

24



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**FACULTAD DE PSICOLOGIA**

**PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS HISTORIETAS  
Y FOTONOVELAS EN MEXICO**

**T E S I S**

Que para obtener el título de:

**LICENCIADO EN PSICOLOGIA**

P r e s e n t a n :

**ALMA CARMONA FERNANDEZ**

**MARTHA ISABEL HERRERA MORENO**

México, D. F.

1982



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

# I N D I C E

RESUMEN

INTRODUCCION

CAPITULO I

Páginas

## Medios Masivos de Comunicación

Influencia Social y Comunicación	1
Función Social de los Medios Masivos de Comunicación	13

CAPITULO II

## Historietas y Fotonovelas

Origen de las Historietas a Partir de las Condiciones Económicas.	15
Origen de las Historietas en los Periódicos	15
El Origen de la Comic-novela	24
El Arte la Historieta y su Relación con otros Fenómenos Culturales	26
La Historieta en México	30
Orígenes de la Fotonovela	33
La Fotonovela en México	36

### CAPITULO III

#### La Técnica del Análisis de Contenido

Antecedentes	38
Definición	40
Etapas en el Análisis de Contenido	41
Aplicaciones	44

### CAPITULO IV

#### Metodología

Planteamiento del Problema	47
Diseño de la Investigación	49
Procedimiento	50
Muestra	51
Confiabilidad	62

### CAPITULO V

#### Descripción de los Resultados

Categorías Físicas	65
Categorías Demográficas	73
Categorías de Argumento	83

CAPITULO VI

<u>Conclusiones</u>	97
ANEXOS	103
BIBLIOGRAFIA	167

La gran popularidad de historietas y fotonovelas en México, es una prueba fehaciente de la accesibilidad de su lenguaje entre el pueblo. ¿Porqué el Estado Mexicano ha descuidado este medio, en vez de implementar con su utilización masiva algunos de sus cometidos educativos y -- culturales más importantes?

## RESUMEN

Por la necesidad de utilizar uno de los medios masivos como instrumento educativo en adecuados hábitos alimenticios, en la presente investigación se analizaron los mensajes de las historietas y fotonovelas melodramáticas para responder a las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los argumentos más frecuentes?

¿Cuáles son las características físicas y demográficas de los personajes principales?

Se utilizó la técnica del análisis de contenido y se elaboró un instrumento en el que se definieron las categorías físicas y demográficas de los personajes. Las categorías de los argumentos se definieron en base a un modelo compuesto de los siguientes elementos: metas, obstáculos, medios y consecuencias.

Se entrenaron a cuatro codificadores que analizaron 42 historietas y fotonovelas melodramáticas que circularon en el mes de mayo de 1981. De los datos obtenidos se analizaron sus frecuencias y se derivaron los porcentajes respectivos.

En los resultados se obtuvo que: los personajes masculinos fueron principalmente de 26 a 35 años, de compleción regular, alto, de tez blanca, cabello corto ondulado y negro, soltero, profesionista o técnico, de nivel socioeconómico medio y de religión católica.

Su meta más frecuente fue establecer lazos conyugales; el obstáculo que se le presenta es la oposición de la familia de ella; y el medio que utiliza es el convencimiento, logrando su meta.

Los personajes femeninos son de 15 a 25 años, delgadas, de estatura regular, tez blanca, de cabello largo, ondulado y castaño oscuro, no se especifica la escolaridad, de estrato socioeconómico medio, realiza diferentes ocupaciones -- (comerciante, estudiante, ama de casa) y de religión católica.

Su meta más frecuente es el deseo de afecto amoroso; el obstáculo que se le presenta es que la persona que le interesa dá mayor importancia a su superación personal; el medio que utiliza es el dar afecto y comprensión a esa persona, logrando así su meta.

## INTRODUCCION

El Instituto Nacional del Consumidor desea conocer cuáles son los argumentos más frecuentes de las historietas y fotonovelas melodramáticas que se difunden en México. Este Instituto también desea conocer las características físicas y demográficas de los personajes principales de dichas publicaciones.

Todo esto se enmarca dentro del interés por utilizar este tipo de impresos para orientar al consumidor. La investigación que aquí se reporta, es una parte del estudio que realiza el Instituto Nacional del Consumidor.

En el Capítulo I se presentan dos aproximaciones teóricas, respecto a los efectos de influencia social de los medios masivos de comunicación. En el Capítulo II se describe el origen de las historietas y fotonovelas a partir de las condiciones económicas y culturales de la sociedad. También se describen características de forma y contenido de las historietas y fotonovelas.

