

FOUL-TÁCTICO

Número 6, Buenos Aires, 31 de enero de 2004.

Editores responsables: Matías Gutiérrez Reto, Rolando Martínez Mendoza y José Luis Petris.

Sugerimos la impresión de esta revista para su lectura. Son en total siete páginas tamaño A4.

Nuestra dirección de e-mail es foultactico@yahoo.com.ar

Puede escribirnos a ella solicitando recibir sin cargo ni compromiso alguno los próximos y/o anteriores números de la revista. También puede enviar a ella sus comentarios, molestias, elogios, respuestas y/o colaboraciones espontáneas.

Esta revista posee una única regla: sólo se publicarán artículos que no superen las 500 palabras.

Sumario:

Sobre presencias y ausencias en foros de Internet por José Luis Petris

Correo de lectores (primera parte): Alejandro Ferrer

Contra la solemnidad por Raquel San Martín

Publicidad televisiva por José Carrasco

Opinamos sobre "Publicidad televisiva" por Los editores

"Los simuladores": último capítulo por José Luis Petris

El plural de "oxímoron": el regreso por Los editores

Correo de lectores (segunda parte): Carlos Prieto, Beatriz Gugliotti

Diálogo con los lectores por Rolando Martínez Mendoza

Sobre presencias y ausencias en foros de Internet

José Luis Petris

En nuestro número anterior hablamos -"La libertad de las ideas entre los intelectuales"- de un acto de censura practicado sobre un envío al foro *semioticians* que modera Juan Magariños. Por efectos de una acción, hay que decirlo, enteramente encuadrada dentro de las atribuciones de los moderadores, habían quedado afuera comentarios remitidos por Raúl Barreiros, quien se encontró después con que eran bloqueados otros intentos suyos de participar en la lista, y, aun, de permanecer en ella. Ante la falta de respuestas o explicaciones y las consultas de algunos lectores, opinamos ahora sobre una posible causa de la exclusión: Barreiros criticaba mensajes del foro en los que se psicologizaba el concepto peirceano de *interpretante*. Y sobre esto pueden formularse algunos comentarios.

En la semiótica encontramos el modelo de "signo" formulado por Charles Sanders Peirce. Este signo una tricotomía: un "representamen" (1) que remite a un "objeto" (2) mediante la interrelación con un "interpretante" (3). Un ejemplo: "La mano de Dios". El "representamen" es el sintagma (frase) "La mano de Dios"; que remite, en textos conectados con los hitos de la carrera futbolística de Maradona, a una **idea** sobre su primer gol a la Selección de Inglaterra en el Mundial de Fútbol de 1986. El "objeto" no es ese gol, es la **idea** de ese gol como picardía, como infracción, como venganza, como ayuda Divina, entre otras posibilidades. Estos distintos "objetos" remitidos por el mismo "representamen" ("La mano de Dios") dependen de cuál es el "interpretante" en cada caso: una formulación no moralista de la argentinidad remite a una idea social presupuesta de picardía; una exposición rígida de las normas remite a infracción; un relato sobre la historia imperialista de Inglaterra, sufrida también por la Argentina, remite a la idea de venganza y un relato del gol de Maradona y sus declaraciones mediáticas sin los documentos de la trampa (el puño) remite a la ayuda Divina.

Por lo que puede apreciarse, de la misma manera que el "objeto" no es una cosa material, sino una idea, el "interpretante" no es un individuo, sino otra idea pre-existente en la sociedad. La palabra "interpretante" ha sido confundida muchas veces con "intérprete", psicologizando el concepto. Sobre este

error es que escribió Barreiros a *semioticians*. Dijo, por ejemplo: "*¿Cuál es la naturaleza de un interpretante? Cuando Peirce habla de 'pensamiento que interpreta' con 'pensamiento' no designa a un sujeto, sino directamente a un pensamiento o conocimiento entendiendo a estos como lo que son: signos*".

