esto, considero conveniente concretizar al personaje. Hacer coherente su personalidad con su vida y sus capacidades. Mantener una lógica entre sus pensamientos, acciones y el mundo cotidiano en el que se encuentra inmerso. Un personaje no debe ser, por ejemplo, amoroso, rencoroso, frívolo, sensible, caprichoso, comprensivo, juguetón, aburrido, vanidoso, sencillo, modesto, presumido, enojón, aguerrido, mediocre, feliz, místico, anárquico, creyente; esto es una gama de componentes que no deben pertenecer a un mismo personaje porque no hay una lógica entre uno y otro, al contrario, está lleno de contradicciones que pueden hacerlo actuar de forma inverosímil.

La fórmula que creo factible y propongo para crearle una personalidad a un personaje específico es: siempre debe ser personaje sencillo y concreto para un mundo complejo, nunca un personaje ambiguo o complejo para un mundo complejo y tampoco un personaje ambiguo o complejo para un mundo sencillo porque éste no existe. Resulta que para que un personaje funcione como tal, "éste no debe ser la expresión de una media estadística, sino que debe ser, ante todo, un individuo perfectamente concreto un *ESE HOMBRE*."² Es decir, debe destacar sobre todo lo típico, sobre todas aquellas personalidades que nos son comunes en la vida diaria.

De aquí nacen los ídolos, porque a pesar de la sencillez de un personaje, su personalidad clara y entendible hace que obtenga lo que desee, lo que sueña; aunque generalmente son los personajes que sufren, los que llegan a la felicidad resultado de sus sueños materializados; estos personajes son los más ideales a que el público los catalogue como ídolo.

Por otro lado, para que el público se sienta identificado, éste debe comprender al personaje, para ello debe entender cómo, por qué y para qué actúa de tal o cual forma, qué lo lleva, qué lo impulsa. Esto es que la gente debe adentrarse a los pensamientos del personaje, saber qué y cómo piensa para acompañarlo en cada paso y jamás abandonarlo. Esta sería otra forma de capturar audiencia, hacer que ésta se mimetice con el ídolo haciendo que compren lo que el ídolo use en primera instancia; en segunda, que imiten el comportamiento, las actitudes y formas de pensamiento del ídolo.

² Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*, p. 197

Cuidar la estética, concretizar la personalidad y adentrarse en la mente del personaje tienen como objetivo el impresionar, capturar y convertir al público en consumidores. ¿Sólo esto se necesita? Aún hay más. Crear un personaje factible para considerarlo ídolo es más difícil de lo que se cree, ya que al momento de conformarlo hay que ir cuidándolo como si estuviera a nuestro lado, todo para que no rebase o no quede a medias en sus estándares propios e individuales de la vida, no permitiendo que se vuelvan personaje, tal vez fantasiosos, pero nunca ilógicos o absurdos en el espacio en el que se desenvuelven.

Es muy complejo crear un personaje para convertirlo en ídolo no sólo porque hay que conducirlo a ello, sino porque también hay que mantenerlo en el camino, en el nicho que mantiene el público, cuyo labor será el confirmarlo como ídolo pre fabricado al consumir todo lo relacionado con su figura. Desde el punto de vista del espectador pareciera que no, cuando en verdad "el personaje es el resultado eficaz, en virtud de una calibrada relación entre medio y fines. Pero la relación se ha hecho persuasiva porque ha conseguido llevar una equilibrada exacerbación, unos comportamientos que nos es posible encontrar en la vida cotidiana"³

El personaje o ídolo es utilizado así como instrumento mercantil, ya sea para venderlo a él mismo o como medio de producción. Y para que esto acontezca los medios toman al ídolo para valorarlo como símbolo. Esto es, cuando un ídolo resalta de entre todas, una o dos características propias que lo hacen arraigarse, éstas ligan estrechamente al ídolo con la vida real de la sociedad o de un país. Por ejemplo, Pedro Infante, aún muerto sigue siendo un ídolo, pero la imagen que siempre arrastró, ya sea por sus personajes o por su personalidad, propiciaron que lo colocaran como símbolo del pueblo mexicano, ya que en aquella época era muy reacia, entre el sector varonil, las actitudes de machos, mujeriegos, bebedores, galanes, en contraste de sus cualidades: trabajadores, leales a sus seres queridos, amigos y familia.

Verónica Castro, también ídolo no sólo nacional sino internacional, y por sus papeles de muchacha pobre, luchona, trabajadora, amorosa, soñadora, tanto en telenovelas como en películas, la señora se convirtió en símbolo de las jóvenes pobres que quieren ser ricas y símbolo de los sueños que se pueden realizar.

Un símbolo, es un emblema que identifica y señala su utilización así como el rumbo que toma; también encierra en él todas las características, en una imagen de tal forma, que implícitamente todos entendamos su significado. Ser un símbolo, es de riesgo y responsabilidad ya que esto conlleva el dirigir a un número de

³ Ibidem p.206

personas en sus acciones y hasta pensamientos. Es de mucho peso, por ello pocos símbolos perduran en la farándula deportiva y de espectáculos. No es como la creación de personajes que se trata de una fabricación en serie; ni se trata de la creación de ídolos que son los menos. pero con los ídolos se debe ser más selectivo para elegir el más viable como medio de consumo y/o producción; los ídolos se convierten en símbolos porque rebasan las fronteras de la empatía con el público, las fronteras entre países y las fronteras de la imaginación para incurrir en cualquier área artística.

Ahora bien, cuando se crea un personaje, no sólo se le debe dotar de ciertas aptitudes para esquivar y desafiar cualquier peripecia, sino que también se le debe construir un camino precedente y futuro que influirán en su mentalidad, en su alma y hasta en el físico, de lo contrario el personaje y su historia serán totalmente planos, sin algún paraje que justifique su existencia, por tanto, personaje como ídolo debe poseer una meta, también previamente fabricada por el autor, la cual tiene que alcanzar no tan sencillamente.

Cuando alguien menciona que tal personaje o historia carece de elementos imprescindibles para el progreso de la vida de quien se está contando, implícitamente se dice que es plano; y plano porque no es trascendental ni para los mismos personajes, ni para el público ni para la industria a la que pertenezca (TV, radio, cine, música, prensa escrita).

La narración en cualquier medio debe ser ágil, ameno, interesante, divertido, pero sobre todo pro positivo, que haga, de manera virtual, involucrar al público y despertar el sentimiento de pertenencia a algo, ya sea a un personaje, a un estilo de vida, a una sociedad, etc. aunque sea ficticio. Al proponer nuevas formas narrativas, la audiencia lo agradecerá siempre comprando los productos o servicios relacionados.

Por último, quiero dejar patente mi insistencia en elementos esenciales, indispensables para crear personajes, ídolos y símbolos a través de sus historias: la imaginación y la inteligencia que permiten desarrollar la creatividad cuyo resultado a largo plazo sería un legado de ídolos o por lo menos estrellas del espectáculo y deporte, cuando actualmente México carece de ellos.

Como también son elementos esenciales los que nos ofrece Vladimir Propp en sus obras Morfología del Cuento y Raíces Históricas del Cuento ya que aquí podemos observar la forma en que están compuestos los cuentos fantásticos rusos, sin embargo pese a la región pueden aplicar para los cuentos de todo el mundo. Es

por eso que también podemos observar estos componentes en cuentos pero no fantásticos, si no los cuentos que son creados entorno a un personaje de la vida real, del mundo del espectáculo y creados por los medios de comunicación.

Por ejemplo, en las historias de vida de Yahir y Ana Gabriela Guevara podemos ver que se presentan algunos de los elementos que comprenden los personajes y podemos encontrar explicados en los libros de Propp. En este caso, ¿cómo son los personajes? ¿por qué actúan así? ¿con quién interactúan? ¿Cuáles son sus atributos? Estas son algunas de las interrogantes que podemos tomar como base para analizar todo tipo de personajes, tanto los literarios como los referentes a las creaciones de los medios de comunicación. Así considero que los elementos esenciales para analizar el funcionamiento de los ídolos ejemplificándolo con estos dos personajes son los siguientes:

2.2.1 FUNCIÓN DE LOS PERSONAJES

Para empezar, en los análisis de Propp los personajes principales que al final de su camino triunfan se les llaman héroes. Éstos son entonces los personajes potencialmente ídolos, por lo que hay que pensar que Yahir y Ana Gabriela Guevara, son los héroes de sus propias historias. Para hacer más ágil este apartado y los ejemplos queden claros, he extraído algunos fragmentos del siguiente capítulo, el relato de los ídolos. A continuación marco la función importante que lleva a cabo el personaje y adelante ejemplifico entrecomillando.

Ausencia, abandono del lugar de origen; Yahir: "tuve la oportunidad de irme a Tijuana..."

Prohibiciones Impuestas, reglas impuestas al personaje para que no actúen de manera inadecuada; Yahir, "después de que mi papá me ayudó con la tarea debí haberme ido a dormir y no desvelarme".

Ana Gabriela Guevara: Y no deseo tener novio, eso sería una distracción a mi concentración.

Prohibiciones transgredidas, a pesar de la imposición, la clave de toda historia de personajes es el caso omiso que hacen de ello; Yahir, "no fui a la escuela porque estuve componiendo toda la noche y me quedé dormido"

El antagonista, todo héroe debe tener su Némesis para equilibrar la historia y el personaje venza la barrera que el antagonista coloque; Yahir, sus propios compañeros de La Academia, sobre todo los finalistas: Myriam, Nadia, Miguel Ángel, Víctor García, y Raúl Sandoval.

Los miembros de la familia desean algo, sin embargo la familia allegada al héroe lo apoyaran con regalos, consejos o estímulos; Yahir, "mi abuelo me inculcó el gusto por la cantada y la música"

El héroe parte se refiere a que el héroe emprende la búsqueda por su objetivo, meta o sueño; Yahir, "en Tijuana (...) hice un pequeño giro de ambiente geográfico a mi vida".

Ana Gabriela Guevara, "en 1996 decidí viajar a Ciudad Juárez, donde realicé mis primeros entrenamientos".

El héroe toma decisiones, para ello debe decidir qué reglas, imposiciones o caminos a tomar; Yahir, cuando decidió asumir su paternidad.

Ana Gabriela Guevara, "fue a los 19 años cuando ingresé a ésta (el atletismo Profesional)... el practicar más el básquetbol por mi edad, no me impidió seguir luchando para ejercitarme y ejercer una disciplina".

El héroe es puesto a prueba, aquí es cuando se enfrenta a distintos tropiezos que debe sortear a lo largo de todo lo que dure su vida como ídolo, o héroe; Yahir, "para mi debut como actor profesional en Enamórate, me preparé, no ingresé a ninguna escuela de arte dramático, pero por lo menos busqué asesoramiento con un profesor particular".

El héroe se enfrenta al donante, los donantes son aquellos personajes que aparecen a largo o mediano plazo en la vida de los personajes que le ayudaran a intensificar su trayectoria y consolidarse en el triunfo, mediante obsequios otorgados como dones o algún poder mágico, o que por lo menos muy pocos lo poseen; Yahir, "Óscar López llegó a comentar que mi entrega musical ha sido entera y que yo fui quién más le agradé en cuanto a estilo y forma de cantar".

Ana Gabriela Guevara, "es ahí donde conozco a la persona que sin su ayuda no estaría donde estoy actualmente, mi entrenador Raúl Barreda".

El donante entrega al héroe un medio mágico, en este caso los medios mágicos son los medios, los elementos u otros objetos que le facilitan al héroe llegar a su meta u objetivo; Yahir, "Óscar López (...) mencionó que compositores como Cerati Miguel Mateos y Armando Manzanero ya estaban trabajando canciones para mí (...)".

El héroe regresa, después de lo logrado puede regresar al lugar de origen; Ana Gabriela Guevara, “los medios me califican de reina, de campeona, de triunfadora, estas palabras con letras grandes, con mayúsculas o pronunciadas con algarabía desde que arribé a México”.

Tareas Cumplidas, se hace un recuento de lo alcanzado y no, para considerar si se prosigue en la misma trayectoria o ponerle fin; Yahir, “gané Desafío de Estrellas”, “mis discos como solista”.

Ana Gabriela Guevara, “también logré medalla de oro en el Campeonato Iberoamericano”.

El héroe es reconocido, el pueblo o la familia lo reconoce, lo enaltece, lo celebra de tantas formas como es posible; Yahir, cuando un amigo y compañero de la banda le dijo que “ya era más que un político” después de haber iniciado su carrera como cantante solista de manera profesional y después de haber visto toda la fama y la popularidad que empezó a acarrear.

2.2.2 LAS MOTIVACIONES

Los héroes son personajes cuyo camino por la vida es impulsada por un deseo. Para que quede claro el concepto de motivación en cuando a los cuentos e historia, Propp menciona que son “las causas como las intenciones personales que incitan a los personajes a cumplir tal o cual acto”⁴.

Yahir: ¿qué lo motivo a querer emprender una carrera como músico y cantante? Él mismo nos lo confiesa cuando menciona que “sé tocar la guitarra, mi abuelo y estar rodeado de músicos me motivaron ese gusto”

Ana Gabriela Guevara: “en cuanto a formas de salir adelante y triunfar en la vida, una cosa sí me queda clara, que todo tiene un precio en esta vida, si queremos triunfar en lo que nos proponemos”.

2.2.3 INTRODUCCIÓN DE OTROS PERSONAJES

Para materializar esos deseos y las historias no sean llanas, ante los héroes, se aparecerán personajes que lo beneficiaran o perjudicaran y así ver la tenacidad de los protagonistas. La incursión de los personajes en la historia de vida de cada personaje propuesto a ídolo es la siguiente:

⁴ Vladimir Propp. *Morfología del Cuento*, p. 102

Antagonista: aparecen algunas veces en toda la historia, primero no se sabe de dónde exactamente pero después tienen varias acciones que perjudican al héroe o protagonista. Para Yahir, sus propios compañeros del *reality show* fueron sus competidores, enemigos a vencer. Para Ana Gabriela Guevara, la gente que la critica por tener físico de hombre, y sus competidoras en las pistas.

Donante: encontrado por casualidad o azares del destino generalmente. En caso de Yahir, Óscar López fue quien decidió adoptarlo e impulsarlo en su carrera. En cuanto a Ana Gabriela, Raúl Barreda entrenador cubano ha impulsado la carrera de la velocista en varios años.

Auxiliar Mágico: esto es un regalo que le facilita las cosas al protagonista para ser utilizado en situaciones urgentes. En caso de Yahir, su regalo ha sido Azteca Management, quien le ha otorgado todas las facilidades para su carrera. Ana Gabriela Guevara, lo que proporcionan las firmas de contrato con las marcas patrocinadores como NIKE, TELMEX, WONDER, etc.

2.2.4 ATRIBUTOS DE LOS PERSONAJES

Éstos son los rasgos que brillan durante toda su trayectoria ya que en ellos se cimentará un personaje perdurable, ya sean atributos físicos o psicológicos.

Yahir: voz potencial, llena de matices y colores; alto, tez blanca, carismático, noble, buen padre, buen compañero, disciplinado, excelente alumno, soñador, perseverante, ingenioso.

Ana Gabriela Guevara: atlética, veloz, perseverante, disciplinada, organizada, buena competidora, buena ganadora, buena perdedora, auto estimulante, aguerrida, buena hija.

2.3 EL MUNDO Y EL ESPACIO DE LOS PERSONAJES

El público no apoya a los artistas ni a los deportistas simplemente porque tienen esas profesiones. Ni los medios de comunicación los crea para dejarlos a su suerte y a la deriva. Tiene que existir un punto medio donde, la televisión, sobre todo, proteja al personaje recién creado con sus propias producciones televisivas y con base en éstas, las multitudes aprecien las virtudes y facultades de los personajes, siendo de esta forma la razón por la cual apoyan y consolidan a éstos como ídolos.

Los programas, como las telenovelas, las series unitarias, los programas de deportes, las transmisiones de contiendas deportivas, la música, los micrófonos en programas radiofónicos, las fotografías en las revistas y periódicos, en fin, entre otras muchas producciones, son el mundo donde el ídolo puede adoptar distintas personalidades, es decir, vivir en personaje.

Si los medios tienen el poder de decidir qué es lo que el público tiene que o debe ver u oír, entonces también poseer el poder de destruir o sólo desaparecer a los ídolos que ellos mismos crearon. Esto sucede por lo general en dos cuestiones: cuando el ídolo aprovecha el poder de convocatoria y utiliza a los medios para poner a la gente en contra de las mismas empresas de comunicación, o si no, por otro lado, en contra del gobierno, despertando conciencia en la sociedad de la manipulación en la que se encuentra inmersa, provocando, el ídolo, sublevación en contra de estos aparatos ideológicos.

Sin embargo, para que esto no sucede jamás, y con el pretexto de ofrecer entretenimiento sano cuando el país sufre una crisis terriblemente fuerte en su política, en su seguridad pública, en su economía, en su moral, como distracción, la radio, la TV y las publicaciones ofrecen producciones que distraen la mente de la gente de todo mal espiritual que le aqueje. A través de los años, igual que la sociedad, los medios de comunicación nunca se encuentran estáticos procuran siempre renovarse a sí mismos de forma constante, buscando siempre, nuevas formas de entretenimiento para seguir cautivando al público y que sus ganancias no disminuyan. Cabe destacar que, aunque sí han logrado, a través de cinco décadas de TV, siete de radio, 10 de cine y más de un siglo de prensa, todos en México, vender nuevas formas con técnicas innovadoras, sorprendentes, con calidad de impresión, audio e imagen inimaginables y tecnología que provocan asombro, tristemente siempre, a través de estos años, los contenidos son los mismos. Pero algo extraño sucede, pese a que siempre es lo mismo, siempre es un éxito; también está el otro lado de la moneda: cuando se innova en contenido, la producción fracasa, al público no le agrada, por ende no lo apoya, ¿por qué? "Todo está en la forma en cómo lo dices".

En México, las producciones, los personajes, las historias que han tenido éxito rotundo y los que en un futuro lo tengan son los que deben contener conflicto entre: (por citar algunos ejemplos, aunque no es regla)

En TV: -las telenovelas: donde haya ricos y pobres.

-donde exista un secreto a descubrir a lo largo de la historia.

- donde el personaje protagónico sea una mujer y no un hombre, siendo éste el soporte de la primera y no al revés.
- donde el hilo conductor sea siempre el amor.
- donde los personajes antagónicos triunfen en gran parte de la novela así, en el capítulo último se hagan acreedores a un castigo ejemplar.
- donde los "buenos" sean los triunfadores a pesar de todo, "en nombre del amor".
- ejemplos donde son las mismas historias, (a veces los mismos diálogos pero con años de diferencia y adaptadas según la época en la que se producen): Colorina (1980) y Salomé (2002); Rosa Salvaje (1987) y Marimar (1999); Los Ricos También Lloran (1979) y María la del Barrio (1995); Bodas de Odio (1983) y Amor Real (2003).

En radio: Los noticieros que

- tengan a periodistas famosos de prestigio y carisma, como titulares de las emisiones.
- varios colaboradores a su lado y a cuadro.
- tenga credibilidad, que no se vean envueltos en conflictos externos al medio.
- tengan una duración por lo menos de una hora y media diaria las emisiones.
- que no aburra.
- que sea muy ilustrativo.
- que sea pro positivo.
- ejemplos: Joaquín López-Dóriga en su Noticiero con Televisa; Ciro Gómez Leyva en CNI Noticias; Carmen Aristegui y Javier Solórzano en W Radio; José Gutiérrez Vivó en Monitor.

La música:

- estaciones de radio que programen música que fueron grandes éxitos en su época y los que son en la actualidad.
- que los locutores sean ágiles simpáticos a fin a cualquier tipo de público.
- ejemplos: amor 95.3 fm, Mix 106.5 fm, Oye 89.5 fm, Stereo Joya 93.7 fm.

- canciones que siempre hablen de amor y desamor.
- cantantes que tengan imagen seductora al sentido de la vista.
- no importa la calidad de la voz mientras que sean caras bonitas y canciones sencillas casi sin profundidad.
- que el o la cantante tenga una imagen carismática y accesible.

En publicaciones

Prensa: las de contenido con notas amarillistas y rojas, que informen de peleas conyugales, entre amigos o parientes con final sangriento, poniendo en segundo lugar de importancia, si no es que el tercero, la información que afectan directamente a la sociedad como la política, la economía, o problemas a comunidades en algún punto de la República: La Prensa, El Gráfico, El Metro.

Revistas: Las de mayor éxito en ventas son las que tratan de frivolidades de belleza, o tratan lo superficial del mundo del espectáculo, con reportajes que verdaderamente no interesa al público por el hecho de que no afectan ni para bien ni para mal a la gente: TV Notas, TV y Novelas, Por ti, Eres, Súper Pop, Órale, etc.

En Cine: para que tengan éxito, las películas tienen que

- ser hollywoodenses.
- ser superproducciones.
- no dejarle todo el peso de la historia al guión.
- dejarle un 75% de peso al guión.
- que se basen en historias reales; libros famosos o en historias de fantasía.
- en el caso del cine mexicano, deben ser historias con base en el guión, que entretengan, con actores conocidos, famosos; y los guiones no estar atados, ni obligados a hacer crítica social o política del país, están obligados a entretener con calidad e inteligencia.
- ejemplos: Amores Perros, Y tu mamá también, Sexo Pudor y Lágrimas, Ladies Night, Matando Cabos.

2.3.1 ELEMENTOS DE PROPP EN LA CONSTRUCCIÓN DE LAS HISTORIAS DE LOS ÍDOLOS

Es por eso que independientemente de los elementos que deben comprender los personajes y contemplarlos al momento de construirlos, también se debe recavar los componentes según sus historias en las que estarán inmersos, un contexto donde se desarrollará y madurará a través del tiempo, siempre persiguiendo fines u objetivos. De nueva cuenta tomaré como base a Propp y su obra Raíces Históricas del Cuento. De aquí las unidades del cuento que tomo para analizar las historias de Yahir y Ana se cumplen cabalmente, sin embargo no son todas las que ofrece el autor, puesto que las aplica para sintetizar todos los cuentos fantásticos o mitológicos en un mismo esquema y forma de construirlos. Y puesto que las historias de estos dos personajes no son cuentos fantásticos, si no historias construidas a manera de convencer a la gente, entonces no aplican todos los componente de un cuento según Propp, pero sí los más esenciales a mi consideración.

Entonces continuando con los objetos de estudio y sus historias de vida de Yahir y Ana Gabriela Guevara cabe mencionar que podemos encontrar los siguientes elementos según los análisis de Propp:

- SEPARACIÓN

Se refiere el desprendimiento de aquello por lo que se siente afecto algún hijo, como la familia, los amigos, la casa, el lugar de nacimiento.

Yahir: viaja a Tijuana Baja California para trabajar en un bar e iniciar sus pininos en su carrera como cantante.

Ana Gabriela Guevara: se traslada a Chihuahua para dedicarse al atletismo a sus 19 años y teniendo experiencia en el básquetbol.

- PROHIBICIONES

Se dice que lo más atractivo es lo que está prohibido, generalmente es perjudicial al personaje, sin embargo si no se quebranta no aparece el nudo de la historia:

Yahir: no distraerse de sus deberes escolares gracias a la música cuando era niño.

Ana Gabriela Guevara: no ir a fiestas, no tener novio.

- RECLUSIÓN Y SU MOTIVACIÓN

El análisis de la morfología de los personajes nos arroja que el encuentro con su YO se debe a un aislamiento en el cual aprenderán distintas disciplinas, así como el sentimiento de encierro, lo motiva por luchar por sus seres queridos y sus objetivos.

Yahir: 5 meses dentro de La Academia y 6 años de contrato de exclusividad con Tv Azteca para poder cimentar una carrera profesional.

Ana Gabriela Guevara: en distintos lugares de Latinoamérica y Europa durare largos períodos que comprenden muchos meses sin poder ver a la familia, todo para llevar un entrenamiento con disciplina reacia.

- DESVENTURA

Los contratiempos se puede traducir en problemas, tragedias, circunstancias tristes, los cuales el héroe habrá que vencer para salir adelante en su vida.

Yahir: pobreza casi extrema cuando fue a probar suerte en Tijuana, crisis existencial dentro de La Academia por no ver a su hijo Tristán.

Ana Gabriela Guevara: vender tamales, organizar rifas, rogar a las empresas por un patrocinio y comprar su equipo de entrenamiento.

- EL HÉROE PARTE

Y para solucionar estas desventajas, el personaje tiene que realizar un largo viaje en espacio y tiempo, con la experiencia aprenderá y saldrá exitoso.

