

REVISTAS E HISTORIETAS

Carola I. García Calderón

El número de revistas que circulan en el país es muy grande, existe un mercado altamente diversificado en cuanto a temas, que se determina por la producción industrial destinada a un rápido consumo.

Así se observa la existencia de revistas para hombres, para mujeres, para jóvenes, para niños, fotonovelas, historietas, novelas rojas, novelas rosas, revistas deportivas, revistas de política, de entretenimientos, etc.

Generalmente la producción de revistas se cree separada, se piensa que quienes hacen revistas o historietas se dedican exclusivamente a eso; pero de diversas maneras esta producción se conecta con la elaboración de otras revistas, de periódicos, de radio y televisión, y con empresas industriales y comerciales.

La producción de revistas se concentra en pocas manos, con tendencias monopolísticas, y, en varios casos, integrada a empresas norteamericanas.

Las revistas se ubican en un campo, con un mismo proyecto, en una industria productora de mensajes, que impone una visión del mundo que tiene en común la distracción, la evasión y el conformismo.

La producción de revistas e historietas en México aparentemente está dividida entre diferentes entidades, pero analizando a fondo su composición, se localiza un mercado controlado por ciertos grupos con nexos entre sí y que se integran a intereses extranjeros.

Este modo de producir las revistas ha determinado desde sus inicios un acomodo de la legislación a los intereses de los editores, una actitud tímida por parte del Estado, que se traduce en una legislación aplicada parcial y esporádicamente.

La forma de producir las revistas ha sido la norma que determina y condiciona la legislación, contando con el acuerdo silencioso del Estado que acepta las leyes de la libertad mercantil como forma de operar.

Por ello es preciso revisar estas condiciones de producción, la edición de revistas que muestra un carácter dependiente de Estados Unidos y la concentración de la producción en pocas manos; este control se manifiesta en varios niveles a través de los cuales se da una integración entre grupos aparentemente distintos: capitales y consejos directivos; material editorial; distribución y publicidad.

1. Capitales y consejos directivos.

El primer nivel donde la dependencia se manifiesta es a partir de quienes aportan los recursos materiales para la producción y los controlan.

La liga con intereses norteamericanos está dada en su relación con accionistas, asociaciones con empresas, aunque el capital manifestado se encuentre en un 55% en manos de accionistas mexicanos. En los consejos directivos la participación extranjera es menos encubierta.

De esta forma se observa que los principales grupos editoriales, en cuestión de capital, ganancias, tiraje y número de revistas (aunque existen empresas que tienen éxito con una o dos revistas de tiraje elevado) son: Novedades Editores, Editorial Provenemex y Publicaciones Continentales.

a) Novedades Editores es una empresa formada por Publicaciones Herreras, Editorial Novaro y Editorial Mex-Ameris. Es propiedad de la familia O'Farrell, se dedica a la producción de revistas, historietas y periódicos.

Publicaciones Herrerías se fundó en 1937, actualmente edita historietas y revistas como: Chanoc (800,000 ejemplares semanales), el Libro Semanal (1,800,000 ejemplares), Cachorro de León (800,000 ejemplares)¹, la fotonovela Capriccio (180,000 ejemplares), la Novela Policiaca (480,000 ejemplares semanales), Novelas de Amor (300,000 ejemplares), Novela Musical (250,000 semanales), El Libro Rojo (novela policiaca semanal, 320,000 ejemplares), Fiesta (250,000 ejemplares) y Condorito (75,000 ejemplares mensuales)².

Novedades Editores publica los periódicos: Novedades, Diario de la Tarde, The News, y cuatro diarios más en provincia.

Editorial Mex-Ameris se fundó en 1976, antes operaba como Editorial Mex-Abril que durante 10 años operó con capital argentino y mexicano; Mex-Abril tenía como accionista a Editorial Novaro, el capital argentino era aportado por Editorial Abril de Buenos Aires, propiedad de César y Victor Civita, vinculados a compañías norteamericanas, entre ellas el consorcio Time-Life³.

En 1975 los Civita se retiran de México, y en 1976 la editorial toma la denominación de Mex-Ameris.

Mex-Ameris publica dos revistas femeninas: Claudia (101,350 ejemplares mensuales) y Bienestar (113,050 ejemplares); Última Moda (220,000 ejemplares), Libros de Claudia (100,000 ejemplares trimestrales); la fotonovela Rutas de Padión (115,000 ejemplares), Ideas de Claudia y Automundo Deportivo⁴.

Rómulo O'Farrill es el principal accionista de Mex-Ameris, Novedades Editores y Publicaciones Herrerías; además es dueño de la radiodifusora XEX y del canal 4 de televisión; y es conocida su vinculación con otros medios de difusión y con la American

¹ Herrer, Irene. Mitos y Monitos. UNAM-Nueva Imagen, 1979.

