

# la fotonovela en México

Romeo Rojas Rojas    Rosalba Cruz Soto

## "Algún Día Todos Caemos"

La fotonovela, este género de la literatura popular, es bastante conocida por todas las clases sociales y bien distribuida en todas las regiones del país. Obreros, profesionistas, amas de casa, investigadores, empleados, estudiantes, sirvientes, intelectuales, desempleados... todas las personas con el mínimo de alfabetización han leído la fotonovela alguna vez en su vida. Y esto se explica en parte porque se le encuentra por doquier: en provincia nunca faltan los locales donde se alquila a veinte centavos el ejemplar; en la ciudad de México existen casas vendedoras de revistas usadas donde siempre es posible encontrar el estante de las fotonovelas, accesibles a precios más baratos; en salones de belleza, lavanderías automáticas y consultorios médicos son colocadas para distraer a la clientela mientras recibe sus servicios; en los transportes públicos es común toparse con los lectores de la fotonovela, así como en la "cola" y en los intermedios de las funciones cinematográficas.

Ante este fenómeno, uno se pregunta inmediatamente por qué es leída, quiénes la compran con mayor frecuencia, qué efectos tiene en los lectores y muchas otras cuestiones más dignas de investigación.

¿Qué nos gusta de la fotonovela?... porque a fin de cuentas casi todos los que la hemos leído por primera vez, no resistimos la tentación de volver a hacerlo cuando cae en nuestras manos. Y aunque ciertos lectores niegan su inclinación por ella, otros se declaran "leales" a su lectura semanal; el caso es que muchas personas, con mayor o menor regularidad, la adquieren. El tiraje mensual de 20 millones de ejemplares no puede negar este hecho.

## "Vamos a conocernos más"

No obstante la importancia del tema, las investigaciones acerca de la fotonovela son escasas y sólo hablan de hechos insertos en marcos de mayor amplitud, a los que generalmente se aplican juicios de carácter moral, sin sobrepasar tal punto. Se les enumera dentro de los estudios del comic y de las revistas femeninas,

pero en concreto no se ha analizado nada acerca de ellas. Esto es justificable hasta cierto punto, pues la fotonovela —además de ser un producto de reciente aparición—, es híbrida: es mezcla de cine y de historieta (comic), de novela rosa a lo Corín Tellado, y plagio "actualizado" de los clásicos de la literatura.

La fotonovela, como medio de comunicación de masas no puede agotarse con simples observaciones como las que hasta ahora se han hecho. Hay que someterla a investigaciones sistematizadas para llegar a determinar, a partir de las condiciones en que se dio su origen, las causas que han propiciado su desarrollo, sus contenidos temáticos, la razón del encubrimiento de la realidad social que realiza, así como la ideología que proyecta.

Cualquier estudio de la fotonovela deberá ubicar su situación, en nuestro medio, pues el tipo de organización social en el cual se da determina la forma y el contenido que este contexto va a revestir.

También es necesario estudiar la fotonovela como un elemento de la cultura de masas, para después determinar sus rasgos psicológicos, económicos, sociales e ideológicos específicos.

Los puntos planteados en este trabajo son una apreciación general de la situación de la fotonovela dentro de la sociedad, de la industria y de la cultura de masas en México. Consideramos esta labor muy importante pues es esencial, para cualquier investigación posterior, establecer un marco referencial a partir de la realidad social del país.

## 1.1 DIFERENCIACION

### **"Recuerda. . .no todos somos iguales"**

Al hablar de la fotonovela se acepta definirla como un género de lo que últimamente se prefiere llamar "subliteratura". Dentro de la subliteratura entran los comics, las fotonovelas, las novelas "rosas", los pascuines y los tebeos.

Es necesario dejar establecida la diferencia entre estos géneros y la literatura.

José Luis Méndez, al referirse a la fabricación de mitos en estos tipos de subliteratura, establece claramente una diferenciación con la literatura: "...la subliteratura responde principalmente a motivaciones mercantiles ajenas a toda preocupación artística... La literatura verdaderamente artística expresa una visión del mundo en la que se articulan unitariamente las ideas de un grupo social sobre la moral, el arte y la ciencia, mientras que la subliteratura refleja solamente una ideología o una falsa conciencia en la que los hechos, además de ser anodinos e irrelevantes, aparecen distorsionados, enmascarados y desnaturalizados". (1)

La subliteratura está estructurada de tal forma, que solamente proporciona una visión fragmentada de la realidad. Esa estructura queda determinada por la necesidad de adaptarse a los imperativos de la rapidez y al mercado económico en el cual circula.

## 1.2 DEFINICION

Pagano y Fages, en su Diccionario de los Medios de Comunicación, definen este género como "novela o relato presentado en forma de fotografías encadenadas, y comentadas con breves textos". (2)

Para Gérard Blanchard, en cambio, "es un medio de expresión donde la novela popular y la fotografía se mezclan en una producción sometida a los imperativos de la rapidez y del mercado. . . es una historia relatada en imágenes". (3)

Evelyne Sullerot habla de ella como "un género de la literatura popular sentimental. . . Representa una forma de relatar: un pequeño mundo novelesco, a base de imágenes y diálogos sencillos". (4)

Una vez establecida su pertenencia a la subliteratura, nosotros definiremos a la fotonovela mexicana en los términos en que lo hacen Pagano y Fages, por considerarlos más adaptables al género que se ha dado en México.

Para Blanchard, un elemento muy importante para la definición de fotonovela, es la industrialización; sin embargo, nosotros pensamos que en última instancia no es una característica específica de ella, sino también de toda la literatura popular.

Sullerot, por su parte, al hacer hincapié en su definición en el elemento sentimental, restringe mucho el campo de las fotonovelas y se aleja de lo que se da en México. De adoptar su definición, quedarían fuera las fotonovelas de misterio y las cómicas.

## 1.3 ORIGENES

**"En la flor de su tierna juventud. . ."**

Comparada a los otros tipos de publicaciones que comprende la subliteratura, el nacimiento de la fotonovela es reciente. Su origen no va más allá de los 40's "Nieta bastarda del film"(11), la fotonovela nace en Italia hacia 1947, aunque por 1915 ya eran publicadas las primeras cine-novelas, antecesoras del género estudiado.

Las cine-novelas se componían de una selección de fotografías extraídas de cualquier film de éxito y con un texto sucinto. Esta combinación fue muy bien aceptada por los lectores. De ahí que más tarde naciera en los autores la idea de hacer cine-novelas sin cine, y es entonces cuando nace la fotonovela en 1947. Ese año, Stéphano Reda, Rizzoli, Cino del Duca —en Roma—, y Mondadori —en Milán—, publican las primeras sin sacar ni las fotografías ni el argumento de un film. Ya desde entonces se adoptó la presentación del comic americano: una imagen —en este caso una fotografía—, algunas palabras que salen de la boca del protagonista y encerradas en un globo vaporizado, además de un texto sobre la imagen para narrar la acción.

De Italia, Cino del Duca realizó la primera exportación de fotonovelas y las llevó a Francia hacia el año de 1949. Realmente podemos hablar de una exportación porque ni aún actualmente son producidas en Francia. La mayoría de la producción se lleva a cabo en Italia; después se adapta al otro país, transformando solamente los nombres de los personajes y de las localidades donde tiene lugar la narración, además de la traducción necesaria.

En la actualidad, las fotonovelas son producidas en países como Francia, Bélgica, España y en naciones de Latinoamérica. Los intentos por introducirlas a países anglosajones han fracasado, pues parece ser que la fotonovela es un género solamente propio del mundo latino y católico (12). Según Sullerot, esto se debe a que los anglosajones prefieren el comic por ser más abstracto y fantástico. Esta no deja de ser una afirmación tendenciosa pues la autora divide a la humanidad en un mundo latino y otro anglosajón, excluyendo —por ejemplo— al oriental donde, al menos en Japón y Marruecos, también existe gran circulación de fotonovelas. Es verdad que este género no ha podido penetrar en el mundo anglosajón, pero las razones de ello han de ser menos subjetivas que las proporcionadas por la autora.

El escritor mexicano, Carlos Monsiváis, afirma: "Desde su aparición en Italia, la fotonovela se ha convertido en alimento preferencial de una parte importante de las sociedades subdesarrolladas, sustituto vehemente del comic, oportunidad cotidiana de vicaria sentimental" (13). Se puede aceptar que el género tiene un gran consumo en las sociedades subdesarrolladas, pero tal aseveración parece un tanto polarizada al confirmarla como sustituto del comic.

En fin, no obstante los pocos años que tiene este género de la literatura popular, es ya bien conocido en varios países del mundo; entre ellos, México.

## 1.4 LA FOTONOVELA EN MEXICO

### "Joven y bella...era un fruto apetecible"

Actualmente, entre los medios impresos que existen en el país encontramos a la fotonovela, su consumo es tan cotidiano que pasa ya inadvertido.

Su aparición en el país no es muy lejana. Está ligada, directamente, a los procesos técnicos de la impresión fotográfica y, de algún modo, a la creación y promoción orientada siempre a utilizar nuevos valores artísticos que dieran a la fotonovela un contenido de espectáculo con el fin de incrementar su venta. Los primeros empresarios vieron en ella un excelente instrumento de promoción publicitaria para uso de los principales "ingredientes" del producto: el artista.

Las primeras fotonovelas que encontramos en México son de origen italiano: *Rutas de Pasión*, aparecida en 1965, e *Ilusión*, publicada por primera vez en 1966 (ver Cuadro No. 1). El número

de títulos aumentó con rapidez. Para 1967, eran 4 los títulos que circulaban en el mercado, cifra que se dobla en 1968. Esto nos indica la buena aceptación que tuvo desde el principio dentro del público mexicano (Ver Lista No. 1).

Hoy en día circulan 28 títulos de fotonovelas. Algunas se han logrado mantener en el mercado mientras que otras han desaparecido, sobre todo las producidas en países extranjeros.

La mayor parte de las que todavía se conservan, tienen ediciones semanales cuyos tirajes fácilmente rebasan, en conjunto, los cinco millones de ejemplares cada ocho días. Este tiraje no puede más que señalarnos la gran demanda que existe por consumir fotonovelas, lo cual nos lleva a tratar este punto aparte, en el siguiente capítulo de la industria fotonovelística.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Méndez J.L., "Manipulación y Fabricación de Mitos en la Subliteratura", **Casa de las Américas**, Año XV, No. 89, marzo-abril de 1975, p. 123.
- (3) Eco, U., **Apocalípticos e Integrados Frente a la Cultura de Masas**, Editorial Lumen, Barcelona, 1973, p. 368.
- (2) Méndez, J.L., *ibid.*, p. 125.
- (4) Eco U., *ibid.*, p. 213.
- (5) Eco. U., *ibid.*, p. 215.
- (6) Eco., U., *ibid.*, p. 269.
- (7) Eco. U., *ibid.*, p. 216.
- (8) Pagano y Fages, Diccionario.
- (9) Blanchard G., "Du Roma-Photo au Photo-Roman", **Communications et Langages**, París, No. 10, juin 1971, 9.96.
- (10) Sullerot E., **La Presse Féminine**, Editions du Kiosque, París, 1963, p. 57.
- (11) Blanchard G., *op.cit.*, p. 97.
- (12) Sullerot E., *op.cit.*, p. 86.
- (13) Monsiváis C., "Cesa tu Llanto Faviola", **Excélsior**, México, enero 3 de 1976, p. 7.

## 2 LA INDUSTRIA DE LA FOTONOVELA

### "Trabajaré siempre por ti"

Al estudiar la fotonovela, es necesario tomar en cuenta las condiciones económicas en que se desenvuelve para después poder comprenderle en otros aspectos más: su contenido o su forma de expresión —por ejemplo—, lo cual queda determinado, de alguna manera, por dicha situación económica.