Sobre la misma cuestión escribió Umberto Eco en *Tratado de semiótica general*: "*El interpretante no es el intérprete del signo (aunque ocasionalmente Peirce parezca justificar tan deplorable confusión). El interpretante es lo que garantiza la validez del signo aun en ausencia del intérprete*" (1991: 114). Y dijo Gérard Deladalle en *Leer a Peirce hoy*: "*El interpretante no es ni el sujeto que interpreta ni el significado. El interpretante es otro signo cuya significación permite interpretar la significación del primero*" (1996: 138).

Libros citados:

Eco: Umberto:

1991: *Tratado de semiótica general*. Ed. cast.: Barcelona, Lumen. [Ed. original: 1975]

Deladalle, Gérard:

1996: *Leer a Peirce hoy*. Ed. cast.: Barcelona, Gedisa. [Ed. original: 1990]

Correo de lectores (primera parte)

Sobre el artículo "La libertad de las ideas entre los intelectuales" de Los editores, del número 5

Alejandro Ferrer

Es interesante que observen las limitaciones que se le imponen a la información en Internet, ya Microsoft retiró el servicio de conferencias con cámaras web en algunos países con la excusa de la mala utilización de este medio (se dijo que muchos usuarios le daban fines pornográficos). Este es sólo un ejemplo del abanico de reglamentaciones que existen en la web para limitar nuestros mensajes (¿pensamientos?).

Hace poco se llevó a cabo la "Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información" donde se discutieron los aspectos más "sociales" de Internet. Todos apoyaron la difusión de Internet en todos los países subdesarrollados, pero aún nadie ha puesto en el tapete global a la moral de la web. Este tema en los países del primer mundo es de primera importancia, dado que su reglamentación "ayudará" a que no recibamos mensajes "inadecuados" (los ya conocidos *spam* o la protección para niños).

Es hora de que nos demos cuenta de que toda reglamentación sobre un medio de comunicación incumbe a todos, porque somos parte de esa comunicación (en el mundo virtual esto es mucho más notorio), y no es menos que una administración del pensamiento todo límite a los mensajes en una comunidad.

Por difícil que esto sea, porque en definitiva las leyes de Internet son internacionales, no podemos dejarlo en manos de unos pocos. Éste es un terreno más donde impera la necesidad de libertad, un derecho por el cual queda mucha pelea. Y debemos saberlo todos.

Les agradezco el esfuerzo que ponen para que este espacio de diálogo (*Foul-Táctico*) continúe y mejore número a número.

Contra la solemnidad

Raquel San Martín
Periodista

Con paciencia y método científico, las ciencias de la comunicación han logrado demostrar que la televisión tiene ciertos efectos en quienes se exponen a ella con regularidad. Pero lo que hasta ahora ha pasado desapercibido es que también genera consecuencias visibles en quienes la estudian, y que, en esta gente, las consecuencias de mirar televisión son más evidentes que en los espectadores desprevenidos.

Así, el andamiaje intelectual, la lectura constante, la asistencia repetida a congresos, en fin, la obsesión científica con la televisión tiene casi siempre por consecuencia una caída fatal en la solemnidad y el discurso afectado.

Por aquello de las peras y el olmo, la televisión no educa. Pero es sumamente eficaz para entretener. Entonces, ¿por qué no admitir que la mayoría de los televidentes busca divertirse cuando prende la tele? Reivindicamos aquí a la diversión, y no para tirarnos en un sillón con la conciencia tranquila. Digámoslo de una vez: nos importan los telespectadores, pero aquí más bien nos interesa ir en auxilio de los estudiosos de

la comunicación y los críticos de espectáculos, atrapados en la necesidad de encontrar significados ocultos y construcción de representaciones donde sólo hay un buen chiste.

Interesa rescatar la diversión en un doble aspecto. Primero, como objeto de estudio. ¿Qué hace reír a los espectadores? ¿Qué los hacía reír antes y ahora se ha vuelto ingenuo o ridículo? ¿Por qué lo que para algunos resulta gracioso para otros es insoportable? ¿Por qué mirar televisión es la actividad más elegida por los argentinos para ocupar el tiempo libre? ¿Cómo aparece el humor en programas que son, o dicen ser, de otros géneros? Digo, tomar la diversión en serio, como una motivación poderosa para manipular el control remoto.