Yahir: deja su familia, todo en Sonora para viajar solo a Tijuana y luego parte para el Distrito Federal y realizar el último *casting* de La Academia.

Ana Gabriela Guevara: viajó a Cd. Juárez para iniciar su carrera en atletismo y empezar con las competencias en distintas regiones y categorías

- MEDIOS MÁGICOS

Son los instrumentos que encontrará en ese recorrido, o en su defecto los recibirá de alguien, son instrumentos o talentos que serán de gran utilidad para lograr lo que se desea.

Yahir: todo lo proporcionado dentro de La Academia: clases. Estudio de grabación, escenario, proyección.

Ana Gabriela Guevara: su equipo de entrenamiento, las pistas, los espacios elevados para entrenar, trajes aerodinámicos, gafas, el gimnasio.

- INICIOS

Son los antecedentes históricos previos al lanzamiento público de los personajes.

Yahir: su primer disco compacto como solista, debut como protagonista de telenovela, concierto en el Auditorio Nacional.

Ana Gabriela Guevara: en las olimpiadas nacionales en 1996 y años posteriores, sus primeras marcas y el rompimiento de las mismas, juegos iberoamericanos, centroamericanos y panamericanos.

- LA MAGA

Los seres estrictos hasta feroces que prueban la habilidad del protagonista, se puede confundir con antagonistas pero sólo son personajes sumamente estrictos que le pondrán distintas pruebas o exámenes que medirán sus capacidades psicológicas y físicas.

Yahir: sus profesores que fueron exigentes y hasta rudos con él.

Ana Gabriela Guevara: en realidad ninguno que pudiera perjudicarle a su carrera.

- LA CASA

Precisamente es el lugar donde se encuentra recluido el personaje y aprenderá técnicas y disciplinas para emprender su viaje al éxito.

Yahir: La casa de La Academia donde se dio a conocer en todos los aspectos.

Ana Gabriela Guevara: los países en los que se mantuvo concentrada en su entrenamiento.

- LOS HERMANOS

Se puede traducir como amigos, compañeros o parientes que en los momentos más críticos ayudarán y sirven como apoyo o hasta como consejeros.

Yahir: sus compañeros de La Academia que compartieron la misma casa.

Ana Gabriela Guevara: en realidad por ser una disciplina individual y lejos de los medios, siempre se mantuvo sola en ese aspecto.

- LOS DEBERES

Así como hay prohibiciones obligatorias, también hay disciplinas que el personaje debe acatar para que el camino al éxito sea más fácil, sin embargo estas disciplinas o actividades quedan en la libre elección, es decir, no son obligatorios.

Yahir: seguir estudiando canto, ser responsable, entregar todo su ser en el escenario, mantener siempre la humildad y la sencillez

Ana Gabriela Guevara: auto superarse, ser leal a sí misma, evitar defraudarse a sí misma, no dejarse vencer.

- EL AMOR

Una de las motivaciones y estímulos más fuertes por el que todo personaje se conduce, es el amor, ya sea por su trabajo, por su familia, por la pareja, es la inspiración que hace que siga en su camino.

Yahir: por su hijo, y por la carrera de cantante.

Ana Gabriela Guevara: por la carrera de velocista, y por su familia.

- NO VANAGLORIARSE

El no jactarse de sus aptitudes, actitudes, capacidades y dones, es un rasgo esencial para concluir con la labor de verdadero héroe y facilita la idolatría por parte del pueblo o del público.

Yahir: nunca "subirse en el ladrillo", no hacer alarde de su talento y carisma.

Ana Gabriela Guevara: ser buena competidora tanto cuando pierde como cuando gana.

- LOS DONANTES

Siempre habrá gente que aparece y desaparece en la historia de estos personajes, una o más veces, todo para otorgarle dones, enseñarle a aplicarlos, practicarlos, encausarlos y volver adoptar otros.

Yahir: Óscar López(productor musical), Gerardo Zurita y Eloy Ganuza (productores).

Ana Gabriela Guevara: Raúl Barreda, entrenador.

- EL DON

Son precisamente esos talentos natos que cada persona puede poseer, pero hay otros que con el paso del tiempo son otorgados y / o desarrollados.

Yahir: el canto

Ana Gabriela Guevara: su agilidad y velocidad

- LA SERPIENTE - EL VILLANO

El antagonista, que convertirá a la vida del personaje en algo difícil, a tal grado que pueda someterlo, hacer que se rinda, aquí, lo interesante es ver que el personaje sea un verdadero héroe o no.

Yahir: propios compañeros con el mismo nivel de competencia; Mauricio egresado del *reality show* de la competencia quienes lo ponen a prueba para saber qué tan maduro es para enfrentar los ataques o superar a los demás.

Ana Gabriela Guevara: las empresas que le cerraron las puertas, o sus contrincantes en la pista sobre todo las jamaicanas. Por ello decidió entrenar aún más duro.

- EL HÉROE AL TRONO

Al demostrar que sí es un héroe y merece ostentar ese título, el siguiente paso y último es consolidarlo como tal y hacer que la gente lo vanaglorie por sus éxitos y lo idolatre.

Yahir: las conglomeraciones en la mayoría de los lugares en los que se presenta.

Ana Gabriela Guevara: la califican de reina Ana Primera a su regreso a México.

Estos esquemas, son los que han llevado a cabo los medios por décadas para cobijar a los ídolos que crean y vender una imagen de ellos que en realidad no les pertenece. En la mayoría de los casos estas producciones son de baja calidad en aspectos como las actuaciones, las historias, la fotografía, los periodistas titulares, etc. Podemos criticar que siempre es la típica historia de la cenicienta, que el cantante es feo y canta mal, que el periodista no es imparcial, que no hay industria del cine en el país por su pobreza en los guiones, ¿pero qué o quién ha hecho algo para remediarlo?

Una cosa innegable es que todas estas fórmulas siempre funcionan, seguirán provocando que exista una estrecha relación entre los medios y la sociedad. Aunque hoy en día las cosas nuevas siempre provocan miedo entre los empresarios y por ello se comportan de manera renuente ante un proyecto innovador en cuanto a contenido se refiere, pero también puedo observar que lo nuevo sí es garantía de éxito y depende de 3 aspectos, en primer lugar, la superestructura, con aparatos y aspectos ideológicos donde el contenido se acerque y supere las expectativas del público.

En segundo aspecto, he de mencionar “que todo depende de cómo lo digan”, con esto me refiero a la parte de la infraestructura, que se note el esfuerzo por incluir música, vestuario, maquillaje, tomas de TV, cine y fotos, escenografía, diálogos, redacción, tecnología, todo acorde y en armonía con la historia; además de que tenga lógica y sentido común para el público espectador.

Y por último, en tercer lugar la estructura. Es muy importante que cualquier medio se arriesgue a nuevos contenidos, que tengan el valor es enfrentarlos pero no dejarlos sin respaldo. Si ya una vez puesto a la venta una revista, o un programa, película o canción, se le debe apoyar, sin escatimar gastos en publicidad, promoción, para que el público espectador se entere, le llame la atención y se acerquen, mínimo a conocer las nuevas propuestas, al menos por curiosidad. “El que no enseña no vende”.

2.4 EJEMPLO DEL 4TO PODER FACILITANDO LA IDOLATRÍA

El Cuarto Poder es una cinta que es prácticamente un manual para conducir la opinión de la gente acerca de un hecho a la conveniencia de los medios de comunicación. Es un ejemplo acerca de cómo se crean personajes en situaciones de apremio para convencer de algo a la gente. Es acerca de la forma en la que un reportero, con ayuda del canal para el que trabaja, hace que un hombre con rasgos abominables para la sociedad, (quien mantiene secuestrados a un grupo de niños, usa armas, y está dispuesto a matar), lo vea como un héroe, casi como un ídolo, a los ojos de la opinión pública, todo para salvar al sujeto en cuestión pero en primera instancia para que el canal eleve al máximo sus niveles de audiencia.

Entonces lo que procede a hacer el reportero es motivar el morbo de la gente, no importa si se saltan las reglas, normas o moral establecidas en una determinada comunidad. De hecho, si el presunto personaje o medio que lo apoya, viola las reglas o leyes, es más interesante, porque el público querrá saber el porqué actúa de esa manera, y qué consecuencias tendrán. El enfrentar a la ley con o sin razón ya es causa de llamar la atención de la mayoría, de despertar el morbo.

La sociedad, como masa o como público, pero sobre todo, como opinión pública, es una fuerza que nadie debemos subestimar. Las personas como individuos, en solitario, sí son fáciles de engañar con imágenes, con retórica, con una fuerza espectacular; sin embargo, si los individuos se organizan espontáneamente como opinión pública ya es imposible someterlos a la voluntad de la minoría. Por ello se le llama Opinión porque la gente ya habiéndose enfrentado a un hecho social, a través de los medios de comunicación tienen el único

poder de decisión de apoyar o rechazar un canal televisivo, una estación radiofónica, una producción cinematográfica, alguna publicación; según su empatía por lo que vean, escuchan o lean.

Pero un aspecto de suma importancia que no se puede olvidar, es que así como la opinión pública es una fuerza sin precedentes, tampoco se conduce por sí sola, debe haber alguien o varias personas que se dediquen a dirigirla. Esta persona debe ser alguien con empeño, con empuje, también con fuerza, con carisma, cuya personalidad compatibilice con la personalidad de la sociedad a la que pretende guiar; en otras palabras, lo que debe surgir es un líder de opinión.

Aunque más adelante ahondaré un poco más adelante el tema de los líderes de opinión, puedo mencionar que por su credibilidad ganada por su trabajo, su experiencia, la forma en como se ha desarrollado, el apoyo de los medios de comunicación y demás circunstancias también puede llegar a ser un ídolo, sin ser antes personaje. Ya que por lo general los líderes son aquellas personas dedicadas a informar a la sociedad del acontecer diario que afecta directamente a la gente, por ejemplo los periodistas, reporteros, columnistas, políticos, productores, escritores, pesadores filosóficos.

Entonces, para que la gente no opte por elegir otras opciones de canales, emisoras, publicaciones o líderes más que los propios, los medios o en sí sus personajes o ídolos, deben aprovechar todas las vértices posibles que otorga un hecho, de esta forma obtener exclusivas y seguir captando la atención del público y formar, por consiguiente, una opinión pública a favor de la empresa.

Ahora la pregunta es, ¿cómo lograr mantener este interés del público? Simple, aunque no tan sencillamente, se debe usar psicología, es decir, entender las dos partes (el público y el hecho -real o ficticio-) así como las necesidades de ambos. Es imprescindible tener en cuenta que nunca se debe inventar necesidades, mucho menos del público; al contrario, por ello es necesario entender a ambas partes, para descubrir los aspectos reales de la gente, sus necesidades, sus demandas, su desenvolvimiento, la forma de interrelacionarse.

Otro elemento de suma valía para mantener el interés del espectador, es la comunicación no verbal que va de la mano con la imagen; y porque una imagen vale más que mil palabras hay que dotar por un lado, y descubrir por el otro, los elementos que hacen que una persona sea aceptada o rechazada desde el primer

momento en el que es visto o escuchado. Por ejemplo: la forma de pararse, de mover las manos, de mover la piernas, de sentarse, de caminar, si tiene algún tic nervioso, su apariencia física, sus rasgos faciales, el tipo de ropa que usa, así como sus colores y formas; también la manera de tomar las cosas, su mirada al hablar, de enfrentarse, de decir verdades o mentiras. Todo eso, es importante resaltarlos ante cámaras y micrófonos.

Ahora bien, un tercer punto que debe seguirse, es analizar la personalidad de los protagonistas de los hechos, personalidad que se forma según su pasado y sus pensamientos por su futuro. Es decir, siempre hay que hacer relucir por sobre todo la parte humanitaria, bondadosa y hasta los logros de estos protagonistas, si es que la meta es ser amados por el público; o al contrario, de la historia de estas personas al relucir por sobre todo, la parte mala, la pecadora, la irresponsable y demás defectos si se quiere que la opinión pública lo rechace. No importa si ese protagonista del hecho sea un sacerdote, un niño, una ama de casa, o un violador, un asesino, un pandillero, lo interesante es desviar la opinión pública que se pueda generar en un principio hacia determinado medio de comunicación y lograr mantenerlo ahí.

En fin, el punto es buscar cualquier elemento, por más pequeño que éste sea, para que la gente odie o ame a los protagonistas del hecho, según los intereses particulares de un medio de comunicación. Las empresas dedicadas a la comunicación, pueden transformar a una persona mala, a un delincuente, a la mirada de su público, en una persona buena, decente, gentil, sólo hace falta descubrir el encanto, el carisma y algún talento que todas las personas poseemos, aunque algunos más que otros.

Así ha sido siempre en este mundo de la comunicación masiva, y así lo comentan en la película El Cuarto Poder dentro de un diálogo reflexivo que sostienen los personajes protagonistas de la cinta Sam Baily (John Travolta) y John Brocket (Dustin Hofman) acerca de cómo cualquier persona puede llegar a ser famoso con la ayuda de la opinión pública. Entiéndase que Sam hirió a un guardia de seguridad del museo de una localidad, además de que mantiene secuestrados dentro del mismo a un grupo de niños entre 9 y 11 años, junto con su profesora, a la directora del museo, y al reportero más importante (Hofman) de un canal mediano de tv de la localidad. Dentro sostienen el siguiente diálogo:

John Brocket: De eso (del encanto) tú tienes mucho.

Sam Baily: ¿encanto?

JB: encanto, personalidad.

SB: yo no tengo personalidad.
JB: si no, la gente no reaccionaría.
SB: entonces, ¿yo podría hacer un programa de TV?
JB: ¿por qué no?, ya eres famoso.
SB: es verdad, pero soy famoso por una razón mala.
JB: en la TV eso no importa. La gente sabe quién eres.
SB: en un programa de pesca.
JB: dicen que eres un buen pescador.
SB: quisiera hacer un programa de éstos, pescar todo un día en tele, y luego te vas a los mejores lugares, con el mejor equipo. Eso me gustaría.
JB: ¿sabes qué? Cuando termine esto, te voy a recomendar con mi estación.
SB: no, ya no tengo futuro.
JB: las cosas están mal, pero al menos has conmovido a la gente.
SB: ¿voy a ir a la cárcel?
JB: si las cosas salen bien, pasas un rato a la cárcel, te dan libertad provisional y después "El Rincón de Pesca de Sam Baily."
SB: sí, seguro.

2.5 EL PÚBLICO IDENTIFICADO

Falta un punto importante y al igual que la primera parte, también es un fragmento extenuante, este punto se refiere a la relación que existente entre el público y el personaje para que el primero considere al segundo como ídolo.

Porque una cosa es visualizar al ídolo desde la perspectiva del constructor para ofrecerlo a un mercado y otro es ponerse en el lugar del público para averiguar cuál es la opinión que tienen de sus artistas, y cuál es factible para dotarlo como ídolo; así, a su vez, averiguar también cuáles son las necesidades de mercado.

Si la empresa se dedica al medio de comunicación, toma a una determinada persona perteneciente al mundo del espectáculo, del arte o el deporte, lo hace personaje, posteriormente ídolo y si las circunstancias lo permiten, hasta símbolo, entonces la audiencia tiene que ver a este personaje o ídolo como identificación de *status* social; como personaje con historia; por tanto, como ejemplo a seguir; como personaje cuyas acciones

dejen un mensaje; como mito inalcanzable; como mito humanizado; es tan cercana la identificación que el público pueda sentir con su ídolo, que lo "sostiene como mito únicamente en el caso de que el lector (este caso público en general) pierda el control de las relaciones temporales y renuncie a razonar tomándolas como base , abandonándose así al flujo incontrolable de las historias que se le ofrecen y manteniéndose en la ilusión de un continuo presente,"⁵; y por tanto los medios de comunicación aprovechan tal situación para establecerlo como producto consumible; como producto atemporal.

Así pues, al personaje se le debe reunir una serie de características donde cada una de ellas posee un fin: es guapo para, es bondadoso para, es de carácter dulce para, es fuerte para, es comprensivo para, etc. Es decir, son finalidades que con el curso del tiempo el público va identificando al personaje a veces bajo un análisis, otras por obviedad pero muchas más por una irracionalidad que el mismo personaje provoca en el público.

Esto sucede claramente en los personajes fantásticos como en las historietas, series de televisión o películas de súper héroes. Ellos son dueños de capacidades extra sensoriales, supra humanos, sobre naturales, que ningún ser humano puede o podrá poseer jamás. Gracias a estas facultades hacen y deshacen su vida y de los que le rodean casi a su antojo, viven más que su vida, viven aventuras de riesgo y peligro, cuyo resultado es vencer al mal, salir victoriosos y proteger a los seres queridos.

Si lo dejamos en esta dimensión, el personaje ya no sería ídolo puesto que caería en lo superfluo de su historia, en este caso, un personaje no puede andar por el mundo combatiendo y venciendo al mal únicamente; sí es importante ya que protege a la humanidad pero faltaría la parte en la que el público diga "yo me parezco a Peter Parker, a Clark Kent, a Bruce Wayne", no por el uso de sus súper poderes, sino a la parte en cómo NO los usan para ellos mismos, para enfrentar a la vida, vencer los obstáculos que se presentan como las cuestiones familiares, laborales, económicas, profesionales y hasta escolares.

No es vano el éxito avasallador de El Hombre Araña 2 (2004) donde vence al Dr. Ok, ambos personajes obtenidos de la imaginación; pero si toda la historia se basara en estrategias y combates para apoderarse del mundo, al final el público podría pensar "buenos efectos, buen sonido, buena música, buena película", y ser olvidada días posteriores sin haber dejado alguna sensación en el espíritu de los espectadores, alguna reflexión,

⁵ Umberto Eco, Op. Cit. p .239

algún pensamiento, o mínimo algún elemento humanístico para que al menos quien lo desee lo tome y adopte para sí.

Fue rotundo el éxito de la película Hombre Araña 2 porque quien estaba detrás de la máscara es Peter Parker, un joven universitario que además trabaja para mantenerse, vive solo en un departamento en un barrio pobre de Nueva York, cursa la carrera de ciencias en la universidad, tiene una tía de edad avanzada a quien frecuenta y ama, tiene una amiga de quien está enamorado y no puede llegar más allá de la amistad para no arriesgar la vida de ella, de Mary Jane Watson; tiene un mejor amigo que es Harry Osbourne cuyo padre se trata de unos de los peores enemigos del Hombre Araña, por tanto, Peter entre otras más, se encuentra en la disyuntiva de proteger a su amigo, pero protegerlo hasta de la sombra de su padre "El Duende Verde", que implica hacerle daño, lastimarlo, herirlo, sin embargo, muere; Harry culpa así a El Hombre Araña de tal atrocidad cuando no tuvo la culpa.

Como vemos y en otros ejemplos de súper héroes, sus poderes lejos de ser un beneficio, representan, en cierto modo, un estorbo para entablar relaciones sociales dentro de la comunidad en la que se desenvuelve. Psicológicamente hablando, la parte por la que el público apoya a estos personajes, y por ende a sus intérpretes o actores es porque siempre enfrentan algo peor que un súper enemigo, y son las constantes dualidades por adquirir una identidad propia las dicotomías entre hacer el bien o el mal; el amor y las formas para mantener este sentimiento hacia sus seres queridos. En cuanto a la sociología, vemos a los héroes, a nuestros ídolos, en una lucha constante por poder embonar en un grupo social donde casi siempre es rechazado, ya sea el colegio o en el trabajo. En fin, todo esto lo conduce a algo: siempre hacer el bien.

De esta forma, se puede apreciar que este tipo de personajes no pueden ser catalogados como planos, al contrario son personajes destinados a ser recordados por siempre, para lograrlo de forma tácita se necesita ofrecer cualquier producto a la venta con su imagen, como la nueva versión de Superman que está a punto de filmarse cuyo éxito se figuró en los años 70 y también el que es recordado a la fecha por esa serie de películas es el actor Christopher Reeve. Este ejemplo comprueba que la creación de un buen personaje puede convertir en ídolo al artista (Reeve) como al personaje mismo (Superman).

En México, por cultura, por forma arraigada de ser, siempre estamos a la constante búsqueda de ser lo que no podemos ni nunca seremos, aunque este fenómeno social se demostró en la gente a partir de la

aparición de la radio, y se incrementó con la industria del cine y consolidó con la TV. Y todo por querer tener la personalidad y hasta las cosas materiales de gente como Emilio Tuero, Jorge Negrete, Agustín Lara, Pedro Vargas, María Victoria, María Félix, Pedro Infante, Luis Aguilar entre otros muchos.

Casos más recientes tenemos el ejemplo de Verónica Castro, que desde jovencita, en los años 70 y hasta los 80, interpretó papeles de la muchacha pobre, de la "mugrosita", ignorante, inocente, pero trabajadora, amorosa, cariñosa, con su familia y siempre "por azares del destino" se volvía rica, ¿qué muchachita quinceañera, o ama de casa de ese mismo nivel social, no desearía tener una vida aparentemente fácil y resuelta? ¿O qué hombre no desearía encontrar una muchacha con tal belleza y con ese nivel intelectual, como el de los personajes que interpretaba Verónica Castro para manipularla a su antojo? Esta artista, posteriormente realizó programas nocturnos de variedades donde hizo gala de su belleza, elegancia (o mejor dicho, moda), porte, pero sobre todo de su candidez, simpatía y carácter liviano al momento de entrevistar. Claro que cualquiera quisiera tener una madre así, ser una mujer con tales cualidades o una esposa con muchas bondades. De ahí su éxito, de todo lo que la empresa le facilitó para estar vigente por varias décadas; proyectándola internacionalmente, le facilitó la moda que debiera usar; en fin lo necesario para que en el 2004, ya no trabaja en los medios, salvo su participación en Big Brother Vip 2 y 3, aún así es recordada como lo que la han catalogado, como un ídolo.

Como se puede apreciar, para que los ídolos sean considerados como tales, la gente debe admirarlos porque aquéllos son y hacen lo que una persona o la mayoría del público no puede ser o realizar. En el caso de los súper héroes el volar u otras fuerzas extrahumanas. Sin embargo, ¿por qué la audiencia le otorga validez como ídolo a un simple artista como Yahir? Porque muestra una imagen del artista que en la forma no le es común a la mayoría, aunque en el fondo es más común de lo que podemos creer. Otro ejemplo, cuando se estrenó en el país una película de producción mexicana "Matando Cabos", la cual tuvo gran aceptación por los asistentes. Al término de la función, ya sea en la sala o en los pasillos del cine, a las personas que presenciaron esta cinta se les notaba gran satisfacción y muchos de ellos llegaron a pronunciar frases como "Mascarita -uno de los personajes, ex luchador profesional, corpulento, alto- es el mejor" "Mascarita es mi héroe". Y es que en la cinta ellos desbordan simpatía y carisma; con sus ocurrencias, aunque de pronto caen en lo grotesco se tornan graciosos, el personaje es formal e informado, estratega, líder, entonces, con estas cualidades claro que se minimizan y se perdonan los defectos que tiene como el de ser violento, adicto a los estupefacientes, feo físicamente; siendo entonces que el público quedara complacido con él.

De igual manera, con esto estoy ejemplificando los personajes humanizados. Porque no son violentos nada más por serlo, y su agresividad la utilizan para auxiliar a sus amigos e interrelacionarse con la gente, suena ilógico, pero a donde quiero llegar es a que sus cualidades y defectos sirven y afectan siempre a algo o a alguien, le dan historia a la historia en sí misma. ¿en qué consiste dejar historia en la historia? Pues en que aunque visibles y siempre presentes, los defectos son desplazados por las virtudes y al final el público recordará que el personaje se superó a sí mismo al anteponer sus virtudes de los defectos y así salir victoriosos. El público entonces lo identificará como a un ídolo. Exactamente esto mismo les sucedió a Yahir y a Ana Gabriela Guevara.

2.6 DISTINTOS CONTEXTOS, DISTINTOS MUNDOS DEL ÍDOLO (CONCLUSIONES)

BIG BROTHER

Es interesante mencionar los *reality shows* producidos en México en este trabajo porque de aquí han surgido, mejor dicho, construido ídolos cuya idolatría sólo perduró unos días en la mayoría de los casos, en los pocos ejemplos han llegado a sobrevivir así que los medios se han aferrado a la idea de consolidarlos como ejemplos a seguir, consolidarlos como ídolos, cuando el público no los acepta con facilidad ni siquiera como personajes.

Los *reality shows* o espectáculos de la realidad son invariablemente una fábrica cínica de lo que son capaces de hacer los medios de comunicación para enajenar al público y obligarlos a tener inconciencia de lo que consumen, como la ideología vana, sin sentido y carente de lógica que emana de estos programas televisivos aunado a toda una gama de productos que compran espacio publicitario en estos programas.