### 2.1 LAS MERCANCIAS

#### "...aunque el dinero no es todo en la vida"

En su libro de Comunicación Masiva y Revolución Socialista, Mattelart destaca que "toda actividad y todo producto en la sociedad capitalista participan en el mundo y de la lógica de la mercancía" (1). Desde el lenguaje mismo "que permite transmitir al público el sentido de dicha actividad o de dicho producto (mercantil), el cual es el lenguaje del hombre de la mercancía quien se transforma en amo de todo lenguaje, (hasta) la forma mercantil de las mismas actividades y productos que es la forma general de intercambio" (2).

Esto significa que cualquier objeto que nace en el seno del sistema capitalista lleva la marca que lo indentifica como perteneciente a él y se someterá a sus leyes de funcionamiento.

Por otro lado, cuando hace el análisis de cómo el medio de comunicación trata de extender las representaciones colectivas, las aspiraciones, las imágenes y los valores que circulan en una sociedad dependiente, el autor expresa que uno de los temas que "vertebran la operatoria que realizan los medios masivos es vivir la historia de los demás para no tener el tiempo de preocuparse por la suya propia...vivir por procuración identificándose en cuanto supera a uno, convertir el tiempo histórico en un objeto de consumo cualquier producto" (3).

Ambas situaciones (de mercancía y de vehiculación de mensajes), se presentaron especialmente en las sublitteraturas y, en específico, en la fotonovela. Producida en los sistemas capitalistas, se somete al tratamiento que estos dan a todos sus productos: la elaboración mercantil. Por eso podemos afirmar que la fotonovela es una mercancía sometida a determinada forma de consumo y "como parte de la producción intensa de mensajes elaborados industrialmente, no escapa a la elaboración en serie, ni a la ley de la oferta y la demanda de mensajes propia del sistema capitalista" (4).

Lo anterior se refiere a la naturaleza externa de la fotonovela dentro del sistema capitalista. Pero en cuanto a su forma intrínseca, podemos afirmar que por el hecho de constituir un producto de este sistema, adopta un tipo específico de contenido. Y ese tipo se orienta a reproducir . a vehicular modelos de aspiraciones y de

comportamientos cuyas consecuencias posteriores, de acuerdo a Matelart, serán aislar a los individuos unos de otros, porque a fin de cuentas lo que hacen es regir el descanso y el ocio.

De ahí la necesidad considerada más arriba de revisar la industria fotonovelística, para aclarar la manera en que sus contenidos y sus formas de expresión pueden quedar determinados por el aspecto económico.

## 2.2 LA PRE-INDUSTRIA DE LA FOTONOVELA

Lo que podríamos determinar como la pre-industria de la fotonovela, abarca el período en el que no era producida en México sino importada a través de casas editoriales.

Las primeras fotonovelas fueron adaptaciones de las ya aparecidas en Italia (Ilusión, Rutas de Pasión), que entraron al país a través de la editorial Mex-Abril. También entraron otras provenientes de España, distribuidas en Estados Unidos y Latinoamérica como Corín Tellado. Estas, junto con otras más, también españolas no tienen ninguna casa distribuidora expresa (Amiga, Doctor Vértigo), por lo cual es imposible saber cómo y cuando entraron en circulación.

## 2.3 LA REGLAMENTACION

### "Tus padres también son cómplices"

La circulación oficial de fotonovelas se inició en el país en 1962, con la aparición de Novelas de Amor.

A través de los años se dió el rápido aumento de los títulos en el mercado ocasionado primero por la gran aceptación de que fueron objeto entre el público mexicano. También el incremento se debe a los pocos gastos necesarios para producir una fotonovela.

Ya Blanchard remarca a propósito de las fotonovelas francesas: "...los decorados de las fotonovelas son neutros y sencillos, entre otras cosas, para poder llevar a cabo su exportación internacional y más que nada para reducir los gastos de producción" (5). En este negocio, resulta más barato tener como escenario para la realización un departamento que hacerla al aire libre, pues esto implica mayores gastos.

Por otro lado, se deben considerar las facilidades implícitas legales para sacar a luz una fotonovela en México. Su publicación únicamente está reglamentada por la Ley Federal de Imprenta, el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, y el Código Penal, pero esto solamente en unos cuantos artículos. También es necesaria una autorización de la ANDA (Asociación Nacional de Actores) para que los actores puedan trabajar en estas empresas, ya que, tal parece, el género es considerado como un espectáculo por el gobierno.

Aunque existe la Comisión Calificadora de Revistas, ésta no tie-

ne ninguna periodicidad para reglamentar. Por eso, mientras la Comisión autoriza la circulación de las nuevas fotonovelas, éstas aparecen libremente en el mercado.

## 2.4 PRECIOS Y TIRAJES

### "Te ofrezco lujos y riquezas"

Junto con los títulos registrados en la Hemeroteca Nacional, otros encontrados en los puestos de revistas y aquellos existentes en las casas vendedoras de revistas usadas, suman 42 los títulos que hasta la fecha han salido al público. Es importante remarcar que no todas tienen su registro en la Hemeroteca Nacional.

Sin embargo, de ese total hasta la fecha subsisten sólo 28. Se observa que las desaparecidas son las producidas en algún otro país, lo cual se explica porque es más productivo para las casas editoriales hacerlas en México que importarlas. Por otro lado, está el caso de Mantequilla Nápoles, fotonovela que tuvo problemas para registrar a su actor principal en la ANDA. Otra causa de la desaparición —temporal— de títulos es la "censura": las fotonovelas "para adultos" a veces dejan de aparecer por algún tiempo, por ser pornográficas, durante ciertas campañas moralizadoras emprendidas por el gobierno. En este caso se encuentra —por ejemplo—, Casos de Alarma de la cual sólo desapareció el nombre pues actualmente sigue publicándose bajo el título de Valle de Lágrimas. Pero fuera de todos estos motivos, ninguna desaparición ha sido ocasionada, que se sepa, por la improductividad de la mercancía.

Actualmente (1976) son 28 los títulos existentes en el mercado. Los tirajes de cada uno van desde 50 mil ejemplares, para aquellos títulos de reciente aparición, hasta 360 mil, para las más antiguos. Estas cantidades han sido obtenidas de las declaraciones que hacen las casas editoriales en cada ejemplar y de las cantidades declaradas en el Libro de los **Medios Publicitarios Mexicanos**.

En cuanto a los precios, oscilan entre \$2.40 y \$6.00 el ejemplar (estos precios corresponden a septiembre-octubre de 1975). El precio más alto corresponde a Rutas de Pasión, que es de las producidas en otro país, pero distribuida por una casa editorial mexicana (Ver Cuadro No. 2).

Este tipo de literatura popular generalmente tiene una periodicidad semanal, lo cual es un factor que determinará el producto en lo relativo a la calidad de los argumentos. Pocas son las fotonovelas quincenales: Fiesta, Dulce Amor de Gala, y Fotolibro de Dulce Amor.

En total, se estima un tiraje global y semanal de 5 millones de ejemplares, número que relacionado con el precio promedio por ejemplar (\$3.00), muestra que los lectores gastan 15 millones de Pesos semanales en estas publicaciones.

Es necesario aclarar, sin embargo, que muchos títulos no solamente son vendidos en México, sino también en países latinoameri-



canos donde, obviamente, aumenta el precio del ejemplar.

### **"Vivirás eternamente en mi corazón"**

Por otro lado, es conveniente considerar, para darnos una idea del número de personas que leen las fotonovelas, que según se ha determinado para los periódicos, hay un promedio de 5 lectores por ejemplar. En el caso de la fotonovela, seguramente alcanza índices mucho más altos, dado que ella es en sí un producto con mayor vida y susceptible de ser releído, intercambiado y aún alquilado. Su contenido no se desactualiza en forma tan inmediata como el del diario. Se puede decir que la vida de una fotonovela está determinada por la duración misma del papel en que se halla impresa.

Ahora bien, si se toma en cuenta que la mayoría de las fotonovelas reproducen sus imágenes en blanco y negro, que las casas editoriales tienen pocos gastos de producción en relación a las ganancias, que no es necesaria la contratación de muchos actores —como en el cine, por ejemplo—, entonces se entenderá el por qué de la productividad y el acelerado aumento de títulos y de sus tirajes.

Además, aunado a todo esto, hay que considerar los ingresos de las casas editoriales por concepto de publicidad pagada e inserta en forma de anuncios, de diferentes productos para el consumo femenino.

## **2.5 TIPOS DE FOTONOVELAS**

### **"En este mundo tan complejo..."**

Entre el aparente desorden de títulos existentes, es posible llevar a cabo una diferenciación según los temas contenidos y el público que lee cada ejemplar (Ver Cuadro No. 3):

a) Fotonovelas Rosas: comprende el tipo "pionero" que podríamos llamar "rosas" o "sentimentales", porque encajarían más dentro de lo que se conoce como prensa femenina, definida ésta como "el sector especializado de la prensa de masas cuyo contenido es una literatura concebida para las mujeres, independientemente de que esté escrita o no por mujeres pero leída más por mujeres que por hombres" (6). También es característico de este tipo, el tener un argumento de autor.

b) Fotonovelas Rojas: constituídas por aquellos títulos más leídos por hombres que por mujeres debido al tipo de argumento que tienen, el cual no es de autor. En estos títulos, los productores declaran que el argumento es "tomado de la vida real (y) los nombres de las personas han sido cambiados, para proteger a los inocentes". Podemos pensar que esta aseveración, implícita o explícita, no necesariamente nos da la seguridad de que los hechos sean reales, sino es más una forma de presentar un producto con un buen "gancho" publicitario el cual ha demostrado su efectivi-

dad en otros medios. Junto con Monsiváis, pensamos que con este grupo sucede lo mismo que con el desaparecido Casos de Alarma: "Se allegó su éxito gracias a la comercialización de esa avidez por la nota roja que es, simultáneamente, el amor por las revelaciones de un oculto melodrama y la complacencia sutil ante la muerte ajena o la violencia ejercida por los otros" (8). El revisar el contenido de este grupo, se observa que carecen de anuncios publicitarios, donde se vea un intento de ser dirigidas a un público femenino. También es notorio que, como dice el mismo autor, "en estas fotonovelas (pornográficas y tremendistas) el sexismo es una escuela, una incitación a la conducta límite, una negación de la humanidad de las minorías y un continuo abatimiento de la dignidad femenina" (9). Pensamos que esta característica las convierte en un medio más funcional para reafirmar las conductas machistas de los hombres, a lo cual se puede atribuir la inclinación de estos por el tipo de fotonovela descrito. Al margen, diremos que es el tipo que más ha proliferado durante 1976.

c) Fotonovelas Cómicas: grupo formado por los títulos que tienen como actor principal a un cómico (Foto-Capulina) o en su título se insinúa la comicidad (Las Andanzas del Travieso). Estas son las más recientes y, por ahora, es difícil prever el desarrollo que tendrán, ya que la comicidad queda mejor plasmada a través de un dibujo que de una fotografía debido a que el primero puede dejar más cosas insinuadas que la fotografía.

d) Fotonovelas de Misterio: también de reciente aparición, son aquellas cuyos argumentos se orientan a tratar lo desconocido dejando de lado los temas amorosos. Títulos como Fotomisterio declaran tomar sus argumentos de Edgar Allan Poe. También aquí es difícil predecir el futuro que tendrán, pues tal parece que el elemento sentimental es indispensable para la supervivencia de la fotonovela.

e) Fotonovelas Deportivas: constituidas por los títulos donde se conjuga la fuerza del deporte con el amor. Los protagonistas, en estos casos, son luchadores o futbolistas, y también cuentan con un argumento de autor. Podríamos afirmar que su público es fundamentalmente masculino, por esa especial combinación de la fuerza ensalzada con el triunfo en el amor.