Del mismo modo, cabe la otra cara de esta actitud: divertirse al estudiar temas serios, reconocer que ser un espectador crítico, atento y sagaz también incluye relajarse un poco y pasarla bien. Y, de paso, desterrar esa actitud por lo menos extraña de ciertos investigadores, que demuestran su encono con la televisión diciendo que no la miran.

Después de todo, y aunque el entretenimiento no justifica cualquier contenido, lo más probable es que detrás de “Video Match” o “Intrusos en la noche” no exista una conspiración macabra para arruinar el buen gusto de los televidentes; ni que las comedias costumbristas de Pol-Ka pretendan desviar la atención de los problemas reales con conflictos superficiales; tampoco que los *reality shows* quieran llevar a los adolescentes por el mal camino del éxito sin esfuerzo; ni que Mauro Viale y sus columnistas se hayan propuesto degradar la lengua española; ni siquiera que “Los simuladores” hayan buscado instalar una utopía redentora de nuestros valores desviados.

Me arriesgo a sugerir que estos y otros programas tienen metas más modestas: en orden, que la gente los vea y que los anunciantes piensen que son el espacio adecuado para vender sus productos. Finalmente, ser serio y ser aburrido son actitudes vecinas, pero no necesariamente emparentadas.

Nota de los editores: El señor Carrasco envió espontáneamente esta colaboración. Nosotros le escribimos señalándole nuestras disidencias y proponiéndole discutir sobre ellas. Le pedimos para ello una reescritura de su artículo. El señor Carrasco nos contestó defendiendo la redacción original de su artículo. Lo publicamos entonces tal como nos fue enviado, y a continuación nuestra posición sobre el tema.

Publicidad Televisiva

José Carrasco

Es bien sabido que los creativos publicitarios argentinos son reconocidos en el mundo entero por su capacidad e ingenio a la hora de vender desodorantes de ambiente, automóviles, papel higiénico, limpiadores de baños y cocinas y las indiscutidas estrellas del momento: jabón en polvo, toallas higiénicas y pañales.

Según una película menor estrenada hace unos años los publicistas no mienten: ¡venden! Está de más decir que cualquier publicista que se precie cree en esta máxima del gremio como si fuera una verdad revelada. Pero hete aquí muchacho que yo no pertenezco a ese sagrado medio y tengo intacto mi espíritu crítico por lo tanto he observado algunos comunes denominadores en las propagandas televisivas que deseo compartir con *Foul-Táctico*.

- 1) En cada película publicitaria algo parece salir mal, hay una carga de tensión por esta causa pero antes del final todo se resuelve agradablemente. Ejemplo: -¿Trajiste el rollo Kodak?- suspenso, cara de susto y resolución casi inmediata: -Lo tengo.
- 2) La limpieza imposible: unas manchas terribles en la bañera que ante una sola pasada del producto quedan como nuevas (de hecho con un truco de cámara pasan a una bañera **nueva**).
- 3) Los ingenieros (con casco) y los médicos (con estetoscopio) ambos de guardapolvo blanco que con voz profesional y seriedad absoluta hablan de lo bueno que es comprar tal o cual producto.
- 4) Las modelos con cara de amas de casa y peinados mal hechos que de todos modos nunca son gordas como para identificarse aunque no tanto.
- 5) Las insufribles familias felices desayunando en cocinas comedor de casas de 300.000 dólares mientras nos venden mermeladas o manteca.
- 6) Los coches que parecen flotar por caminos montañosos perfectos mientras el conductor ríe y su esposa (acompañante) gira hacia el asiento trasero para mirar sus niños perfectos: dos varones y una nena generalmente más chica; todos hijos de sus primeras nupcias.
- 7) Cielos y mares azules, bosques, selvas y deportes saludables en publicidades de cigarrillos y naftas en un evidente (no para todos) oxímoron.

8) Publicidad de servidores de Internet que repite 100 veces lo fácil que es navegar y donde se desprecian mujeres infartantes recostadas en la cama con tal de chatear.