El primer *reality* que superó expectativas de la empresa Televisa por los altos índices de audiencia y la gran cantidad de venta de espacio televisivo fue Big Brother en su primera edición, en el cual albergó a 12 individuos desconocidos para los televidentes y con características precisas y distintas entre sí, los cuales les permitieron sobresalir y apuntar hacia la atención de los televidentes. Estas características definidas los convirtieron a cada uno, en personajes dejando en el olvido y atrás a las personas que eran, como bien afirmó en su momento Adela Micha, periodista y conductora de esta primera edición.

Es así como la gente identificó a Diego como el flojo, perezoso; Denisse “La Mapacha” como la vulgar con un erotismo a flor de piel; Miguel “el Lic” como el matemático y analista de la casa; Azalia “La Negra” como la explosiva y conflictiva; Patricio “El Pato, el santurrón e hipócrita, el que esconde su personalidad y condena a través de la Biblia; Eduardo “El Doc”, el bonachón, sociable y adaptable a todos; Verónica, se convirtió en la fresa, sangrona, con apariencia dulce pero complotista; Paola “La China”, una de las mediadoras, confidente, amiga y divertida. En fin, el punto es que para que algo funcione como una telenovela, una novela, una película, una obra de teatro, hay que crear personajes y con base en la lógica de las actitudes de éstos, se escribe una historia.

Estos personajes deben tener mucha sustancia emocional y psicológica que los conducirá hacia el conflicto y a la solución del mismo, de esta forma el resultado será una historia, excitante, fascinante difícil de olvidar. Así pues el siguiente paso será catalogarlos como ídolos, representantes de un aspecto de la vida humana. También, uno de los factores por los cuales de personas pasan a ser personajes es porque se ventilan muchos partes de la vida íntima de ellos, como gustos, preferencias, carácter, miedos, secretos, calidad de vida, etc., sin embargo, para que de personajes de considere como ídolos, aunque sea pasajero su título, existe otro factor, es el de suspenso. La figura como tal, nunca debe ser ventilada en su totalidad, sino escoger lo emblemático, lo dramático, y lo espectacular pero lo factible es no mostrarlo por completo, sino en cuanto se llegara al éxtasis de ello y el público esté a la expectativa de lo que pueda suceder, es deber suspender la publicación, la promoción, la difusión o la transmisión de esa parte del personaje o ídolo, para provocar la ansiedad y el deseo de la gente para querer más, y cautivarlos en un mismo canal de TV, estación radiofónica o publicación impresa. “Un ejemplo de la retórica persuasiva es la figura del suspenso. La notación que refuerza el suspenso es generalmente emotiva: el personaje enfrentado al patetismo de una situación-límite”⁶.

Cual 1984 de George Orwell, los inquilinos y participantes de cada *reality* son controlados bajo la mirada de alguien que los vigila las 24 horas del día, en la novela fue El Gran Hermano; en BB precisamente fue Big Brother, una voz cuyo aspecto siempre se desconoció que se puede traducir como la producción, pero ordena las actividades del día, al igual que en La Academia, y como representantes del medio en el que trabajan deciden las producciones decidían qué era conveniente para la empresa. Así que es mentira que el beneficiado fuera el público.

⁶ Armand Mattelart, Op. Cit., p. 204

Como nos lo planteó Mary Montoya, colaboradora del periódico *El Universal*, en la sección de espectáculos en la edición del domingo 16 noviembre del 2003, quién sabe porqué causa la gente se desbordaba en euforia, gracias a BB Vip2; sólo se sabe que las personas comenzaron a comprar cualquier artículo referente a esta edición del programa, como el disco compacto del *soundtrack*, fotos, votos; u organizaban fiestas, marchas, pancartas, porras, todo por apoyar a “sus ídolos” Y mi pregunta es entonces ¿por qué ídolos? ¿qué hicieron para hacerse acreedores a este título? Esto fue lo mismo para La Academia, puesto que la esencia fue la misma, ya que de este programa un gran número de personas, sobre todo el sector juvenil, también se desbordaba en euforia por los participantes.

Para deslumbrar al público con un ídolo, éste debe irradiar luz propia, la cual está conformada por una esencia, compuesta a su vez por la personalidad, características psicológicas y emocionales de cada ídolo. Pues bien, esto lo confirma Pedro Torres, productor de la versión más exitosa del *reality show* BB, el Vip2; lo confirma cuando comenta que se conoce los desconocido de los conocidos, al ver “sus partes emocionales, su fragilidad su manera de divertirse, en una situación de aislamiento y la manera de hacer estrategias. Además el público AGRADECE que expongan sus sentimientos públicamente, lo bueno y lo malo, pero sobre todo AGRADECE los momentos de diversión”⁷

Estas palabras apoyan mi noción que lo más importante es el desarrollo y construcción de personalidades cuya labor es la de equilibrar y permitir el transcurso de los hechos que conforman una historia, ya sea para una telenovela, un libro, una película, una canción o hasta justificar hechos políticos violentos o de manipulación. El personaje permite arrancar su propia historia manejada por los medios de comunicación, sin embargo las circunstancias que se le presentan en la vida van formando el resto de su vida, y sospechosamente son circunstancias creadas por los mismos medios, y que harán que se enaltezca su persona ante el público.

TRUMAN SHOW: EL MUNDO Y SU REALIDAD PERFECTA SEGÚN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para que el ídolo como persuasor y en personaje pueda influenciar de una manera viable, debe crearle la idea de la felicidad perfecta al público, con imágenes virtuales o de ilusión para que deje en el abandono la realidad en la cual vive, y se auto genere el sentimiento de esperanza, paz y tranquilidad, o la auto satisfacción de realización de sueños o planes aunque sea en su propia imaginación.

⁷ El Universal, Juan Francisco Ealy Ortiz. “Espectáculos”. Diario. México D.F. 16 de Noviembre 2003

Parece absurdo, paradójico, ilógico pero es verdad. Los medios de comunicación tienen el poder de crear mundos perfectos dotados de todas las virtudes posibles aunque al final sea sólo una falacia.

La cinta *Truman Show* (1998) del director Peter Weir y protagonizada por Jim Carrey (*The Mask*), retrata lo que he venido explicando en todo este trabajo de análisis acerca del proceso de construcción de los ídolos mexicanos, y cuestión que confirmarán las narraciones de Yahir y Ana Gabriela Guevara.

La historia de Truman Burbank es la historia de un hombre en plenos años 30 de edad, es vendedor de seguros y casado con una bonita enfermera cuyo romance inició en su época de preparatorio donde también forjó amistad que conserva con su mejor amigo. Su vida, en realidad cae en constante rutina: despierta, habla ante el espejo del baño, desayuna, sale de casa, saluda a los vecinos, camina rumbo a su trabajo, etc. Es una vida monótona, y aburrida vista desde el interior, sin embargo, lo que el protagonista no sabe, pero todo quienes le rodean sí, es que él es protagonista de su propia telenovela. Él pertenece a un programa de TV, a un *reality show* cuyo público está pendiente las 24 horas del día, pendiente de la vida de Truman, reunidos en un Bar, en la bañera, en la sala de casa, familias, ancianos, niños alrededor del mundo; todos creen a este personaje un ídolo, ¿porqué si su vida es aburrida, donde cree que él va construyendo su vida día a día cuando en realidad forma parte de un guión de TV?

La TV y los medios de comunicación tienden a enajenar, hipnotizar, dejar en blanco las mentes de la gente que los sintoniza o lee, sobre todo cuando se tratan de productos bien logrados y del agrado del público, sin embargo esto no debe ocurrir así. Las publicaciones, los programas de TV, radio, la música y las películas deben ser proyectos, de índole mercadotécnico donde se vendan estereotipos y estilos de vida, eso es indiscutible, pero hay que ofrecer estímulos, valores y normas sociales acordes a la sociedad del momento, no a historias que se traducen en sueños imposibles y hasta utópicos, y si se opta por esto último se debe recalcar a la gente que sólo es imaginación, y entretenimiento, mas no ejemplos a seguir. Tal es el caso de *Truman Show*.

Es el *reality show* más popular, es el programa de moda, el programa de mayor *rating* ¿todo por qué? Porque es una vida común y corriente, y lo que el público quiere ver, ansía descubrir, al mismo tiempo que el protagonista lo que le acontecerá al día siguiente, así como al minuto siguiente, desde el amor verdadero, hasta la búsqueda de empleo y las peripecias que tendrá que recorrer, lo más simple es, la mayoría de las veces, lo

más reluciente, lo que hace grande a un personaje y si éste es reflejo del público, éste se sentiría halagado, inflado, el ego crece y se siente importante.

¿El resultado? El convencimiento y persuasión del público, reflejado en niveles de audiencia elevados, lanzamiento al mercado todo tipo de artículos relacionados con el programa o con el personaje, por ejemplo los artículos que muestran como "indispensables" en la vida de Truman como alguna podadora, cuchillo multiusos, o souvenirs como playeras, almohadas, plumas, tazas o estilos de vida como la adquisición de palabras y modismos de Truman, estilos de casa, de la ropa, en los coches y hasta el modo de caminar.

Truman Show es la prueba cinematográfica de que los medios de comunicación han caído en una prostitución cínica, ya no ocultan el único objetivo que siempre han ejercido: el vender a costa de la mente humana, y lastimosamente el público lo ve, se da cuenta, lo acepta y lo acata, descaradamente asume el papel de manipulado, descaradamente hace suya una canción, algún intérprete, una película o un programa de TV a sabiendas de la manipulación ejercida y de la vendimia que impera dentro de los medios. "¿Quién tiene la culpa de esto, el indio o el que lo hace compadre?"

Y como nos lo muestra la cinta, y la historia de muchos ídolos del espectáculo, deporte o demás medios; los ídolos a final de cuentas son modelos, ejemplos, figuras a seguir, gracias a todo lo que los medios logran hacer por el personaje, enaltecerlo, como lo he explicado en apartados anteriores; por tanto, "los ídolos y las celebridades a través de los medios de masas, se convierten en modelos de cultura en el sentido etnográfico de la palabra, es decir, modelos de vida"⁸.

Pre fabricado o hecho a sí mismos, la verdad es que en la actualidad es mínimo el número de ídolos existentes. Es debido a que siempre vemos lo mismo en los medios, copias de las copias del original. Se ha rechazado, criticando tanto el espacio de los ídolos que es tiempo de construir otros, mundos para sus personajes, novedosos, originales, cualitativos. En otras palabras, se ha criticado el desempeño de los medios de comunicación a través de los años, ahora es momento de dejar de criticar y tomar la pluma así como el espíritu emprendedor para escribir y ofrecer nuevos proyectos televisivos radiofónicos, impresos y cinematográficos, para que de aquí en adelante se lancen nuevos y muchos más ídolos.

⁸ Armand Mattelart, Op. Cit., p. 205

He mencionado que el público tiene la imperiosa necesidad de saber lo que acontece alrededor de los personajes para que sus acciones nos ayude a catalogarlos como ídolos. Es como si se llevara a cabo un proceso discriminatorio, ¿quiénes son los más afines a la realidad existente en el momento, para adoptarlo como parte de la sociedad?

Los personajes de ficción ya sean de fábulas, de mitos, cuentos o novelas, todos deben contener elementos elegibles, legibles y lógicos para que el espectador pueda formarse una opinión acerca de si le conviene o no adoptarlo como modelo de vida.

En unas ocasiones, todo depende a qué tipo de público va dirigido la vida de los personajes que debe dar alguna enseñanza aplicable y flexible en la realidad, ambiente y sociedad circundante; en otros casos la vida del personaje no necesariamente debe darnos una lección, pero sí lo más real y parecido a la media del espectador para que, de esta manera, aprecie la forma en que resuelve los nudos que atraviesa en su historia. Su vida puede ser vertiginoso o pausada, con muchas cosas imprevistas, así como es la vida en sí; no obstante hay otros personajes: los míticos, quienes sabemos todo de su vida, previsibles, aunque esto no quiere decir que no tienen nada importante que decir, al contrario, se sabe mucho de ellos por el deseo de querer ser recordados por siempre, aunque muchos se equivocan, ya que no saben cómo prevalecer en los recuerdos de la gente, y en lugar de eso el público los condena por sus errores, los condena por sus errores.

Entonces los tres tipos de personajes que distingo son: 1) los pertenecientes a las fábulas y cuentos; 2) los novelescos y 3) los mediadores al publicar su vida privada (ya sean artistas o deportistas). Lo que muchos no saben, es qué parte de la vida pública debe ser revelada (interpretando personajes ficticios) se confunden y dan imágenes erróneas a la gente. Imágenes que por la moral o las normas sociales no está permitidas, por tanto los medios, creadores de esos personajes los destruyen al igual, ya que no es propicio mantener en pie a alguien que va en contra de todo lo que desea el espectador, sean grupos o subgrupos de la sociedad.

El productor de cine, tv o musical, debe seguir los pasos de la sociedad y no al revés. Solamente debe hacerse la pregunta ¿qué quiere o necesita la gente para proyectarlo en los medios? Es un error grave pensar, al momento de construir un ídolo, que eso ES LO QUE TIENE QUE necesitar la gente, como obligando al mediador encajar en el gusto del público cuando éste debe adoptarlo como parte de la sociedad de forma

“voluntaria”, sin vislumbrar el verdadero objetivo del mediador: convertirse en ídolo y persuadir a la gente para llevarlos a objetivos propios.

Los personajes literarios deben obedecer, según la lógica de su personalidad, a las circunstancias que le rodean. Los personajes reales de contacto directo, es decir, de los mediadores hechos ídolos, deben vivir conforme a las expectativas del público ya que éste se ha formado una imagen fija del ídolo, por tanto, éste tiene que comportarse a la lógica de la imagen que ha proyectado.

Ejemplo de esto es cuando Lucero, cantante y actriz de los años ochenta y noventa, tuvo la imagen de una mujer pura, virginal hogareña y amorosa durante su adolescencia y juventud así que tuvo gran aceptación al ser la imagen oficial del Teleton por 7 años consecutivos, una imagen altruista.

Pedro Infante ídolo por sus actuaciones en películas que le dieron fama de mujeriego, enamoradizo, bebedor aunque fiel, leal y cariñoso a su familia, amigos, naturaleza en ciertos momentos, fiel y entregado a la mujer que finalmente amaba. Sin embargo, era aun más ídolo, cuando en la vida real, como persona, era deportista, tenía sus aficiones, era gran trabajador, y por eso se le perdonaba que fuera coqueto y juguetón con las mujeres.

Gloria Trevi fue ídolo de las multitudes porque vino a marcar una pauta diferente a la que estábamos acostumbrados, sobre todo a las mujeres: su rebeldía en casi todos los sentidos. Desde su imagen física hasta en sus acciones, decir todo lo que piensa, atreverse a decir todo lo que estaba en desacuerdo, cantar acerca de violaciones, embarazos no deseados, hombres golpeadores, mujeres sumisas y demás temas supuestamente escabrosos en el país de finales de siglo XX. Gloria Trevi fue ídolo por llevar la bandera de la rebelión femenina en los años noventa en México, así inspirar a las niñas y a las adolescentes a que se atrevieran a realizar sus deseos y sueños de cualquier clase y a cualquier costo.

Para que los ídolos consigan persuadir a la gente, a todos los que son creados hay que ponerlos en un nivel de igualdad, donde las creencias religiosas, políticas, o niveles socio económicos no sea lo que importe, sino lo que haga o deje de hacer, por imagen hacia el público, por ello, “los ídolos del espectáculo y del deporte, miembros de la nobleza, celebridades mundanas, científicas o políticas son presentados en un nivel de equidad,

vale decir son descritos sobre un *horizonte neutro* o un ámbito vacío, puesto que las notaciones político sociales se evaporan tras la personalidad individual que lo habita”⁹.

Los ídolos son personajes con características especiales y específicas para que con ellas persuadan al público a quien va dirigido, y que con esas mismas características vayan forjando sus propias historias de vida siempre encausadas a una meta y a un objetivo, en miras de hacer el bien al prójimo, y por tanto a él mismo. Ya que las historias de vida bajo los reflectores, cámaras y micrófonos se verán diez veces más grande de lo que en realidad es. Así el público se deslumbre y cree identificarse con lo que ve y oye, a tal grado de que puede terminar por adoptar otras conductas o las mismas que su personaje favorito empezando a idolatrarlo. Así la gente llega al fin último que toda empresa busca a través de sus ídolos: que el público sea persuadido aunque sea inconsciente de ello.

⁹ Armand Mattelart, Op. Cit., p.201

CAPÍTULO 3

EL RELATO

Son dos figuras públicas de distintos ámbitos, el primero es cantante y actor; la segunda es una deportista. Ambos se han ganado el cariño de la gente, el primero por méritos pre fabricados, la segunda por méritos propios. Son Yahir de La Academia, *reality show* de TV Azteca; y Ana Gabriela Guevara atleta mexicana, profesional en la especialidad de los 400 metros planos, campeona de la Golden League 2002 en Europa y campeona del mundial de atletismo 2003 en Francia, entre otros títulos.

Culmino con el siguiente capítulo cuyo texto consiste en un sumario de documentos extraídos de distintos medios de comunicación. De hecho debo agradecer a través de estas líneas, las facilidades que la empresa en la cual laboro, Grupo Radio Centro, me otorgó para la obtención de dicha información. Pero en especial a mi jefe Juan Maldonado, quien me ha podido orientar en qué audios y videos podría encontrar toda clase de datos acerca de dichos personajes. También, para consultar los niveles de popularidad, audiencia, y participación del público sobre programas de televisión donde ellos han aparecido, pude hacer consultas a través de los sistemas de AGB IBOPE, de esta manera comprobar estadísticamente el éxito de las publicaciones y transmisiones en esos periodos. Así como el uso de Internet fue una herramienta importante para la confirmación de fechas y eventos en los que participaron.

La idea de narrar la vida de Ana y Yahir de esta manera, lo considere interesante debido a que precisamente son ídolos por sus historias de vida, para lo cual decidí hacer una recreación según lo emitido por los medios de comunicación. Pero para hacerlo aún más llamativo, como historia de vida, decidí narrarlo en primera persona, para ello, estudie sobre todo las entrevistas de TV y radio, para entender su forma de expresarse de ambos, sus modismos, su forma de platicar y usar frases o palabras.

El fin es mostrar dos ejemplos de historia de vida que nos ofrecen la TV, la radio, las revistas y los periódicos, de dos figuras públicas, de los ídolos mexicanos y qué mejor que sean ellos quienes nos cuenten sus propias historias en las cuales claramente podremos observar que ambas están dotadas de los elementos de Propp y darnos cuenta que su vida son manejadas como cuentos, y por ende a ellos mismos como personajes, *el Héroe, el Villano, los dones (talentos), los objetos mágicos (los instrumentos o*

tecnología que sus mentores les u otros les obsequian), los maestros o consejeros, las prohibiciones, etc. Donde ellos tienen inicios felices, experiencias dolorosas y de aprendizaje, pero con finales felices o que prometen prosperidad.

YAHIR

3.1 CREACIÓN DEL PERSONAJE

No soy el ídolo que México esperaba. Si bien es cierto que desde que me gradué de La Academia, en Tv Azteca, comencé a tener admiradoras de todo tipo, de clase social, edad, físico, admiradoras que enloquecen al verme en los conciertos o que me persiguen en donde quiera que me ven para pedirme un autógrafo, no, no soy el ídolo que las morrillas buscaban.

Y es que para ser un ídolo primero se debe tener mucha preparación, tiempo para prepararte, para estudiar. Para mí todo esto ha sido muy rápido, no ha habido el tiempo de desarrollar lo que yo quisiera tener y contar como artista, y así sentirme como un ídolo en México. Hay que estudiar, aprender para poder llegar a ser alguien grande realmente, hay que darle al rollo del aprendizaje.

Les confieso que sí he aprendido algunas cosas en mi vida, por ejemplo, sé tocar la guitarra; mi abuelo y el estar rodeado de músicos me motivaron ese gusto. Aprendí desde muy chiquillo a cantar y obviamente muchas canciones.

Otras de las cosas que he aprendido en mi vida, es algo que me enseñó mi mamá. Ella se llama Dora Parra, y lo que me enseñó fue el valorar y no despreciar nunca el amor que yo reciba a través del tiempo. Esto lo aprendí por todos sus besos, caricias y consejos. Por eso mi mamá es el máximo ser humano que tengo en mi vida. Recuerdo mucho mi infancia, de cómo me daba mis pastillas, de todo ese rollo, también me acuerdo que cuando estaba en La Academia, mi mamá me llevó una carta y en ella me dijo lo que sintió cuando yo estaba en su panza. La quiero un chorro, por todo lo que me ha dado y enseñado. Por eso para mí todos los días son 10 de mayo, así que todos los días la abrazo y la beso. Es más, nadie me va a querer más que mi mamá y para que la juventud de hoy tenga una bonita relación con sus mamis, con sus abuelitas, le aconsejo a las mamás que les digan a sus hijos todo lo que sienten y a los hijos nunca se olviden de darle muchos besos.

Pero no sólo mi mamá me ha apoyado en esta carrera con amor, ánimo y paciencia. Sino desde que yo estaba chavillo mi abuelo me inculcó el gusto por la cantada y la música. Mi abuelo, Ramón Othón, me enseñó los primeros acordes que aprendí en la guitarra, ¡ah! pero también le aprendí lo coqueto con las mujeres, bueno eso es lo que dice mi papá.

Lo que recuerdo muy bien es que siempre me ha gustado cantar; cuando mi abuelo Ramón se fijó en eso, me enseñó, además de tocar la guitarra, mi primera canción, una que canta el señor Vicente Fernández, "El Ranchito", esto fue cuando tenía siete años. Y fue entonces cuando tuve mi primera experiencia musical profesional, y digo profesional porque se trataba de cantar con público, junto con el grupo que mi familia tiene que se dedica a tocar en eventos sociales. Aunque no fue a través de contratos, ni de volverme famoso, se trataba de echarme una rolita.

Este grupo musical familiar, cada año, en las vacaciones de Semana Santa, visitaban el pueblo de Toniche, un pueblo cercano al Río Yaqui. Y en la Semana Mayor del año de 1986 canté algunas melodías ante el presidente municipal de ese entonces, en una cantina y en compañía de un mariachi. Fue muy bonita aquella ocasión.

Pareciera que mi infancia la viví en orden y sin alguna preocupación, pero no sucedió así. Ya que mis padres se divorciaron cuando yo tenía nueve años, por cosas que pasan en cualquier matrimonio, de repente no hay entendimiento y lo mejor es separarse. En el tiempo que viví con mi papá, Javier, entonces yo ya estaba muy metido en el rollo de la música, me encantaba, y mi jefe una vez me rompió una guitarra; era cuando estudiaba la secundaria. Una vez le pedí que me ayudara con una tarea, terminamos como a las 4 de la mañana, cuando él regresó de trabajar yo todavía estaba dormido, así que no fui a la escuela, todo por que después de terminar la tarea me quedé tocando y componiendo canciones; mi jefe se enojó muchísimo me rompió la guitarra, me dio una bofetada que sí me dolió, este momento significa mucho para mí por que dos de las cosas que quiero se enfrentaron, mi papá y la música.

Otra cosa que me encanta es el béisbol, llegué a ser *catcher* y primera base en Hermosillo pero lo dejé por la música; otra cosa que abandoné fue la preparatoria, no la acabé por que preferí desvelarme tocando la guitarra y no me levantaba para ir a clases, así, mejor ya no fui. Aunque viéndolo desde otro lado, me hubiera gustado ser médico, también tuve aptitudes para eso, incluso estuve de los doce a los dieciocho

años en la Cruz Roja, era socorrista, sé de primeros auxilios, ayudé a varias mujeres durante sus partos. Pero la música me llamó.

Mi afán de alcanzar este sueño, lo inicié ya formalmente en 1997 cuando trabajé como intérprete en un bar llamado La Chuza en Hermosillo. Gran carrera artística en ese lugar, claro que no hice y menos cuando sólo estuve por seis meses ahí, pero como inicio no me fue mal.

Querer abandonar esa oportunidad por mero capricho o por falta de ganas para emprender una trayectoria artística, eso jamás. Precisamente, tiempo después se me presentó otra oportunidad, la de trasladarme a Tijuana, Baja California, para trabajar en el Hotel Plaza Azteca, es decir, no subí peldaños en este paso que di, solamente hice un pequeño giro de ambiente geográfico a mi vida.

Y hablando de espíritu y madurez, en esta etapa de mi vida fue cuando concebí a mi morrillo, Tristán a quien ya conocen gracias a que estuvo conmigo unos días dentro de La Academia.