² Directorio de Medios Publicitarios, No. 2, México, 1979, véase Cuadro 3.

³ Datos del Registro Público de la Propiedad, en García Calderón, Carola. Revistas femeninas... pág. 38.

⁴ Tirajes según el directorio de medios publicitarios. No. 2. México, 1979. véase cuadro 3.

Broadcasting Co. (ABC); en el campo editorial se vinculan con Editorial Novaro. Por otra parte, participan en la industria automotriz y hotelera.

Editorial Novaro, ahora integrante de Novedades Editores, es una empresa de la Western Publishing Co.⁵ dedicada a la edición de historietas, enciclopedias y libros infantiles; publica cerca de 90 títulos, muchos de ellos provenientes de EUA, con una producción mensual de 7 millones de historietas.⁶

Publica historietas como Archi, Batman, Domingos Alegres, Fantomas, Superman, Susy, Tarzan, Historietas de Walt Disney, Tom y Jerry, el Conejo de la suerte, Gene Autrey, Lorenzo y Pepita, Red Ryder, Pájaro Loco, Doniel el Travieso, Periquita, Hopalong Cassidy, Cuentos de Misterio, Roy Rogers y otras más de publicación semanal o quincenal.

b) Provenemex es parte de la división editorial de Televisa, junto con Editorial Televisión, International Graphics, Edición y Editorial Palsa, se encarga del crecimiento del consorcio en este terreno; produce historietas, enciclopedias, fotonovelas, novelas, revistas femeninas y revistas de espectáculos. Inicia sus actividades en 1976, en medio de un gran despliegue publicitario en radio y televisión. Entre sus publicaciones se encuentran Activa (200,000 ejemplares), la revista femenina La Buena Vida (200,000 ejemplares), varios libros de historietas basados en programas de televisión como Continflas Show, Cepillín, El Chavo; edita también TV Novelas, Tele Guía y la enciclopedia La Historia del Hombre. Como director de Provenemex figura Frank Calderón quien fuera director de varias revistas de Publicaciones Continentales y del Bloque Dearmas⁷.

⁵ Mattelant, Armond. La cultura como empresa multinacional. edit. ERA, México, pág. 113.

⁶ Herrer, Irene. Mitos y monitos, pág.

⁷ García Calderón, Carola, La mujer como objeto de consumo pág. 14.

Estas cinco editoras son propiedad de la familia Azcárraga y del Grupo Monterrey; se integran a un proyecto integrador de medios de comunicación que abarca la radio, la televisión y el cine. A su vez, esto se liga con el proyecto económico sostenido por el grupo Alfa y funciona como difusor de un orden económico de consumo y de valores que apuntalan su sostenimiento.

Provenemex se liga con los O'Farrill, también accionistas de Televisa, y configura una integración entre Novedades Editores y la división de medios impresos de la empresa televisora.

c) *Publicaciones Continentales* es una empresa que de acuerdo con Editorial Samra, Editorial América, Harmex y Mundo Mex, se encarga en México de la edición de las revistas de la Hearst Corporation.⁸

Estas compañías forman parte del Bloque de Publicaciones *Dearmas*, un complejo de distribuidoras y editoras en América Latina, cuyas oficinas centrales se encuentran en Florida.

Publicaciones Continentales empezó a operar en México en 1960 produciendo revistas femeninas, su surgimiento condujo a la desaparición de las editoras de este tipo de revistas al incorporar tirajes elevados, portadas llamativas y otros recursos tecnológicos a la producción de revistas.⁹

Uno de los principales accionistas de *Publicaciones Continentales* es Ricardo Hinojosa, quien fuera de los precursores de *Radio Mil*; otros accionistas son Manuel Hinojosa, Gustavo González Lewis (directivo del Bloque *Dearmas*, cubano residente en Miami) y la *Continental Publishing Co.* (una empresa del Bloque *Dearmas* que opera en Colombia).¹⁰

En el Consejo Directivo de *Publicaciones Continentales* intervienen los propietarios del Bloque *Dearmas*: Armando de Armas,

⁸ García Calderón, Carola. *La mujer como objeto...* pág. 21.

⁹ García Calderón, Carola. *Revistas femeninas...* pág. 19.
véase Cuadro 1.

¹⁰ García Calderón, Carola. *Revistas femeninas...* pág. 24.