9) Los concursos y desafíos de blancura de toallas donde una de ellas fue usada para frotar un elefante africano y la otra la acaban de sacar de su estuche nuevo.

10) Los pañales que transforman a nuestros hijos en: felices, juguetones, sequitos y ¡rubios!

La lista es interminable y si bien estos métodos no son ilegales (creo) entiendo que no está de más publicarlos ya que todos incluyen alguna forma de mentira que no por ser dichas durante décadas dejan de serlo. Por razones de espacio no incluyo otros giros publicitarios engañosos pero espero que otros lectores lo hagan y hasta que un estudiante de publicidad diga que no hay engaño y que está todo bien.

Opinamos sobre "Publicidad televisiva"

Estimado José Carrasco:

Agradecemos su espontánea colaboración. Pero quisiéramos debatir la lectura que hacemos de ella, que podemos sintetizar en la siguiente pregunta: ¿la exageración y el estereotipo con los que trabaja la publicidad pueden ser calificados de engaño?

En su texto creemos que la mayoría de los ejemplos de la lista no son argumentos consistentes para decir que "incluyen alguna forma de mentira". Los revisamos.

1) es un ejemplo de estructura de relato, y las estructuras de relato en sí no mienten.

2) es un caso de exageración. Por eso preguntamos: ¿la exageración miente? Otros géneros, como la caricatura, utilizan la exageración y no son tildados de mentirosos.

3) el casco para el ingeniero y el estetoscopio para el médico son un caso de estereotipo (¿el estereotipo miente?). Y si un ingeniero o un médico miente en una publicidad al decir que un producto hace algo que no hace, eso es una estafa y es pasible de sanción judicial. Pero no es esa estafa puntual generalizable a toda la publicidad. Otro tema de debate es si el argumento de la autoridad es ético en el discurso publicitario.

4) otro caso de estereotipo. Pero cuidado: estereotipo del discurso publicitario conforme su verosímil (de género) que no se corresponde con el verosímil social: no le pedimos a la ficción los mismos verosímiles que a la realidad.

5) esas familias pueden ser insufribles, pero ¿cuál es la mentira?, ¿o alguien cree que comiendo esa mermelada o esa manteca va a conseguir esa casa de 300.000 dólares? Y si a alguien le gusta comer esa mermelada o esa manteca porque se siente ("ridículamente") cercana a esa "insufrible" familia, ¿cuál es la mentira o el engaño?

6) otro caso de exageración y estereotipo, con un agregado: la moralina: las publicidades de autos lujosos no muestran al marido engañando a su sufrida mujer con una amante sobre el tapizado del auto ganado con el esfuerzo de la pareja. ¿No mostrar todos los casos que ocurren en la realidad es engañar? Y si se mostrara este caso recién descrito, ¿no sería acusada la publicidad de incitación a la infidelidad?

7) habría que precisar cuál es el oxímoron: no lo es un fumador y un cielo azul, lo es un "fumador saludable". ¿Hay engaño aquí? Aquí sí. Tal vez por eso hoy actualmente están prohibidas las publicidades de cigarrillos en televisión.

8) otro caso de exageración. Podríamos aquí reformular aquel famoso dicho popular: para esta publicidad "tira más un par de *bytes* que un pelo de concha". Tan ridículo que está cerca del chiste. ¿Y un chiste miente?

9) desconfiamos como usted de estos desafíos. Pero ellos deben realizarse con escribanos presentes. Es decir, si hay engaño es porque hay delito, pero no es generalizable a toda la publicidad

10) otro caso de exageración.

José, estas son nuestras disidencias con su artículo. Volvemos a agradecer su espontánea colaboración, porque además nos permite plantear estas ideas que tal vez le interesen a otros lectores para opinar.

Saludos cordiales

Los editores

"Los simuladores": último capítulo

José Luis Petris

En el primer número de esta revista expuse mi desconcierto por la masiva crítica favorable a "Los simuladores". Luego de su último capítulo vuelvo a experimentar la misma sorpresa.