## 2.6 LOS EMPORIOS DE LA FOTONOVELA

### "Tú eres el primero en mi vida"

Entre las primeras casas editoriales que publicaron fotonovelas en México, están Publicaciones Herrerías y Mex-Abril. Sin embargo, la más fuerte —por el número de títulos comprendidos y sus tirajes—, es ELE Ediciones que cuenta con Cita, Cita de Lujo, Chicas, y Ternura. Después viene Ediciones Ferro que publica Dulce Amor, Dulce Amor de Gala, el Perro Mundo y Fotolibro de Dulce Amor. Publicaciones Herrerías tiene los siguientes títulos: Capri-

cho, Fiesta, Novelas de Amor y Novela Musical. Finalmente, Editemex tiene Historias de la Vida y Foto Capulina.

Destaca el hecho de que los grandes emporios de la fotonovela los constituyen las casas editoriales que publican aquellas del primer grupo: las fotonovelas rosas. Es posible que, ante la seguridad del producto, estas mismas casas comiencen a producir fotonovelas del tipo b,c,d, ó e, los cuales hoy en día son producidos por nuevas editoriales en este campo.

Los emporios fotonovelísticos cuentan, además, con otras publicaciones como cuentos, pasquines, novelas policíacas y revistas femeninas.

## 2.7 LA COMPOSICION

### **"Te ofrezco todo, mi vida misma"**

Como toda industria, la fotonovela tiende a la búsqueda del lucro y el crecimiento; y para alcanzarlo, se ha visto impulsada a encontrar una forma de máximo consumo. La manera en que lo ha logrado, es creando contenidos dirigidos a "todos y a ninguno", para jóvenes y mayores, y para todas las clases sociales, de acuerdo a afirmaciones de Edgar Morin. Es decir, los contenidos son concebidos con el fin de agradar a un tipo de lector medio.

Esta circunstancia es determinante para el armado de la fotonovela. Por eso cuenta siempre con un mismo formato y número de páginas. En las fotonovelas rosas sobretodo, se incluyen diversas secciones secundarias como son los horóscopos, los consejos de belleza, los correos sentimentales, además de recetas de cocina, entrevistas con los artistas del cine, teatro y televisión más "destacados". Es decir, supuestamente toda una variedad de secciones en diferentes cantidades. Todo eso no son más que secciones frívolas dirigidas a lectores cuyo único supuesto interés es la belleza, la felicidad y el amor. El estudio de estas secciones nos permiten afirmar que el público lector de la fotonovela rosa está formado predominantemente por mujeres, pues aunque haya una tendencia a mezclar contenidos de interés femenino y masculino, se orientan a dar más importancia a los "femeninos".

### **"Ella es toda una mujercita"**

Así pues, del universo estudiado, en 6 de los títulos (Cita, Chicas, Novelas de Amor, Capricho, Dulce Amor y Novela Musical) se encontró sistemáticamente el eclecticismo orientado a atrapar los diversos intereses de un público tan variado, para satisfacer el máximo de gustos.

Esos títulos cuentan con secciones fijas tales como:

- a) Publicidad de aparatos mecánicos que mejoran la femeneidad: de cremas para la cara; de institutos de belleza; en fin, publicidad dirigida a la mujer.
- b) Correo Sentimental (Buzón Sentimental, Cartas o Novelas de

Amor, etc.): que comprende consejos sobre la amistad y el amor, confesiones sentimentales de complejos, de inhibiciones, etc., hechos que Sullerot califica como "instrumento de expresión, patológico y terapéutico, de una masa que busca su reflejo" (10)

c) Horóscopos (Las Estrellas y tú, el Amor y su Destino, Cita con su Destino): cargados de predicciones sentimentales-amorosas.

d) Secciones de intercambio amoroso (Quiero Conocerle, De mí a tí, etc.): con descripciones personales enviadas con el fin de ser publicadas y encontrar a una persona con quien poder establecer una relación.

e) Secciones de recetas de cocina.

f) Reportajes y Noticias sobre los artistas preferidos de los lectores (Sus Artistas Preferidos, la Miscelánea de la Pupis, etc.).

g) Posters "a todo color" de los mismos artistas.

## 2.8 EL PERSONAL

### "Sólo existimos tú y yo"

Doş son las personas más importantes en la producción de la fotonovela: el actor (o "artista", como comunmente se le nombra) y el argumentista. Ellos constituyen los "ganchos" utilizados para atraer a los lectores.

El argumentista es casi siempre la misma persona que escribe el relato. Entre los más destacados se encuentra Ricardo Rentería, a quien los productores, a través de la publicidad, le han atribuído una "gran calidad", salida no se sabe de dónde.

En resumen, la fotonovela en México ha adquirido al mismo tiempo un gran desarrollo económico y gran aceptación entre los lectores. Esto la ha llevado a buscar el aumento de su público, a través de secciones adicionales, de argumentos nada complicados y de un estilo de lenguaje muy sencillo. Ya Monsiváis destaca que el lenguaje "no debe poseer problema alguno de captación, debe estar integrado por un máximo de 200 ó 300 palabras, debe insistir en los sentimientos de entrega o desamparo, o intentar, en los desenlaces o las situaciones culminantes, apoderarse de lo que se conoce como 'visión popular del lenguaje poético' o sea, la franca y desembozada cursilería" (11).

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Mattelart A. et. al., **Comunicación Masiva y Revolución Socialista**, Editorial Diógenes, México, 1972, p. 19.

- (2) Mattelart A., **ibid.**, p. 19-20.
- (3) Mattelart A., **ibid.**, p. 23.
- (4) Mattelart A., **ibid.**, p. 25
- (5) Blanchard G., "Du Roman-Photo au Photo-Roman", **Communications et Langnages**, No. 10. París, Junn 1971, p. 99.
- (6) Sullerot G., **La presse Féminine**, Editions du Kiosque, Paris, 1963, p. 24.
- (7) Monsiváis C., "Cesa tu Llanto Fabiola", **Excélsior**, México, enero, 3 de 1976, p. 7.
- (8) Monsiváis C., **ibid.**, p. 7.
- (9) Sullerot E., **op. cit.**, p. 123.
- (10) Monsiváis C., **op. cit.**, p. 8.
- (11) Monsiváis, **ibid.**

### 3 LA FOTONOVELA DENTRO DE LA CULTURA DE MASAS

En esta parte caracterizaremos a la fotonovela como elemento de la industria cultural de masas. Veremos también cómo es que crea o refuerza —según el caso—, mitos, símbolos y normas en los individuos a través de mecanismos proyectivos introyectándose en su intimidad, en sus instintos y en sus emociones; cómo es que sostiene tabúes, propone valores y formas sociales de comportamiento, impuestos "desde arriba".

#### 3.1 UN ELEMENTO DE LA INDUSTRIA CULTURAL

##### "Te quiero"

Para la industria cultural, un fenómeno definitivo en la última década es la fotonovela: última descendiente del género folletinesco que busca industrializar los beneficios de la novela rosa y sus procedimientos estructurales, y desea reproducir los hallazgos y las conquistas del melodrama, el literario y el cinematográfico" (1).

Es decir, la fotonovela es un elemento de la industria cultural. No tanto por sus contenidos sino por la forma en que se produce, constituye un elemento de la cultura de masas, concebida como la "cultura producida según normas masivas de fabricación industrial, extendida por técnicas de difusión masiva, dirigida a una masa social, esto es, a una gigantesca aglomeración de individuos seleccionados sin tener en cuenta las estructuras internas de la sociedad (clases, sexos, familias, etc.). . . La cultura de masas está constituida por un cuerpo de símbolos, mitos, e imágenes que se refieren a la vida práctica y a la vida imaginaria, mediante un sistema específico de proyecciones e identificaciones" (2).

La fotonovela está organizada técnica y económicamente sobre los modelos de la industria capitalista. Ya la organización económica ha quedado planteada en el capítulo anterior. En cuanto a la organización técnica, vemos que algunos grupos editoriales concentran el utillaje de la producción y, en consecuencia, encontramos también en este campo toda una división de trabajo: una persona que crea el argumento, otra que toma las fotografías, una más que se encarga del formato, etc.

Ahora bien, Edgar Morin explica que en las industrias culturales se observa que conjuntamente a toda concentración técnica como la anterior, nace la "maquinaria burocrática que decidirá la rentabilidad de los temas de consumo propuestos y la orientación consumista filtrando así de primera instancia, toda posible idea creadora. Por eso se prefiere la producción a la creación, la cantidad a la calidad, la mercancía a la estética, independientemente que los productos de esta industria no contienen nivel estético alguno" (4). O sea, toda la concentración técnica trae consigo la mediatización, la estandarización del producto en aras de conservar la productividad.

Ya aquí encontramos una primera característica de la cultura de masas, de los productos de la industria cultural y, por ende, de la fotonovela: la carencia de personalidad en la creación, hecho que también se explica porque al realizar una fotonovela, se pretende alcanzar el máximo de público a través de temas rentables. Y para respetar esa rentabilidad, se tiende a conservar una misma estructura externa (como sería el número de páginas siempre constante) y también interna (presentación de personajes, intrigas, desenlace y "happy-end").

Por otro lado, se sabe que una buena vía para que el contenido "guste" al lector exige, junto con la estandarización del producto, una trama individualizada, original y nueva a la vez. Por eso, el género fotonovelístico también necesita conservar lo estándar y buscar lo original. Para ello, recurre a la individualización proporcionada por la "vedette", por los "dioses olímpicos" del cine, el teatro y la televisión.

### **"De sus labios divinos. . ."**

Llegamos así a lo que en otro lado hemos llamado uno de los "ingredientes" más importantes de la fotonovela: el "artista". Este adquiere una doble función dentro del género: por un lado, constituye un buen "gancho" publicitario destinado a atraer un mayor número de lectores. Por otro, es un elemento necesario para despertar los mecanismos proyectivos en el receptor y a través de ellos, transmitir ciertos estereotipos: "Los dioses olímpicos, a través de su doble naturaleza —divina y humana—, realizan la circulación permanente entre el mundo de la proyección y de la identificación. . . consiguen sueños imposibles de alcanzar para los mortales, pero incitan a estos a que realicen lo imaginario" (5).

Umberto Eco profundiza en lo anterior diciendo que en "una sociedad de tipo industrial, junto al poder efectivo de las élites religiosas, políticas y económicas, se perfila la acción de una élite irresponsable compuesta por personas cuyo poder institucional es nulo, pero cuya postura se propone como modelo influyendo en el comportamiento de los individuos" (6). Se trata del "divo", nombre dado a los artistas en Italia, cuyo comportamiento en la vida, al pasar a ser modelo de acción para las masas, puede modificar el sentido de los valores y de las decisiones éticas de la muchedumbre. Es por eso que cuando un medio utiliza a los artistas "famosos", puede imponer gustos y exigencias a su público porque, como afirma Eco a propósito de la televisión: "un divo evidentemente tiene éxito porque encarna un modelo que resume en sí deseos más o menos difundidos entre el público. Se establece una dialéctica por la cual el divo, por un lado, adivina ciertas exigencias no especificadas del público y, por otro, personificándolas: las amplifica, las promueve, operando como escuela de gustos, costumbres, esto es, de cultura" (7).

## **"Para mí, sigues siendo la de siempre"**

En México, normalmente los productores de fotonovelas utilizan estrellas ya "hechas" y "afamadas", pero en carrera descendente. Otras veces, las "fabrican", y al decir fabricar, nos referimos a la misma idea de Edgar Morín cuando afirma que en el cine "se atrapa a la muchacha bonita, se les racionaliza, estandariza, elige, se le eliminan las piezas defectuosas, se engarza, ensambla, da forma, pule, adorna, en una palabra: se estelariza" (8). Después se le lanza y si triunfa en el mercado, todavía seguirá estando bajo el control de la "fábrica".

