



Carmen Sevilla.

EN tiempo pasado, la progresia vaticinaba suficientemente:

—No, estas cosas son propias de la dictadura. Verás tú en cuanto caiga el Régimen...

Estas cosas eran el fútbol, los Palmares de Troya, las Lolas de España, los "Cordobeses", el "Señal", las quinielas. Estas cosas eran las revistas del corazón y su mitología, el Olimpo del "¡Hola!" y del "Lecturas", la Ira de Fürstenberg y el Hohenlohe, la Soraya y la Liz Taylor, la Jacqueline Kennedy y la última desgracia de un hijo de Bob o un nieto de John F. El Régimen —si no caído— al menos ha cambiado, pero estas cosas siguen. En última instancia —y ya no instancia unitaria— permanecen las leyes que determinan el consumo de estos productos de cultura popular, con o sin Secretaría de Estado que lleve este rótulo. Permanece un entramado de intereses en el que ha de seguir el "Señal" y las quinielas, las Lolas de España (que ahora resultan que han sido socialistas de toda la vida, y que Manolo Caracol era poco menos que anarco), los lefebvrianos Palmares de Troya. O la nueva mitología de la prensa del corazón, el Olimpo que "¡Hola!" y "Lecturas" y la compañía acaban de inaugurar para la democracia.

Descubrir el ombligo de la política

Un buen día, las revistas españolas de peluquería se descubrieron el ombligo: que en el país había una cosa que se llamaba política. Hasta entonces, la política había estado hasta el tuétano en dicha constelación periodística. Que política y no otra cosa eran los escasos editoriales forzados en efemérides gloriosas o en hitos históricos: concentraciones en la plaza de Oriente, dieciochos de julio, cumpleaños del que ahora se llama oficialmente an-

Una nueva mitología en la prensa del corazón

Cármenes de la dictadura Cármenes de la democracia

ANTONIO BURGOS

terior Jefe del Estado, etcétera. Estos recuadros estaban puntuales, bien destacados, en las páginas de la prensa del corazón, inquebrantables a los Principios, frente a conspiraciones extranjeras, cercos internacionales y conjuras del comunismo apátrida. De otro lado, había una política que trasminaba las páginas de esta subprensa: magnates del franquismo, fiestas de los especuladores, Puertos Banús, puestas de largo, primeras comuniones en El Pardo... Las revistas eran apolíticas en la misma medida que el país era apolítico; esto es, eran apolíticas al servicio de una sola política, la de la dictadura, la familia, el municipio, el sindicato y la unidad de destino en lo universal.

La otra política, la realidad de España, quedaba en los recuadros editoriales como una condena: condena de las jornadas de lucha, de los contubernios, de las campañas internacionales. Hasta que un día se acabó todo, y con el reportaje de un caballo suelto en un entierro se terminó una época para este periodismo español. Pasaron espíritus de febreros y reformas y rupturas, hasta que un buen día, lo dicho: descubrieron el ombligo. La prensa del corazón descubrió que los populares y las famosas, las folklóricas y los finolis, tenían voto, ideología y muchos de ellos un carnet de militancia política. Igual que antes enseñaban el armario con los abrigos de chinchillas de la Massie-la, ahora empezaban a enseñar el carnet de Ana Belén, y la militancia de Joan Manuel Serrat, y las preferencias políticas de Paco de Lucía, que es una guitarra de calidad. Un estudio de esta prensa durante la campaña electoral nos demuestra hasta qué punto en este país se ha establecido un fácil consumo de la imaginería política, que los publicitarios del Centro Democrático supieron aprovechar bien la noche electoral del Eurobuilding, con las pegatinas situadas en los más estratégicos lugares —task force de la UCD— de la anatomía de las bellas cazadas a lazo entre las páginas de antiguas agendas mundanas de Nacho de Noche. Durante la cam-

paña, las mujeres españolas consumidoras de cuché mundano pasaron una EGB política a través de lo que iban a votar Mari Santpere, y Kiko Ledger, y Peret, y Carmen Se-

villa, y Rocío Dúrcal, y Junior y hasta Paco España, todo un idolo por haberse enfrentado a Lola de España en el ocaso de los dioses del franquismo.

Carmen Díez de Rivera, bella y militante del PSP de Tierno.





Carmen Romero, mujer de Felipe González, y Massiel, "acompañante" de Carlos Zayas, ayudan a ganar votos para el PSOE desde las páginas de "¡Hola!" o de "Lecturas".

del mito público: Dolores Ibarruri en las Cortes; los vaqueros de Pilar Brabo; los camiseros de la diputada Soledad Becerril; la oscura historia de la señora Suárez, siempre en la sombra presidencial, sin saltar a las portadas...