Gracias a Dios que no tengo ninguna rencilla, con nadie, en general vivo muy contento y tranquilo con la gente que me rodea o con los que frecuento comúnmente. Esa es la clave para convivir, no tener ni enojos ni odios hacia a nadie pese a las circunstancias de la vida. Un ejemplo vivo de lo que hablo es mi ex pareja y madre de mi morrillo: Fue una sorpresa grata el abrir Tv Notas, y leer una entrevista a Jacqueline, donde se expresa de mí, como una experiencia que dio un fruto bendito, mi'jo.

A ella yo la conocí en un bar. Fue una noche en la que ella fue a bailar con unas amigas a ese lugar, en Hermosillo; yo desde el escenario cantando la vi y me gustó, la invité a bailar y su respuesta me hizo suponer que también le gusté. A partir de ahí salimos como por tres meses, nos enamoramos, fuimos felices, hasta que se tuvo que marchar a Tijuana Baja California porque se le presentó la oportunidad para estudiar en esa ciudad.

Dos meses más delante de la separación, sin saber yo nada de ella, me llama y me hace saber que estaba embarazada, claro que mi respuesta inmediata fue la de irme a alcanzarla y hacerme cargo. Ella no se esperaba eso porque teníamos en ese entonces 18 años, muy jóvenes, y por lo tanto creía que no me

haría responsable del niño. Pero a mi siempre han gustado los niños, y una cosa que he aprendido en la vida es no dejar a un niño sin padre.

En un principio la pasamos muy mal, teníamos muchas carencias, yo sin trabajo tuve que subirme a los camiones a cantar. Aunque hubo una época en la que no teníamos ni para comer ni dónde vivir, yo nunca me di por vencido. Hasta que conseguí el trabajo en el hotel Plaza Azteca. Pero nada me derrotó porque contaba con el cariño de Jacqueline y la ilusión del bebé.

Desafortunadamente, cuando nos estabilizamos un poco en el aspecto económico y estábamos viviendo juntos, "tranquilamente" con el niño en brazos, empezamos a tener muchas diferencias, discutíamos en todo momento, y es que a ella ya no le agradó el ambiente al que pertenecía: de presentaciones, de vida nocturna, etcétera; la verdad, antes de que sucediera algo del cual nos arrepentiríamos dije: hasta aquí. Así que nos separamos.

3.2 - MORFOLOGÍA DEL PERSONAJE

Mi nombre fue y ha sido mencionado por varios locutores de estaciones radiofónicas de cadenas nacionales. Obvio, que en cuanto comencé el *reality* decían mi nombre pero el público no sabía bien quién era yo, quién era Yahir Othón Parra, sólo era un concursante más de La Academia.

Los que me mencionaban por lo menos de pasada, para dar una opinión del programa o de los conciertos dominicales, eran los locutores en programas dedicados al medio del espectáculo. Por ejemplo, Ana María Alvarado en De Todo Para la Mujer en Radio Fórmula, René Franco y sus compañeros en La Taquilla para la cadena Exa de Mvs Radio, tal vez hasta sólo una vez Juan José Origel en Hablar por Hablar también de Radio Fórmula.

Es más, al comienzo de repente ni se acordaban de mí, porque los que se notaban como favoritos por talento eran Miguel Ángel, Raúl y Nadia, aunque había otros favoritos también. Y es que la nota de cada semana era el expulsado mas no los que se quedaban, muy poco se hablaba de nosotros en realidad.

Pienso que mi nombre comenzó a sonar fuerte cuando, en uno de los enlaces que Alan Tacher hacía en el programa Camino a la Fama, dijo el nombre de mi hijo, Tristán, y pues yo, a nivel nacional confesé que a mis 23 años, en ese entonces, tenía un hijito de 5 años. Claro que todos se quedaron sorprendidos, pero me siento orgulloso del hecho de ser padre. En aquella ocasión dije, y lo sigo sosteniendo con el corazón en la mano y lágrimas en los ojos que Tristán es el motor que me hace seguir adelante.

Recuerdo que mi'jo entró un 3 de octubre pasó la noche conmigo y al día siguiente se lo llevaron. Me acuerdo que lo bañé, le di de cenar, jugué con él, mis compañeros también jugaron y platicaron con él. Como habíamos hechos unas figuras de nosotros mismos con plastilina, él entró y los desbarató y jugó. Dormimos juntos en la misma cama y a la mañana siguiente nos bañamos, después desayunamos. Esa primera despedida fue muy dolorosa. Llorando me dijo que no se quería ir.

Es que él, aunque muy chiquito, pero ya se identificó con este medio, quedó encantado después de participar con nosotros en la escenificación de Blanca Nieves y los Siete Enanos, corrió por toda la Academia, hasta entró a clases conmigo.

Todo fue muy padre porque ya llevábamos tres meses dentro y no había visto a mi chiquillo, ya nos extrañábamos. Cuando lo acompañé a la puerta lloré, es que me dio sentimiento de casi no verlo y cuando tengo la oportunidad lo veo muy poquito tiempo. Ese día estuve muy triste. Lo que me consolaba era la idea de que cuando saliera de ahí tendría tiempo de sobra para estar con Tristán.

Una de las cosas por las cuales no me gustaría pasar es la de sentir nostalgia e impotencia por no poder acercarme a mi chavillo, y más si estoy en aislamiento. Después de que salió estuve extrañando un chorro a mi mejor amigo, a mi Tristán, y es que sentía que estaba perdiendo mucho momentos importantes de él, y los maestros ya nos lo habían mencionado: todo éxito tiene sus sacrificios, pues yo me sentía entre la espada y la pared, entre el amor por mi'jo y el amor a la cantada, estos dos amores son muy importantes para mí.

Puedo decir que la primera aparición como cantante profesional aunque ni yo lo sabía, ni todavía egresaba de La Academia, fue cuando hice dueto con mi compañera Nadia cantando un tema inédito,

nosotros no sabíamos nada, pero resulta que era el tema principal y de entrada de la telenovela La Duda. Fue grata sorpresa la que nos dieron en uno de los conciertos dominicales cuando nos pasaron en el *video wall* parte de la entrada y ver ahí nuestros créditos, fue muy padre, ahí fue el inicio de una carrera como solista muy fructífera.

En la final, Nadia, Myriam, Miguel Ángel, Víctor y yo estábamos muy nerviosos, qué pasaría con nuestra vida al salir de La Academia después de cinco meses, después de darnos a conocer en lo personal de lunes a domingo, así como profesionalmente todos los domingos en cada concierto. La verdad es que sí llegué a cuestionarme, sin externarlo, si seguiríamos estudiando canto, si la empresa nos apoyaría, cómo estaba el apoyo del público afuera, no sólo para mí, sino para todos nosotros. Por lo menos Nadia y Víctor salieron en una ocasión y vieron qué onda, lo malo es que tenían prohibido hablar del exterior.

En uno de los conciertos de la final, al término de mi interpretación de Persiana Americana de Gustavo Cerati, Óscar López, productor discográfico y nuestro crítico, mencionó que compositores de gran talla como Cerati, Miguel Mateos y Armando Manzanero ya estaban trabajando canciones para mí, para lo que sería mi primer disco como cantante profesional. La emoción que en ese momento sentí, fue muy grande, muy chida, pero también de incredulidad, porque, pues era imposible que ellos compusieran para alguien que apenas iniciaría su carrera.

Por supuesto que este anuncio dio vueltas por todos los medios de comunicación que cubrían lo relacionado al programa. En Ventaneando, en De Todo Para la Mujer, en fin, ellos como yo, era como difícil de asimilar, porque son cantantes y compositores de largas trayectorias y de muchos éxitos, que no con cualquiera colaboran.

No fueron palabras al aire, lo que pasa es que Óscar desde semanas antes de que terminara La Academia comenzó a movilizarse para conjuntar los temas de mi primer disco así que tanto habló con Cerati, habló con Alejandro Lerner, con Warner Music para que le otorguen una canción que cantó Francisco Céspedes compuesta por el señor Manzanero, lo único que había que hacer era esperar la confirmación de la entrega de las canciones.

Otra de las cosas que López pretendía hacer, era hacer uso de las canciones compuestas por Mateos, ya que fue manager de éste en tiempos sus grandes éxitos, fue en este periodo cuando se quedó

con los derechos de las canciones inéditas de Miguel Mateos, así que podía hacer uso de ellas cuando mejor le conviniera.

Esto suena muy autoritario, sin embargo, Óscar sabe muy bien su trabajo y sabe como es el negocio de la discografía. No es ningún improvisado, ya que le ha producido discos a gente tan importante como a José José, Mijares, La Maldita Vecindad, Thalía, Alejandra Guzmán, entre otros más. Ahora imagínense, lo importante que es para mí trabajar y dejarme aconsejar por él.

Yo siempre he procurado ser honesto en todos los sentidos, tanto en asuntos de trabajo como en lo personal. Entonces, ahora que soy figura pública, salgo en la tele, o en la radio, la base de todo éxito es el público, la gente que se mantiene a la expectativa de lo que hacen los artistas, por lo mismo, también quiero ser honesto, sencillo y humilde con el público, es por ello que he salido en infinidad de entrevistas, de tele, revistas, radio, en estos últimos tres años.

Cuando estoy en entrevistas trato de contestar a todo, no importa si la pregunta sea irrelevante o muy profunda, pero trato de plasmar mi ser en cada palabra, gesto o movimiento. Son tantas las ocasiones en las que he estado hablando sobre mi vida que no recuerdo a ciencia cierta qué dije en dónde, pero por ejemplo acudí a La Taquilla en Exa Fm, con Arturo Flores en Stereo 97.7, o en TV Notas, TV y Más, cómo revistas, o Con un Nudo en la Garganta de TV Azteca, aunque hubo un par de ocasiones en las que aparecí en la competencia, Televisa, pero sólo fueron apenas unos cuantos segundos, sólo han pedido unos segundos de mi tiempo, nunca fue una exclusiva, o algo así.

Se siente muy chido salir de La Academia después de cinco meses y ver fotos de uno en los periódicos, desde que inició hasta la fecha, se siente muy fregón. Aunque los primeros días no halla cantado como hubiera querido, pero ese era el chiste, entrar a esta escuela a aprender a modular la voz, a llenarla de matices, pintarla con las emociones que pueden provocar las letras que interpretamos.

Revisando los diarios tanto los que se publican a nivel nacional, desde Reforma hasta El Imparcial de Sonora, confieso que prácticamente no hablaban mucho del programa, y mucho menos de los participantes incluido yo mismo. Era de esperarse porque pues ¿quién iba a voltear a ver a 14 chavos completamente desconocidos? En cuanto terminó Big Brother de Televisa, a punto de iniciar Big Brother Vip

1. A la Academia no le veían éxito, pero qué sorpresa cuando surgieron los conciertos de regreso, y demás dinámicas que hicieron que durara dos meses más de lo previsto. Fue desgastante pero valió la pena.

El programa se presentó ese 30 junio del 2002, con invitados de lujo como Lorenzo Lamas, actor de Estados Unidos, y al día siguiente los diarios no hablaron de nosotros, los concursantes. Es más, no le dieron la importancia que debió tener, o por lo menos así yo lo sentí, ya que era la gran oportunidad de oro de los 14 para darnos a conocer y desarrollar nuestro talento, y eso no pareció importar a la prensa.

Había una interrogante que había que plantearse y asegurar que la gente nos viera, ¿cómo atraer público? En todas partes, en radio, televisión, prensa, existían las encuestas y votos de la gente hacia distintos temas, pues así votaron por nosotros, la gente entraría en el televoto, marcando el número de su concursante favorito, cada uno de nosotros tenía un número telefónico asignado, y para convertirnos en el favorito de la gente, tenían que ver el programa y seguir nuestras historias, personalidades y voces.

Relatado de esta manera pareciera aburrido vivir ahí, les aseguro que nunca fue así, porque las actividades fueron arduas, entre las clases de acondicionamiento físico, de baile, de canto, de integración y de actuación, al final del día terminábamos muy cansados, era como un internado, con castigos y disciplinas de cualquier colegio, si llegábamos tarde no nos dejaban entrar a tomar la clase, si nos portábamos mal el director Héctor Martínez nos llamaba la atención, sí era muy duro la verdad, pero muy gratificante también.

Y el momento del aislamiento llegó. Obviamente que yo estaba casi en estado de *shock* por los nervios que me invadieron de pronto, luego ya se me quitaron, cuando nosotros estábamos en la casa, frente a la pantalla en plena transmisión y Alan Tacher nos daba la bienvenida.

Recuerdo al elenco importante de la televisora que asistió a la presentación para apadrinarnos, como Bárbara Mori, Fernando Lujan, Evangelina Elizondo, Rocío Sánchez Azuara y muchos más que la verdad ahorita no recuerdo. Los que también estaban presentes era gente muy importante de las disqueras de EMI, Warner, Sony, Universal; y por supuesto que no podían faltar nuestros familiares y amigos de cada uno de nosotros, para despedirse, tan siquiera de lejos.

Es así como mi aventura en este medio de la farándula del espectáculo y de los medios de comunicación, de las primeras planas, de las portadas, de los reportajes en diarios, televisión, de mi música en la radio, toda esa aventura, así comenzó, sueño que ya es realidad y que lucharé para jamás terminar.

Ya habiendo regresado de La Academia, a Gustavo Cerati nunca le confirmaron que él sería uno de los compositores cuyas melodías yo interpretaría, de hecho le llegaron sólo rumores que él escribiría un tema para mi primer disco pero aclaró después que sólo quedó en eso, en meros rumores y ya no se hizo nada. Y es que aunque él nos menciona como hijos del *karaoke*, a todos los participantes de los *realities* musicales, no tiene nada en contra de éstos, así que si no escribió nada para mí no fue por hacerme el feo o al concepto de los programas, sino porque jamás se confirmó nada.

3.3 - EL MUNDO DEL PERSONAJE

Oscar López ha sido de las personas que me ha entregado todo su apoyo para mi persona inclusive desde que me encontraba dentro de La Academia, él casi sin falta estuvo en los ensayos de los domingos así como en los conciertos supervisando y criticando de manera constructiva nuestras actuaciones.

Yo quiero a ese hombre, porque sabe por dónde picar piedra, porque ha creído en mí de todo a todo. Él ha sido productor discográfico de artistas tan importante como Alejandra Guzmán, Cristian Castro, José José, entre otros muchos, es un honor trabajar con un señor que es experto en música, en la industria de la música mejor dicho.

Cuando le oí decir que temía por mi suerte, me pone muy contento porque es una señal de que te protege, como artista y que se preocupa como un padre con sus hijos. Óscar llegó a comentar que mi entrega musical ha sido entera y que yo fui quien más le agradé en cuanto a estilo y forma de cantar, pero lo que le daba miedo era mi incursión en la telenovela "Enamórate" como protagonista y es que no hubiera salido airoso de esta prueba tan grande con el papel principal de una historia.

Obviamente, el enfrentarme a este reto fue como cargar una pesada responsabilidad, porque salir a cuadro todos los días, interpretando un personaje, eso implica actuar, yo no lo soy completamente, el miedo me invadía al principio, porque no sabía si estaría en el gusto de la gente o de plano me odiarían por hacer esto. Gracias a Dios todo resultó bien, la telenovela fue aceptada en los televidentes, duró poco más de cinco meses, y pude combinarlo con otro serial de La Academia llamado Desafío de Estrellas, la gira nacional, el disco y la promoción en distintos programas.

Alguna vez Óscar me explicó que le quedaba el consuelo de que el papel que interpretaría no era más que de mí mismo, es decir, no se trataría de mi vida personal, pero sí de un chavo de mi edad, que buscaba ser cantante a pesar de las adversidades, hasta el personaje conservó mi nombre, Yahir. Era un riesgo tremendo pero que valía la pena atravesar porque me dio muchos frutos, no como actor, porque sí reconozco que no lo soy. Pero sí me sirvió para mantenerme vigente y no fuera llamada de petate.

Lo que también le preocupaba eran las jornadas tan largas de trabajo que implicaba la novela porque terminaba muy cansado como para dedicarme al disco. El terminar de grabarlo sí se complicó un poquito por esta razón pero gracias a Dios lo sacamos a flote y quedó muy padre. Y es que un cantante debe trabajar con su voz, relajado y sin preocupaciones, así que la telenovela no me dejaba descansar como era debido.

Así que mi productor tomó la sabia decisión de no apresurarnos e irnos con calma, para sacar un producto de calidad. Entonces terminamos el disco, se puso a la venta en febrero del 2003 cuyo primer sencillo fue Alucinado, tema italiano interpretado originalmente por Tiziano Ferro, tema que también está incluido en su disco. Me fue muy bien con esta canción ya que me abrió puertas inimaginables, más todavía para un artista que apenas está dando sus primeros pasos en esto de la cantada.

Fue todo un éxito la canción que en todos lados la tocaban, en todas las estaciones de música en español, romántica o pop, estuvo programada en radiodifusoras nacionales y locales, hasta en estaciones de radio que pertenecen a la televisora de la competencia de Tv Azteca, en Televisa Radio, Los 40 Principales (antes Vox) 101.7 de fm.

El disco atravesó fronteras, tuvo gran aceptación, y estuvo en los primeros lugares de popularidad en Sudamérica como en Colombia, Venezuela y Ecuador, ¿quién se iba a imaginar que esto pasaría tan rápido?!

Afortunadamente conté con el apoyo de gente con experiencia, siempre le agradeceré a Gerardo Zurita y Eloy Ganuza productores de la telenovela por sus facilidades otorgadas para iniciar mi carrera profesional, y que a pesar de las jornadas absorbentes de un serial como éste, pude concretar mi lanzamiento como cantante. Así que podría decirse que mi imagen seguía quedando en la mente del público a partir del 27 de enero del 2003 a las 19 horas por Azteca 13.

Cuando hablo de retos, siempre me hago la idea de que los logros alcanzados me cambian la vida, la telenovela es una muestra de ello, el convivir con actores muy buenos con mucha experiencia. Y cuando hablo de retos, hablo también de mi gusto por experimentar cosas nuevas, desconocidas, por tanto, disfrutar de lo que me da la vida, aunque no se lo pida.

Pero eso sí, cuando las responsabilidades otorgadas son completa o parcialmente ajenas a la música, jamás me desubicaría, jamás perdería de vista lo musical porque ese es mi camino verdadero y destino, lo demás es complemento que me hace crecer y madurar en todos los aspectos, hasta para la convivencia y manutención de mi chaparrillo, de Tristán. Lo haría todo por la música, es mi vida, mi adoración, la amo con toda mi alma.

Para el año del 2003, en julio, la mayoría de los egresados de la primera generación de La Academia contaba con un disco como solista profesional, ya algunos con gira, otros desempeñándose como conductores de programas televisivos, en general contábamos con éxito, popularidad, muchos seguidores, conciertos.

Y fue Mauricio egresado del *reality show* musical, Operación Triunfo México, de Televisa, quien se mostró molesto con Adal Ramones, conductor del programa Otro Rollo.

Cuando éste mencionó que no invitaría a su programa a gente de Operación Triunfo porque con sus participantes no pasó nada, se desinfló el proyecto, y él está muy consciente de que no siempre poseerán el éxito y esta fue una de esas ocasiones. Posteriormente, Mauricio dejó en claro que no tiene nada en contra de Adal y es su problema y él sabrá lo que piensa, así pues el chavo cree lo contrario aceptando que hay gustos para todos, aceptando también el éxito de La Academia, dejando en claro que de Operación Triunfo sí ha salido gente que ha dado de qué hablar. Al respecto Adal dijo que el que pega primero pega dos veces, entonces como La Academia inició antes de operación triunfo...

Y yo me preguntaba también ¿porqué esas declaraciones de ambos? Todo comenzó, en el momento que Adal confirmó que quiso invitarnos a su programa, me refiero a los graduados de la Academia, al parecer no tomó en cuenta a los integrantes del otro concurso de canto de su propia casa Televisa.

El conductor quiso que fuera yo como su invitado, de su propia boca calificó como un *boom* lo que ha pasado conmigo, y quería tenerme ahí antes de que me comenzara a apagar, deseó que el éxito me

durara mucho pero como nunca se sabe en esta carrera, quiso que fuera antes de que pasara algo así. Esto es algo que Mauricio no le importa, ni tiene coraje, ni conmigo, ni con Adal, ya que cada quien tiene su propia carrera.

Afortunadamente Mauricio, siendo un compadre que apenas comienza su carrera como yo, supo moderar esa molestia, ya que él prácticamente no conoce a Adal porque si acaso lo ha visto como dos veces, por lo mismo no hizo ninguna declaración fuerte al respecto, y por respeto a la nula relación entre ellos y a su profesionalismo.

Yo lo que pienso al respecto es que si el conductor de Otro Rollo me quiere invitar a su programa o a cualquiera de mis ex compañeros, con quien se tiene que arreglar es con la casa discográfica quien tengo un contrato, es decir tendría que formalizar todo trámite con Warner Music México, sólo así podría darse, esto. Podría pensarse que habría muchísimas trabas por parte de la empresa que me maneja, Tv Azteca, por tratarse de su competencia, pero por lo menos lo que altos mandos de Azteca me comentaron fue que no hay inconveniente en caso de que esto se llegara a dar en algún futuro cercano.

Es más, si se confirmara formalmente la invitación no habría problema, pero al decirlo por televisión no me está invitando a ningún lado, seamos sinceros, no es tan fácil. Si hace la propuesta yo creo que no hay ningún contratiempo. Me encanta la idea, Adal me cae súper bien. Yo vi mucho tiempo su programa, me encanta todo lo que hace el loco, sus locuras. Es un honor que diga que soy un ídolo, me encanta su programa y el monólogo, por mí encantado de la vida, ojalá y se haga.

Aunque después el señor Martín Luna, director de Estudios Azteca, dejó aclarado este punto, como Tv Azteca es mi manager, tengo un contrato con ellos de exclusividad, por tanto, aunque mi disco halla sido producido por Warner Music, o en cualquiera otra disquera, si me voy a promocionar siempre tendrá que ser en los canales de Azteca. Sólo existe una posibilidad de ir a Otro Rollo, que Adal nos invite a los 32 egresados de las dos generaciones de La Academia. Cosa que es muy difícil.

Imagina si no es tal el éxito que he obtenido, modestia a parte, que hasta en Televisa, al aire, ya nos consideran, no sólo a mí, también a mis compañeros. En cuanto a mí, lo que tengo planeado hacer, es seguir preparándome artísticamente para entregarle al público lo mejor de mí, hablando de actuación, de composición, de canto y otras cosas.

Por ejemplo, para mi debut como actor profesional en Enamórate, me preparé, no ingresé a ninguna escuela de arte dramático ni nada por el estilo, pero por lo menos busqué asesoramiento con un profesor particular. Sé que el hecho de mi gusto por estar frente a las cámaras, actuar, cantar, que podría asegurar que es por naturaleza, no es suficiente, así que lo que también me encanta es ofrecer calidad, qué mejor que iniciar demostrando esto en un papel protagónico.

Creo que la mejor forma en esta vida es descubrir las capacidades con las que uno mismo nace, desarrollarlas y utilizarlas para uno mismo al igual que compartirlas. La telenovela Enamórate hizo que tuviera la oportunidad de debutar como actor, sin prepararme, pero de igual forma entregué el corazón, así como también procuré llenarme de vivencias y aprender de ellas y de todas las personas que tenían que ver con la producción de la serie de la televisión.

Por lo pronto, hoy en día que ya terminó la transmisión de la telenovela, veo que es muy difícil volver a hacer una más, porque ahorita prefiero cantar con mi guitarra, entregar al público en vivo, y en mis presentaciones, pero esta no pude rechazar la oferta porque la historia tenía mucho que ver conmigo cuyo sueño es cantar.

La historia no fue otra cosa más que un aprendizaje, es que el cantante, personaje principal, atraviesa varias facetas, como la actuación, el baile, la expresión corporal, cuya experiencia adquirí dentro de La Academia y sus clases. Es más, lo tomé como si fuera la continuación del reality pero ya sin cámaras, hasta por su gente porque me llevo chido con todos.

Pese a todo, a las presentaciones en el interior de la república, a las grabaciones de la novela, y los ensayos del programa Desafío de Estrellas, y con el favor de la gente gané en este concurso. Recibí un premio de 6 millones de pesos, una casa amueblada y un automóvil como primer lugar, siendo segundo y tercer lugar Nadia y Myriam respectivamente.

Recuerdo que el concierto, que lo hicimos en Monterrey, Nuevo León, en el Parque Fundidora, como invitado especial cantó el señor Don Armando Manzanero, ahí estuvimos en el escenario junto a él. Fue muy emocionante, él con su traje color hueso y ante el piano cantamos Somos Novios, Esta tarde vi llover, No sé tú, No y Adoro. En serio, fue muy emocionante.