En la fotonovela mexicana, se fabrican muchas estrellas; es más, tal parece que hoy el triunfo en este medio es la antesala para poder llegar a trabajar después en la industria del cine.

### **3.2. MECANISMOS DE TRANSMISION DE MITOS**

#### **"Sus labios buscaron con pasión los de Rosa"**

"Las estrellas dirigen nuestros modales, gestos, posturas, actitudes, suspiros, lamentos sinceros, forma de encender un cigarrillo, de exhalar el humo, de beber con desenvoltura o sex-appeal, de saludar con sombrero o sin el, de adquirir gestos traviesos, profundos o trágicos, de rechazar una invitación, de rehusar o permitir un beso" (9). Y aunque Edgar Morín se refiere al cine cuando afirma lo anterior, nosotros nos hemos permitido extrapolarlo a la fotonovela. Pero veamos ahora los mecanismos mediante los cuales introyectamos los sueños imposibles para nosotros, pero realizados en la fotonovela por las estrellas.

Herbert Marcuse ha caracterizado a la mayoría de las sociedades modernas como represivas en el aspecto sexual entendiendo como represión "los procesos conscientes e inconscientes, externos o internos de restricción, contención y supresión" (10). No obstante, el hecho había ya quedado planteado por Freud: "Una organización represiva de los instintos yace bajo todas las formas históricas del principio de la realidad en la civilización" (11).

Ahora bien, de toda civilización "necesariamente represiva", derivan mecanismos compensatorios a la represión impuesta, a las carencias, a las insatisfacciones. Pero... ¿cómo funciona la instintiva humana reprimida para encontrar sus gratificaciones a través de medios como la fotonovela? O, en palabras de Morín: ¿"cómo el individuo comercia con lo invisible, lo inexistente sus amores, sus medios, sus cóleras" (12) a través de este género?

#### **"No pudo contener el fuego de su corazón"**

Freud nos habla de una lucha entre la naturaleza humana y la civilización, antagonismo que debe ser resuelto con la renuncia y el retardo de las satisfacciones instintivas pues sólo así puede sur-



gir la civilización.

Marcuse, por su lado, confirma esta tesis diciendo que "el metódico sacrificio de la libido es una desviación provocada rígidamente para servir a actividades y a expresiones socialmente útiles, es cultura" (13). Esto significa que las desviaciones son condiciones necesarias para el progreso y se explican con el cambio del principio del placer frente al de realidad para que el hombre se convierta en sujeto "civilizado". El autor establece también que en la "represión básica" —constituída por las "modificaciones" de los instintos necesarios para la perpetuación de la raza humana en la civilización—, existe una represión "sobrante" que corresponde a las restricciones provocadas por la dominación social. O sea, toda forma social exige un grado determinado de control represivo sobre los instintos, por los intereses específicos de dominación introducen controles adicionales —represión sobrante—, sobre los indispensables para la asociación humana civilizada.

Un ejemplo de lo anterior lo encontramos en las desviaciones de la energía instintiva y de las represiones sobrantes impuestas para preservar la familia patriarcal monogámica, célula de la sociedad en que vivimos. Esto se traduce en una "mediatización" de la instintiva humana, pero será la misma sociedad la que guiará las formas y el tiempo propios para la gratificación de dicha instintiva quedando, entonces, predeterminado el instinto de placer.

Dentro de esta perspectiva, la fotonovela puede encajar entre las formas de diversión que han sido creadas con fines de este tipo. Porque si la sociedad crea represiones adicionales, también crea los medios "civilizados" para reducir la tensión libidinal: "En la civilización, cuando el crecimiento de la productividad amenaza con desbordar los límites impuestos por la dominación represiva, la técnica de manipulación en masa ha tenido que desarrollar una industria de la diversión que controle directamente el tiempo del ocio" (14).

### **"Al sentir sus manos, supo que el era su nombre"**

A la vez la fotonovela constituye una forma de reforzar en el individuo la aceptación de la institución monográfica, también es una vía de "desublimación no represiva" (ver más abajo) de los impulsos sexuales, a través de mecanismos como proyección identificación: "el antagonismo a todo posible refuerzo contra ellos. De ahí el sistema de métodos por medio de los cuales la Humanidad debe ser llevada a las identificaciones y a las relaciones amorosas inhibidas con un propósito; de ahí las restricciones de la vida sexual" (15).

Ahora bien, existe una explicación del por qué la fotonovela constituye una forma de desublimación no represiva —entendiéndose ésta como la liberación de la sexualidad en modos y formas que reducen y debilitan la energía erótica. La explicación es que existe una forma de actividad del pensamiento que es "dejada fuera" del mundo del principio de realidad, la fantasía, actividad

mental conservada libre de las condiciones de la realidad y subordinada al principio del placer. En la fantasía, el hombre gratifica su instintiva reprimida, su inconsciente, el más profundo lecho de la personalidad mental que constantemente busca romper con las privaciones y represiones impuestas por la civilización.

Sin embargo, para llegar al terreno de la fantasía, el individuo debe hechar a andar, otra vez, los mecanismos de proyección e identificación. La proyección es un "proceso mental donde las necesidades, aspiraciones, deseos, obsesiones o temores de la vida psíquica se proyectan en sueños, cosas, imaginaciones o seres" (16). La indentificación es un proceso semejante pero inverso, donde "el individuo incorpora en el 'yo' el ambiente que lo rodea y lo integra efectivamente" (17). Ambos mecanismos se remiten uno a otro y juntos constituyen una zona de participaciones efectivas.

En la fotonovela, a medida que los lectores identifican las imágenes de las fotografías con la vida real, ponen en movimiento sus proyecciones e identificaciones propias de la realidad; es decir, ellos mismos dan "vida" a las fotografías. Y el hombre puede identificarse o proyectarse con más libertad frente a una imagen que en la realidad misma, pues ante la primera se encuentra fuera de peligro. Entonces, con mayor comodidad a rienda suelta a su fantasía, subordinada, como ya se dijo, sólo al principio del placer.

### **"El licenciado era un hombre de mucho mundo"**

Ahora es más fácil entender la recurrencia en la fotonovela de los temas sentimentales-amorosos, preferidos del público, la presentación tan original de la fotonovela de sus imágenes fotográficas que de alguna manera propician el surgimiento de la identificación-proyección, así como la forma en que propone valores, mitos y conductas a los individuos.

En conclusión, la fotonovela introduce en los lectores ciertas formas de actuar principalmente a través de dos elementos: el "artista" y la fotografía, y gracias a sus mecanismos proyectivos e identificativos.

Este género constituye un medio útil a la sociedad para "mediatizar" la instintiva humana hacia determinadas conductas específicas como puede ser la preservación de la familia. Al mismo tiempo, es una forma compensatoria donde el lector encuentra gratificación a las represiones impuestas por la civilización, mediante una actividad del pensamiento específica: la fantasía.

Llegado a este punto, contamos con los elementos para establecer una de las diferencias de la fotonovela con el comic y el cine: los tres son elementos de la industria cultural e introducen valores en el público, echando a andar sus mecanismos psíquicos; los tres constituyen una "mediatización" de los receptores que los orienta hacia determinadas conductas y los tres son formas gratificadoras a través de la fantasía. Sin embargo es en esto último

donde podemos establecer una diferenciación y de donde se derivan los distintos gustos del público.

El comic no cuenta con fotografías que den la idea de un mundo más real. Sus dibujos requieren de lectores con un mayor gusto por lo fantasioso, además de que sus temas son más bien los de la fuerza y no los sentimentales. En la fotonovela, en cambio, la fantasía es menor en grado y sus temas son fundamentalmente amorosos. Finalmente, el cine es el medio más aproximado a la realidad y cuenta aún con un menor grado de fantasía, además de que sus temas son la mezcla de la aventura, la fuerza y el amor; es, pues, más eléctrico en ese aspecto. Es decir entre los tres géneros hay una diferencia de grado fantasioso.

### 3.3 UNA CULTURA "IMPUESTA DESDE ARRIBA"

#### "Y a mí, quién me comprende"

Es difícil determinar claramente si la cultura de masas, desde el exterior, impone al público pseudo-necesidades o pseudo-intereses, o si lo que hace es reflejar las necesidades e intereses de ese mismo público.

Al respecto, Edgar Morín expresa: "La cultura de masas, en el universo capitalista, no viene impuesta por las instituciones sociales; proviene de la industria y el comercio, es una cultura propuesta" (18). A partir de esto, es posible afirmar que la fotonovela propone valores que vienen impuestos "desde arriba", lo cual es posible explicar a partir de la situación económica en que se halla: por un lado, existe un grupo reducido que detenta los medios para producir las fotonovelas, y por otro existe el gran público de lectores que no tienen ninguna posibilidad de dialogar con los productores. Así pues, el flujo de información —si así puede llamarse al mensaje fotonovelístico— propiamente se da en un sentido: del productor al público. Esta situación hace que el primero tenga una imagen falseada de los lectores ya que la única imagen que puede tener de ellos se da a través de los correos sentimentales, la cual viene siendo parcial.

Pascuali nos hace llegar a una conclusión parecida cuando revisamos sus análisis de los medios de comunicación de masas. En él, al describir la situación que él llama de "alocución", afirma: "... surge al perderse el diálogo entre el transmisor y el receptor... indica el discurso unilateral suscitador de una relación de información, que es un 'decir ordenado' sin posible réplica receptora... La 'voluntad de entender', así impuesta unilateralmente al receptor, se transforma en pacto de mandamiento; sólo queda alguien que **se hace entender** sin tener que entender al otro (el transmisor) y alguien que sólo **debe entender sin ser entendido** (el receptor)" (19) (El subrayado es nuestro). Entonces, de esta situación nace una élite que tiene la posesión de los medios y, por lo tanto, la facultad de transmitir lo que desea a través de ellos. Estas élites económicas pueden llevar, así, al lector, a creer que "puede libremente elegir

un proyecto de vida, el cual en realidad es obra de la coacción ejercitada por la atmósfera mercantilista y mosificada en la que se halla sumergido" (20).

Por su parte, Umberto Eco coincide en lo mismo al afirmar que en el momento en que las masas entran como protagonistas en la vida social y participan en las cuestiones públicas, es de esperar que impongan un etbos propio, paradójicamente, su modo de divertirse, de pensar, de imaginar, no nace de ellos: a través de las comunicaciones de masas, todo ello les viene propuesto en forma de mensajes formulados según un código de la clase 'superior' (21).

Sin embargo, es necesario recordar aquí a Mattelart cuando afirma que la clase superior no es consciente de su forma de actuar: "No hay que deducir en forma ingenua que la clase dominante es un sujeto supraconsciente de la historia e interpretar... que es un monstruo con garras. La ideología no es la construcción abstracta de un individuo o de una clase. Está íntimamente relacionada con un modo de producción y una formación social dada; le es funcional y le permite su subsistencia y la de la denominación de la clase, que es el soporte de este modo social. De ninguna manera puede hablarse de 'creación' de mitos por esta clase, sino de 'administración' (22). Es decir, toda esta forma de introyectar valores o formas de vida en los lectores, viene dada por la clase dominante pero no de una manera consciente sino a través de la ideología necesaria para la perpetuación del sistema social.

En resumen, la fotonovela como elemento de la cultura de masas, impone a un público pseudo-necesidades, aunque para lograrlo debe tener una idea de las necesidades reales efectivas del público lector. "Desde los modelos estelares del cine —afirma Edgar Morín—, hasta los protagonistas de las novelas de amor, incluidas las emisiones de televisión para la mujer, la cultura de masas representa y propone casi siempre situaciones humanas que no tienen ninguna conexión con las situaciones reales de los consumidores, pero que continúan siendo para ellos situaciones modelo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1 Morín E., *El Espíritu del Tiempo*, Editorial Taurus, Madrid, 1965, p. 1975.
- 2 Morín E., *ibid.*, p. 32.