Carlos Escallón, Gustavo González Lewis y Guillermo Bermello.¹¹

Publicaciones Continentales opera de acuerdo con la Distribuidora Intermex, y los propietarios de esta distribuidora, al igual que su Consejo Directivo, son los mismos.¹²

Publicaciones Continentales edita Vanidades (con siete ediciones para América Latina y con un tiraje de 166 mil ejemplares para México), Buenhogar (116,696 ejemplares), Cosmopolitan (130,000), Fascinación (70,000), Geo Mundo (80,000), Hombre de Mundo (80,000), Ideas, Intimidades (230,000), Mecánica Popular (75,641) y The Ring en Español (50,000).

Además edita almanaques, revistas de aventuras, fotonovelas y números especiales derivados de las revistas femeninas (véase Cuadro 2).

En 1978, empieza a operar en México Editorial Samra, otra empresa del Bloque Dearmas que se ubicaba en Puerto Rico, y edita Coqueta, La fotonovela Pasional y la novela Jazmín. Samra es dirigida por Ricardo Hinojosa Flores y sus oficinas se localizan en la misma dirección que Publicaciones Continentales.

Editorial Harmex es otra empresa del Bloque Dearmas que inicia sus operaciones en México en 1979, su presidente y director es Gustavo González Lewis.¹³

Publicaciones Continentales cuenta con oficinas de publicidad, prácticamente su función en muchos casos se limita a esto, a colocar publicidad, ya que las oficinas de redacción de las revistas se encuentran en Miami.

Además de estos grupos editoriales existen otros, como el Grupo integrado por Editorial Argumentos, EDPA, CITEM y NPV, que produce 13 millones de ejemplares de historietas y fotonovelas al mes,¹⁴ el 18% de la producción total de historietas.

¹¹ Datos del Registro Público de la Propiedad, en García Calderón Carola. Revistas femeninas... pág. 24.

¹² Ibid. págs. 23-24.

¹³ García Calderón Carola. La mujer como objeto... pág. 13.

¹⁴ Herrer, Irene. Mitos y monitos. pág. 16.

Editorial Forno que edita Kena, Cine Avance, Secretarías, Decoración, Diseño, Foto Libro, Dulce Amor y Foto Serie.

Publicaciones Lergo con Valle de Lágrimas (fotonovela), la revista policiaca Alarma (más de un millón de ejemplares), e Impacto.

ELE, que edita fotonovelas, revistas para hombres y novelas.

Promotora K, produce Kaliman y tiene vínculos con estaciones radiofónicas.

2. Distribución

La Unión de Voceadores y algunas distribuidoras se encargan de la circulación de revistas en el D.F., en provincia y en el extranjero la distribución la realizan Intermex, Distribuidora Sayrols y Editorial Novaro.

Estas distribuidoras tienen relación, o son propiedad, de los mismos grupos editores: Novaro distribuye las revistas de la editorial del mismo nombre; Intermex es una compañía de los propietarios de Publicaciones Continentales, forma parte del Bloque Dearmas y se encarga de la distribución del 80% de las revistas que circulan en México y Centroamérica. Difunde entre otras, las publicaciones de Provenemex, Selecciones del Reader's Digest, las revistas de Editorial América y las de Publicaciones Continentales.¹⁵

3. Material Editorial

El material editorial de las revistas es otro indicador de la dependencia; en el ramo de las historietas, gran parte se compra a empresas norteamericanas, como Mcc Divition y Novaro que compran derechos a los Syndicates y a la Western Publishing.

El King Feature Syndicate, del complejo editorial Hearst, vende historietas, artículos sobre deportes, editoriales y material de revistas femeninas. Claudia y Kena compran material a esa empresa; y varias historietas se elaboran con derechos para traducirlas y explotarlas (Mandrake, Archi, Roldán, El fantasma, Lorenzo, etc).

¹⁵ García C. Carola. Revistas femeninas... págs. 22-25.
véase cuadro 2.

Publicaciones Continentales adquiere su material de Editorial América, una empresa del Bloque Dearmas, cuyas oficinas de redacción están en Virginia Gardens, Florida; a la Atlantic Distributing Co.; a A.D. Weiss Lithograph; y a CBS Consumer Publishing Co. La mayor parte del material proviene de empresas de la Hearst Corporation.

Provenemex y Novedades Editores adquieren parte de su material en el exterior y otro lo elaboran en el país. La mayoría de las fotonovelas, revistas policiacas, deportivas y novelas se elaboran en el país, al igual que muchas historietas; sin embargo su orientación se inscribe dentro de los moldes comerciales, donde lo importante son las ganancias y no el aspecto cultural; donde se impone un sutil control a través de una ideología de consumo y conformismo revestida como diversión.