"Los simuladores" es una serie de culto y de éxito que quedará en la historia de la televisión argentina. ¿Por qué? Tomo ese último capítulo y pregunto por qué la crítica no dijo nada sobre:

- a) una estructura narrativa que "solucionó" el problema de narrar dos historias, la del caso central del capítulo y la del vengador Milazzo, colocando una detrás de la otra quitándole unidad a la emisión (como ocurrió con buena parte de toda la segunda temporada);
- b) el error grave en la historia de Milazzo, no justificable por el tono inverosímil de la serie, donde el grupo se salva del vengador dando a entender que conocía todos sus pasos, y sin embargo pocos minutos después muestra que no sabía de la existencia del investigador privado que es el que realmente llevó a Milazzo hasta ellos;
- c) la declaración de principios final de que se trató de un grupo de "justicia paralela", cuando en el mismo capítulo es difícil entender cuál fue la injusticia corregida, o cuál la justicia en la historia de ese adolescente que aprueba todas sus materias de la secundaria sin estudiar gracias a los servicios de "Los simuladores", o qué justicia y con qué penas es la de exponer a la muerte a Milazzo primero en la selva y luego en Afganistán buscando a Bin Laden. Además, ¿"justicia paralela" significa justicia por mano propia?;
- d) las escenas de tortura. "Los simuladores" se entretienen haciendo saltar a Milazzo sobre vidrio roto; haciéndole tirar agua sobre el piso, pararse sobre él, tomar dos cables de electricidad, y esperar a que Tempone bajara la llave de la corriente eléctrica, y esperar a que Tempone decidiera que ya era suficiente el sufrimiento de Milazzo para interrumpir la descarga. Nadie dijo nada sobre estas escenas. ¿"Los simuladores" es una comedia?: ¿y la comedia habilita a reírse de la tortura? ¿"Los simuladores" hacen justicia?: ¿cómo, torturando?

¿Qué me molesta de "Los simuladores"? Su moralina. ¿Por qué vuelvo a hablar de "Los simuladores"? Porque hay algo que me interesa, y mucho. Confío en mi descripción de los cuatro puntos señalados arriba. ¿Qué tiene entonces "Los simuladores" para que guste, para obtener el éxito de público y crítica, que yo no encuentro? ¿Por qué lo listado arriba no empaña ese éxito?

Con motivo de los artículos a favor, del señor Martínez Mendoza, y en contra, mío, sobre "Los simuladores", del número 1 de *Foul Táctico*, llegaron hasta nosotros varios mensajes, en su gran mayoría coincidentes con la postura de mi amigo Rolando, pero sin extenderse en argumentaciones. Mi pedido es: ¿podrían ustedes lectores, que disfrutaron de "Los simuladores", enseñarme eso que yo no veo en la serie? Prometo no contestar porque sinceramente me entusiasma la posibilidad de poder entender los motivos de su éxito. Y Rolando espera a ustedes para responderme. Muchas gracias.

El plural de "oxímoron": el regreso

Los editores

En el número 2 de esta revista, nuestro coeditor José Luis Petris reconoció que había escrito incorrectamente el plural de la palabra "oxímoron". Pero como dudábamos sobre cuál era su manera correcta, consultamos a la Real Academia Española. Su respuesta fue publicada en el número 3 de *Foul Táctico*. Pero nuestras dudas y consultas a la RAE continuaron. Lo que sigue es el intercambio completo de mensajes, que creemos aleccionador sobre la vida de los idiomas, los atributos y políticas de las Academias y las libertades y restricciones que poseen los hablantes.

Septiembre de 2003:

Nosotros consultamos cuál era la forma correcta del plural de la palabra "oxímoron".

Respuesta: *"Las palabras esdrújulas terminadas en -n permanecen invariables en plural: los oxímoron.*

"Reciba un cordial saludo.

"Departamento de Español al día. RAE"

Octubre de 2003:

Nosotros: *"Estimados señores de la Real Academia Española:*

"Hace algunas semanas los consultamos por este medio sobre la correcta forma plural de la palabra "oxímoron". A los pocos días recibimos con placer su amable respuesta. En ella nos señalaron que "las palabras esdrújulas terminadas en -n permanecen invariables en plural: los oxímoron".