Otra de las particularidades del concierto es que en el foro en que nos presentamos se notaron fallas técnicas que a lo mejor en televisión no se llegaron a ver. Uno de ellos fue el que me tocó: cuando interpreté Alucinado mi voz se opacaba ante la música, el micrófono no funcionó como era debido, aunque eso no significó que el público se molestara, al contrario, al finalizar la canción el público aplaudió, hasta de pie, recibí una gran ovación.

Así entonces, mi participación en televisión ha sido muy productiva, he aprendido de todo, desde cómo se produce un anuncio, hasta un programa de espectáculos. Mi imagen la pudieron ver todos los días, por las telenovelas, primero "Enamórate", después "Soñarás"; pero entre una producción y otra, cerca de medio año, se transmitió un comercial de Dominos Pizza donde yo aparecía como el repartidor de pizzas. Eso me gusto mucho, porque es otra forma de hacer televisión y estar vigente.

¡Qué anécdotas puedo contar desde que egresé de La Academia! Una que sí me asustó fue aquella vez mientras que grabábamos unas escenas para Enamórate en Cancún. La verdad es que sí me angustié porque estuvimos a punto de ahogarnos cuando las olas nos arrastraron mar adentro

Fue muy de película porque todos mis compañeros de la telenovela que estaban en la locación estaban aterrados ante lo que estaban viendo. Cuando no rescataron del mar que nos había arrastrado, y le vi sus caras a todos, eran rostros de miedo y desesperación, cuando ya nos creían por ahogados. Creo que fue la primera vez que veo a la muerte tan de cerca.

Es que sólo faltaban 2 o 3 minutos más porque sino, no hubiéramos aguantado, es más no estuviera aquí platicando. ¿Pero quién iba a imaginar que después de todas las vicisitudes que logré sortear en los programas de La Academia, Desafío de Estrellas y parte de las grabaciones de Enamórate finalmente iba a estar en peligro de muerte? Y esto sucedió precisamente a tres semanas de la transmisión del último capítulo.

Pero a final de cuentas mientras que la fuerza del mar nos arrastraba, comencé a centrarme en la idea de que no me iba a morir, que todavía no era mi hora, así que me dije, 'Yahir, tranquilízate, no te desesperes porque sino todo saldrá mal, así comencé a respirar, y con calma tratar de nadar para salir', claro, llegaron los salvavidas pero no fueron necesarios, a final de cuentas llegamos a la playa,

descansamos un ratito y ya estaba pensando en volver a intentar la escena. Fue un momento muy desagradable que al principio me dio mucho miedo pero después me armé de valor para salir con vida de ésta.

Hasta Martha Higareda, y otros que nos vieron ahogándonos creyeron que estábamos actuando, pero se les hizo extraño porque el que se ahogaba en la escena es el personaje de Michelle Brown, mientras que mi tocayo Jair de Rubín, José Antonio y José Jáuregui lo rescatábamos, pero al final y en la vida real los rescatados fuimos nosotros. Sin embargo, cuando Martita vio a Michelle llorando ya en la playa vio que no era actuación y que algo grave pasó en el mar, a unos 300 metros, más o menos, de la orilla. Pero gracias a Dios no pasó de un susto.

Nunca paramos en problemas, y en menudo lío me metí, o mejor dicho me metió la prensa, cuando el público me eligió como el ganador de Desafío de Estrellas. Y es que de no haber sido por los programas de espectáculos que vinieron y me preguntaron, esto jamás se hubiera hecho más grande de lo que fue. Bueno, en realidad, por mi parte jamás hubo problema, porque la prensa se centro en Myriam, a mi sólo me pidieron mi opinión. Ella en distintos medios aseguró que gané por favoritismo, que porque tuve más promoción de imagen y que mi productor, Óscar López fuera parte del jurado, mejor dicho, de los críticos del programa, aunque eso no hay tenido nada que ver. No porque mi persona salía de lunes a viernes a las 19 horas por un canal a nivel nacional y parte de los Estados Unidos, no porque mi primer disco halla obtenido disco de platino, que mi primer sencillo, Alucinado, no dejara de sonar en la radio y no por tener una gira promocional exitosa por el país, quiere decir que esto halla influido en los votos de la gente.

Cuando anunciaron el tercer lugar como Myriam Montemayor en ese preciso instante, el semblante de su rostro cambió absolutamente, el público a nivel nacional la vio con el close up que le hicieron; se notaba no sólo molesta sino enfurecida, pero también a punto de llorar por el enojo que la frustración le provocó. Quería ganar de nueva cuenta, pero para mi fortuna y desagrado de ella yo gané.

Entonces, esa misma noche se organizó una fiesta para toda la producción del concurso y nosotros, a cuya reunión no asistió Myriam ya que fue a cenar con su familia, en cuanto terminó el concierto ella se marchó, no sin antes decirle a un reportero que ella ya sabía que no iba a ganar porque ya le había tocado ganar, puesto que ella fue la gran ganadora de la primera generación de La Academia,, es por eso que no

quería participar, y bueno no nada más ella, sino varios compañeros tampoco, aclaró que el resultado de esta competencia no fue gracias a algún fraude, pero sí porque tuve mayor promoción en cuanto a imagen se refiere.

Estoy muy contento con lo que me ha pasado, porque aunque en ese entonces me hacía falta un amor en quién apoyarme, me daba mucha nostalgia por la falta de cariño de una pareja, ese calor humano, pues no se daba tan fácil por los múltiples compromisos que tengo. Aunque ahora ya es distinto, porque con la nueva telenovela que protagonicé en el 2004 "Soñarás", conocí a quien sería mi pareja en la telenovela, Vanesa Acosta, la traté y me gustó, ahora ando con ella.

Hablando de mis sentimientos, una de las cosas más hermosas para mí es la familia, es por eso que por un lado, mi adoración es mi charrito, Tristán, a quien veo muy seguido, voy para Hermosillo, me lo llevo a un cerro para que pasee en su moto, y hasta jugamos luchitas, a mí me gusta jugar con él.

Por otro lado está la casa de mis abuelos, y es que para despedir el 2003 nos juntamos ahí, y bailamos todos, cenamos, reímos, y luego hasta sacamos las guitarras para cantar, un ratito de buena bohemia.

Mi fama se remarcó en el concurso Desafío de Estrellas, transmitido también por Televisión Azteca; una vez, un compadre que trabaja ahora conmigo, me dijo: "eres más que un político", y solamente fue por que cada que llegamos al aeropuerto de Hermosillo, me esperan, por lo menos, nueve mil fans vueltas locas.

ZÓCALO

Algo bien significativo, dentro del proceso de mi lanzamiento como solista, fue mi despedida del elenco de La Academia, esta última presentación fue en el Zócalo capitalino, que fue como estar en un sueño. Es que el estar en la plaza pública más importante del país, abarrotar la plaza y las calles aledañas, con cerca de 250 mil personas, chicas desmayadas, empujones, gritos, autógrafos, o por lo menos eso fue lo que pude percibir en mis intervenciones.

Ese día llovió, pareció un diluvio, pero nadie se iba. Todos los fans de La Academia se mantuvieron al pie del cañón. Era pleno verano, el 26 de julio del 2003 para ser exactos. Y el 23 de julio estábamos acordando el dueto, y es que entre negociaciones, planes estelares, y ensayos todo fue muy rápido, pero lo sacamos bien, precisamente es la canción oficial y de entrada de la telenovela que protagoniza Mariana: La Hija del Jardinero, que se estrenó días antes por Azteca 13.

Me han felicitado sin ton ni son en la empresa, y es que en las telenovelas de Azteca de las 7 de la noche siempre se obtenía a lo mucho 6 puntos de rating, y con Enamórate logramos a veces 14, otras más 17 y hasta 21 puntos, eso fue muy padre, imagínate yo, formar parte de la historia de una televisora, de la primera telenovela de corte juvenil de Tv Azteca, en ese horario la cual rompió esquema.

EMOCIÓN EN EL JUGUETÓN

Otro de los eventos que más entusiasmo fue el de Juguetón 2003, y me gustó porque son cosas altruistas, en este caso para apoyar a los niños de escasos recursos y que Los Reyes Magos no pueden traerles sus juguetes. Así que participé en uno de los eventos de el Juguetón que se llevó a cabo en diciembre del 2002 en Six Flags.

La verdad la chaviza estaba muy desatada esa mañana en el área para conciertos del parque. Estaban muy inquietos, empujaban, gritaban, no ponían atención a quien estaba en el escenario en su momento, estaban muy desordenados. Pero todo empeoró, por así decirlo, cuando yo aparecí para cantar.

Mi presencia sirvió para que la euforia de las jóvenes se alborotara todavía más, ya que, no sé cómo pero lograron rebasar las barras y cuerpos de seguridad abalanzándose contra el escenario queriendo alguna que otra subir al escenario, todo fue precisamente después de que apenas comencé a cantar Persiana Americana ante poco más de 4 mil personas.

Son estas las cosas que hay que aprovechar, y más uno mismo como artista, porque son de las pocas oportunidades gratificantes, por eso me seguiré preparando con clases de canto y composición, para que al público le siga gustando mis propuestas, y así seguir siendo invitado a este tipo de eventos.

Un ejemplo de lo que quiero experimentar es lo que tenga que ver con la música, es que si me llegaran a proponer el participar en una comedia musical claro que lo consideraría, al fin sería una

combinación perfecta en lo que he estado haciendo en conjunto o por separado desde las clases en La Academia: canto, actuación y baile. Sin embargo, para todo hay tiempo, y ya lo habrá para la comedia musical, porque quiero ser alguien, algún día como eje o participar en algo como Cats.

A LA CONQUISTA DE ESTADOS UNIDOS

Una cosa sí puedo asegurar, que ya no soy "llamarada de petate"; hay gente que pueda asegurar que soy chico de un disco y se acabó, pero no, me veo con larga trayectoria, tengo muchos planes y contratos, es más hasta grabé un segundo disco y tercer disco.

Otra muestra evidente de esto es que el disco pegó en Estados Unidos que llegó a las más de 30 mil copias vendidas y pues entonces la compañía Warner Musica Latina así como su presidente, se dieron cuenta del impacto que estoy teniendo como artista, me han comenzado a cuidar, ven un gran potencial en mi como producto discográfico.

Los lugares que tengo entendido que se vendió muy bien fue en la de Mississipi, Texas, California y estamos viendo la posibilidad de expandir la promoción más allá de estos Estados. La gente de Warner me ha catalogado, como una súper estrella, con mucha madera, con voz fenomenal, fuera de serie y con muchos años de artista por delante, el favor que me hacen.

LAS PRIMERAS PRESENTACIONES COMO SOLISTA

Es en esta etapa de mi vida en donde todo lo que me sucede es significativo para mí. Por ejemplo nunca me imaginé que un *show case* fuera así. En este espectáculo privado asistió más gente de lo que yo esperaba. No cabía ni un alma en el lugar. Fue una de las primeras presentaciones como solista y en el Hard Rock ya no cabía nadie, exagerando, me tenía que salir yo para que cupiera todo el público.

Aquí es precisamente donde me entregaron el disco de platino por altas ventas del disco. Reconocimiento que pude compartir con todo el público asistente; que por cierto, había tanta que el centro de espectáculos parecía vagón de metro en hora pico, todos apretados y sin poder caminar, y es que aunque escasos minutos para las 8 de la noche, hora en que comenzaría la presentación, todavía seguía entrando gente, qué cómo cabía, quién sabe.

Quien me hizo entrega del disco simbólico fue mi productor y ahora amigo, Óscar López que fue de los pocos que creyeron en mí, y me entregó este premio por ventas diciendo que esa era la prueba de mi talento, que era también el reconocimiento del público, y estoy aquí porque la gente lo ha pedido así, no porque estén forzando al público a que yo les guste.

Es por eso que inmediatamente Óscar se puso a trabajar en mi segundo disco. Empezó a planear quién puede componer las canciones, por ejemplo me comentó que podría yo componer algunos temas al igual que le ha pedido temas de nueva cuenta a Alejandro Lerner, estoy seguro de que se armó un muy buen disco, así tiene que ser porque hay que superarse disco con disco.

Por lo general Óscar le produce siempre dos discos a los artistas, pero resulta que ahora que está conmigo no sabe que va a pasar en el futuro porque al colaborar conmigo se ha sentido de nueva cuenta joven y con muchos ánimos de innovar, como si fuera al primer artista a quien le produce, y eso que ya lleva 30 años en el medio, pero bueno es que él también es un talento y ama su profesión.

LERNER PARA YAHIR

Mucha gente que sabía de antemano qué compositores participarían en mi primera producción, se sorprendieron cuando no interpreté creaciones de Alejandro Lerner ni de Gustavo Cerati ya que ellos serían la carta fuerte de este primer disco, sin embargo, Óscar López, mi productor, me aclaró desde un principio que no entrarían estas canciones porque no encajaban con la línea musical de este disco, y bueno, yo me puse en sus manos porque él sabe del negocio de la industria de la música.

Pero me comento también que estas canciones junto algunas de mi propia inspiración estarán incluidos en la segunda producción que salió a la venta en este 2004. De hecho Lerner ya estaba componiendo una melodía para que yo la pueda interpretar. Y en cuanto a la de Cerati todavía está en planes de incursión, también la cuestión obligada era de si Miguel Mateos participaría, no fue así lamentablemente puesto que el mismo López reconoció que hay ciertas diferencias con él y que definitivamente no habrá participación por su parte.

Y así, entonces Alejandro Lerner, mientras que se encontraba en su gira 2003 por Estados Unidos junto con Carlos Santana, él confirmó su interés por mi persona y que con mucho gusto enviará temas para mi segundo disco sobre todo porque él considera que el pueblo mexicano hizo muy bien en elegirme como

su representante, estoy conciente de esto, pero como lo he mencionado, aunque me consideren un ídolo, yo no me siento así.

LAS VENTAS

No cabe duda que la gente ha sentido cariño especial por mí, pero en especial las muchachas, y que nos les disgusta mi trabajo, todo ese amor se ha dado muy rápido, prueba de ello es el disco de oro que me entregaron a una semana del lanzamiento del disco Alucinado, por 75 mil copias vendidas.

Mi tirada es la onda más heavy, más rockera, así a mis fans les daré a conocer en sí mis gustos y mis propuestas musicales. El disco Alucinado fue de lanzamiento y presentación por ello la línea fue de balada pop, ahora en el segundo disco presentaré música con las que me identifico.

Ha sido tal la aceptación que Warner Music, la compañía discográfica con la que trabajo, ha decidido poner a la venta 25 mil discos a la semana, y así sucesivamente hasta que la demanda vaya disminuyendo, para que por último queden los disco de reserva en cada tienda, y por lo menos halla uno en exhibición.

MÁS PRESENTACIONES

Así, yo mismo fui quien me abrí las puertas, y todas las oportunidades en televisión, radio y todas las presentaciones, ya varias personas me han dicho, a parte del señor martín Luna, que los triunfos que he conseguido ha sido por carisma, aunque yo digo que va más allá de eso; porque si se trata de preferencias, por parte de la empresa, ésta nos ha apoyado con promoción a todos los ex alumnos de La Academia.

Hay locutores o periodistas como Alex Cafie en el programa de Todo Para la Mujer, han dicho que a varios años de haber incursionado en el reality, mi popularidad ha disminuido, que por ejemplo en Hermosillo, hubo una presentación de Miguel ganador de la primera generación de Código Fama, otro reality show producido por Televisa, a la vez que yo ofrecí un concierto en el mismo fin de semana. Pues entonces mencionaron que yo ya no convocaba a tanta gente, que no llenaba el lugar, al contrario de Miguel, un niño de 11 o 12 años, cantante y actor, egresado de un programa de TV como yo, también se presentó y abarrotó el lugar, filas y filas de niñas esperando horas enteras para verlo.

Mi opinión es que pues para todos hay gustos, para todo hay público, y para todos hay momentos, y para que estos momentos duren mucho tiempo desde de uno mismo, del trabajo y el empeño constante que le metamos a nuestras carreras y ofrecérselas al público. Por ejemplo yo, no he dejado de trabajar, he estado en clases de actuación, de canto, estuve preparando lo que fue mi segundo disco, y en las grabaciones de *Sonarás*, la segunda telenovela para TV Azteca que protagonicé.

No me alarmo de que las fans se alejen por que sé que el cariño de los seguidores es incondicional. Un ejemplo de ello es lo que pasó una vez cuando fui a una entrevista a las instalaciones de MVS Radio, a la estación Exa, al programa *La Taquilla*. Fue en noviembre, recién había suspendido la gira nacional para prepararme para el Auditorio Nacional, de hecho esa entrevista fue para promover el concierto; pues entonces, cuando llegué, en la puerta del edificio ya me esperaban grupos de muchachas todas vueltas locas cuando me vieron, gritando con gran desesperación, gritando mi nombre, pidiendo que le diera un autógrafo. Alcancé a firmar poquitos al entrar, pero al salir firmé más, lo que pude, porque la agenda de actividades no me permitía que darme por mucho tiempo.

Que difícil es realizar conciertos en el Auditorio Nacional. Aunque yo ya me presenté en este importante lugar, lo hice de manera conjunta, como parte del elenco de *La Academia*. Es difícil también porque apenas tengo dos discos como solista y con temas inéditos.

Este proyecto surgió a raíz de la gira nacional, en una ocasión en Hermosillo llené un lugar con 16 mil gentes, fue un gran show. Entonces comenzamos a organizarnos, se trabajaron muy bien las rolas del disco, con arreglos bien acá, bien chidas. Ahora, lo que a mí me gusta es involucrarme en la producción de los *shows*, ponerle luces y sonido bien chidas, quise poner *covers* que me dieron a conocer en *La Academia* y con sus bailarines y así nos fuimos a Monterrey y a otros lugares hasta que llegó la hora de aventarme a realizar conciertos en el Auditorio porque ya nos había ido muy bien en provincia.

René Franco me dijo ahí mismo una metáfora, bonita, pero cierta desde su punto de vista. Me dijo que soy como un torero en la Plaza Grande, en la Plaza Mayor que toma la alternativa. Y es que hay una enorme diferencia entre lo que hice en el interior de la república y el Auditorio Nacional, porque es como decir que pasé de novillero a atreverme a ser matador de toros y en la grande, en la Plaza Grande, en el lugar más importante para conciertos en América Latina.

Como he dicho, aunque yo ya había estado ahí con La Academia, pues nunca le tuve miedo porque tenía cosas a mi favor como los *covers*, el atractivo de los bailarines, y sobre todo, mi entrega con todo mi *power* loco, con mis músicos en vivo sin dejar de mencionar las canciones del primer disco.

Faltaban 3 semanas para la presentación, el 28 de noviembre, y ya estaban las localidades agotadas. Y entonces se abrió una segunda fecha, por lo que a los locutores de la Taquilla no les pareció, porque el segundo concierto es el mismo día, uno a las 5 de la tarde y el otro a las 8 de la noche. Que me mataría de cansancio, que me acabarían la voz, ¿a quién demonios en TV Azteca se le ocurrió? Aunque Daniel Bisogno, conductor de *Ventaneando* y Lupita Reyes colaboradora de René Franco, sí estuvieron de acuerdo. Bueno, en realidad, los conciertos fueron todo un éxito, arrasamos con los boletos y no me pasó nada.

Ahora, por otro lado, como lo importante son las fans, Renecito comenzó a hacer “un servicio social para ellas”, me hizo una serie de preguntas que la verdad me sacaron de onda por que no sabía si responder o no. No tengo preferencia por alguna marca de calzones en especial, uso trusa larga o boxer de algodón, de talla 32 o 34. Cualquier chica me puede poner inmensamente feliz si me preparan picadillo con frijoles, aguacate, tortillas recién hechas y una buena soda helada. Los preservativos que uso son los SICO, la parte que primero veo de una mujer es la cara, lo segundo las bubis; la parte de mi cuerpo que una mujer me muerda y más me excita es la espalada baja; el mejor masaje que me pueden dar es en la nuca y la parte del cuerpo de una mujer con la que más me prendo, son las nalguitas.

Para ser sincero, pues yo imaginaba que los trabajos del artista sólo era presentarse en el escenario para cantar y entregarse al público, pero no, también existe la gratificación por parte de los expertos cuando uno mismo hace bien su trabajo. Los artistas también se paran en los escenarios por que gente importante dentro de la industria musical te lo solicita.

Por ejemplo, cuando me nominaron en los premios Oye, en los premios Luna del Auditorio, hasta en los Grammy Latino. En los preparativos del evento, se fueron dando a conocer poco a poco los cantantes que amenizarían la velada, como Bacilos, Chayanne, Cyndi Lauper, pero la Academia Nacional De Música

de México solicitó que yo estuviera pero como los derechos de transmisión la tiene Televisa pues la negociación se prolongó a varios días.

Pero desafortunadamente de todos modos no podía asistir, ya que esa misma noche, la del 15 de noviembre tenía una presentación en Tampico. Y les agradezco al comité organizador de la Academia Nacional de Música porque aún así no querían “dejarme escapar”, ya que solicitaron que cantara en la ceremonia de nominaciones que se llevó a cabo también en el Auditorio Nacional, evento que sólo fue para el comité y allegados.

Podría pensarse que se trata de algún veto por parte de la televisora de San Ángel, pero no es así, en cuestiones de la música en general en México y del mundo, la Academia de Música no se fija en disputas entre empresas de televisión, así que lejos del hecho de un posible veto, la verdad es que no puedo asistir, si resultado ganador, qué bueno sería, un sueño más alcanzado.

Es más, el productor de Televisa y encargado de la producción del evento, Marco Flavio Cruz, rechazó la idea de que no asistía por pertenecer a otra televisora, él mismo comentó que estos premios se están otorgando a lo mejor de la música y no a lo mejor de Televisa, por lo tanto no existía ningún problema en que yo asistiera, y le agradezco las palabras que tuvo para mí, porque he dicho que canto muy bien y tengo gran talento, y sería injusto negarlo de esa manera. Aún así, no pude asistir por compromisos en el interior de la república, en Tampico concretamente.

Otro de los eventos a los que tuve el honor de asistir, fue al foro que Fundación Telmex organizó en el Auditorio Nacional para todos sus becarios, toda la velada se había tornado muy seria, fría se puede decir, hasta que tanto un servidor como el grupo Kabah aparecimos en escena y pusimos a bailar y cantar a los asistentes que más o menos se antojaban como para unos 4 mil quinientas personas. Y así, de este tipo de presentaciones, independientes de la promoción del disco, son a los que he asistido.

Uno más es en la entrega de los Premios Luna, del Auditorio Nacional, donde afortunadamente sí pude asistir y recibir el premio por revelación del año de manos de un ídolo, vaya que sí lo es, ídolo mexicano, señorón, a él le tengo que aprender, de José José.

Quien mencionó el momento del galardón, fue la señora Martha Debayle, y en cuanto pronunció mi nombre hubo una gran ovación por parte de todo el público, gritos, porras, gente de pie, mis compañeros de La Academia, fue muy emocionante, recibir el premio por parte de José José fue increíble, indescriptible.

Como si me mereciera la cantidad de aplausos, no sé si me los merezco, pero junto con otro gran señor, Roberto Gómez Bolaños Chespirito, fuimos de los más ovacionados, lo digo, y todavía me lleno de emoción, no cabía de la felicidad. Esta clase de acontecimiento son los frutos que uno va cosechando cuando uno trata de hacer lo mejor en su trabajo, claro que para ello nos tiene que gustar lo que hacemos día a día, no importa lo que sea, pero hay que ser mejores con nosotros mismos.

3.4.1 - EJEMPLO DEL 4TO PODER FACILITANDO LA IDOLATRÍA

Si quien tuviera la oportunidad de entrevistar directamente a un artista fuera el público ¿qué preguntarían? Pues eso lo he experimentado también, como parte de mis citas de trabajo, tuve entrevista electrónica con las fans, y preguntaban de todo. Claro que fue interesante, me gustó, me gustó mucho, y procuré contestar a todo.

Hablé de todo un poco. Acerca de cómo he asimilado el éxito en el programa de Desafío de Estrellas, hablé de mi segundo disco aunque todavía estoy en el mes número 6 de promoción del primero, hasta me preguntaron de mis fantasías sexuales, que por cierto una de ellas es con Sofía Vergara en una moto; son aventadas las chavitas, muy atrevidas.

Me di cuenta que a las mujeres les interesa mucho el físico, por lo que respondí que sí aceptaría un desnudo para obras de teatro pero nunca para un calendario o imágenes para revistas, eso no me late. Creo que el desnudo en combinación con la actuación siempre será parte del arte y no del morbo que pueda causar.