4. Publicidad

La publicidad en las revistas es similar a la presentada en otros medios de difusión: predominan los anunciantes de empresas transnacionales, ligados en gran parte a los propietarios de medios de difusión, y la publicidad se organiza por medio de las grandes agencias que se extienden en todo el continente.¹⁶

Las revistas cuentan con un sistema de descuentos para los anunciantes consistente en tarifas especiales por anunciarse con frecuencia en otras revistas de la editora en el país, o en las revistas de la misma cadena que se publican en otros países. Esto beneficia a las transnacionales de la alimentación y de los cosméticos que son quienes venden su mercancía en todo el continente y a quienes conviene anunciarla en esta forma.

Se da el caso, que las oficinas de Vanidades, Buenhogar y Cosmopolitan, operan en cada país como meras oficinas de publicidad, llenando espacios publicitarios con anunciantes locales o colocando la publicidad de los transnacionales.

¹⁶ Al respecto, véase Montoya Alberto. Los determinantes nacionales y transnacionales de la información en México.

La publicidad es determinante en el contenido de la producción de revistas, tiene dos características: un proyecto consumista y una imposición de valores.

Esta publicidad promueve la consecución del éxito, de la felicidad, del amor o del triunfo por medio de la compra y un rechazo a los valores que pudiesen configurar la identidad nacional.

El factor publicitario configura el contenido de las revistas al ocupar un gran espacio en páginas y en ganancias. Pero esta publicidad se da sin ningún control; hay total desequilibrio en su producción, se dan casos en que se defrauda a quienes adquieren la revista, al encontrar que más del 50% de ella está formada por anuncios comerciales.

Por ejemplo, en Cosmopolitan de noviembre de 1979, de 200 páginas, 117 fueron destinadas a publicidad, o sea, más del 60%, esto sin tomar en cuenta que el material editorial se intercala con gran número de ilustraciones que remiten a la compra de las publicitadas páginas adelante.

Este no es un caso aislado, en otras revistas el material publicitario se entremezcla con los artículos sin que se haga la advertencia de que es anuncio.

Las revistas y las historietas tienen un carácter comercial que requeriría de la supervisión de la Procuría del Consumidor para evitar que se venda una mayor parte de publicidad.

También en historietas, fotonovelas, revistas policíacas, revistas deportivas y en páginas finales de revistas femeninas, se muestra una promoción sin control de aparatos para adelgazar, para aumentar, cremas para blanquear la piel, tratamientos de belleza, sin que la Secretaría de Salubridad intervenga para regular la circulación de estos productos que se piden por correo a direcciones en E.U.A. y a Monterrey.

Lo mismo sucede con los cursos por correspondencia que se ofrecen en las revistas o con la venta de amuletos y talismanes "mágicos"; esto competiría a la Secretaría de Educación cuando se ofrecen cursos de aprender inglés "en 10 horas y durmiendo".

En la publicidad predominan los productos de empresas norteamericanas, así el material editorial y la publicidad se ligon a un proyecto de consumo de transnacionales, al apreciar quienes proveen la publicidad:

Cosméticos

NACIONALES

TRANSNACIONALES

	Albert Culver Co. Colgate Palmolive Elizabeth Arden Helena Rubinstein Helene Curtis Wella Corporation	Max Factor Clairol Johnson's Revlon Shulton
--	--	---

ronal: Celanese, Catalina, Kquality, Levi's, Ray Thome, Vanity y Wrangler.

Productos alimenticios:

NACIONALES

TRANSNACIONALES

Industrial de Abastos (IDA)	Anderson Clayton Carnation Del Monte General Foods Kraft Foods Kellogg's, Nestlé y Pepsico
-----------------------------	---

La industria de alimentos en México es una actividad ligada fuertemente a intereses monopólicos del exterior, particularmente de origen norteamericano.

Jose Luis Ceceña, señala al respecto,¹⁷ La Anderson Clayton es una empresa que opera en México con una filial del mismo nombre, se encuentra vinculado a Productos Api-Ab,

¹⁷Ceceña, José Luis. Dominio transnacional, Excelsior septiembre 11, 1979.

Operadora de Granjas, Nacional de Dulces y Hershey's Foods; sus actividades se concentran en la compra y venta de algodón, fabricación de flanes, gelatinas, salsas, moles, harinas preparados, aceites comestibles, jarabes y mieles, alimentos para perros, dulces y confituras. Sus ventas totales en México en 1978 fueron de 5,592 millones de pesos.

Por lo que se refiere a los otros anunciantes la situación es afín: Kraft Foods es la empresa número 39 en Estados Unidos, en 1978 sus ventas en México rebasaron los 449 millones de pesos.

General Foods, fabricante de flanes, gelatinas, refrescos en polvo, sazónadores, cafés, mieles, etc, es la empresa número 41 en EUA; sus ventas en México en 1977 fueron de 218 millones de pesos.