"En estos días, un poco por casualidad, nos reencontramos con las palabras "régimen" y "espécimen", cuyas formas plurales no responden a la regla anterior. Podemos leer en su "Diccionario panhispánico de dudas" que sus plurales son "regímenes" y "especímenes", a pesar de que sus formas singulares son palabras esdrújulas terminadas en -n.

"¿Podrían aclararnos, por lo tanto, en qué casos las palabras esdrújulas terminadas en -n permanecen invariables en plural, y en qué casos no?"

"Muchas gracias.

"Reciban un cordial saludo"

Respuesta: *"Como le indicamos en nuestra respuesta anterior, las palabras esdrújulas terminadas en las consonantes -l, -r, -n, -d, -z y -j permanecen invariables en plural. Se exceptúan RÉGIMEN y ESPÉCIMEN, que tienen dislocación acentual y siguen siendo esdrújulas en plural (regímenes y especímenes).*

"Reciba un cordial saludo.

"Departamento de Español al día

"RAE"

Enero de 2004:

Nosotros: *"Estimados señores de la Real Academia Española:*

"Tiempo atrás los consultamos sobre el plural de la palabra "oxímoron". Nos indicaron la regla de que todas las palabras esdrújulas terminadas en las consonantes -l, -r, -n, -d, -z y -j permanecen invariables en plural. También nos escribieron que se exceptúan a la regla "régimen" y "espécimen". Necesitamos ahora citar la regla, ¿a qué bibliografía debemos recurrir? ¿Y dónde podemos encontrar el listado completo de excepciones?"

"Nuevamente muchas gracias.

"Reciban un cordial saludo"

Respuesta: *"La información que le suministramos corresponde al artículo sobre formación de plural que aparecerá en el Diccionario panhispánico de dudas, de próxima publicación por parte de la Academia.*

"Los sustantivos y adjetivos que terminan en las consonantes -l, -r, -n, -d, -z, -j, no precedidas de otra consonante, forman el plural con -es: dócil, pl. dóciles; color, pl. colores; pan, pl. panes; césped, pl. céspedes; cáliz, pl. cálices; reloj, pl. relojes. Los extranjerismos que terminen en estas consonantes deben seguir esta misma regla: píxel, pl. píxeles; máster, pl. másteres; pin, pl. pines; interfaz, pl. interfaces; sij, pl. sijes. Se exceptúan de esta regla las palabras esdrújulas, que permanecen invariables en plural: polisíndeton, pl. (los) polisíndeton; trávelin, pl. (los) trávelin; cáterin, pl. (los) cáterin, etc. Excepcionalmente, el plural de hipérbaton es hipérbatos.

"Solo hay tres palabras que presentan dislocación acentual: régimen, espécimen y carácter.

"Reciba un cordial saludo.

"Departamento de Español al día

"RAE"

Correo de lectores (segunda parte)

Sobre el artículo " 'E-24: No es ficción'. ¿Fue realidad?' de José Luis Petris del número 5

Carlos Prieto

He leído el artículo sobre "E-24" y me pareció completamente pertinente la noción de "principio de incertidumbre" para explicar cómo la presencia de las cámaras modifica la realidad que captan. A mi entender, uno de los casos más notables se da en los últimos años con el video de las bodas y fiestas de casamiento. Es notorio para cualquier asistente que el "profesional" a cargo de la cámara también está a cargo de la puesta en escena. He visto como, ya no solo los novios, sino los testigos, jueces de paz, sacerdotes, mozos y demás personas se ubican donde el camarógrafo les indica, se mueven en el momento que se los indican, etc. En síntesis, el video del casamiento termina siendo, primariamente, un documento del grado de maestría que mostró el camarógrafo para dirigir la puesta en escena. Pero, inevitable vuelta de tuerca, el video mismo también es el testimonio de que las cosas (algunas cosas) ocurrieron como allí se las ve. La novia pudo haber acomodado el velo de tal manera porque el camarógrafo se lo indicó, pero lo cierto es que eso fue exactamente lo que hizo el día que se casó. El camarógrafo pasa a ser uno de los oficiantes de la boda, el que está a cargo de varios de los rituales más importantes. Así, el video de la boda es un

documento de cómo es una boda... en la que hay un profesional que registra un video. Es cierto que, antes del video, la fotografía de bodas podía producir un efecto básicamente similar. Sin embargo, y tomando como experiencia sólo las bodas a las que he asistido en mi vida, diría que el video produjo un salto cualitativo en el efecto "principio de incertidumbre".