En el Capítulo III se mencionan las características de la Técnica del análisis de contenido, las diferentes fases que la componen y su aplicación.

En el Capítulo IV se presenta la Metodología de la investigación. En el Capítulo V se presenta la Interpretación de

los resultados. En el Capítulo VI se presentan las conclu  
siones.

Al final, se presentan los anexos y la bibliografía.

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

CAPITULO I

## CAPITULO I

### Influencia social y comunicación

Para entender la socialización del individuo es necesario conocer el contexto social en el que éste se circunscribe. Dicho contexto, en el desarrollo histórico de la humanidad, ha alcanzado tal complejidad, que en un primer momento la familia y los diferentes grupos inmediatos al individuo -- cumplían la tarea de agentes socializantes; hoy día, los medios masivos de comunicación también participan en ello, jugando un papel muy importante en la integración del individuo a la sociedad.

Los medios masivos de comunicación en su interacción con otras instituciones sociales, determinan en el individuo -- las formas de comportarse, de relacionarse e informarse -- acerca de los acontecimientos de la realidad.

El estudio de los medios masivos es muy importante, ya que complementan la complejidad del proceso de la socialización que realizan las diferentes instituciones sociales.

El contenido de los "medios" se homogeniza a los propósitos de sus dueños, empresarios que carecen de interés en dar al público lo que realmente desea, y les crean necesidades que no reflejan en lo más mínimo sus intereses rea--

les, incrementan el consumismo de objetos innecesarios, re producen valores que esclavizan y deshumanizan al individuo.

Lo anterior, no significa que únicamente exista la transmi sión de mensajes nocivos, hay también mensajes que tratan de educar y resolver los problemas de la población. Sin embargo, este tipo de mensajes no se difunden apropiadamente para ser conocidos, se dirigen a grupos muy reducidos, o son poco eficaces.

De esto se desprende que las historietas y fotonovelas, con sideradas como medios masivos de comunicación no escapan a ese hecho, por lo que merecen ser analizadas interdisciplina riamente por la sociología, la psicología y la ciencia de la comunicación. "Además de que son leídas por una población muy heterogénea; niños, adolescentes y adultos, per tenecientes principalmente a la clase social que vive en condiciones precarias y a quienes les afecta su forma de vi vir..." (1)

A continuación se presentan dos aproximaciones teóricas -- respecto a los efectos sociales que los medios tienen en los individuos.

(1) Herner, Irene: Mitos y Monitos. Ed. Nueva Imagen. México, 1979.

Dentro de la primera aproximación teórica están los trabajos de Paul Lazarsfeld, quien en 1932 investigó los efectos de los medios y su relación con la influencia personal. Mostró que la gente tiende a pertenecer al grupo - cuyas opiniones son iguales a las suyas, y reciben los mensajes de acuerdo con sus opiniones y las del grupo.

El individuo pasa de un grupo a otro y cambia de actitudes y opiniones en el momento en que ya no se identifica con el grupo. Los medios de comunicación pueden facilitar ese cambio de actitudes y opiniones, el cual, se efectúa bajo la influencia de otras personas, más que por -- los efectos directos de los medios de comunicación.

Al interior de los grupos de pertenencia se establece -- una dinámica que caracteriza la función de cada uno de sus miembros. Una de las funciones que se establece, es la función de liderazgo y surge de acuerdo al contexto - grupal.

Lazarsfeld, propuso un modelo de dos pasos que sugiere -- que: "la influencia social está dada por las relaciones interpersonales de la audiencia" (2), en donde actúan los líderes de opinión y se caracterizan por los siguientes aspectos:

(2) Shran, Wilbur: La Ciencia de la Comunicación Humana México, Ed. Roble, 1957. pág. 18.

- Los líderes de opinión se encuentran repartidos en toda la población.
- Los líderes de opinión se exponen más a los medios de comunicación que sus adeptos.
- Leén, escuchan y ven más que sus adeptos, además están siempre en búsqueda de más información.
- Desde el punto de vista social, los líderes no se distinguen de las personas sobre las que influye.
- Los líderes de opinión constituyen focos dentro de la red de comunicaciones, la gente los consulta más para recibir información y ellos mismos consultan con frecuencia a los miembros de su grupo.
- Los líderes de opinión están más influidos por los contactos personales que por los medios de comunicación, aún cuando se exponen más a ellos. (3)

Estas características de los líderes de opinión, determinan la dinámica del modelo de Dos Pasos en donde el líder de opinión es el mediador entre la comunicación y la audiencia.