- 3 Morín, **ibid.**, p. 22.
- 4 Morín E., **ibid.**, p. 132.
- 5 Eco U., **Apocalípticos e Integrados Frente a la Cultura de Masas**, Editorial Lumen, Barcelona, 1973, p. 371.
- 6 Eco. U., **ibid.**, p. 372.
- 7 Morín E., **El cine o el hombre Imaginario**, Editorial Seix-Barral, Barcelona, 1972, p. 16.
- 8 Morín E., **ibid.**, p. 198.
- 9 Marcuse H., **Eros y Civilización**, Editorial Joaquín Mortiz, S.A., México, 1970, p. 32.
- 10 Freud S., citado por Marcuse, **ibid.**, p. 49.
- 11 Morín E., **op. cit.**, p. 37.
- 12 Marcuse H., **op. cit.**, p. 19.
- 13 Marcuse H., **op. cit.**, p. 62.
- 14 Freud S., citado por Marcuse H., **op. cit.**, p. 58.
- 15 Morín E., **op. cit.**, p. 78.
- 16 Morín E., **op. cit.**, p. 79.
- 17 Morín E., **op. cit.**, p. 58.
- 18 Pascuali A., **Comunicación y Cultura de Masas**, Monte Avila Editores, Caracas, 1972, p. 57.
- 19 Morín E., **op. cit.**, p. 86.
- 20 Morín E., **op. cit.**, p. 30.
- 21 Mattelart A., **Comunicación Masiva y Revolución Socialista**, Editorial Diógenes, S.A., México, 1972, p. 28.
- 22 Morín E., **op. cit.**, p. 31.

#### 4 FOTONOVELA Y SOCIEDAD

**"Sabía que para conquistarla, necesitaba darle buenos regalos"**

Otro aspecto importante de la fotonovela es su implicación social. Este apartado es, en cierto punto, un complemento del anterior pues en él trataremos de determinar la influencia de la fotonovela en el individuo, pero como elemento de un grupo social.

Todo lo que aquí se diga ha sido obtenido del análisis de los 88 ejemplares que constituyen nuestro universo.

#### 4.1 LA SOCIEDAD DE CONSUMO

La fotonovela nace y se da dentro de sociedades llamadas de consumo, donde lo más importante es consumir debido a su modelo económico: el capitalismo, pero el capitalismo en su fase de economía de provecho. "En esta sociedad, de lo que se trata es de aumentar el consumo para aumentar la producción de bienes sociales, así como aumentar los provechos que consiga la clase detentadora de los medios de producción, al vender bienes" (1).

Como afirma Erick Fromm, aquí los individuos adquieren cosas con dinero; su mera posesión les da derecho de adquirir lo que quieran y hacer de ello lo que mejor les parezca. Además, solamente compran cosas para tenerlas, aunque se trate de objetos inútiles. Y si no son inútiles, entonces tratan de adquirir las que sean más ostentosas. O sea, consumir es en nuestra cultura "esencialmente satisfacer fantasías artificialmente acumuladas, después de una creación de la fantasía ajena a nuestro ser real y concreto". Consumimos como producimos, sin una relación concreta con los objetos que manejamos; vivimos en un mundo de cosas, y nuestra única relación con ellas es que sabemos manejarlas y consumirlas" (2).

El consumo es en la actualidad un fin en sí mismo, debido al aumento incesante de necesidades creadas por el mismo sistema de producción y "toda esta actitud enajenada hacia el consumo no existe solamente en nuestro modo de adquirir, sino que además determina el empleo del tiempo libre" (3).

Es decir, en esta sociedad se acostumbra comprar todo con dinero: amor, prestigio, mujeres y todo adquiere un valor monetario y, por lo tanto, todo es considerado como una mercancía. Pero existe una amplia clase social que no cuenta con los medios para comprar todo, pero les es posible adquirirlo "consumiendo" películas, revistas o fotonovelas.

#### 4.2 LAS CLASES SOCIALES

**"Ahora sí viviremos como la gente decente"**

Para seguir adelante, es necesario considerar que, en México, la sociedad está dividida en clases sociales, división que surge, de acuerdo a Marx, por la posesión que éstas tengan de los medios de producción. Existe una clase detentadora de dichos medios y otra, el proletariado, que no posee ningún medio por lo cual tiene que vender su fuerza de trabajo a la primera. Entre estas dos clases, se encuentra una tercera: la clase media o pequeño-burguesa. Es esta última la que nos interesa tipificar aquí, porque tal parece que es en realidad la clase que está reflejada en las fo-

tonovelas, aunque esto no quiere decir que sea la principal consumidora.

Ya Virginia Erhart destaca, a propósito de las novelas de Corín Tellado: "Las figuras centrales —personajes— están distribuidas en un espectro muy amplio que abarca desde cuidadoras de cabras, hasta altezas reales. Sin embargo... los personajes viven, opinan, sienten y actúan según las pautas de una mentalidad pequeño-burguesa —clase media—, por más que exteriormente se les recubra de rancia aristocracia o de un barniz intelectual supuestamente amplio y emancipado" (4).

La clase media en México "comprende una extensa gama de familias; desde las de los burócratas, hasta las de los profesionistas, incluyendo a las de los comerciantes en pequeño, de técnicos, empleados de oficina y de comercios" (5).

Esta clase intermedia no posee ningún medio de producción y tampoco presta sus servicios a los dueños de ellos; desea fervientemente poder ascender y formar parte de la burguesía, lo cual determina sus valores y actitudes. Así pues, una de las primeras características de esta clase en su afán de consumir, de posesión, ya que desean acceder a la burguesía consumiendo lo más posible para aparentar un nivel de vida superior; ese nivel es supuestamente el de la burguesía, pero a fin de cuentas es lo que la determina como clase media en cuanto a valores.

La forma de vida que llevan hace que su actitud sea conservadora y, por lo mismo, se oponen a cualquier cambio en las costumbres de vida familiares o laborales, que puedan poner en riesgo lo ya obtenido.

De acuerdo a Elu de Leñero, los estereotipos de la clase media se ven reflejados sobre todo en la prensa, las canciones, después en el cine, de donde pasaron a la radio, la televisión y, últimamente, a los pasquines y fotonovelas.

### 4.3 LA FAMILIA

#### "Has manchado el apellido de la familia"

La familia es el grupo social más pequeño; es la célula fundamental de la sociedad mexicana y, como ya vimos más arriba, se tratará por todos los medios de conservarla intacta.

El tipo de familia del cual nos ocuparemos es el de la familia urbana, donde persisten los rasgos de un patrón general, ya elevado a un tipo ideal un tanto abstracto: el de la mujer y el del hombre que se desarrollan en la clase media.

Así pues, la familia urbana pequeño-burguesa se compone de los siguientes elementos:

a) Un padre de familia que trabaja y está fuera de su casa la mayor parte del día. Su responsabilidad ante los suyos es satisfacerles sus gastos económicos y por eso merece todo el respeto de los miembros que dependen de su trabajo.

b) Una madre-esposa, cuya labor principal es el cuidado de los hijos. Toda su actividad queda confinada dentro del hogar. La educación de los hijos depende de ella y como segunda responsabilidad, tiene la distribución del gasto diario.

c) Los hijos, deben todo su respeto a los padres y su única actividad es la del estudio, cuando son buenos hijos.

Cada uno de estos miembros representa valores sociales bien específicos como los siguientes:

a) Valores Femeninos, correspondientes al significado de "ser mujer" en México. Están representados por "la mujer abnegada, prolífica, la amorosa que todo lo da y sólo espera a cambio el reconocimiento de que ha sido buena esposa, pero sobre todo, 'madre ejemplar' (6).

b) Valores Masculinos, cuyo principal atributo es la fuerza como mayor factor de triunfo, pues el mejor medio para hacerse respetar es el de la imposición física ante los demás. Entre estos valores, se hace patente una de las manifestaciones del tan mencionado "machismo" que consiste en "una serie de mecanismos que llevan al hombre a comportarse a veces como villano, en ocasiones receloso y rencoroso; otras, charlatán y fanfarrón; las más, conquistador, alegre y pendencioso, pero también sentimental y estóico" (7).

c) Valores Juveniles, representados por la obediencia y el respeto de la juventud hacia los padres.

Estos son, en general, los valores que caracterizan a la clase media en México.

### **"Era la mujer que iluminó su vida"**

Como afirma Mariclarie Acosta, en nuestro país, la temática de la fotonovela "gira en torno a la vida afectiva de los miembros de las clases media y media baja urbanas y sus personajes suelen ser mujeres" (8). Es decir, si el espíritu de la sociedad es el de proteger a la célula familiar, la fotonovela se adhiere a este espíritu, tomando como patrón las familias componentes de la clase media, las cuales a su vez son la aspiración de las clases proletarias.

Al margen, queremos aclarar nuestra discrepancia con la autora en cuanto afirma que la mujer suele ser el personaje central de las fotonovelas. Nosotros hemos encontrado que el papel del hombre es ahí tan importante como el de la mujer, pues si bien en general la temática es sentimental-amorosa, casi siempre se presenta como problemática de la pareja. Entonces, el personaje central de la fotonovela suele ser la pareja y no la mujer, aunque eso sí siguiendo el punto de vista de la conflictiva femenina.

Algunos conceptos de Michelle Mattelart pueden aclararnos esto último: lo que sucede es que el sistema ha escogido, para reforzarse, mitos como el de la modernidad. A través de la mo-



dernidad, nace el mito del cambio, "del movimiento y de la progresión constante, de génesis diaria, de mutación efervescente, que enmascara la permanencia y el estatismo; las estructuras constitutivas del orden que lo generó" (9). Para transmitir ese estatismo disimulado con la máscara del cambio, se utiliza mucho la imagen de la mujer, vinculada con la idea de la continuidad, de la perpetuación, de la perduración: "La prensa en general, e incluso el conjunto de los mass-media, llámese cine, radio o televisión, están cada vez más colonizados por estos valores de corte femenino, que se articulan en el arquetipo de la femineidad: temas y valores del corazón, de la organización doméstica, de la cotidianeidad, de la intimidad, están obsesivamente presentes en todos los productos de la industria cultural" (10). Todo lo anterior se debe a que la mujer "viene a cristalizar actitudes defensivas, centradas en la seguridad familiar, la privacidad de los intereses, el encierro en la esfera personal o, a lo sumo, familiar" (11).

Es por esto que aparentemente, el personaje central de la fotonovela es la mujer siendo que en realidad se trata de una tendencia a utilizar valores femeninos en la mayoría de los géneros de la literatura popular.

Ahora bien, una vez establecido todo el marco social anterior, trataremos de caracterizar a la fotonovela a partir de ciertas implicaciones sociales que lleva consigo.

#### 4.4 LA FRAGMENTACION DE LA REALIDAD

##### "Apenas podía creer lo que sus ojos veían"

Entre los rasgos más visibles de la fotonovela, tenemos el enfrentamiento que da al lector con situaciones fragmentadas que no reflejan la realidad completa en la cual se dan, sino que universalizan esos segmentos de la realidad. Véanse los siguientes ejemplos: UNA SIRVIENTA envía a su hija a estudiar a Europa; al regresar, ella conquista a los dos hijos de la familia donde sirve su madre (Cita de Lujo, No. 78). A CAUSA de un accidente, una muchacha queda ciega y sin padres; la soledad en la cual ésta de repente es interrumpida por un fugitivo que se solidariza con su desgracia y se enamora de ella, para al final casarse y buscarle una curación (Capricho, No. 411). POR INTERESES, una mujer conquista a un hombre viejo, rico y viudo; casados, él muere y ella hereda un negocio el cual incendia para poder cobrar un jugoso seguro, sin saber que adentro del local estaba su madre (Historias de la Vida, No. 37).