Pepsico es la empresa estadounidense número 60, aparte de ser la segunda en el ramo de refrescos en el mundo; está ligada a la Citicorp (la segunda empresa en el mundo), y al First International Bankshares (número 20 en Estados Unidos), así como a la Exxon, la Atlantic Richfield y Warner Lambert.

Esta es la procedencia de algunos anunciantes; si ellos de terminan en gran medida el contenido de la revista -vetando artículos, imponiendo temas, forjando estereotipos, queda claro a quienes obedece y beneficia la comercialización de las revistas en pocas manos.

5. Contenido y legislación

La producción de revistas se encuentra concentrada en pocas manos, muestra un carácter comercial dependiente e impone valores culturales en muchas ocasiones ajenos a los nacionales o contra lo dispuesto en la legislación.

Las disposiciones legales vigentes sobre el contenido de Revistas e Historietas son la Ley de Imprenta y el Reglamento de Publicaciones y Revistas Ilustradas. Disposiciones que tienen una ambigüedad y un aspecto poco definido; esto ha ocasionado que se manejen de acuerdo a intereses mercantiles, a constantes de ganancia y crecimiento; y sobre todo, no garantizan el ejercicio de la información como una función de interés social.

El régimen que opera actualmente es ineficiente, sólo se aplica esporádica y parcialmente, como sucedió en 1976 cuando se prohibió la circulación de algunas revistas por presentar un contenido pornográfico, contrario a la moral y al buen uso del lenguaje, pero tiempo después se encontraban de nuevo en circulación o se publicaban otras de contenido similar.

La Ley de Imprenta, al igual que el Reglamento de Publicaciones se limitan a una terminología moralizante; en la Ley de Imprenta son objeto de sanción los ataques a la vida privada, la moral, el pudor, las buenas costumbres, el orden y la paz pública, sin precisar los términos e imponiendo ridículas sanciones de 50 a 500 pesos de multa.

El Reglamento a los artículos cuarto y sexto de la Ley Orgánica de Educación Pública prohíbe revistas y publicaciones que inciten a "la excitación de malas pasiones, a la sensualidad a las que ofendan al pudor"; sin embargo circulan revistas de divertimientos, Casos de Alarma y otras con tirajes cercanos al millón de ejemplares cada semana y que circulan sin restricciones de ningún tipo.

Es urgente una reglamentación de la producción de revistas e historietas que modifique a las anteriores, esto podría derivarse a partir de dos aspectos:

En el Reglamento de Publicaciones se señala que es obligación del Estado proteger la educación y la cultura. Quien se encargaba de hacer valer este señalamiento era la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, que el 21 de abril de 1977 pasó a depender de la Secretaría de Gobernación. Si los criterios son de educación y cultura, esta competencia debería volver a la Secretaría de Educación, con un reglamento que se encargue de que las publicaciones cumplan con estos cometidos y se sujeten a una responsabilidad; al igual que precise aspectos relacionados con alteraciones y penetración cultural.

El que la supervisión de revistas se halle colocada bajo la Secretaría de Gobernación, supone un control más bien de tipo político que sobre contenido educativo, y dista mucho de garantizar la defensa de los valores culturales.

El que la SEP se encargue del otorgamiento de permisos de circulación, de autorización y cancelación de registros, podría evitar que las revistas sirvan al proyecto de cultura transnacionalizada, con modelos donde se prima lo extranjero sobre lo nacional, donde las mujeres son convertidas en objetos, donde los fines distan mucho de ser la nacionalidad, la cultura o el rescate de los valores propios. Serviría para que la conciencia no nos siga siendo enajenada cada día en la vida cotidiana de las revistas, en las pasiones de las novelas rojas o en la caricaturización de la realidad.

Es necesario a la vez, un apartado donde se obligue a los productores de revistas a informar sobre inversiones, fuentes de financiamiento y reinversiones, como una parte importante para establecer criterios acerca de autorización de permisos de circulación, con el fin de evitar la creciente monopolización de la industria.

Otro aspecto es garantizar el derecho de réplica y rectificación, como en el caso de revistas políticas y policiacas;

así como destinar espacios y crear mecanismos para ejercerlo con prontitud.

Respecto a la publicidad, no existe en materia de medios impresos ningún precepto que regule su inserción. La única ocasión que se planteó un límite fue en los Decretos sobre Franquicias Postales de 1937, en los cuales se exigía que la publicidad no excediera del 30% en las publicaciones periódicas que circulaban por correo. Pero al poco tiempo esa disposición se amplió al 50% para finalmente suprimirse¹⁸.

Actualmente, podría efectuarse una regulación de la publicidad a través de la Secretaría de Comercio o dotando de facultades a la Procuraduría del Consumidor para que marque porcentajes y vigile el contenido publicitario que en muchas ocasiones presenta artículos dañinos para la salud, contrarios a la situación real del país al promover el consumo desenfrenado; o simplemente evite el fraude que representa adquirir una revista donde la mayor parte del papel viene ocupado por anuncios o inserciones pagadas.