Ante la lectora de peluquería, que sigue padeciendo el sueldo corto y el trabajo largo, estas nuevas Cármenes se les aparecerán quincenalmente con una clara intencionalidad: mantenerlas embebecidas en que hay **otro mundo**, el **gran mundo**. Introducir en ese otro mundo a algunas de las nuevas Cármenes no deja de ser una maniobra, en la que quizá ellas no caerán. Pero la prensa amable tiene sus exigencias, y las busca donde puede encontrarlas: el gitano que llegó a las Cortes, el traje de Rafael Alberti el día de las Juntas Preparatorias, el **play-boy** que un día fue —cuando sus cenas con Massiel y cuando las casas de ambos eran rociadas de "spray" por los guerrilleros— Ignacio Camuñas... Son los

Nuevas Cármenes

Pasadas las elecciones, el temario habla de ampliarse. No toda la vida van a estar las **esposas** y las **madrecitas María del Carmen** leyendo entrevistas sobre el voto de calidad de Paco de Lucía. Ha surgido el nuevo Olimpo, tras la caída de los dioses del anterior Jefe de Estado, como era Raphael, como era Angel de Andrés, como eran todos los artistas habituales en las galas navideñas y benéficas de la **señora** (ahora de Meirás). Pero estos nuevos mitos se han construido sobre unos resortes muy fáciles. A través de la simple sustitución. Curiosamente, los grandes **hits** de la prensa del corazón no son las personas de la familia real española; parece como si a la Corona se la quisiera mantener por encima de todas estas cuestiones, en el mismo pacto tácito que ha aceptado España entera. Aunque ya tengamos Reyes aquí, parece como si todavía viviera el anterior, y en el cliché de la peluquería no hay más Reyes que los de Bélgica (ella es española), los de Inglaterra (la carroza es de oro), los de Suecia (ella fue azafata), los de Mónaco (fue actriz), etcétera. En cuestión de Monarquía, esta prensa cumple con su principal resorte: acercar a la lectora española, abrumada por los problemas diarios de los trabajadores, por las subidas de precios, por el pluriempleo, por los temas escolares de los hijos, etcétera, a un mundo lejano y feliz, en una evasión a todo color. Traer a

los Reyes de España parece demasiado cercano; en todo caso, se trae a la infanta que estudia en Londres y nos cae más lejos, o se recoge el momento insólito del príncipe de Asturias, aquella exclamación durante unos trabajos de albañilería en la Escuela Superior del Ejército que dio la vuelta a todas las revistas que nos ocupan:

—Joé, joé, ¡cómo pesa!...

La sustitución, pues, no ha afectado a las personas reales, sino a lo que era la corte del Pardo. Cármenes y Carmencitas, señoras de Barreiros y señoras de Solís han sido sustituidas por las nuevas Cármenes. Incluso de las **folkloricas** hemos pasado a las **destapadas**, y de una Carmen Sevilla, decente donde las haya, se ha llegado a figuras ligadas a la historia de unos pechos, un liguero, unas nalgas: Bárbara Rey, Victoria Vera, Nadluska, Francisca Gabaldón (ex Mari Francis), etcétera. De modo y manera que cualquier sociólogo puede estar ya haciéndonos el estudio correspondiente de los maridos: del marido de Lola Flores al marido de la Nadluska hay también una historia secundaria muy significativa del momento...

La sustitución, decía, ha versado fundamentalmente en las nuevas Cármenes. Frente a doña Carmen, Carmen Romero, la militante de UGT, la compañera de Felipe González, que sale guapa en los papeles, trabaja todos los días y encima le ayuda a ganar votos a su marido para las municipales desde las pá-



Bárbara Rey: una "destapada" para la UCD de Suárez.

ginas, de "¡Hola!" o "Lecturas", que ya le han dedicado puntualmente su **cover story**. En vez del encanto discreto de Carmencita, otra Carmen: Carmen Díez de Rivera, bella y militante, con una apasionante historia familiar en el brillo de los ojos. En lugar de Carmen Sevilla, Carmen Prieto, la mujer de Tamames, quizá el **sex-symbol** de la izquierda española para esta prensa. U otras Cármenes que no se llaman Carmen, pero que representan esta nueva utilización consumista

nuevos españoles para la prensa del corazón, a la medida de la democracia. Con lo cual se demuestra que la invención de mitos populares no es exclusivamente un mal de la dictadura. Incluso hubo unos mitos de la reforma o de la transición, de los que ya nadie se acuerda, que no fueron humanos, sino inanimados; la cazadora de Felipe, el jersey de Marcelino, la peluca de Santiago... Esos, ya, como las viejas Cármenes, pertenecen al museo del anterior. ■