Es fácil observar cómo en la trama se seleccionan aspectos, sobre todo sentimentales, que son los que exclusivamente guían el desarrollo de la narración, distorsionando la realidad económica y social que, obviamente, afectan toda situación.

En el primer caso, resulta inverosímil que una sirvienta tenga los recursos (y siquiera la idea) económicos para sostener los estu-

dios de su hija en Europa, así como tampoco se comprende cómo una muchacha, que de pronto queda ciega, pueda sobrevivir sola en una casa sin tener ayuda y cómo de repente, en esta situación, irrumpe en su vida el amor salvador de su desgracia. En el tercero, se observa que la única preocupación de un hombre viudo es casarse, y la de una mujer, tener dinero, y la facilidad con la cual ambos alcanzan sus objetivos.

Podemos afirmar que los mundos presentados en la fotonovela son demasiado sencillos y, por ende, demasiado falsos; sin ir hasta la verdadera esencia de las situaciones, tampoco se busca el verdadero comportamiento de los seres. Es así como también se niega la realidad a los personajes: reacciones, un lenguaje auténtico, una situación económica y social.

Así, detectamos otra característica de lo verdaderamente fotonovelístico: lo no auténtico, lo completamente opuesto a lo literario, tomando en cuenta que la literatura es la realidad a partir de la creación, mientras que la fotonovela se presenta como la desvirtuada sombra de la realidad misma.

#### 4.5 LA UNIVERSALIDAD DE LOS ARGUMENTOS

##### "Siempre había deseado vivir en la capital"

Con este nombre nos referimos a la forma en que se institucionalizan las situaciones que aquí llamaremos urbanas. O sea, aún cuando la acción pueda desarrollarse en el campo o en la provincia, los personajes actúan, viven y visten bajo patrones claramente citadinos, patrones que corresponden a los actuales.

De la muestra analizada, la acción de un 20% está teóricamente desarrollada fuera de la urbe, mientras que en el resto del universo se da por sentado que la acción tiene lugar en la capital del país. (Obsérvese de paso que aquí también se proyecta un centralismo: casi todo —importante o no—, sucede en el D.F.).

De ese 20%, algunos títulos se utilizan para realizar la promoción turística del lugar donde los productores se trasladan para ambientarla y es entonces cuando se especifica claramente el nombre del lugar donde se desarrolla la trama y a veces hasta en el mismo nombre del episodio de la fotonovela: **Sucedió en Campeche**, **Conflicto en Mérida**, etc. En estos casos, la acción es ambientada en capitales de estados o en los lugares más turísticos: Guadalupe, Tepic, Ciudad Victoria, Aguascalientes, etc.

Cabe notar que es en estos casos cuando la acción sale de los espacios cerrados para que los personajes puedan pasearse frente a los monumentos o lugares turísticos más atractivos y promover, así, las ciudades.

Cuando la acción sucede fuera de la Capital, pero sin estar en ninguna ciudad importante, simplemente se identifica al lugar como "en un pueblecito", "en una hacienda" o "en el campo".

No obstante, ya sea que el lugar se presente como importante o intrascendente, urbano o campirano, la situación geográfica tie-

ne poca o ninguna importancia para el desarrollo de la trama pues, como ya se dijo, los patrones urbanos son los que imperan.

He aquí algunos ejemplos: UN HOMBRE de negocios llega a casarse a Mérida; encuentra ahí a su antigua amante por quien está a punto de romper su compromiso, pero descubre que la amante ha sido dipsómana, mentirosa y deshonesta por lo cual la olvida y se casa con su novia (Novelas de Amor, No. 785). EN MONTERREY, dos amigos se enamoran de la misma mujer. Ambos llevan una amistad profunda y como uno ha tenido una decepción sentimental, el otro decide sacrificar su amor "en aras de la amistad" (Capricho, No. 409). UNA MAESTRA llega "al pueblo", ayuda desinteresadamente a un joven; le propone una beca que acepta, pero su novia —quien lo engaña—, lo presiona para que no la acepte. La maestra lo entera del engaño de que es objeto y lo convence revelándole que ella amó a su padre años atrás (Chicas, No. 376).

Claramente se observa la falta de relación entre la trama y el lugar donde se desarrolla, pues si bien la acción sucede en provincia o en algún pueblo, esos lugares son incidentales y si se mencionan es por la promoción turística que debe rendir algún provecho económico a los editores.

Así mismo, los personajes supuestamente provincianos corresponden en el fondo a un patrón citadino. Aunque se sitúe a las personas en otros ambientes, su forma de vestir —por ejemplo— es en un 90% de los casos, de última moda. Como ilustración, recordamos el ejemplar que trata de una joven que vive fuera "del pueblo", en una choza —que en el fotograma resulta ser una mansión—; en ningún momento se aclara de qué vive, pero en cambio, su forma de vestir es muy "al día" (Novela Musical, No. 304). O el caso del minero que desarrolla una vida social intensa donde se desenvuelve exitosamente, sin que a lo largo de la narración se muestre o se sugiera que acude al trabajo; además, ni sus poses ni su indumentaria corresponden a las de un minero (Chicas, No. 376).

Podemos pensar que aquí sucede algo parecido a lo que señala Virginia Erhart respecto a las novelas de Corín Tellado: "...en todas partes se vive y se piensa igual que en España, la que de este modo se convierte en canon universal" (12). Pero nosotros diremos: en toda la República se vive y se viste igual que lo hace la clase media en la Capital.

En cuanto a la temática, tampoco se observa ningún cambio determinado por el lugar geográfico donde se desarrolla la acción. Lo central sigue siendo lo sentimental.

#### 4.6 EL TIEMPO Y LAS CLASES EN LA FOTONOVELA

##### "Llevan la perversión en el alma"

El pasado de los personajes queda constantemente fuera de la

narración fotonovélistica; únicamente se menciona el pasado inmediato y surgen en la narración como "por arte de magia". De esta manera, encontramos que uno es rico hacendado o ladrón; otra, prostituta o artista, pero todos definidos únicamente en el presente sin aportar un dato acerca de la forma en que llegaron a ser lo que son.

Y si los personajes no tienen en la fotonovela un pasado —excepto cuando éste es un dato que en determinado momento puede ser clave para el desarrollo de la trama—, tampoco tiene un futuro, pues éste sólo queda sugerido en la felicidad posterior: en el final feliz. De ahí que los finales de las narraciones sean, el mayor número de veces, prometedoras: "Le tendió los brazos y ella se refugió en ellos, enloquecida de amor como estaba para empezar de nuevo una vida distinta en otro lugar" (Chicas, No. 371)... "El inmenso cariño de Cristina iba a compensarlo llenándolo con una gran felicidad que alegraría el resto de su existencia" (Novela Musical, No. 304)... "Se detuvo, mirándolo ir, sin fuerzas, para siempre. Sabía que todo estaba perdido. El muchacho iría en busca de un horizonte de felicidad que ella jamás podría darle, porque era una perversa" (Chicas, No. 376). Estos, por no citar otros igual de prometedores y no menos conmovedores.

### **"Sabía que sólo en sueños podía aspirar a su amor"**

En cuanto a las clases sociales, en un 95% del universo, las formas de vida, los valores y los personajes presentados corresponden —aunque se disfraze su pertenencia a otras clases—, a los de la pequeña-burguesía. La forma en que se encuentra representada coincide con la imagen de la que habla Carlos Monsiváis: "(Ahí) se respetan y se refuerzan todas las convenciones clasistas, la idea de las jerarquías donde el mejor destino para un pobre es el contentamiento con su pobreza" (13).

En el universo estudiado, se observa que las familias representadas pertenecen a: profesionistas (40%), comerciantes (20%), empresarios (10%), obreros (5%), hacendados (25%). Fácilmente se ve que la mayoría pertenece a la clase pequeño-burguesa, lo cual queda reforzado por los valores que profesan estas familias en cuanto al trabajo, a la mujer, a los hijos y a los padres. Es decir un 60% representan a familias de la clase media; sin embargo el otro 40% también las representa en cuanto que los valores que sustentan las familias burguesas o proletarias corresponden de todas formas a los de la pequeña-burguesía.

Por otro lado, aunque aparentemente se trate de representar la movilidad de una clase a otra, dando a entender que los médicos se casan con las enfermeras o los ingenieros con las secretarías, en el fondo no hay tal movilidad pues todos pertenecen a la misma clase social. En cambio, cuando se trata de matrimonios entre un empresario y una secretaria, permanece la rigidez social (ver más abajo).

## **"Arrepentida, regresó a casa para pedirles perdón"**

Respecto a la familia dentro de la fotonovela, no es que ésta se encuentre ausente, sino que su presencia en ella es "fantasmagórica" porque aparece como el modelo ideal al cual aspira la pareja. Es decir, por lo general, no aparecen todos los miembros familiares; sólo una parte de ellos se hace presente a través de un conflicto entre la pareja, entre padre e hijo, entre hijo y novia... donde se supone, se sabe que existen los demás elementos, aunque no aparezcan.

En nuestro universo, encontramos un 5% de ejemplares donde aparecen hogares completos, mientras que en el resto aparece la pareja.

Del número de fotonovelas que se ocupan de la familia, existe un grupo donde cierto conflicto pone en peligro su integración, ya sea porque alguno de los miembros sea seducido por una persona extraña al núcleo familiar o porque sea perverso sin indicar las causas de dicha maldad.

En el primer caso, la narración nos muestra cómo la familia atraviesa por una crisis aguda, para al final reafirmar su unión.

En el segundo caso también se señala la crisis familiar que desembocará en la expulsión del miembro perverso por el bien o la felicidad de los otros elementos.

Citemos algunos ejemplos: UN MATRIMONIO queda roto por la partida de la esposa con su amante. Aunque hay intentos de una reintegración, queda definitivamente roto el vínculo porque ella es alcohólica e incapaz de dejar de amar al otro hombre (Capricho, No. 413). UN PADRE DE FAMILIA pide el divorcio a su esposa para casarse con su amante. Decepcionada de sus padres, la hija del matrimonio sale del hogar para vivir en unión libre con su novio, pues piensa que esa es una forma ideal pero no llegar al divorcio. El padre arrepentido vuelve al hogar mientras la hija institucionaliza su unión (Cita de Lujo, No. 80).

En fin, sobresale la protección de la fotonovela hacia la familia, aunque ésta generalmente se encuentra ausente de la misma. Simultáneamente, vemos confirmada la observación de Carlos Monsiváis a propósito de la familia en la fotonovela: "Se admite sin discusión que las buenas familias son las poseedoras de valores inminentes y perdurables" (14).

### **4.7 LA PAREJA**

#### **"Esta unión duraría toda la vida"**

Si el tema sentimental es el preferido de la fotonovela, obviamente que, entonces, los protagonistas centrales para representar la trama serán los de la pareja. Ella es el medio a través del cual se entronizan los valores tradicionales de la familia y de la sociedad.

En la fotonovela, la pareja la constituyen gente "bonita" y joven, representada por artistas de prestigio en el cine, la televisión o el teatro que posean el común denominador del patrón de belleza occidental. Ellos son jóvenes y guapos y, en general, con una profesión indeterminada, aunque muchos son "hombres de negocios", médicos o actores. Ellas en su mayoría (90%) son rubias —en un país donde la población es morena—, bonitas, con buena figura y vestidas siempre a la moda y dedicadas al hogar, aunque antes de casarse son secretarías, maestras o modelos.