Lo que le comuniqué al público que se contactó conmigo vía e mail, es que a pesar de ser chico de 23 años, contar con 6 millones de pesos del premio de Desafío de Estrellas, ni el éxito ni la fama con la que cuento ahora me han hecho daño, no me he “subido a mi ladrillo”, para nada han influido en mí, en mi forma de pensar ni de ser. Lo que sí ha afectado es la relación con mi familia, ya casi no los veo, ya no he convivido lo suficiente con mi papá, ni con mi hijo, es el exceso de trabajo lo que está haciendo que se me dificulte.

Gracias a Dios el disco ha alcanzado el Disco de Platino por más de 150 mil copias vendidas, más las que se han estado acumulando, esta es mi vida y con el favor del Señor, con mi esfuerzo, mi empeño, y de todo el público espero llegar a ser tan famoso como Ricky Martin o Luis Miguel son cantantes consolidados, que poseen las mejores voces internacionalmente hablando.

Otro de los cuestionamientos es acerca de que si realizaría otra telenovela, la respuesta es sí, pero creo que no lo volvería hacer al momento de lanzar o promocionar un disco, porque las grabaciones son muy absorbentes, lo que a mi me encanta es entregarme por completo a las cosas que hago y al grabar telenovela pierdo la oportunidad de más conciertos, o por el otro lado, por preparar las presentaciones no puedo concentrarme en los parlamentos de las escenas de la telenovela. Entonces sí, sí lo haría pero no por el momento ya que se avecina la preparación del segundo material.

LAS FANS

Las fans organizaron alguna vez una marcha como apoyo al triunfo obtenido en este concurso, esto fue en el Distrito Federal. Inició en punto de las doce del día e inició a las afueras del Auditorio Nacional y finalizó en el Parque España en la colonia Condesa, de hecho hasta fueron algunos de los integrantes del equipo que conforman la estación de radio Digital 99.

Bueno pues todavía me asombro más cuando veo en la televisión reportajes en Ventaneando o en la sección de espectáculos de los programas de Azteca como Cada Mañana o Con Sello de Mujer, veo cómo las fans se desviven por recaudar fondos y meter dinero en las llamadas. No fueron muchas, pero sí unas cincuenta las que se juntaron para salir a las calles y "botear " , de hecho también cerca del Auditorio Nacional y así reunir dinero suficiente y votar por mi en el Desafío.

Aquella vez recuerdo que la chaviza, es más, uniformada con gorras azules y playeras verdes estampadas con mi retrato, con pancartas, porras y gritos, caminó desde ese recinto, todo reforma y hasta llegar a la avenida Circuito interior, el Eje 2 Oriente y hasta llegar a la calle de sonora en la colonia Roma y Condesa, y ahí es donde se desquitaron por que en el Parque España había bastante gente, muchas familias, y pues ahí aprovecharon el momento. Así como también aprovecho para agradecer a toda esa gente linda que se tomó la molestia de gastarse por lo menos un pesito para que yo ganara, es una muestra de cariño que jamás olvidaré y que conservaré en mi corazón.

Y me acuerdo que cuando las entrevistaron, algunas me mencionaron como su ídolo, que estaban haciendo todo lo posible para que su ídolo, ganara en el concurso porque, palabras de ellas, desde un principio mostré talento y por eso me apoyaban y no en vano los productores me dieron la oportunidad de estar en telenovela y grabar discos.

No sé que he provocado dentro de la mente y corazones de las fanáticas que a cualquier evento al que asisto, por mínimo que sea, ellas están presentes, como cuando me entrevistaron en el periódico el Universal. La camioneta en la que me llevaron me llevó hasta la puerta del edificio y en cuanto bajé había un montón de chicas esperando mi llegada y al verme como siempre gritos, porras, se abalanzaron contra mí, una de ellas alcanzó a darme un beso y a una más le alcancé a firmar un disco, sólo eso porque el equipo de seguridad no permitieron más.

Lo que se me hace muy curioso es que solamente por verme unos segundos, se arma tanto alboroto, no dejan pasar cualquier oportunidad, es muy chido y muy lindo de su parte, esas son las muestras de cariño que jamás cambiaría, esas son las recompensas por tenerle amor y fe a la música, sobre todo cuando te gusta y te entregas por completo a ella. No importa si hace frío, calor, llueve, truene o relampagueé.

Por ejemplo el club de fans que se llama Yahir Apachurro que lo preside una chica llamada Beatriz Cortés de 26 años, me ha contado que lo forma 60 mujeres y que me siguen a donde quiera que yo vaya. Muchas veces hacen sus reuniones en el monumento a la Revolución, de hecho hay niñas, niñas, de 6 años de edad, y no importa lo que gasten en pasajes, comidas, en accesorios como pancartas o playeras, ellas hacen todo eso porque saben que no me gusta hacerle el feo a nadie, soy muy abierto en ese sentido, soy muy amable y procuro saludar a todas las chicas, eso me gusta entregarme a las fanáticas que se mueren por ver mínimo segundos a sus artistas. Podría pensarse que la televisora las apoya, pero no,, una muestra de ello es cuando pagan el taxi, entre todas se cooperan.

ANA GABRIELA GUEVARA

3.2.1 CREACIÓN DEL PERSONAJE

Para comenzar con este relato, quiero decir que una de mis canciones favoritas es la de "A mi manera" interpretada por Frank Sinatra por que su letra hace que me transporte al futuro, me motiva escucharla, porque quiero hacer algo que haga historia, que deje huella, deseo hacer las cosas como a mí me gustan.

Nací en Nogales, Sonora, tengo 26 años y llevo seis años de entrenamiento formal en esta disciplina. Desde niña me encantó el deporte, traté siempre de practicarlo, aunque al comienzo, en la primaria no tenía maestro de Educación Física, ya en la secundaria y preparatoria representé a las escuelas jugando básquetbol.

Al recordar mis primeros logros, puedo mencionar la ocasión en la que el señor, cubano por cierto, Luis Betancourt, entrenador de básquetbol, me observó al jugar, me seleccionó para formar parte del equipo de Nogales de este deporte, y fue en esta ocasión donde ganamos el Campeonato Estatal frente al Instituto Tecnológico de Sonora, es más, este es mi primer triunfo como deportista aunque en una disciplina que involucra a todo un equipo, no solamente un integrante, así que el aquel triunfo es de todas las que conformamos el grupo.

Siendo el atletismo la disciplina en la cual comencé a desarrollarme profesionalmente, fue a los 19 años de fue cuando ingresé a ésta, ya que por mi edad no podía continuar formando parte del equipo de básquetbol. Siempre recordaré esta etapa de mi adolescencia, portando el uniforme blanco, con los contornos de color amarillo y en el pecho la palabra Nogales en rojo y amarillo.

De una cosa estoy segura, para mí las barreras no existen, lo que hay que vencer son los retos, así que mi edad, el ya no practicar más el básquetbol por mi edad, no me impidió seguir luchando para ejercitarme y ejercer una disciplina de forma profesional, repito, lo que deseaba y sigo deseando, es dejar huella en la historia del deporte mexicano.

Desde pequeña, creo que tuve una personalidad muy marcada que aún poseo, soy muy concreta, no ando con titubeos, si algo me propongo eso realizo y nada más. Por ejemplo, en mi etapa de la preparatoria que estudié en el Centro de Estudios Interdisciplinarios de la Frontera, no fui la más aplicada que digamos, sin embargo, cuando participaba lo hacía de manera muy específica, siempre con gran convicción en lo que decía. Y esto mismo, me lo ha hecho ver mi profesor de Ciencias Sociales de esa escuela, Carlos Basurto con quien sigo en comunicación con él de manera continua.

Lo que he comentado hasta aquí, pensándolo bien, me hace ver como una persona a la cual no le gusta otra cosa más que el deporte; no es así, soy una persona como cualquiera, con sueños, deseos e inquietudes. Una de ellas es la de tocar la guitarra, algún día tengo que aprender a hacerlo, no quito el dedo del renglón es una inquietud que tengo desde chica, pero por falta de tiempo no he tomado clases. Es más, para muestra, mi papá, el señor César Octavio Guevara les puede confirmar que una de las cosas que más me encantan es cantar acompañada con la guitarra, me gustan mucho las canciones románticas y boleros.

Hoy en día me han dicho que me he convertido en un ejemplo a seguir para la juventud mexicana, que muchos quisieran seguir mis pasos, pero he de confesar que como cualquier joven todos tenemos nuestros ídolos, el mío siempre fue Michael Jordan de quien colecciono todo, desde fotografías, hasta libros y videos acerca de él. Siempre lo he admirado y deseo tener sus tenis. Lo admiro por su forma de pensar, la manera en cómo ha superado momentos difíciles con su familia, cómo maneja a la prensa y la forma de salir adelante en los partidos más importantes.

En cuanto a formas de salir adelante y triunfar en la vida, una cosa sí me queda clara, que todo tiene un precio en esta vida si queremos triunfar en lo que nos propongamos; es triste pero a veces hay que hacer sacrificios dolorosos, para que la recompensa sea gratificante. Otra de las cosas que más aprecio de la vida es la familia. Siempre busco la forma de reunirme con mis cuatro hermanos, con mis padres y seres queridos, pero la distancia es un aspecto que tiene que ver estrechamente con la palabra sacrificio, y más en la carrera deportiva, pero cuando el apoyo de la familia siempre está latente, como es mi caso, todo es más fácil.

Pues así fue que en 1996 decidí viajar a Ciudad Juárez, Chihuahua, donde realicé mis primeros entrenamientos en la Universidad Autónoma de la ciudad, y es ahí donde conozco a la persona que sin su

ayuda no estaría donde estoy actualmente, mi entrenador Raúl Barreda, así me acerqué a él al mundo deportivo y de la amistad.

Mis primeros triunfos se dieron precisamente en mi estado, Sonora, cuando pude participar en la competencia oficial amateur en la Olimpiada Estatal, hecho suscitado en marzo del mismo año; contando las medallas de oro que conseguí en la Olimpiada Nacional '96, en la capital del país.

A partir de estos momentos decidí no detenerme. Ya que ese mismo año, tuve la fortuna de estar en lo que sería mi primera competencia fuera del país representando al atletismo mexicano en el Campeonato Iberoamericano Juvenil en Colombia; aunque quiero destacar que también un hecho importante en mis inicios fue el momento en el que gané el Premio Municipal del Deporte de Nogales en la categoría juvenil, es muy importante para mí, por que se trata del primer reconocimiento que me dio el municipio en el que nací.

Es decir, de lo que puedo enorgullecerme es que he tenido una carrera constante a base de esfuerzo y por mí misma; que los medios de comunicación se hallan fijado en mí es extra. Así que puedo mencionar cuando en 1997 realicé varias giras en lo que serían mis primeras competencias internacionales, hasta llegar a los Juegos Centroamericanos Maracaibo '98 en las distancias 400 y 800 metros, también logré medalla de oro en el Campeonato Iberoamericano celebrado en Portugal.

Es cuando me hago una pregunta ¿quién en el país sabía, independientemente de mi familia, amigos y conocidos, de mi corta vida profesional como atleta en ese entonces? La respuesta es simple: nadie. Porque en ese entonces iniciaba y mis marcas no eran tan buenas como las de hoy, y tampoco concursaba en competencias de gran peso, sin embargo, es algo que jamás me quitó el sueño, porque toda cima tiene un inicio, por lo tanto lo que sí me preocupaba era estar bien concentrada para dar lo mejor de mí en ese momento.

Es decir, quién en la radio nacional me mencionó tan siquiera de pasada cuando participé en la Olimpiada Estatal Juvenil en Hermosillo, Sonora, en los 400 y 800 metros, al igual en la Olimpiada Nacional Juvenil, en el Distrito Federal, también en las mismas distancias; en mi haber existen el relevo 4 por 400 y los 400 metros en el Campeonato Iberoamericano Juvenil en Colombia; la competencia Santiago Nakasawa en la ciudad de México corriendo en los 400 y 800; así como la competencia Nacional Primera Fuerza

también la capital por los 400; concursé en el Campeonato Centroamericano Juvenil, en El Salvador en 400 y 800; y en el Campeonato Mundial Juvenil de Australia en los 400.

Participé en todas estas competencias en el año de 1996. Todas mis carreras las terminé arriba de los 54 segundos, quedando entre los primeros cuatro lugares, bueno, excepto el último, el mundial juvenil donde quedé en el lugar número 12.

Los medios de comunicación jamás voltean a ver la participación de nuevos deportistas, jóvenes, fuera del fútbol, sino hasta que vas fuerte para una competencia importante nacional o internacional. Pero insisto en un aspecto, esto no me quitó jamás la concentración en mis entrenamientos, en mis competencias, y en mi verdadero objetivo, hacer historia dentro del deporte. En otras palabras, lo que quiero es ganar en cada carrera superando cada vez mis tiempos, mas no ser famosa, eso no busco.

3.2.2 MORFOLOGÍA DEL PERSONAJE

Cuando empecé a aparecer en los distintos medios, al menos en alguna pequeña mención fue en la temporada de el Mundial de Atletismo en Sevilla, España en 1997; los Juegos Centroamericanos Maracaibo, Venezuela en 1998 y los Juegos Panamericanos de Winnipeg, Canadá en 1999, obviamente que por televisión se transmitieron resúmenes, reportajes o notas al respecto de las contiendas deportivas, en los distintos noticieros tanto de Televisa como de TV Azteca y dentro de ellos mi nombre apareció.

Si se trata de anunciar algún producto o marca que me patrocina, claro que lo he hecho. Las marcas que me han apoyado como Powerade, Wonder, Nike, Telmex, son marcas que siempre los veremos y oiremos anunciados en los medios de comunicación, así que no dudo que mi imagen halla aparecido en cine gracias a estos spots en el que yo he participado. Que finalmente estos spots son los mismos que se transmiten en TV.

Así comencé a sembrar y cosechar, casi al mismo tiempo, cuando inicié la aventura internacional y la preparación previa a esas contiendas que fue desde 1996 y hasta 1999 con los Juegos Panamericanos en Winnipeg.

Intentaré explicarlo un poco mejor. La prensa escrita es la que más me ha apoyado en cuanto a difusión se refiere, pero he de agradecer a los medios de mi estado natal, por que fueron ellos los que me siguieron la pista desde un principio, desde Sydney en 1996. Como El Imparcial de Sonora en donde se publicó por primera vez mis marcas de forma internacional, como la de ese año que hice un tiempo de 55.24 segundos. Viéndolo desde este punto de vista, ahora, este tiempo resulta risible para mí.

Es entonces cuando decidí prepararme sin detenimiento, sin distracciones y trabajando arduamente. Y mi entrenador es quien ha impulsado la perfección en mí. El señor Raúl Barreda me adoptó como su hija en el deporte a partir de las primeras medallas de oro conseguidas en la Olimpiada Nacional de 1996 y 1997 en las carreras de 400 y 800 metros respectivamente. Inició así la aventura entre los dos. Al comenzar el año, 1997, el señor Barreda, cubano por nacimiento, mexicano por naturalización, y yo comenzamos la carrera más importante: la de conseguir el éxito en atletismo.

Todo mi entrenamiento ha sido en mi tierra, en Hermosillo, Sonora, de hecho recuerdo que los primeros trabajos de supervisión sobre de Raúl Barreda fue en el estadio Héroe de Nacozari. Así fue como él ya estuvo conmigo en la carrera de 1997 en la Universidad Mundial de Sicilia, Italia, donde desafortunadamente quedé en el sexto lugar en la pista de los 800 metros.

Opina Raúl Barreda que soy una mujer voluntariosa, con mucha fuerza mental y poder de concentración, esto es cierto, porque gracias a ello he podido llegar a donde quiero. Si me fijo un punto en mi vida profesional no descanso hasta alcanzarlo, qué mejor que una fuerza de voluntad enorme para conseguirlo. Creo que es por eso que nos hemos identificado para formar gran equipo, es esta la mentalidad que debemos tener todos los deportistas en México, si es que deseamos volar alto por nuestro país.

Con esta forma de avanzar, de querer ser alguien grande, con mis primeras medallas y junto con mi entrenador comencé una larga e incesante gira deportiva que en realidad pues yo veo que no ha terminado. Por ejemplo, participé en ese mismo año, 1997, en una competencia regional, en Toluca, Estado de México, donde pude mejorar mi tiempo, en esta ocasión fue de 52.46 segundos.

Ya siendo el año de 1998 corrí los 400 metros en 50.65 segundos, es decir, con decisión y tenacidad todo se puede lograr en la vida, en esta ocasión volví a reducir mi tiempo 2 segundos en promedio, y fue en una competencia internacional en Lisboa, Portugal. De hecho, recuerdo que fue el 18 de julio cuando registré esta marca en mi lista personal de avance en tiempos.

3.2.3 MUNDO DEL PERSONAJE

Mi circuito olímpico inició en 1998 con los Juegos Centroamericanos en Maracaibo, Venezuela. A partir de este evento mi participación ha sido destacada. Obtuve medallas, comenzaba mi carrera a tan solo dos años de practicar el atletismo de manera profesional, fue hasta este momento que los diarios a nivel nacional hablaron ampliamente sobre mi persona, como deportista mexicana, hasta esas fechas sólo los periódicos locales en Sonora hablaban de una servidora.

Este inicio de circuito olímpico lo llevé a cabo de forma muy desgastante y tensa, como cualquier proceso de eliminatorias porque se pone lo mejor de uno mismo, siempre pensando en que no te rebasen, si disminuyo la fuerza en las piernas es más que suficiente para que me derroten, uno nunca debe darse por vencido. Por mencionar algo; uno de estos esfuerzos de los cuales hablo, es el caso del 15 de agosto de 1998 que fue la semifinal de los 400 metros cuya final fue al día siguiente; entonces el 17 corrí la semifinal de los 800 metros, que dos días después, el 19, obtuve la medalla de plata en la final; y a las 24 horas posteriores ya me encontraba corriendo de nueva cuenta en la pista de relevos 4 x 400, donde desafortunadamente no adquirimos alguna medalla, ya que era el trabajo no sólo es de una, sino de 4 atletas, un trabajo en equipo, y pues desafortunadamente no se dio.

Por lo menos las medallas de plata que obtuve fue lo suficiente para que los medios voltearan a verme y que supieran que quienes llevan medallas a nuestro país tienen voz y rostro.

Fue una gran labor la que realicé en esta contienda deportiva, porque no sólo me hice cargo de la pista de 400 metros donde obtuve el segundo lugar, si no también porque concluí la carrera de 800 metros, ambos en la modalidad de pista plana (sin obstáculos). Como decía, por cuestiones de centésimas de segundo pude mantener el tiempo que buscaba, ya que en la final del primer recorrido logré 51.31 segundos; en la segunda (en la de 800) pude alcanzar el 2.01.12 minutos.

Esta experiencia fue muy interesante, no solamente por lo que uno como ser humano, puede conseguir; si no que lo digo por el lado espiritual, patriótico. Esto lo menciono porque hay otras cosas bonitas rescatables dentro de las competencias. Por ejemplo, me dio tanta emoción ver a Marisol Bretón recibir la Bandera de México, de manos del Presidente de la República, hasta le dije a mi madre “te prometo ser yo algún día la abanderada”. Y lo que son las cosas, este deseo me fue concedido un año después en los Juegos Panamericanos en Winnipeg Canadá y posteriormente la experiencia la volví a vivir en los Centroamericanos del 2002 en San Salvador, y aún más reciente los Panamericanos en Santo Domingo en el 2003. En verdad es un honor portar consigo el lábaro patrio, y es más todavía una responsabilidad muy grande por que es en nombre del país entero. Es un honor que sólo se te otorga como recompensa a tu esfuerzo y a los logros que cosechas.

Pues más emoción me dio todavía en el instante en que se me nombró ser la designada para portar la bandera en el recorrido de las naciones en los Juegos Panamericanos de Winnipeg, Canadá un año después. De veras que es un sentimiento grande y satisfactorio después de emplear todo tu ser para competir en el nombre propio pero más grande cuando lo haces en nombre de toda la república.

Bueno, ya estando en el desfile de naciones en plena inauguración de los Juegos Panamericanos de 1999, como abanderada nacional, el sentimiento patriótico lo sentí muy grande en mí, me sentí muy orgullosa de mostrar nuestra bandera entre tanta gente de otros países, y mostrar que México no se queda atrás en cuestiones deportivas.

Yo le tengo especial cariño a cada una de mis actuaciones. Todas son simbólicas, sin embargo la de Winnipeg 99 lo es aún más por el hecho de que estas competencias tiene un peso olímpico mayor. Y por lo logrado en esta competencia mi nombre comenzó a adquirir cierta importancia a nivel nacional y a nivel difusión que de eso se encarga todos los medios de comunicación. Por lo tanto, la gente en la nación me conoció por fin, por ello mismo es que la mayoría tiene la creencia que mi profesión como deportista inició a partir de Winnipeg 99, cuando en realidad ya llevaba algunos años llevando a cabo este trabajo y no solamente ejerciendo el atletismo sino también como jugadora de básquetbol.

Y la popularidad, por así decirlo, que adquirí fue gracias a la prensa y a la difusión, pero no por el hecho de haber corrido sino de haber logrado medalla de oro en 400 metros planos en una contienda pre olímpica, sin mencionar la reducción de tiempo que logré una vez más ya que mi mejor marca en Canadá fue de 50.91 segundos.

Continuando con el circuito olímpico que estaba comentando, a parte de Canadá concursé ese mismo año en el campeonato de Stuttgart en Alemania donde no obtuve el primer lugar, pero pude mantener mi tiempo con 50.92 segundos quedando en segundo lugar. Afortunadamente, la ilusión y la confianza que me proporcionó la medalla de oro de los Panamericanos hicieron que entrenara y me impusiera a mi misma voluntad para no conformarme y querer más títulos, para mi persona, para mi familia y para mi México.

Aunque no siempre va a resultar las cosas como uno las planea. Lo digo por experiencia propia, ya que en el mundial de atletismo Sevilla 99, un mes después de la medalla de oro en Winnipeg, desafortunadamente no me quedé en las semifinales en la carrera de 400 metros planos, el 24 de agosto cuando corrí la semifinal en la serie 1 donde me posicioné en el sexto lugar de esta serie con un tiempo de 50.70 segundos, y en lugar número 12 a nivel mundial.

Pero si analizamos los resultados, mantuve mi marca, lo que me afectó es que me enfrenté a corredoras más veloces que yo, como Falilat Ogunkova de Nigeria que corrió en 49.96 o Lorraine Graham de Jamaica que realizó el trayecto en 50.05. Nunca se obtiene lo que uno espera cuando no se tiene la experiencia suficiente, y menos tratándose de que era la primera vez que participaba en un mundial de atletismo. Sin embargo, lejos de preocuparme, opté por ocuparme y entrenar aún más duro.

PREMIO NACIONAL DEL DEPORTE 99

Existe un viejo adagio que reza algo así "todo sacrificio o esfuerzo tiene su recompensa" y esto es cierto, créanlo o no porque si trabajas duro, trabajando día a día, sin descansar y con tenacidad, sin importar las derrotas, el trabajo siempre será recompensado. Esto lo saco a colación porque así como fue muy bonito recibir la bandera para los Panamericanos, también sentí una gran emoción cuando me otorgaron el Premio Nacional del Deporte en 1999. Y es que se trata de un premio, como todos igual de valiosos, pero este sería el primero de muchos reconocimientos emitidos por parte de la gente, el público, el país entero hacia una servidora.

El año 2003 para mí lo considero como la consolidación de mi carrera, o mejor dicho de Ana Gabriela Guevara la famosa, mi fama y éxito han llegado a cierto punto que se han consolidado, sin embargo a Ana la atleta no se detiene en lo más mínimo, porque yo busco superarme a mí misma, ya viene el segundo Grand Prix de México y posteriormente los Juegos Olímpicos de Atenas 2004.

Mi fama a llegado a que se piense cualquier cosa sobre mi persona en cuestiones profesionales. Como cuando Ana María Alvarado, periodista de espectáculos mencionó tanto en TV Notas, revista especializada, como en el programa Todo para la Mujer de Radio Fórmula, que era muy sospecho que me hallan visto en una casa disquera, pues me dio risa, porque si lo dices así cualquiera pensaría que mi presencia en ese lugar sería para firma contrato para cantar; sí me gusta cantar pero no para grabar discos.

No voy a desmentir que no estaba en esa firma discográfica porque sí fue cierto, pero no fue a grabar disco, me llamaron para concretizar un proyecto musical, ya que próximamente se lanzará a la venta un disco con música ideal para hacer ejercicio y cuya imagen sería su servidora. Eso estábamos ultimando no otra cosa. Es por eso que me da risa, puedo jurar que hasta me carcajeé porque no saben aún de lo que se trata y piensan mal, piensan cosas ilógicas.