(3) Amann, Ricardo y Piannet, Nicole: Conformismo y Comunicación. Revista Mexicana de Ciencia Política No. 69 UNAM, 1973, pag. 15

Sheriff y Sheriff concluyeron en sus investigaciones que:  
"la influencia social entre los individuos depende de su interacción dentro de cada uno de los grupos a los que pertenece el individuo..." (4)

Esta interacción supone la manifestación de normas y valores del grupo.

Berelson y Waples (1952), realizaron estudios en libros, periódicos, revistas, historietas y volantes. Respecto a los efectos que estos medios de comunicación tienen en el público, los clasificaron a través de las siguientes categorías.

Instrumentales: Son los efectos relacionados con la utilización impresa para resolver diversos problemas prácticos y personales del individuo.

Estimación propia o prestigio: Cuando el lector frecuenta cierto tipo de lectura que alaba al grupo al que pertenece.

De refuerzo: Cuando se busca apoyo a una posición que ya se ha asumido, y en algún tema de controversia.

Experiencia enriquecida, estética y de respiro: Son las respuestas transitorias a la lectura que es descrita en términos como:

(4) Sheriff & Sheriff; Psicología Social

"para olvidar las preocupaciones" y "para matar el tiempo".

Hovland y sus colaboradores, en 1953 aplicaron a sus estudios de la comunicación persuasiva, las proposiciones derivadas de la teoría del aprendizaje instrumental que afirma que: "una opinión o actitud se vuelve habitual -- porque su expresión manifiesta o su repetición interna, van seguidas por la experiencia o la anticipación de un incentivo." (5)

Para producir cambios de estas opiniones y actitudes, -- Hovland (1953) propuso la manipulación de los refuerzos anticipados (incentivos) los cuales, entran en acción como consecuencia del comunicador que está tratando de modificar las opiniones y actitudes en el público. Hovland clasificó los incentivos de la siguiente manera:

- A) Las características de la comunicación (unilateral y bilateral).
- B) Las características del receptor de la comunicación (información, conocimiento, personalidad, -- etc...).
- C) Las características de la persona que comunica -- (credibilidad y conocimiento).

(5) Klepper, Joseph: Los Efectos Sociales de la Comunicación de Masas. Ed. Roble. México, 1975, pág. 78

Joseph Klapper en 1967, consideró la situación de comunicación masiva como una experiencia interactiva, en la cual, "el medio de la audiencia y su medio social efectúan la naturaleza de la comunicación a la cual se ve expuesto y mediatizan sus efectos sobre él..." (6)

Los factores psicológicos que identificó como mediadores son los siguientes:

La exposición selectiva: Definida, como la tendencia del individuo a captar únicamente las comunicaciones que van de acuerdo a sus opiniones e intereses, y a evitar las que parecen oponerse a ellas.

La percepción selectiva: Cuando el individuo se expone a ciertos mensajes y opera una selección de contenido.

La retención selectiva: Cuando el individuo que percibe un mensaje, únicamente recuerda lo que está de acuerdo con sus opiniones.

Klapper concluyó que el efecto de la comunicación por vía de estos procesos, es de reforzar las actitudes predominantes dentro de cada segmento de la sociedad.

todos estos planteamientos citados, apoyan la proposición de que los medios de comunicación no influyen di-

(6) Klapper, Joseph : Los Efectos sociales de la Comunicación de Masas. Ed. Roble. México, 1975, pág. 78

rectamente en los individuos. En sus estudios, estos investigadores analizaron los factores mediadores, que como se observó, para Lazarsfeld fueron los Líderes de opinión; para Sheriff y Sheriff la Interacción grupal; en Berelson los procesos psicológicos; y finalmente, Hovland enfatizó la importancia del manejo apropiado de los incentivos.

Se puede concluir que dichos investigadores, demuestran que: la función en los individuos, es la de reforzar las actividades, creencias y opiniones de los hombres.

En la segunda directriz, se realizaron investigaciones - que consideraron a los medios masivos como agentes directos de influencia social, que transmiten la ideología de la sociedad que la produce y como un reflejo orgánico de ella.

Desde esta perspectiva, se consideraron y analizaron los medios masivos como un fenómeno social, político y económico, debido a que son elementos esenciales en la transmisión de la ideología de las diferentes sociedades.