Hay que recalcar que el status social de los personajes es claramente proporcionado cuando tiene una función narrativa. Es decir, en la fotonovela solamente se especifica desde el principio del relato que el personaje es médico, por ejemplo, cuando ese es un dato importante en la orientación de las acciones. De otra forma, se omiten los status sociales, o se dan a entender superficialmente.

Ahora bien, es remarcable la forma en que la pareja se conoce en el mundo fotonovelístico: de una manera incidental y azarosa. Tal parece que el destino los tiene deparados uno para el otro. Y esto último no solamente es válido para las situaciones incidentales, sino para todo tipo de pareja, aunque no se destaque el momento ni la forma en que se conocen; siempre se dará a entender que los miembros nacieron el uno para el otro. Respecto a esto, Virginia Erhart afirma: "...y esto de apelar al destino, hace presumir la justificación de una actitud pasiva en la cual se deja que todo se resuelva por sí mismo, sin introducir cambios deliberados, que las cosas sigan como están, o 'como se ha dispuesto que estén', pues se pretende ofrecer este ordenamiento como una disposición divina, no sólo la más adecuada, sino también aquella que los hombres no están en condiciones de rectificar" (15).

Después se observa que, una vez entablado el conocimiento, el encuentro entre la pareja, surge entre ambos una relación de noviazgo llena de obstáculos que ellos deberán vencer para después llegar a la unión institucional: el matrimonio. En la fotonovela la pareja se considera ya institucionalizada cuando aparece unida legalmente en matrimonio.

**"Desde el primer instante en que se vieron..."**

Como ejemplos de encuentros azarosos tenemos: UNA MUJER conoce a un hombre guapo de un "tropezón", mientras ambos pasan sus vacaciones en el mismo hotel; entran en relación y surge entre ellos el amor (Novelas de Amor, No. 778). UNA MUCHACHA que está a punto de ahogarse, en el último momento de conciencia conoce y se enamora de su salvador, a quien después de varios hechos, reconocerá para confirmar su primera visión (Linda, No. 480). Una mujer y su amante piden auxilio en la carretera, son ayudados por dos muchachas. En el mismo instante en que se ven por primera vez, el amante queda prendado de una de ellas: ambos se creen el uno para el otro. Después, él la buscará por la

ciudad para, al final de la narración, casarse (Dulce Amor, No. 306).

Se observa cómo las relaciones surgen de encuentros fortuitos creados por el narrador para poder comenzar la trama, pero esto ocasiona que se fomente la creencia de que una relación puede hacer inmediatamente después de encuentros tan incidentales como los citados.

### **"No sabía que ese amor le daría días de abrojos"**

Ahora bien, establecido el primer contacto entre los integrantes de la pareja, con el mutuo descubrimiento de su afecto, inician conjuntamente su lucha contra los obstáculos que deberán vencer para alcanzar la unión definitiva. Es en esta etapa de la trama donde se aprecian, con mayor claridad, los elementos que recrean a la fotonovela como subliteratura.

El tipo de obstáculos ante los cuales es necesario luchar son fundamentales tres:

a) Las Diferencias Sociales: entendiéndose por diferencia social el que entre los miembros de la pareja existan posiciones sociales diferentes y aparentemente irreductibles. Este es el tipo de obstáculo más utilizado como impedimento para la unión.

Las diferencias sociales aparecen siempre destacadas por algún familiar de los integrantes, pues es preciso señalar que en la fotonovela, la pareja nunca se libera de la tutela familiar; por lo menos uno de ellos permanece bajo la autoridad de la familia y, por lo común, es la mujer.

Cabe remarcar, primero, que las diferencias sociales son disfrazadas bajo la forma de conflictos familiares. Casi siempre es el padre —quien en las familias mexicanas tiene más autoridad—, el que comúnmente se opone a la unión de su hijo(a) con otra persona de otra clase. Y para lograr ese enmascaramiento de las diferencias, se argumenta el respeto de los hijos hacia la autoridad de los padres o la preocupación de éstos para que los hijos tengan una vida "mejor".

En fin, podría pensarse en un intento de los productores de la fotonovela por hacer que las cosas sigan como están, mostrando la inmovilidad social, la degradación de la mujer y todo justificado a través de la autoridad de los padres.

### **"Ese hombre no te conviene"**

Por otro lado, es la mujer la que con mayor frecuencia se ve restringida para unirse con otra persona que no sea de su mismo nivel social, aunque eso no quiere decir que el hombre no se tope con este tipo de obstáculos.

Veamos algunos ejemplos: DESPUES DE haber sido enviado a Europa para separarlo de su novia, un muchacho regresa al país sin haberla olvidado. Molesto, el padre le advierte que de volver con ella, dejará de mantenerlo; no obstante, la busca y vive con

ella aceptando, al mismo tiempo, un trabajo poco remunerativo que le impide cumplir íntegramente con sus obligaciones familiares. La abandona para casarse con una mujer adinerada (Novelas de Amor, No. 782). UNA MUJER se casa con un hombre de negocios siguiendo la voluntad de sus padres y a pesar de estar enamorada de ex-novio pobre. En un encuentro, esta última pareja se vuelve a amar pero ella debe confesar a su marido la verdad; éste en un impulso, los quiere matar, pero finalmente se suicida porque se sabe malo (Linda, No. 4 81). UN PADRE viaja durante un año con su hija intentando hacerla olvidar a un vividor de quien ella está enamorada. No obstante, a su regreso ella intenta casarse; entonces el padre advierte a la pareja que de hacerlo, no tendrán su apoyo económico. El día de la boda, el hombre no llega y cuando el padre muere, reaparece ante la joven heredera, pero ella ya no lo acepta (Chicas, No. 375).

### **"A pesar de su físico, tenía un corazón muy noble"**

Aquí, se consideran como obstáculos para la unión de la pareja, las marcas físicas y morales de alguno de los miembros. En este grupo tienen cabida los ciegos, los drogadictos, paralíticos, cancerosos, alcohólicos, prostitutas, huérfanos, etc.

Tomemos algunos casos: UNA CHICA ciega, huérfana y embarazada es maltratada por su tía, a cuyo cuidado está. El personaje central, Ibis, la ayuda llevándola a operar de la vista. En el hospital, ella conoce a un médico; después de dar a luz, y recuperar la vista, ambos se casan (Ternura, No. 7). EL HOMBRE de una pareja de recién casados queda paralítico por un accidente. Recibe una carta donde se le informa que es padre de una niña, producto de una aventura. En un ataque de furia, lo comunica a su esposa quien lo abandona. El decide suicidarse, pero los padres de ella la han convencido de volver con su marido, quien a última hora desiste del suicidio. Ella acepta a la hija de la aventura mientras él decide someterse a operaciones para curarse. (Cita, No. 456). EL PASADO TURBIO de una mujer le impide entablar una relación más estable con el hombre que ama. Sin embargo, como ella era buena y dispuesta a enmendar su pasado, al final se casan (Novelas de Amor, No. 778).

Se observa que los dos miembros emprenden la lucha para superar esos defectos físicos o morales. El modo de superarlos es por medio del amor o con la esperanza de que serán eliminados por la cohesión de la pareja.

### **"¡ O él o yo! Decide"**

#### c) Los triángulos Amorosos:

Es importante el número de casos en los que la pareja debe luchar contra la intromisión de una tercera persona que amenaza la unión, al establecer relaciones amorosas con alguno de los miembros.



bros.

Los triángulos que aparecen con más frecuencia son del tipo él-ella-él, y entonces se observa que:

1.—La unión entre la pareja queda rota porque la mujer es perversa y así se le caracteriza desde el principio de la narración. Es decir, cuando es la mujer quien engaña al hombre nunca se llega a perdonarla de ese pecado; sin embargo esto no se dice explícitamente y en cambio es da a entender que la unión ya no es posible porque ella es "perversa".

2.—Al final de la narración, a la mujer perversa "el destino" le impone un castigo: la muerte, la locura o alguna enfermedad incurable. Nótese de paso cómo "la divinidad" o "el destino" se muestra siempre protector de los valores familiares.

Son menos los casos donde los triángulos son del tipo ella-él-ella. Curiosamente, en estos tipos se tiende a hacer ver que si el hombre engaña a su compañera es por culpa de otra mujer que lo seduce: "devoradora de hombres", como la llama Mariclaire Ácosta. Contrariamente a lo que podría esperarse, las soluciones que se dan a este problema no es ni el castigo al hombre que engañe ni el rompimiento de la unión; él siempre tendrá la posibilidad de regresar a pedir perdón, después del arrepentimiento.

Es remarkable en ambos casos, que es a la mujer a quien se culpa por ser malvada y buscar otras aventuras, mientras que la imagen del hombre es limpia pues es engañado por la esposa o es seducido por la amante. En fin, pese a que es la pareja quien enfrenta los diferentes obstáculos, ambos no comparten "el calvario" por igual: ella sufre, padece y carga con las culpas y equivocaciones de ambos. "Por lo demás —dice Marie Claire Acosta—, (la mujer) se dispondrá a asumir la responsabilidad y la culpa por el fracaso de su relación y se reprochará por falta de comprensión o ternura, o por haber sido demasiado ambiciosa, exigente o impulsiva. El resultado final: los problemas no se comparten, y cada quien lucha sólo por algo que se planteó originalmente como empresa común" (16).

#### 4.8 LOS FINALES

##### "Y con ese beso, comenzaban una nueva vida"

De acuerdo a los obstáculos con los cuales se enfrentan los miembros de la pareja, será el tipo de solución a darse. De ahí que existan tipos específicos de desenlace para cada problemática. Es decir, es posible establecer la tipología de los finales en la narración de acuerdo a los obstáculos utilizados en la misma.

Primer Caso —Cuando la narración se refiere a diferencias sociales como obstáculos para la unión de la pareja, donde uno de ellos es muy rico, se observa que el tipo de solución que los personajes toman se divide en:

a) Exclusión del Matrimonio.—Es en estos casos donde, a pesar del amor entre ambos miembros, surge el alejamiento por conse-

cuencia de presiones familiares de alguno de ellos. Entre esas presiones se encuentran los viajes a Europa por largo tiempo o amenazas de quedar sin herencia. Casi siempre el reencuentro es inevitable, pero la unión será ya imposible porque uno de ellos haya iniciado por su lado "una nueva vida".

b) El Matrimonio.—Se llega a la unión de la pareja pero condicionada al ascenso social de uno de los miembros para igualar su posición con el otro. Hay que señalar que ese ascenso se da en las formas más insólitas tales como herencias, recompensas o loterías. Por ejemplo, el médico que recibe un cuantioso cheque por haber salvado la vida de un paciente (Cita de Lujo, No. 84); la camarera que recibe una suma impresionante por los cuidados tenidos a un niño alemán (Linda, No. 487); o el empleado que se hace dueño de una industria por la súbita muerte de su jefe (Dulce Amor, No. 310).

Sin embargo, el ascenso social puede darse también por la adquisición de la educación y la cultura correspondiente a la clase a la cual se desea entrar, como el caso de la hija de sirvienta que es admirada por los patrones debido a sus amplios conocimientos culturales (Cita de Lujo, No. 78).

Segundo Caso.—Cuando el obstáculo presentado en la narración es un estigma físico o moral, entonces el desenlace es:

a) Desaparición del Estigma. Esto solamente sucede cuando el personaje ha sido caracterizado, desde el principio de la narración, como bueno o cuando éste llega al "sincero arrepentimiento". Por ejemplo, el caso de una mujer cancerosa y mala que, al arrepentirse de su maldad, es sujeto de una curación milagrosa (Ternura, No. 6).

b) Permanencia del Estigma.—Esto sucede con los personajes que en la narración son señalados como perversos, quienes llegarán al desenlace con sus marcas o defectos y además tendrán el castigo que su maldad merece: la muerte, el abandono, la locura o la cárcel.