Las garantías actuales establecen una situación de privilegio para quienes detentan los medios, de modo tal que de poco sirve reconocer ciertos derechos para los ciudadanos si existen desigualdades de orden material que impiden ejercerlos. Es preciso terminar con la legislación moldeada conforme a intereses individuales y empresariales que ha contado con el acuerdo del Estado al aceptar las leyes mercantiles como norma en la producción de materiales culturales.

A largo plazo es necesario contar con las condiciones materiales indispensables para el ejercicio del derecho de expresión con un carácter social.

De no ser así, cualquier reglamento operará en términos de empresas que imponen sus reglas en la práctica; dejando todo a la determinación mercantil y a la tolerancia de la situación actual.

¹⁸ Decreto sobre Franquicia Postal y modificaciones. Diarios Oficiales, febrero 12 de 1937. Septiembre 28 de 1937. Octubre 21 de 1938. (modificaciones a la fracción III del artículo Primero, referentes a publicidad).

CUADRO 1.

NOMBRE DE LA REVISTA	FECHA INICIO PUBLICACION	PERIODICIDAD	TIRAJE ACTUAL*	EDITORIAL
VANIDADES	1960	quincenal	165,991	Publicaciones Continentales
MUJER DE HOY	1962-1968	quincenal	-----	Edit. Géminis
KENA	1962	quincenal 1977 semanal	140,000	Edit. Ferro
CLAUDIA	1965	mensual	101,350	Edit. Mex-Ameris
BUENHOGAR	1966	mensual 1977 quincenal	116,696	Publicaciones Continentales
BIENESTAR	1972	mensual	113,050	Ed. Mex-Ameris
COSMOPOLITAN	1973	mensual	130,000	Publicaciones Continentales
FASCINACION	1974	mensual	70,000	Publicaciones Continentales
ACTIVA	1976	mensual	200,000	Provenemex
BUENA VIDA	1977	mensual	200,000	Provenemex
INTIMIDADES	1978	mensual	230,000	Publicaciones Continentales

*De acuerdo a lo señalado en: Tarifas y Datos. MEDIOS IMPRESOS 2.
Medios Publicitarios Mexicanos. Mayo a julio, 1979.

CUADRO 2

Publicaciones Continentales.

Revistas editadas por Publicaciones Continentales, Editorial América, Editorial Samra, Editorial Harmex, y Mundo Mex.

Cosmopolitan	130,000 ejemplares	mensual
Buenhogar	116,696 ejemplares	quincenal
Vanidades	165,991 "	quincenal
Fascinación	70,000 "	quincenal
Intimidades	230,000 "	mensual
Horóscopos de Vanidades		mensual
Coqueta		mensual
The Ring en Español	80,000 ejemplares	mensual
Hombre de Mundo	80,000 "	mensual
Ideas	100,000 "	
Almanaque Mundial		
Geo Mundo	80,000 ejemplares	mensual

Revistas derivadas de otras, de publicación trimestral:

Bella de piés a cabeza
 Una mirada a su belleza
 Manual de belleza de la Chica Cosmo
 Belleza Buenhogar
 Sexo y belleza
 Dietas y ejercicios
 Las mejores recetas de Buenhogar
 Cocina fascinante
 Gran libro de cocina de Buenhogar
 Elbar del hombre de mundo
 Platos, cocteles y besos
 Aprenda a coser con Simplicity
 Todo sobre el amor
 Manual de la esposa joven
 Viva mejor
 Problemas conyugales

Hombres maravillosos

La mujer ideal

El mundo de mamá

Los mejores best-sellers internacionales

Su futuro: Brujería, espiritismo y sontería

Pensando en su casa

Mejore su jardín

Fotonovelas: Jazmín, Karina, Contigo, Cuerpos y Almas.

Aventuras: Winchester, U.S. Marshall, Oeste, Extra Oeste.

Misterio: FBI, Selecciones del FBI, Agente Federal 227

Almanaques: Diccionario enciclopédico moderno

Almanaque compendio mundial

Compendio Deportivo EASA.

El mundo en sus manos

Así se escribe (Write it right)

CUADRO 3

Novedades Editores- Mex Ameris.