PATROCINIOS

Es muy normal ver a deportistas apareciendo en anuncios comerciales. Las grandes firmas sólo voltean a ver a aquellos que ya están afianzados, posicionados en su carrera deportiva, me refiero a haber logrado varios triunfos, y destacar internacionalmente.

Un deportista, concretamente los que practican de manera individual necesitan patrocinios de empresas para solventar los gastos que se requiere para sobresalir en la disciplina. Estos apoyos económicos para nosotros, son inversiones para los empresarios, pero son inversiones y apoyos que considero deben darse desde el principio de la carrera, cuando uno no es importante, todavía.

Lo malo de todo esto es que cuando se es amateur, cuando apenas se va abriendo camino tiene que hacerlo con los recursos propios por más escasos que sean; y ya cuando llegan los triunfos es cuando las grandes marcas contratan a uno, mediante becas, etc; es decir, recibimos dinero a cambio de los triunfos

pero, lo más importante, a cambio de que llevemos el logotipo de la marca en alguna parte al momento de correr, eso por una parte, por el otro, ser la imagen oficial de la empresa.

Claros ejemplos son Telmex, donde también es patrocinador de corredores de autos mexicanos: en anuncio comercial participo también como corredora pero de autos en el autódromo haciendo gala de mi velocidad no sólo en las pistas atléticas, sino hasta en los autos y mejor que los hombres quienes son los mismos pilotos mexicanos en este comercial que se quedan impresionados por mi control del volante.

Otro, es el comercial de tintes infantiles, va más dirigido a la niñez, cuando fui la imagen del pan wonder, en el anuncio aparecí junto a una niña vestida igual que yo, en una pista dando la idea de querer alcanzar mis pasos profesionales, para ello le comparto un pan blanco de esta marca.

También estuve en uno más sofisticado, podría decirse que fue dirigido para todas aquellas personas dedicadas a hacer ejercicio, donde porto un traje aerodinámico, diseñado para el atletismo, corriendo a través de terrenos montañosos, pedregosos, imparables yo, pero al final bebo la bebida Powerade.

Así, a mediano o largo plazo, la gente voltea a ver a la persona que tanto sacrificio le costo llegar a la cima. Así uno mismo le sirve de ejemplo a la juventud y a la niñez que viene detrás. Pues a toda esa gente que prende su televisor para ver una competencia en la cual participo, yo les agradezco de todo corazón; les agradezco a todo el país, a mi familia, a mi entrenador, a las empresas que me patrocinan porque todos están haciendo posible este sueño.

Un claro ejemplo ha sido cuando llegué a México después de una larga temporada de competencias en el 2003, entre el mundial de atletismo y los juegos Panamericanos, donde coseché todos los triunfos, medalla de oro, campeona del mundo, dejando en alto el nombre de una mexicana, y del país. Por supuesto que en el aeropuerto me esperaban ya cientos de seguidores, el auditorio nacional ya repleto esperando verme, estar cerca de mí. Entrevistas para la televisión y radio, encuentros tanto con el señor presidente de México Vicente Fox, así como con Joaquín López-Dóriga. Aunque tuve una jornada ardua el día que

regresé, en Noviembre 2003, lo disfruté como nunca, porque lo que sucedió ese día, también forma parte de mi sueño.

PRECIO DE LA FAMA

Para octubre del 2001 ya había obtenido premios y reconocimientos que la verdad a comparación, muy pocas mujeres lo han logrado hasta ahora, ¿pero a costa de qué? Y sin pensar lo que aún lograrían en los dos años siguientes.

Sé que elegí uno de los caminos más difíciles de la vida, porque he tenido que sacrificar parte de mi juventud en lo que se refiere a convivir con mis amigos, ir a fiestas, al cine, a platicar o el convivir con mi familia, así como a las reuniones o demás eventos; por supuesto también he sacrificado mis sentimientos ya que decidí no entablar relaciones amorosas, puesto que el atletismo, el querer sobresalir implica concentración al 100%, sin distracciones de ninguna clase.

Y no me arrepiento porque los logros alcanzados me posicionaron en ese entonces en el primer lugar por puntos acumulados y en el quinto por los tiempos hechos. Es muy gratificante saberse reconocida internacionalmente, me llena de alegría, sin embargo creo que tienen razón cuando publican que tengo una personalidad seria, recia, introvertida; piensan que soy así porque vivo con un choque de sentimientos.

Los triunfos, gracias a mi dedicación, me llenan de alegría, pero los rumores que hay entorno a mi personalidad me angustian, porque sino me conocen, ¿porqué se atreven a decir de mí cosas que no son ciertas? Al contrario que muchos esperan, yo no me presto al juego de presentarme a aclarar lo que se dice porque eso acarrearía que se metan cada vez a mi vida privada cosa a la que no estoy dispuesta.

Y es que a mi no me importa si sólo se estén fijando en mi cuerpo, que si no tengo pechos, que si tengo músculos marcados, hasta se me ve "la manzanita de Adán" al hablar, esto no me importa, porque no busco tener excelente apariencia femenina, para que volteen a verme, lo que sí me preocupa es no tener un cuerpo apto para las competencias.

Es cierto, carezco de sensualidad a flor de piel, no estoy atiborrada de femineidad, esto menos me preocupó a partir de que terminé con mi último gran amor, el más fuerte quizá, e inicié el proceso para

entregarme netamente al deporte. Ya que sino obtuve éxito en el amor, me fijé la sólida y ambiciosa meta de todos los éxitos en el atletismo.

Ahora estoy saboreando todos los frutos que he cosechado, no sólo son dos, sino un gran paquete de trabajos fructíferos, bien pagados y que a parte de todo, sí pesa. La fama, el que todos te conozcan, el que te busquen, el que te asedien, no es exactamente un compromiso porque yo elegí triunfar en lo que me propuse, pero aún así no deja de pesar.

Cuando digo que pesa es porque al principio, cuando iniciaba en esto lo hacía por mí misma, por demostrarme que tan lejos puedo llegar; hoy en día no sólo debo hacerlo por mí sino por el país, por México, no sólo debo dejar en alto mi nombre sino también el de toda una nación.

Hoy puedo decir que comienzo a vivir mis deseos. Es decir, estoy viviendo los momentos en los que extiendo mi mano y me conceden lo que sea, la fama la comparto con todas las personas a las que quiero o a las que lo necesitan. Eso es lo que me fascina, no ser una estrella más, sino un ser humano que pueda ayudar a la gente.

He triunfado, gracias a mi carácter y mi talento. Gracias a estos ingredientes me puedo dar el lujo de vivir del deporte, esto es algo que, cuando uno es principiante, da miedo el no poder subsistir con lo realizado. Hace poco más de ocho años estaba terriblemente mal económicamente hablando, tuve que hacer de todo para conseguir dinero y continuar con mi carrera deportista. Llegué hacer rifas, vendí tamales, golpeaba puertas para buscar patrocinadores, todo para acumular 100 dólares y ropa deportiva, cuando los conseguí fue mi primer triunfo en realidad. No, no me daba vergüenza pedir ya que todo era por mi sueño dorado.

En cambio hoy cuento con contratos de Nike, me pagan sueldo base y por las competencias en las que participo. Con esta marca gano suficiente dinero, pero no tanto como para pensar en un retiro. Esto es un ejemplo de que del deporte sí se puede vivir, sólo hay que fijarse metas y esforzarse al máximo, ser perseverante con tal de llegar a ellas.

Lo malo es que al principio, existen personas o circunstancias que no te permiten avanzar como uno desea. Yo tuve que rogar para un patrocinio, me entrevisté con mucha gente, algunos me pedían planes y proyectos, otros trataban de frustrarme porque ellos también lo estaban. Todo esto es muy cansado, después de quien lograr pasar esto, lo demás es fácil. Y quien lo consigue es porque tiene el hambre de triunfar.

Uno mismo se fija prioridades, las mías son el deporte, mis sueños, mis entrenamientos. Así que cuando los hombres se acercan los rechazos en el aspecto de que no estoy en el momento para entregarme a una relación, todavía no. Los galanes deben esperar. Es que yo soy una mujer que piensa que no se está obligada a siempre pensar en casarse y tener un montón de hijos, sino más bien en que si se presenta una gran oportunidad en tu vida pues hay que tomarla, lo demás vendrá después. Es decir, ¿porqué dejar lo que tengo ahorita para casarme y tener hijos?

Y no deseo tener novio porque como ya lo había expresado, eso sería una distracción a mi concentración. El poder de la mente es muy poderoso y traicionero. En el caso de las competencias, al momento de correr yo debo de estar pensando en llegar primero a la meta, no debo pensar en otra cosa, de lo contrario no me lo toleraría a mi misma.

Por ejemplo, cuando jugaba todavía baloncesto tuve novio, en esta época viví muchas cosas fuertes y permití que mi cabeza se ocupara en los sentimientos y en la diversión, en las fiestas y en las discos. De aquí es de donde puedo presumir que tuve una vida como cualquier otra. Pero al momento de comprometerme opté por olvidar toda esta parte de mi vida. Y es que no hay nada más que me llene, sólo el deporte, no lo cambiaría por nada del mundo.

Gracias a esta forma de pensar muchas mujeres en México creen que soy poco femenina, cosa que no me molesta porque así como hay crítica en los artistas también lo hay en los deportistas; hasta lo he vivido en mi familia. Bueno, ¿hasta no me catalogan de lesbiana? Esto lo viví de alguna forma muy cercanamente.

En alguna ocasión, unos parientes le contaron a mis papás que no permitiera que hiciera deporte porque éste es un mundo lleno de peligros, de malas influencias, corrupciones y muchos homosexuales. Y

tantos otros mitos, como el de que los directivos abusaran sexualmente de los deportistas. Todo esto y lo que dijeran de mi persona no me molesta, ya que lo único con lo que estoy contenta es con lo que hago y pienso, así lo demás no importa. Así que estoy consciente de que soy una figura pública por lo tanto estoy lista para confrontar cualquier crítica de forma abierta, clara y directa.

Soy tan directa que si fuera lesbiana, si tuviera pareja, si tuviera novia no lo ocultaría, me gusta confrontar todo, soy responsable de mis propios actos. Entonces, si quieren despejar alguna duda sobre mí pregúntenme directamente, aunque estoy acostumbrada a que hablen a mis espaldas.

Referente a mis padres, todo esto ya lo comprendieron, que estoy a expensas de las habladurías por una parte, y que en todo ambiente de trabajo existen los riesgos y los peligros. Aunque mi papá fue el que no estuvo de acuerdo en ningún momento, que jamás me apoyaría, así que me salí de mi casa y desde 1997 nunca les pedí apoyo. Tenía que demostrarles que mi sueño no era juego. Y ahora que tengo dinero me toca a mí apoyarlo a él.

EL RECONOCIMIENTO COMO ÍDOLO

Desde hacía 10 meses no visitaba mi tierra, en Nogales Sonora. Ahora después de tantas actividades a mi regreso en septiembre del 2003, un mes después ya estuve de vuelta, con mi gente, con mi familia y mis paisanos.

Fue una tarde lluviosa, yo creí que se suspendería o que al menos se modificaría el itinerario, pero la gente no se dejó amedrentar por el clima. A las 4 de la tarde llegué a Nogales en avioneta, desde Hermosillo ya que ahí sólo hay un aeropuerto para aviones pequeños. Como a eso de las 5 de la tarde llegamos al Instituto Tecnológico de Nogales ya que ahí se dio el acto inaugural de un deportivo que llevará mi nombre. En este deportivo se contará con pista de atletismo, al centro cancha de fútbol soccer, entre otros elementos. Ahí me mostraron la maqueta de este centro deportivo, me explicaron de lo que se trataría y con qué servicios contaría.

Posteriormente, una hora después, iniciamos un recorrido en una camioneta por las calles y avenidas principales de la ciudad para saludar, por lo menos de lejos, a la gente que se dio cita para verme y

así percibir todo su cariño hacia mi persona. No pude ir en un auto o camioneta descubierta por las inclemencias de tiempo. Pero pude abrir la puerta y de pie iba saludando al público.

Ya casi a las 7 de la noche ofrecí una conferencia de prensa donde pude agradecer a todos, por su cordialidad, su amor, su apoyo siempre tan incondicional. Y ya minutos después el presidente municipal de Nogales Lorenzo de la Fuente me otorgó un nombramiento como "sonorense destacada" e "hija predilecta de Sonora".

Ya de regreso a México, fue algo que no había visto nunca por lo menos para mí. Ese día fue un día arduo, ajetreado pero con gratitud para todos aquellos que creen en mí. Entre entrevistas, reporteros, multitudes, el presidente de la república, y un recibimiento del público en el Auditorio Nacional que jamás pensé que en el pueblo despertara tanto cariño hacia mi persona.

Llegué de París vía Aeroméxico, alrededor de las 4:10 de la tarde el 17 de septiembre del 2003, regresé después de haber cumplido con el cometido de ganar en el mundial de atletismo en Francia, me di dos semanas de descanso y regresé.

Ese día tuve una agenda muy apretada, porque en lugar de ir a descansar por el viaje en cuanto pisara suelo mexicano, no fue así. En el aeropuerto una multitud de reporteros ya me esperaban, se arremolinaron en donde me encontraba, afortunadamente unos 10 guardias de seguridad me cubrieron para que no se amontonaran contra mí. No dije ningún discurso, no concedí entrevistas en ese lugar porque ya estaba estipulado de esa manera a quién le daría mis palabras después de los triunfos conseguidos en agosto.

Al percatarse de esto, la gente que se encontraba en el lugar comenzó a lanzar porras, gritos de alegría, gritaban mi nombre, comenzaron a aglutinarse para poder verme, pedir un autógrafo, desafortunadamente no pude firmar nada, pero sí hubo un par de personas que lograron evadir la valla de seguridad y acercarse a mi para que le autografiara sobre un papel, lo único que pude hacer es ofrecer disculpas y saludar a todos de lejos y con la mano en alto para que pudieran por lo menos apreciarme de

esa forma. El cariño de la gente es inmenso, yo les conozco, son pueblo mexicano de igual forma les retribuyo su amor.

Posteriormente, me encaminaron hasta la Residencia Oficial de los Pinos para tener un encuentro con el presidente de la República Vicente Fox y el secretario de la SEP Reyes Tamez. Apenas si charlamos 10 minutos, fue una plática breve. Ahí mismo le mostré la medalla de oro por el triunfo en París, él me felicitó, enaltecendo todas las características que pudo encontrar para mi persona y mi trabajo: entrega, empeño y profesionalismo. También me pidió no dejar de practicar, que siguiera trabajando duro, ya que todo el país se sentía orgulloso de mí, a lo que le respondí que eso mismo haré para comprometerme a volver entregar esfuerzos en las próximas competencias.

De ahí nos dirigimos a un evento masivo, en el Auditorio Nacional, puede decirse que este fue el recibimiento del pueblo de manera oficial. El público lo conformaba en su mayoría por jovencitos de secundaria, ya impacientes, según me contaron ellos, de conocerme en persona, por ejemplo una tocaya que conocí ahí mismo, para Ana Gabriela López significaba mucho estar presente porque me admira y se siente orgullosa de una representante del deporte mexicano.

En cuanto aparecí, los niños se volvieron locos, parecía que estaban viendo a su artista favorito, pero no, me estaban viendo a mí, como si yo fuera su súper héroe o algo por el estilo; así entonces pasó una niña que ofreció unas palabras en el escenario; mencionó que se siente contenta porque ahora sí pudo gritar de felicidad cuando una mexicana ganó el primer lugar en algún deporte, ya que siempre la dejan con las ganas en otra disciplina deportiva.

También dijo que está muy orgullosa que a parte de ser mexicana, también de que rompí con la racha del "ya merito". Soy un ejemplo para la juventud mexicana. A lo que yo pude pronunciar agradecimiento por sus palabras ya que eran emotivas y profundas; y a esa juventud que estaba presente les mencioné que es muy difícil luchar por un ideal, como mexicana, siempre fue mi ilusión luchar por mi país, pero paso a paso lo he ido logrando, se han ido concretando mis sueños. Todo lo hago por México, por mí, por mi familia y por Raúl, mi entrenador.

Yo no sabía correr, y Raúl Barreda no me dejará mentir, pero tenía muchas ganas de hacerlo, así que aprendí y año tras año fui mejorando, es un proceso largo, pero que vale la pena, así que jamás hay que rendirse por que el esfuerzo y la paciencia son parte de todo de la dedicación para llegar a las metas fijadas para la vida.

Después de platicar un rato, se dio algo muy bonito, que me agrada y siempre me ha agradado: cantar. Ahí estaba con mi medalla en el pecho y junto a Pablo Montero, cantando ranchero algo muy padre, algo que jamás creí hacer y menos ante cientos de personas y en el Auditorio.

Días posteriores comenzarían las invitaciones a distintos eventos como la ocasión en la que yo sería la encargada de dar oficialmente el arranque de trabajos en la Bolsa Mexicana de Valores, y no llegué. Esto sucedió días posteriores a mi regreso al país. No asistí, no por irresponsabilidad mía, sino porque quedé atrapada en el tránsito. Llamé por teléfono desde el auto para avisar que llegaría tarde, me esperaron cerca de 30 minutos, pero era demasiado tiempo, y pues no llegué a dar el campanazo de inicio de labores. Se llegó a comentar durante todo el día en algunos medios de comunicación, pero al día siguiente ya nadie lo mencionó, ni nadie quedó ofendido. Ya que también tuve la responsabilidad de ofrecer disculpas.

Otro evento al que me invitaron, fue un evento más que laboral, fue algo social, de entretenimiento. Me refiero a la posada cuyo anfitrión fue Jorge Ortiz de Pinedo. También di de qué hablar al quedarme sólo unos minutos, 5 tal vez 10, y es que al llegar la prensa, no dejaban de asediarme como si yo fuera la única con carrera trascendente en ese lugar, y no era así puesto que también había muchos artistas. La verdad que ese mundo no es para mí. No me gustaría que el público me conociera a base del morbo, así que decidí dejar la fiesta. Al día siguiente me tacharon de pesada, sangrona. Pero si le preguntamos a la gente, hoy, acerca de esto no se acordaran ya que no fue algo trascendental y en los medios no hicieron escándalo, cosa que agradezco.

Otro evento en el que también me invitaron, al que asistí gustosa, y que se apega a lo deportivo, fue al dar el banderazo inicial en la carrera de la Serie Cart que se llevó a cabo en la ciudad de México a finales de Noviembre. En fin, el ser ejemplo a seguir, tiene sus ventajas y sus desventajas, pero es muy importante tener en cuenta eso, porque los niños toman como modelos a gente como deportistas, y si uno va con irresponsabilidades pues la niñez querrá copiar lo mismo. Es un peso muy grande ser admirado, uno debe

actuar acorde con lo que uno realiza, porque a final de cuentas éste, el infantil, son los que nos sustituirán en el futuro, en la política, en el deporte o en las artes.

Por otro lado, para enero me trasladé a Mérida Yucatán para comenzar entrenamientos en la ciudad Blanca, esto para la preparación que conlleva rumbo a los Juegos Olímpicos de Atenas en agosto. El campamento consistía en permanecer desde el 11 de enero y hasta el 1 de febrero. Así quedó confirmado el viaje ante la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte. A Raúl, mi entrenador, le propusieron darle seguimiento para un plan de trabajo al equipo de relevos femenino de 4 x 400, pero él no accedió, porque opina que primero se debe trabajar con cada una de las chicas, que mejoren sus tiempos y sus técnicas, ya alcanzados algunos logros, ahora sí conformar un buen equipo.

3.2.4 EJEMPLO DEL 4TO PODER FACILITANDO LA IDOLATRÍA

Gracias a mi carácter y talento he podido llegar a los triunfos estipulados por mi misma; trayendo como consecuencia una fama insospechada a tal grado que en la revista Rolling Stone México me colocó en su lista de Las Mujeres del 2002 donde el común denominador de todas ellas es que son cantantes.

Será porque en el nombre llevo la penitencia. Ana significa "la llena de gracia" y Gabriela la que tiene fuerza divina". He hecho todo lo posible con gran tenacidad para hacerle honor a mi nombre aunque no de forma deliberada, simplemente soy como he querido ser. Mi filosofía de vida es como lo que dicta la canción más célebre de Paul Anka "My Way" o "A mi manera"; creo que esta forma de vivir ha rendido frutos.

Para muestra están los triunfos de la Golden League de Atletismo en Europa en verano del 2002, donde obtuve todos los triunfos y preseas doradas en París, Roma, Zurich (donde alcancé un tiempo de 49.16 segundos al correr los 400 metros planos convirtiéndome en una de las mejores marcas en la historia del atletismo), también estuve en Madrid y Alemania.

Haciendo una introspección pareciera que soy totalmente rígida y exigente conmigo misma pero de repente tengo mis detalles, me doy permiso de hacer cosas que no tienen que ver con el ambiente deportivo. ¡qué tal cuando posé para la firma de lencería Vicky Form! Mucha gente me vio en ese anuncio, en los espectaculares de la avenida viaducto de la ciudad de México, donde yo lucía un sostén un tanto sexy.

Esto es otra muestra más de lo atrevida que puedo ser sin importarme el qué dirán, las habladurías o los rumores, con cero complejos, cero inhibiciones. Después de todo estoy orgullosa de mi cuerpo, de mis piernas, de mis músculos, de mi fuerza. Creo que salgo del estereotipo del sexo débil, en parte es por ello que dudan de mi sexualidad; y gracias a estas opiniones sobre mí misma he sacado gran fuerza que no se encuentra depositada en mis músculos sino en mi mente.

Hablando de fuerzas, por cierto, no me quiebro tan fácil, me es muy difícil llorar, pero cuando lo hago, lo hago por frustración, como cuando no conseguí la tan anhelada medalla de oro en Sydney, Australia, en los Juegos Olímpicos 2000. No me agradan las hipocresías, ni las traiciones, no las tolero. Me gusta la libertad, la de expresión sobre todo si hablan de mí o conmigo; en este aspecto y en todos los demás me identifican con las águilas, tan libre e independiente.

Lamentablemente no todo es miel sobre hojuelas, puesto que el equipo de relevos 4 x 400 estuvimos en los mejores tiempos. Esto no se dio por aludido si entendemos que un día antes me habían coronado los medios de comunicación como "la Reina Ana de México", y todavía estaba muy fresca mi victoria, por lo tanto el no ganar la competencia de relevos no tuvo gran relevancia.

Todas las pruebas, considero yo, que son muy importantes para todo atleta porque vas midiendo la capacidad y rendimiento de uno mismo como el de los demás, por eso aunque no me dejo decaer, si es triste el hecho de que el equipo mexicano de 4 x 400, en el que yo también fui partícipe, quedáramos en el quinto lugar de la tercera ronda eliminatoria. No pudimos alcanzar ni los tiempos logrados por los equipo de Estados Unidos con 3:24:57 minutos o Senegal con 3:28:37 cuando nosotras hicimos 3:29:74.

Por otro lado, siendo ya una persona importante, el público y los medios querrán saber mi postura ante varios tópicos. Me acuerdo, por ejemplo, que el 20 de noviembre del 2003 no pude asistir al desfile deportivo por recomendación del médico ya que estaba enferma de gripa, pero eso no me impidió conceder entrevistas, en las cuales expresé opiniones diversas. Una de las que le dieron mayor realce es acerca de que no estoy de acuerdo que el Comité Olímpico Internacional (COI) acepte a atletas transexuales.

Bueno, lo que sucede es que pienso que es contradictorio el que el COI defienda el control antidopaje, sustancias prohibidas y al mismo acepte a transexuales que por obvias razones han recurrido alguna vez al uso de sustancias, ya sean esteroides u hormonas. Si llegan a aceptar esta medida, se rompería con todo esquema que los Juegos Olímpicos reflejan, como la legalidad, la igualdad, la unión. El que los transexuales compitan tendría muchas desventajas, y en este caso no se vería reflejado el verdadero motivo de la competencia.

CONCLUSIÓN

La clave para crear nuevos y originales ídolos radica en las historias de vida de ellos, haciendo una selección de las mejores experiencias, reales o inventadas, enalteciendo las cualidades de la persona e inhibición de la verdad.

Como se relata en el último capítulo tanto Yahir como Ana Gabriela Guevara, ellos no son otra cosa más que seres humanos como cualquier otro, con talentos y capacidades como todos, sólo que ellos, por encontrarse inmersos en el mundo del espectáculo, sus trayectorias se ven enaltecidas por los reflectores. Esas capacidades que desarrollan son elementos de grandes proporciones por estar en la mira del público y éste tiende a idealizar a estos personajes como ídolos porque creen que éstos son los únicos poseedores de cualidades y la gente "común y corriente" no.