Tercer Caso.—Cuando el obstáculo principal para la preservación o la unión de la pareja es una mujer o un hombre externos a ella, generalmente el vínculo solamente es puesto en peligro para, al final reafirmar la unión, pues como ya se vió, la fotonovela pretende conservar a la familia y en ella, la familia nunca se desintegra a menos que uno de los miembros sea irremediablemente malo (Ver los triángulos amorosos).

## 4.9 LOS HIJOS

### "Desde niña, siempre tuvo respeto por sus padres"

Si son raras las veces en que se representaba a la familia completa, también pocas veces aparecen los hijos como personajes centrales. A este respecto, se puede establecer una tipología:

a) Los niños, aunque casi no tienen cabida como tema principal, cuando aparecen son el pretexto para llevar la narración hacia al-

gún problema en especial. Así pues, existen títulos donde el niño es el pretexto para hablar del aborto, el divorcio, el adulterio, las relaciones amorosas libres, la unidad familiar, etc.

Veamos los siguientes ejemplos: UN AMANTE ha decidido que aborte la mujer con quien vive; sin embargo, ésta será rescatada por un hombre que la ama y dispuesto a ser el padre del niño (Cita, No. 406). UN NIÑO produce la separación entre la pareja por ser producto de una aventura del hombre, aunque al ser reconocido por la esposa, será el motivo de la reconciliación (Cita, No. 417).

En estos casos, se utiliza la ocasión para hablar del aborto y de las relaciones extramaritales.

En fin, las pocas veces en que los niños aparecen sólo es mencionado su destino: la vida o la muerte. Y vivirán cuando la pareja soluciona su problemática institucionalmente, o morirán cuando esa problemática transgreda la legalidad de la relación de la pareja.

b) Es más frecuente que aparezcan los hijos, pero en su edad adolescente. Esto se debe a que en esa condición se les puede situar también entre temas sentimentales, aunque muchas veces se toman como pretexto para hablar de la desorientación juvenil, la inmadurez, las desviaciones, etc., y al mismo tiempo reiterar la autoridad de los padres sobre los hijos.

Tomemos algunos ejemplos: EN UNA PAREJA de dos jóvenes, él trata de introducir a su novia al vicio de la droga; después de un "pasón" que pone en peligro la vida de él, reconocen que estaban cayendo en un error y se enmiendan amándose mucho (Capricho, No. 410). EN UNA PAREJA DE jóvenes adolescentes, cuya unión no está legalizada, la incapacidad de él para ser económicamente autosuficiente provoca el rompimiento de la relación (Novelas de Amor, No. 782). LA HIJA REBELDE de un matrimonio, al quedar embarazada, se arrepiente de su comportamiento. Sus padres aceptan mantenerla mientras el hombre de la pareja se recibe en sus estudios (Linda, No. 483).

Observamos que las relaciones de noviazgo entre estos adolescentes, de 20 años en promedio, se representan como relaciones de personas ya maduras, lo cual no corresponde a la edad de los personajes. Por otro lado, también es remarcable que los problemas quedan resueltos con el arrepentimiento, primero, y después con muchas dosis de amor. Finalmente, cuando los hijos son "buenos", tienen derecho a la felicidad en el final del relato, mientras que si nunca llegan a arrepentirse de su maldad, terminarán fatalmente en desgracia.

### **"Yo también tuve la felicidad en mis manos"**

Como se puede observar en todo el análisis anterior, la problemática de la fotonovela gira en torno de aspectos sentimentales, vividos dentro de grupos de familia cerrados y rígidos, aislados del mundo y alejados del contexto social. Los problemas que ata-

ñen a la comunidad, aquellos donde es necesario tomar una postura individual, es decir, donde es preciso definirse ante el grupo, no tienen cabida en la fotonovela. Y excluir la política no implica dejar de hacerla: "La manipulación política —dice Monsiváis al respecto— se da por omisión" (17)

De igual manera, los problemas económicos sólo tienen cabida cuando constituyen una preocupación individual achacable a la falta de capacidad o de preparación para alcanzar el éxito.

Ningún personaje en la fotonovela habla de política y sí, en cambio, lo hacen de religión: Dios y los milagros son frecuentemente auxiliares dentro de este género. Y aquí cabe hacer mención especial a la fotonovela que publica Editorial ELE: Ternura, de reciente aparición, donde en cada número aparece el mismo personaje principal denominado Ibis. Este hombre aconseja y lleva por el buen camino a los descarriados con los que se topa en cada número, y siempre con la prédica definitiva: "Hay que tener fe en Dios para que todo salga bien".

Al destacar estos aspectos, no se espera que la fotonovela se politice, sino contrastar su evidente y obvia temática sentimental con su inclinación dentro de la sociedad.

Cabe destacar, por último, una característica: la fotonovela no es ya, ni busca ser, un cuento de hadas. Actualmente aborda temas nuevos y afronta situaciones donde los personajes no necesariamente tienen un futuro promisorio y feliz. Sin embargo, esto es parte de un rasgo fundamental en ella: el moralismo, es decir, la moraleja, aunque ésta, debe aclararse, no siempre está reñida con el final feliz. Por el contrario, alienta y estimula su búsqueda.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1 Fromm E., **Psicoanálisis de la Sociedad Contemporánea**, Fondo de Cultura Económica, México, 1962, p. 106.
- 2 Fromm E., **ibid.**, p. 117.
- 3 Fromm E., **ibid.**, p. 121.
- 4 Erhart V., "Amor, Ideología y Enmascaramiento en Corín Te-llado", **Casa de las Américas**, Cuba, marzo abril de 1973, p. 101.
- 5 Elu de Leñero C., **Investigación de la Familia en México**, Instituto Mexicano de Estudios Sociales, México, 1968, p. 112.
- 6 Elu de Leñero C., **ibid.**, p. 31.
- 7 Elu de Leñero C., **ibid.**, p. 22.
- 8 Acosta M., "La Imagen en la Fotonovela", **Diálogos**, México, No. 53, sept. oct. de 1973, p. 29.

- 9 Mattelart M., "Apuntes sobre lo Moderno: Una manera de Leer el Megazine", **Casa de las Américas**, Cuba, marzo-abril de 1973, p. 117.
- 10 Mattelart M., **ibid.**, p. 118.
- 11 Matelart M., **ibid.**, p. 119.
- 12 Erhar V., **op. cit.**, p. 109.
- 13 Monsiváis C., "Cesa tu Llanto Fabiola", **Excelsior**, México, enero de 1976, p. 7.
- 14 Monsiváis C., **ibid.**, p. 8.
- 15 Erhart V., **op. cit.**, p. 124.
- 16 Acosta M., **op. cit.**, p. 30.
- 17 Monsiváis C., **op. cit.**, p. 8.

**TITULOS DE FOTONOVELAS ENCONTRADAS EN EL MERCADO**

Amiga (\*)  
Amor y Fútbol  
Blue Demon  
Capricho  
Casos de Alarma  
Cita  
Cita de Lujo  
Chicas  
Corín Tellado (\*)  
Dulce Amor de Gala  
Dulce Amor  
Doctor Vértigo (\*)  
El Perro Mundo  
El Abismo Diabólico  
El Campeón Mantequilla Nápoles (\*)  
Feria de Pasiones (\*)  
Fiesta  
Fotolibro de Dulce Amor  
Fotoserie (\*)  
Foto Capulina  
Fotomisterio

Historias de la Vida  
Huracán Ramírez  
Ilusión (\*)  
Las Andanzas de Gastón  
Las Andanzas del Travieso  
La Cosquilla (\*)  
Linda  
Lo Inexplicable  
Mi Pueblo (\*)  
Novelas de Amor  
Novela Musical  
Romance (\*)  
Selene (\*)  
Rutas de Pasión  
Senderos de Espinas  
Ternura  
Turno de Noche  
Valle de Lágrimas  
Vodevil

(\*) Títulos sin registro en la Hemeroteca Nacional.

LISTA No. 2

**TITULOS DE FOTONOVELAS QUE CIRCULAN EN 1976. (1)**

Amor y Futbol	Linda
Capricho	Lo Inexplicable
Cita	Novelas de Amor
Cita de Lujo	Novela Musical
Chicas	Romance (2)
Dulce Amor	Rutas de Pasión
Dulce Amor de Gala	Senderos de Espinas
El perro Mundo	Ternura
El Abismo Diabólico	Turno de Noche
Fiesta	Valle de Lágrimas
Foto Capulina	Vodevil
Fotolibro de Dulce Amor	Las Andanzas de Gastón
Fotoserie	Las Andanzas del Travieso
Historias de la Vida	La Cosquilla

(1) Títulos encontrados en los puestos de revistas

(2) Fotonovela producida en Estados Unidos. Contiene textos en inglés y español.

**CUADRO No. 1**

**NUMERO DE FOTONOVELAS POR FECHA DE APARICION**

AÑO	No. DE TITULOS APARECIDOS
1962	1
1965	1
1966	2
1967	1
1968	3
1969	2
1971	3
1972	4
1974	2
1975	7
1976	9

CUADRO No. 2

TITULOS DE FOTONOVELAS ANALIZADOS (FOTONOVELAS ROSAS)

TITULO	APARICION	TIRAJE	AÑO DE APARIC.	CASA EDIT.	PRECIO 1975.	CARACTERISTICAS
Capricho	Semanal	92,000	1966	Pub. Herr.	2.40	Blanco/Negro Int.
Cita	Semanal	260,000	1966	ELE Eds.	3.20	Blanco/Negro Int.
Cita de Lujo	Semanal	230,000	1972	ELE Eds.	4.60	Blanco/Negro Int.
Chicas	Semanal	240,000	1968	ELE Ed.	3.20	Blanco/Negro Int.
Dulce Amor	Semanal	(1)	1969	Ed. Ferro	3.50	Blanco/Negro Int.
Fiesta	Quincenal	(1)	1974	Pub. Herr.	4.00	Color Int.
Historias de la Vida	Semanal	65,000	1975	Editormex	2.60	Blanco/Negro Int.
Linda	Semanal	(1)	1966	Ed. Senda	3.40	Blanco/Negro Int.
Novelas de Amor	Semanal	360,000	1962	Pub. Herr.	3.00	Blanco/Negro Int.
Novela Musical	Semanal	200,000	1968	Pub. Herr.	3.00	Blanco/Negro Int.
Ternura	Semanal	230,000	1975	ELE Eds.	2.80	Color Int.

(1) Estos títulos no declaran su tiraje  
 Pub. Herr: Publicaciones Herrerías  
 Int. Distribución Internacional



CUADRO No. 3  
TIPOS DE FOTONOVELAS

<b>Fotonovelas</b> <b>"ROSAS"</b>	El Abismo del Diablo
Amiga	Feria de Pasiones
Chicas	Senderos de
Cita de Lujo	Espinas
Corín Tellado	Turno de Noche
Capricho	Valle de Lágrima
Dulce Amor	Vodevil
Dulce Amor de	<b>Fotonovelas</b>
Gala	<b>"COMICAS"</b>
Fiesta	Foto Capulina
Fotolibro de Dulce	La Cosquilla
Amor	Las Andanzas de
Fotoserie	Gastón
Historias de la	Las Andanzas de
Vida	Travieso
Ilusión	<b>Fotonovelas</b>
Linda	<b>"DE MISTERIO"</b>
Mi Pueblo	Fotomisterio
Novelas de Amor	Lo Inexplicable
Novela Musical	<b>Fotonovelas</b>
Romance	<b>"DEPORTIVAS"</b>
Rutas de Pasión	Amor y Futbol
Selene	Blue Demon
Ternura	El Campeón
<b>Fotonovelas</b>	Mantequilla
<b>"ROJAS"</b>	Nápoles
Dr. Vértigo	Huracán Ramírez
El Perro Mundo	