Sobre el artículo "Chicas Cosmo" de Rolando Martínez Mendoza del número 4

Beatriz Gugliotti

Yo no soy una Chica Cosmo, porque ya no soy una chica, pero adhiero a la forma en que se entrenan y capacitan hoy las chicas desde todo punto de vista, como lo describió Jimena [Besteiro: carta de lector del número 5 de *Foul-Táctico*]. Ahora, me gustaría preguntarle a Rolando Martínez Mendoza si "ni tampoco" a una chica como la descrita por Jimena y si "ni tampoco", entonces... ¿cómo tendría que ser?

Diálogo con los lectores

Rolando Martínez Mendoza

Estimadas "Chicas Cosmo", gracias por ayudarme a revisar mi artículo que tiene mucho de descripción de una actual tendencia de la vida de los relatos, pero también mucho de disgusto personal por ciertos filmes. Muchas veces este disgusto solemos disfrazarlo de palabra reflexiva, que es una de las grandes tentaciones de la crítica. Lo acepto. Pero quiero recuperar mi descripción.

Beatriz Gugliotti: me gustan las señoras y señoritas que se capacitan y estudian y trabajan y se preocupan y tienen curvas. Jimena Besteiro: me gustan las minis que muestran largas piernas trabajadas en el gimnasio, y coincido plenamente con tu afirmación: ninguna Chica Cosmo se embarraría, cargaría a caballo a un príncipe ni insultaría en su presencia (un momento, ¿Bridget Jones no dice *fuck you* cada 2 minutos?). Es como dijo Alicia Scardaoni en su carta de lector publicada en el número 5 de esta revista, el problema es cuando estas chicas entran al mundo de los viejos relatos.

Lo que señalé, y vuelvo a señalar para discutir (más allá de que me gusten o no las Chicas Cosmo), es la existencia de un nuevo verosímil de mujer y qué sucede cuando esta "nueva" muchacha irrumpe en géneros cinematográficos y televisivos "viejos" asumiendo las características de la heroína de esos relatos.

¿Cómo eran las heroínas del *western*, del cuento de hadas, del filme de superhéroes o de aventuras o de los relatos de caballería anterior a estos últimos 10 años? Seguro que muchas eran sumisas y bobas y que en ellas solo estaba el modelo "la mujer en la cocina"; pero ¿todas se mostraron así en esos géneros en casi 100 años?

De lo que casi no me quedan dudas es de que cuando una señora o señorita con las características que marqué en los primeros párrafos de "Chicas Cosmo" aparece en esos filmes y programas se produce el "efecto Cosmo": los personajes responden esquemáticamente a las situaciones y tienen la necesidad de decir que son geniales y cultas y usan espada o colts; son aburridas (me aburren), sufren, no son espontáneas, sufren, son políticamente correctas, sufren, y siguen las recetas, no ya del género que están jugando, sino de los artículos de la revista *Cosmopolitan* y de los programas de *Cosmopolitan Television*. Insisto, utilizan la "operatoria Cosmopolitan"; pero no sus temas, pues si algo hay en el Universo Cosmo es sexo, y estos filmes carecen de erotismo.

Bridget Jones no usa espada ni colts ni capa ni es una eximia karateca. Dios nos libre de la señorita Jones luchando con ninjas, comanches, villanos con superpoderes o príncipes juanes.

Estoy dispuesto a seguir, y perder, esta discusión. Como dije en el artículo, me gusta compartir estas y otras cuestiones con aquellas damas que "son capaces de hacer bien un huevo frito, ganarnos una discusión y pedirnos [ahora agrego exigirnos], y a la vez esperar, un beso".