Con esta premisa los medios de comunicación parten para tomar a un puñado de gente como sus mediadores y convertirlos en ídolos para convencer, persuadir al público de que actúe a conveniencia de los dueños de los medios de comunicación y las empresas que ahí se anuncian.

A Yahir y a Ana les encomendaron esa misma tarea, la de persuadir, vendiendo su talento, su ímpetu por hacer las cosas. Es cierto que los ejecutivos de TV Azteca no le dijeron personalmente a Yahir "te vas a dedicar a convencer a la gente que la programación que tenemos, que La Academia, y todos sus productos son los mejores y les conviene adquirirlos"; o los ejecutivos de Televisa no le dijeron a Ana Guevara "tienes que ganar o mínimo quedar en segundo lugar en todas tus carreras, porque así la gente se dará cuenta que eres un estandarte de credibilidad y heroísmo, mientras que enfoquemos las marcas patrocinadoras".

No, esto no sucede así. De manera implícita se les encomienda a personas como Ana o Yahir, que capten al mayor número de audiencia posible en los canales donde se encuentran. Esto es a través de apoyo hacia estas figuras, reportajes absolutamente de todo lo que hagan tanto dentro como fuera de su profesión, transmisiones de sus presentaciones, promoción de sus discos o en el caso de la deportista, permitir la transmisión de campañas publicitarias con distintas marcas, firmas de autógrafos para que la gente tenga una proximidad más estrecha con sus ídolos.

Cada detalle, en cada fotografía, en cada toma de televisión, cada palabra transmitida por radio o escrita en prensa, cada detalle en el atuendo o en el físico es imprescindible para que el público se sienta identificado plenamente con esos personajes, pero no porque sean parecidos en el físico o en la personalidad, si no porque representa lo que nunca podrán ser y hacer, un icono de la esperanza y de los sueños irrealizables, que por lo menos en la fantasía esos personajes pueden salvar a la gente de sus problemas cualquiera que sea, por medio de la distracción, de vidas virtuales, por medio de un momento de abstracción de la realidad.

A Ana y a Yahir, los dotaron con las características adecuadas para que la mayoría de la gente, sobre todo el sector al que van dirigidos, pudiera empatar entre sí, y a su vez con los personajes. Ejemplos de estas cualidades se enlistan la perseverancia, la constancia, amor a la carrera, la disciplina, el sacrificio, soporte del dolor, soñadores, se fijan metas, y sobre todo son muy talentosos.

Ahora bien, una vez habiendo captado a una cantidad razonable de público, se inicia el proceso de cosificar todo el potencial de los artistas, aprovechando la idolatría para recaudar utilidades financieras a favor de las empresas. Como por ejemplo artículos promocionales, entrevistas en revistas, portadas, estadios llenos, transmisiones de las competencias de la deportista o presentaciones del cantante.

¿Pero cómo sabemos que estos personajes ya son ídolos? Pues precisamente con el apoyo del público reflejado en altos niveles de rating, localidades agotadas en todas las presentaciones, aglomeraciones en los aeropuertos, en las ruedas de prensa, aglomeraciones por parte de los periodistas; altas ventas de discos.

Como lo menciona la comunicadora Maxine Woodside en su programa radiofónico Todo para la Mujer, lamentablemente cuando les funciona tan bien algún producto a las televisoras o a los medios de comunicación en general, a mediano plazo lo perjudican lejos de mantenerlo vigente. Y más aún en estos tiempos donde la competencia es fuerte, y la guerra entre medios no cesa, se resisten a dejar un proyecto como es la creación de personajes a idolatrar, explotando la fórmula del éxito, haciéndose obsoleto, viejo, gastado, provocando que la imaginación de sus creadores o creativos no se renueve y se atrofia, mientras

que la sociedad demanda cosas, productos, programas, artistas o deportistas nuevos, los medios se aferran fehacientemente al mismo proceso de fabricación de personajes e ídolos.

Pero el colmo de males en los medios y en relación a los ídolos, en México los dejan de fabricar (cuestión de meses), no se preocupan por mantener a los ídolos como tales, en vigencia egresados del proceso anterior, al contrario, los dejan en el olvido, y cuando necesitan elevar ventas, *rating* y demás es cuando recuerdan que tienen parados a sus propios ídolos, haciendo que pierdan popularidad y gusto en la gente.

Hoy en día, en el mundo del espectáculo mexicano existe agonía, debido a la carencia terrible de imaginación y credibilidad. Por eso es que en la radio los artistas del momento y nuevos lanzamientos cantan *covers*, canciones que fueron *hits* en su época, ya sea de hace 40, 30 ó 20 años. En la TV, las telenovelas son acerca de historias que se produjeron hace 20 ó 30 años o hace 2 ó 5 años en otros países, o en el cine hollywoodense produciendo películas basadas en hechos verídicos, adaptaciones de libros o cómics.

Gracias a esta terrible crisis en los medios más importantes del país, es que ya no existen ídolos como un Pedro Infante, José José, Juan Gabriel o hasta Rigo Tovar. Y es que al fin y al cabo lo único que interesa es, finalmente, lo redituable a corto plazo, sino es que de forma inmediata. Ejemplo de todo esto el repetir la misma fórmula una y otra vez.

En el cine, en los años 1999 y 2000 fueron taquilleras las películas Sexo Pudor y Lágrimas y Amores Perros cintas que se caracterizan por tratarse de temas urbanos, familias disfuncionales, violencia en las relaciones humanas, y retratar la decadencia del espíritu humano; así mismo, como tuvieron el atino de aplicarles un tratamiento nuevo y moderno, captaron mucho éxito; así los años posteriores y hasta la fecha, a la mitad de la primera década del siglo XXI, violencia urbana, con toque de denuncia social y con las mismas técnicas cinematográficas, ¿el resultado? Una industria estancada en este aspecto, películas pobres, con guiones mediocres y actuaciones que dan mucho de qué desear. Por tanto, no hay películas taquilleras, la gente se aleja de las salas de cine donde se exhiben. Como ejemplo: Conejo en la Luna, Manos Libres, Perfume de Violetas, Todo el Poder, Un Mundo Raro, Matando Cabos. De hecho ya se ha pensado en un subgénero: el de violencia y denuncia urbana.

¿En la radio o la industria discográfica, quiénes fueron verdaderos ídolos en su momento? José Alfredo Jiménez, Javier Solís, José José, Yuri, Lupita D'alessio, Juan Gabriel, Rigo Tovar, Vicente Fernández, Raphael, Emmanuel, Los Bukis, Mecano, entre otros. Entonces, canciones que interpretaban estas figuras fueron *hits* garantizados. Pues entonces, si un nuevo cantante graba su propia versión de lo que alguna vez cantaron esos ídolos, está asegurando su éxito, no por él mismo, sino por lo que significó la canción, en su tiempo. Pues es así como la industria discográfica y a consecuencia la radio, también ya se estancaron por la falta de creatividad para hacer productos de calidad que garantice ganancias monetarias; y hacerle frente al problema de la piratería. Entonces, los años 2003, y 2004 y lo que va del 2005 fueron los años de los *covers* gracias a los lanzamientos de los discos de: Edith Márquez, Pandora, Luis Miguel, Pablo Montero, Fey, Moderatto, Molotov, Cox, Moenia, Enanitos Verdes, Yuri; entre otros. En consecuencia, al público se le viene a la mente la frase: "pan con lo mismo" y prefiere no comprar discos originales e ir con la piratería y comprar compilaciones de esos artistas.

La TV, ¡ni se diga! Es donde más pobreza imaginativa existe. Para crear programas de calidad y propuestas innovadoras e inteligentes para crear nuevos ídolos, o al menos consolidarlos los que están vigentes. De igual manera, se ha estancado con las mismas fórmulas que les redituaron millones de pesos además de altos niveles de audiencia. Pero parece que no se han percatado que el público no es tonto y que éste ya se dio cuenta que son fórmulas viejas de programas tontos, inverosímiles y absurdos que no proponen ni si quiera, ni al menos, diversión y entretenimiento. Ejemplo de ellos: *reality show Big Brother* y La Academia, telenovelas: Amor Real "*remake*" de Bodas de Odio; La Madrastra *remake* de Vivir un Poco; Los Sánchez *remake* de una historia original producida en Argentina; así mismo que Las Juanas, Top Models, Rebelde, Apuesta por un Amor, también producidas originalmente en países de Sudamérica. Programa cómicos: los que le dan cabida son siempre los de *sketches* cómicos y chistes aislados, como: La Parodia, El Privilegio de Mandar, La Casa de la Risa, XHDRBZ, La Familia P. Luche, La Hora Pico, Puro Loco, Ya cayó, y el programa de parodia en dibujos animados de Televisión Azteca Descontrol. Otro esquema de programa también muy usada y que más bien parecen supermercado, tianguis o aparador de tiendas en forma descarada, son los programas conocidos como de revista dirigidos especialmente al *target* de amas de casa, como son: Cada Mañana, Tempranito, Con Sello de Mujer, Hoy, Vida TV, Nuestra Casa, El Club, Viva la Mañana, y Qué Importa.

Bien dicen que el que no arriesga no gana. Y yo propongo, con este trabajo de análisis, volver a arriesgarse creando ídolos nuevos frescos, dejando atrás las copias para que las ganancias se aseguren.

Propongo volver a incentivar y echar mano de la imaginación de nueva cuenta. Pero también propongo alimentar día a día, cuidar siempre a los nuevos creadores y a sus creaciones, sin dejarlos a la deriva, para capturar públicos durante décadas, y no sólo meses que es lo que dura un programa o proyecto. Sino las décadas de vida del ídolo para que gracias a éste los discos, series televisivas o películas en los que participe sea carta abierta para altas ventas futuras o presentes.

Los ídolos, por consecuencia sí son productos mercantiles. Lo cual, la relación medios – ídolo debe ser como una especie de matrimonio evitando siempre el divorcio para obtener la fuerza de poder mantener al público siempre presente y éste adopte como ejemplo a seguir al ídolo y admire al medio por haber ofrecido ese producto en cuestión. ¿Y cómo lograrlo? Lo dicho, creándole “crónicas, ya que la anécdota sirve para reforzar la imagen de verosimilitud con que pretenden investirse estos mensajes y así legitimar el juicio de valor y la moraleja que cierran el caso”¹. Todo de manera industrial, producción en serie, para abarcar a un público basto y diverso.

Resulta más que obvio que el uso de los ídolos es para persuadir a la gente para que éstos adquieran productos y servicios de distinta índole, lo complejo es crear a estos personajes que se dedican a esta tarea, por esto es que la presente investigación es explicar lo qué es y cómo es un ídolo.

Los personajes los crean, les dotan de cualidades y los incluyen dentro de ambientes donde resaltarán, los hacen ídolos, la empresas obtienen ganancias y después ¿Dónde quedan Yahir y Ana Gabriela? ¿En el olvido? ¿Entonces de nada sirvió el que nos contaran de su vida, de sus sentimientos, de su mente, de su trabajo; porque de todos modos el público olvida? Quedan en el olvido porque su vida, sin los reflectores, es parecida a la de cualquier persona. Pues sí sirvió como mercancía en unos casos y materia prima en otros porque supieron mediar, persuadir y convencer gracias a su propia persona. Sin embargo a largo plazo si los medios de comunicación no se ocupan de seguir alimentando la admiración del público hacia estas figuras pues quedan olvidadas en la mente, aunque registradas en los archivos de los medios.

¹ Ibidem, p.198

Si quitamos la parte técnica como cámaras, micrófonos, reportajes y notas en prensa escrita, es decir, proyección, los ídolos dejarían de serlo para ser entonces lo que siempre han sido: personas comunes y corrientes. Es decir, los medios son sólo un circo donde lo más simple se convierte virtualmente en lo más complejo, en lo más espectacular. Hasta yo mismo, autor de este trabajo, puedo ser producto de mercadotecnia, o sea, un ídolo.

En pocas palabras, los ídolos no son más que productos mercadotécnicos creados por los propios medios de comunicación. Por lo que los ídolos sin los medios de comunicación, (prensa escrita, radio, TV y cine) no existen, no son ídolos, son personas comunes y corrientes. Por lo tanto, los medios de comunicación son la vía, la base, los encomendados, los mediadores para transformar y mantener, según su conveniencia empresarial, a cualquier persona, por común que sea, en ídolo nacional mexicano. Así que, la esencia de la gente (ya sea talento, trabajo, personalidad, etc.) se vuelven materia prima para crear productos, ídolos redituables

¿Los elementos de un ídolo que determiné los primeros dos capítulos de este trabajo de análisis, cumplen en el trabajo que desempeñaron Yahir y Ana Gabriela en estos cinco años del 2000 al 2005? En verdad sí, lo tienen todo para ser un ídolo, para empezar ambos son personas que pertenecen directamente al pueblo, a la gente pobre, o de clase media o media baja. Gente que sacrifica continuamente actividades, familia, amigos, para salir adelante por si mismo y lograr triunfar. Ambos tienen personalidades sencillas, emprendedoras, que no se dejan vencer, perseverantes, humildes, donde la gente se identifica y son presa fácil para el consumismo y las empresas. Son elementos para conformar un arquetipo de lo que debe ser un ídolo hoy en día, muy bien cimentado y fundamentado para poder persuadir a la gente.

Los medios de comunicación por tratarse de un escaparate inmenso, una lupa gigantesca, donde lo más insignificante se convierte en lo más espectacular, pues aprovechan su propio espacio para darle cabida casos como los de Yahir y Ana Gabriela para sorprender al público con gente que en apariencia son más capaces de lograr sus metas que otros, cuando en realidad todos somos capaces de alcanzar objetivos y sueños, y no es necesario que aparezcamos en publicaciones o televisión para que nos idolatren.

No hay vuelta de hoja, Humberto Eco claramente lo menciona, en cuanto a la creación de personajes factibles a ser realzados como ídolos, el trabajo "no se centra en la definición del personaje, ni el

personaje asume un papel central, sino que más bien constituye un pretexto para devanar una secuencia de acontecimientos (...) es así como la obra propone únicamente modelos de vida (...) en los que el lector cree reconocerse, mientras que de hecho proyecta en ellos, únicamente, el aspecto más superficial de la propia personalidad”².

En conclusión: los ídolos son personajes cuya base del éxito radica en sus historias de vida las cuales su elaboración está a cargo de los medios, y basadas en el origen y condición social del mismo. Historias que fortalecen la idea no sólo de simples personajes, sino de modelos aspiracionales, es decir, desprender en el público la emoción e ilusión de querer ser como la gente que trabaja en la farándula del espectáculo o deporte pero además porque la imagen de los artistas o deportista se basa en la perseverancia, la tenacidad, astucia, éxito, amor, sobre toda adversidad presente y futura. A final de cuentas, como menciona Armand Mattelart en su escrito referente a los ídolos, éstos “son definidos como personajes excepcionales, dotado de atributos imponderables que los distinguen del resto de los seres humanos”³. El ídolo es pues, sólo un personaje.

² Umberto Eco, Op. Cit. p. 218

³ Armand Mattelart, Op. Cit., p. 206

BIBLIOGRAFIA

- BAENA, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. México, Editores Mexicanos Unidos, 2002, 124 p.
- BAENA, Guillermina; Montero Sergio. Tesis en 30 días. México, Editores Mexicano Unidos, 2002, 104 p.
- BERNARD, Carmen, Gruzinski Serge. De la Idolatría, una Arqueología de las Ciencias. México, FCE, 1992, 91-95, 100-105, 140-145 pp.
- BROWN, J.A.C. Técnicas de Persuasión. Madrid. Alianza Editorial, 1995. 9-11. 36-39 pp.
- DAVIS, Flora, La Comunicación no verbal. Madrid, Alianza Editorial, 1998, 270 p.
- ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados. Barcelona, Editorial Lumen y Tusquets Editores, 2001, 366 p.
- ECO, Umberto, Cómo se hace una tesis, Edit. Gedisa, México, 2000 267 p.
- FREUD, Sigmond. El Malestar en la Cultura. México, Alianza Editorial, 1997, 239 p.
- GARDNER, John William, El Liderazgo, Buenos Aires, Grupo Editorial Latinoamericano, 1991, 246 p.
- GORDON, Allport W., Qué es la personalidad. Buenos Aires, Ed. Siglo XXI 157 p.
- GOTHEIL, Schiffrini J. Mediación: Una Transformación en la Cultura. México, Ed. Paidós, 258 p.
- GRUZINSKI, Serge. La guerra de las Imágenes de Cristóbal Colón a Blade Runner". FCE, México, 1994, 1ra. Ed, p. 32-39
- H de la MOTA Ignacio. Función Social de la Información. Madrid, Ed. Paraninfo, 1988, 324 p.
- HALBERTAL Moshe, Avishai Margalit, Idolatría, Guerras por Imágenes: Las Raíces de un Conflicto Milenario, Barcelona, Ed. Gedisa, 2003, 14-15, 68-69, 98-99 pp.
- JONES, William M., La Manipulación. México, 1995, 288 p.
- KAGELMANN H. Jurgen. Psicología de los Medios de Comunicación. Barcelona, Ed. Herder, 1986, 398 p.
- K. BERLO, David. El Proceso de la Comunicación. México. Ed. El Ateneo, 1985, 251 p.
- LEMERT James. Después de todo ¿puede la comunicación masiva cambiar la comunicación? Ed. Publigráficos, 1983, 251 p.
- LIZARAZO Arias, Diego. Iconos, Figuraciones, Sueños, Hermenéutica de las Imágenes, México, Ed. S. XXI, 2004, 9-13, 166-186 pp.
- MARTIN Serrano Manuel. La Producción Social de Comunicación. Madrid, Alianza Editorial, 1989, 101 p.
- MATTELART, Armand, Piccini Mabel, Los Medios de Comunicación de Masas, Ed. El Cid, 4ª ed., Caracas Ven., 1977, 179-217 pp.
- MATTELART, Armand. Pensar sobre los Medios. Madrid, FUNDESCO, 1987, 228 p.
- PRIETO Castillo, Daniel. Retórica, Manipulación Masiva. México, Ediciones Coyoacan, 1995, 135 p.

PROPP, Vladimir. Morfología del Cuento. México, Ed. Colofón, 234 p.
PROPP, Vladimir, Raíces Históricas del Cuento. México, Ed. Colofón, 430 p.
REARDON Kathleen Kelley. La Persuasión en la Comunicación. México, Ed. Paidós, 294 p.
SHERIF Muzafer, Psicología Social, México Ed. Harla, 1975, 585 p.
SUAREZ Marines. Mediación Conducción de Disputas, Comunicación y Técnicas. México, Ed. Paidós, 320 p
Varios Autores, La Industria Cultural y Sociedad de Masas, Monte Avila Editores, Caracas, Ven., 1985, 177-230 p.p.

VIDEOGRAFIA

CINE

Chicago

Estadounidense

Rob Marshall, Director

Reneé Zellweger, Catherine Zeta-Jone y Richard Gere (protagonistas)

Miramax

113 min.

El Cuarto Poder (Mad City)

Estadounidense

Costa Gavras, Director

Dustin Hoffman y John Travolta (protagonista)

Warner BROS

115 min.

Truman Show

Estadounidense

Meter Weir, director

Jim Carrey, protagonista

Paramount Pictures

103 min.

PROGRAMAS DE TV

Un nudo en la Garganta

TV Azteca

Paty Chapoy, productora

Mónica Garza, conductora

Semblanza

23 hrs Sábados

Cd. De México

Noticieros Televisa

Televisa

Joaquín López-Dóriga, conductor

Noticiero

22:30 hrs Lunes a Viernes

Cd. De México

HEMEROGRAFIA

PERIODICOS

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F., 15 de septiembre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Primera Sección". Diario. México D.F., 15 de septiembre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F., 31 de agosto 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 16 de noviembre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 22 de octubre 2002

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 23 de noviembre 2002

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 19 de diciembre 2002

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 4 de enero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 8 de enero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 15 de enero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 25 de enero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 27 de enero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 9 de febrero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 21 de febrero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 28 de febrero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 8 de marzo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 18 de abril 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 29 de abril 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 2 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 10 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 16 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 30 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 31 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 12 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 13 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 14 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 15 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 18 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 19 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 25 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 26 de julio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 12 de septiembre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 30 de septiembre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 2 de octubre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 17 de octubre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 7 de enero 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 26 de enero 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 17 de marzo 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 27 de junio 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 1 de julio 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 8 de julio 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 29 de julio 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Espectáculos". Diario. México D.F. 13 de septiembre 2004

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 24 de agosto 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 24 de junio 2001

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 6 de septiembre 2002

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 20 de septiembre 2002

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 25 de septiembre 2002

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 22 de enero 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 24 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 25 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 27 de mayo 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 9 de junio 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 18 de septiembre 2003

El Universal. Juan Francisco Ealy Ortiz. "Deportes". Diario. México D.F. 6 de diciembre 2004

Récord. Alejandro Gómez. Diario. México D.F., 4 de noviembre 2003

Récord. Alejandro Gómez. Diario. México D.F., 1 de septiembre 2003

Récord. Alejandro Gómez. Diario. México D.F., 18 de septiembre 2004

Récord. Alejandro Gómez. Diario. México D.F., 5 de enero 2004

Récord. Alejandro Gómez. Diario. México D.F., 7 de enero 2004

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Gente". Diario. México D.F., 4 de septiembre 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 7 de mayo 1996

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 16 de agosto 1998

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 17 de agosto 1998

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 8 de febrero 1999

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 13 de junio 1999

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 1 de julio 1999

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 20 de agosto 1999

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 4 de noviembre 1999

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 26 de diciembre 1999

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 26 de febrero 2000

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 19 de agosto 2000

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 22 de julio 2001

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 7 de enero 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 12 de enero 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 18 de enero 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 1 de mayo 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 2 de mayo 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 10 de mayo 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 1 de junio 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 3 de junio 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 6 de junio 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 15 de agosto 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 28 de agosto 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 18 de septiembre 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 22 de octubre 2003

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 22 de agosto 2004

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Deportes". Diario. México D.F., 25 de agosto 2004

Reforma. Alejandro Junco de la Vega. "Sección General". Diario. México D.F., 4 de septiembre 2003

El Imparcial. Juan F. Healy, "Deportes". Diario. Hermosillo, Sonora, 18 de septiembre 2003

La Crónica de Hoy Pablo Hiriart Le Bert. "Deportes" México D.F. 28 de Febrero 1999

REVISTAS

Día Siete. Jorge Zepeda Petterson. Semanal. México D.F. # 69

Día Siete. Jorge Zepeda Petterson. Semanal. México D.F. # 164

Día Siete. Jorge Zepeda Petterson. Semanal. México D.F. # 186

Día Siete. Jorge Zepeda Petterson. Semanal. México D.F. # 187

Rolling Stone. Benjamín Salcedo. Mensual. México D.F. # 3, Enero 2003

TV Notas, Matilde Obregón. Semanal, México D.F. Septiembre 2003

TVyMás, Guadalupe Reyes. Semanal, México D.F. Agosto 2003

Vértigo, Semanal, México D.F. 27 de Julio 2003

AUDIOGRAFÍA

Todo para la Mujer

Radio Fórmula 970 am y 103.3 fm

Produce: Rocío de la Mora

Locutor: Maxine Woodside

Espectáculos

11 am – 13:30 pm

Lunes a Viernes

México D.F.

25 de agosto 2005, 7 de octubre 2004, febrero 2005, septiembre 2005

La Taquilla

Exa 104.9 fm

Produce: Luis Felipe Rico

Locutor: René Franco

Espectáculos

13 pm – 15 pm

Lunes a Viernes

México D.F.

24 de agosto 2004, 13 de octubre 2004

DOCUMENTOS

Ruben Jara Elias, Alejandro Garnica Andrade ¿Cómo la ves? La Televisión Mexicana y su público. IBOPE, AGB, 2005

Psychorating, IBOPE, AGB, 2005

Manual de Conceptos Básicos, IBOPE, AGB, 2004

Brujería, Insólito y Fantásticas Criaturas, Exposición Brujería, Cd. De México 2004

Adspend Jun., Dic., 2002 – 2004

Chequeos, Junio – Diciembre 2002 – 2004

INTERNET

Sitio oficial de Yahir: www.yahir.com.mx

Sitio oficial de Ana Gabriela Guevara: www.anagabrielaquevara.com.mx

El Universal de Venezuela: www.eluniversal.com.ve

Marca: www.marca.com

El Imparcial: www.elimparcial.com

Monografías: www.monografias.com