Títulos:

Novedades Editores, además del diario Novedades, The News y Diario de la Tarde publica:

Revistas femeninas:

Claudia	101,350 ejemplares	mensuales
Bienestar	113,050 ejemplares	quincenal
Libros de Claudia	100,000 ejemplares	trimestral.
Ultima Moda	220,000 ejemplares	quincenal
Cocina de Claudia		

Fotonovelas:

Capricho	180,000 ejemplares	semanal
Novelas de Amor	300,000 ejemplares	semanal
Novela Musical	220,000 ejemplares	semanal
Rutas de pasión	115,000 ejemplares	semanal
Nocturno		semanal

Novelas:

Novela Policiaca	480,000 ejemplares	semanal
El libro semanal	910,000 ejemplares	semanal
El libro Rojo	320,000 ejemplares	semanal
Fiesta	250,000 ejemplares	semanal.

Otras revistas:

Fotomundo		mensual
Automundo Deportivo	75,000 ejemplares	mensual
Contenido		

Siete Días

Historietas:

Chanoc	800,000 ejemplares	semanal
Cachorro de León	800,000 ejemplares	semanal
Condorito	75,000 ejemplares	mensual

A esto se suma la producción de Editorial Novaro con 90 títulos y una producción de 7 millones de historietas mensuales.

REVISTAS E HISTORIETAS

Resumen _____

El número de revistas que circulan en el país es muy grande, existe un mercado altamente diversificado, así se observa la existencia de revistas para hombres, para niños, revistas femeninas, novelas rosas, novelas rojas, revistas deportivas, de entretenimiento, de política, historietas y fotonovelas.

Generalmente se piensa que quienes elaboran un tipo de revista se dedican tan sólo a ello, pero de diversas maneras esta producción se conecta con la elaboración de otras revistas, con la radio, la televisión, y con empresas industriales y comerciales.

La producción de revistas se concentra en pocas manos, con tendencias monopólicas y en varios casos integrada a empresas norteamericanas; esto se manifiesta en cuatro niveles: capitales y consejos directivos, distribución, material editorial y publicidad.

1. Capitales y consejos directivos. La concentración en la edición se da a partir de quienes aportan los recursos materiales y dirigen la empresa.

De este modo, los principales grupos editores, en razón de capital, ganancias, tiraje y números de revistas son:

a) Novedades Editores-Mex Ameris. Esta empresa publica periódicos, revistas femeninas, fotonovelas, enciclopedias, historietas, novelas policiacas y revistas de política.¹

¹ Consultar Cuadro 3.

Editorial Novaro y Editorial Mex-Ameris forman parte de Novedades Editores. Este grupo es propiedad de la familia O'Farrill, ampliamente conocida por sus vínculos en radio y televisión; así como su participación en empresas comerciales y con empresas extranjeras².

b) Provenemex es parte de la división editorial de Televisa, junto con Editorial Televisión, International Graphics, División y Editorial Palsa se encarga del crecimiento del consorcio en este terreno; produce historietas, enciclopedias, fotonovelas, revistas femeninas y revistas de espectáculos.³

El papel de Televisa es ampliamente conocido en la industria de la comunicación.⁴

c) Publicaciones Continentales es una empresa que se encarga de la edición de revistas de la Hearst Corporation en América Latina; opera en México junto con Editorial América, Editorial Samra, Editorial Harmex y Mundo Mex.⁵

Publica revistas femeninas, revistas para hombres, almanaques, enciclopedias, fotonovelas, libros de horóscopos y novelas.⁶

d) En la producción de historietas el Grupo VID concentra EDRA, CITEM, MPV y Editorial Racaña; edita el 18% de la producción total de historietas.⁷

Existen otros grupos con una o dos revistas de tirajes elevados como Editorial Ferro (Kena); Publicaciones Mergo (Valle de lágrimas, Alarma e Impacto); Promotora K (Kaliman) con relaciones con la radio, y Macc Division.

2. Distribución. La Unión de Voceadores se encarga de la circulación de revistas en el D.F. En provincia y en el extranjero, la distribución se concentra en un 80% en Intermex, una empresa propiedad de Publicaciones Continentales.⁸

3. Material Editorial. Gran parte de este material se compra a empresas norteamericanas; Macc Divition y Novedades compran derechos a los Syndicates; en revistas femeninas y de aventuras, el material proviene de Editorial América y de la Hearst Corporation.

El material de fotonovelas, revistas policiacas y novelas se produce en el país, pero siguen la misma línea mercantil sin tomar en cuenta normas de calidad ni aspectos culturales.

4. Publicidad . La publicidad no difiere del panorama que presenta en otros medios; predominan los anuncios de transnacionales y no se aprecia ningún control en materia de productos sobre belleza o salud publicitados en las páginas de las revistas.

Notas

¹ Consultar cuadro 3

² Fernández Ch. Fátima. Prensa y poder en México. Estudios Políticos. No 2. UNAM, 1975.

García Calderón, Carola. Revistas femeninas: una forma de penetración ideológica. Tesis. UNAM, 1978.

³ Consultar cuadro 4

⁴

Cabañas, Pablo. Nexos, junio 1972

Barbosa López, Humberto. Derecho a la información, ponencia presentada ante la Comisión de Gobernación y Puntos Constitucionales.

⁵ Consultar cuadro 2.

⁶ Consultar cuadro 2.

⁷ Herrer, Irene. Mitos y monitos (Historietas y fotonovelas en México). UNAM-Nueva Imagen. México, 1979,

⁸ García Calderón, Carola, ob. cit. pág. 31-33.

REVISTAS E HISTORIETAS

Proposiciones _____

El control y la monopolización de productoras de revistas ocasiona que se rijan por patrones comerciales e intereses de grupo; esto se traduce en la no existencia de medios que garanticen el acceso y el ejercicio de la información como una función de interés social.

No ha existido dentro de la legislación mexicana, tocante a medios impresos, un precepto que la considere de este modo; si bien en algunos reglamentos se plantea el carácter de las publicaciones como difusoras de cultura y educación.

La legislación vigente se ha manejado en términos de ganancias y crecimiento, de este modo, establece una situación de privilegio para quienes detentan los medios; de tal forma que de nada sirve reconocer formalmente ciertos derechos, si existe una desigualdad de orden material que impide ejercitarlos.

Se precisa, de manera inmediata, una modificación del Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas que precise criterios para otorgamientos, cancelaciones y autorizaciones de permisos en circulación de revistas.

Este Reglamento, al igual que la Ley de Imprenta, se limitan a una terminología moralizante y ambigua, es necesario terminar con su indefinición de planteamientos que impiden su aplicación y se prestan a la interpretación por parte de los editores.

Junto a esto, es importante el reconocimiento del derecho de réplica, destinando espacios y creando mecanismos para ejercerlo con rapidez.

✓ Sería pertinente, dada la constitución empresarial de las editoras, establecer un apartado que las obligue a informar de capitales, reinversiones y fuentes de financiamiento.

Según el Reglamento de Publicaciones y Revistas Ilustradas, corresponde al Estado proteger la educación pública y se reconoce la importancia de los medios impresos como difusores de cultura; si se acepta que las revistas son determinantes para la difusión de educación, formas de vida y conductas; correspondería a la SEP su supervisión, en lugar de a la Secretaría de Gobernación como se estableció en las modificaciones al Reglamento en abril de 1977.

El colocar las revistas bajo la supervisión de esta dependencia supone un control y una censura sobre informaciones políticas, pero no garantiza la defensa de valores culturales.

Si las revistas se han regido por leyes de oferta y demanda, se puede establecer a partir del reglamento de publicidad sobre ofertas y promociones de la Secretaría de Comercio, o a través de la legislación del consumidor, un control sobre porcentajes y contenidos de la publicidad, que en ocasiones se maneja fraudulentamente o atenta contra la salud; es preciso que se legisle para controlar estas funciones de lucro y publicidad que se encuentran en contradicción con la situación real del país.

El carácter de la producción de las revistas ha determinado la legislación, las empresas han contado con el acuerdo silencioso del Estado que acepta las leyes del liberalismo mercantil y descuida la producción cultural. A largo plazo, será necesario contar con el otorgamiento de condiciones materiales indispensables para el ejercicio del derecho de expresión con preceptos de carácter social, que destine espacios a grupos mayoritarios.

De no tomar esto en cuenta, cualquier proyecto de reglamentación operará en los términos que las empresas, las cadenas

y los consorcios internacionales han impuesto, manteniéndola sus reglas del juego y dejando todo a la determinación mercantil y a la tolerancia que nos ha colocado en la situación actual.

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

- Barbosa L. Humberto. Derecho a la Información, Audiencias Públicas sobre Derecho a la Información. Cámara de Diputados, México, abril 10, 1980.
- Cabañas, Pablo. Cabos Suelto, Nexos, Junio 1978.
- Ceceña, José Luis. Dominio transnacionalizado, Excelsior, Septiembre 11 y septiembre 18, de 1979.
- Fernández Christlieb, Fátima. Prensa y poder en México en Estudios Políticos, No. 2, FCPyS, UNAM, 1975.
- García Calderón, Carola. Revistas Femeninas: una forma de penetración ideológica. Tesis, FCPyS, UNAM, 1978.
- La mujer como objeto de consumo, Edic. El Caballito, (en preparación).
- Hennen, Irene. Mitos y monitos (historietas y fotono-
velas en México). UNAM-Nueva Imagen, México, 1979.
- Mattelart, Armand. La cultura como empresa multinacional edit. ERA, México, 1974.
- Pinto Mazal, Jorge. Régimen Legal de los medios de comuni-
cación colectiva. FCPyS, UNAM, 1977.