Ludovico Silva, en 1974 planteó que la ideología es el componente principal de nuestras comunicaciones; y en el caso de América Latina, se trata de la ideología capitalista dependiente. Definió la ideología como "un sistema de valores y creencias que tienen las sociedades donde hay cierto grado de explotación a fines de justificar idealmente esa explotación." (7)

Shmucler (1972) propuso que en la frecuentación permanente con las ideas de la clase hegemónica de la sociedad, que "posee materialmente los medios e impone el sentido de los mensajes que emite." (8), los hombres elabo-

(7) Silva, Ludovico : Ideología y Medios de Comunicación en A. Latina. en: Medios de Comunicación, Ideología y Estrategia Imperialista. Cuadernos del CEC. UNAM, México, 1980. pág. 18.

(8) A. Dorffman-A. Mattelart: Para Leer el Pato Donald. Ed. Siglo XXI. México, 1976. pág. 25

ran su manera de sentir, actuar y observar la realidad, en la cual, los medios de comunicación constituyen una tecnología ideológica. La maquinaria de la tv, el cine, el radio, no es mala en sí, pero sí lo es en su empleo - capitalista dependiente que contribuye a fijar la idea de que los pueblos "subdesarrollados" lo están por atraso histórico.

El punto de vista, respecto a la persuasión publicitaria expresado por John Kennet, consideró que la creación de deseos que no necesitamos satisfacer son necesidades fabricadas, y la publicidad, a través de los medios de comunicación contribuye a este proceso: "como ayudante del proceso producción-distribución, la publicidad incita al público a satisfacer sus deseos creándoles continuamente más necesidades." (9)

Según Kennet, la sociedad opulenta es un ciclo vicioso - en que la producción satisface deseos y paradójicamente, en el acto mismo de satisfacer estos deseos, produce artificialmente más deseos; la parte de la publicidad en este proceso contribuye a crear esos deseos no sólo implícitos sino aún aquellos que no existían, aumentando complejamente el ciclo.

(9) Kennet, John: Efectos de la Dependencia. En: Medios de Comunicación Social. H. Shiller. México, Rev. de Comunicación No. 2 UNAM. 1978, pág. 40

Los pioneros dentro de esta directriz establecieron que la función de los medios de comunicación es la transmisión de la ideología de la sociedad, y específicamente, la ideología de la clase dominante; de tal forma estudiaron el contenido de los mensajes, comparándolos con los contenidos de la realidad de los países hegemónicos y -- los países dependientes, con el objeto de denunciar a -- los medios de comunicación como canales de transmisión de propaganda que no satisface las demandas sociales. Al respecto Irene Herner plantea, que los medios masivos -- son un instrumento de control y dominación ideológica, -- que garantiza la sobrevivencia y el desarrollo cotidiano del capital que utiliza todos los adelantos técnicos y científicos a su alcance para crear un contenido básico: "perpetuar y reproducir la sociedad de consumo y en el caso de países como México, reconfirmar la sociedad dependiente de consumo..." (10)

(10) Herner, Irene : Mitos y Monitos. México, 1978, pág. 38

## Función Social de los Medios de Comunicación

Al analizar los medios de comunicación como fenómeno social, varios estudiosos del tema están de acuerdo en que deben de cumplir las siguientes funciones:

Función Política.- La difusión y participación política y económica; la difusión de los programas de gobierno, - de los partidos o de los candidatos y proyectos de ley.

Instrumento de Desarrollo Económico y Social.- Contri-- buir a través de la difusión masiva de campañas de salu-- bridad, de la difusión de los avances tecnológicos, la - difusión de la creación de nuevas instituciones.

Instrumento Educativo.- Referido a la integración de los medios masivos a los diversos sistemas educativos.

Instrumento de Entretenimiento y Diversión.- Divertir y entretener a través de la difusión de historietas cómi-- cas, películas, programas televisivos y los diversos pro-- ductos culturales.

Las diversas funciones atribuidas a los medios, no se - realizarán si algunos investigadores en comunicación -- continúan considerando a los individuos como parte de - las masas, como un concepto anónimo y amorfo no estruc-- turado que no contribuye activamente al sistema social.

De tal forma no existirán ideas y conocimientos suficientemente flexibles acerca de la gente, y se tenderá a dividir la cultura en zonas separadas.

Mientras los empresarios continúen dando importancia a las ganancias, y prioridad al uso de los medios como instrumento para la publicidad y la venta; continuará la tendencia a la difusión de mensajes seguros y a poner a la gente dentro del estado de ánimo adecuado para que consuma, empleando el atractivo de los gustos ya conocidos para introducir nuevos intereses y oportunidades a los que tie--nen algo que vender.

Mientras México continúe siendo un país dependiente de -- otros países, la cultura propia seguirá desplazándose por otra cultura que no se adecúa a la forma de vida de los - mexicanos, y los problemas reales de la población no se--rán resueltos.

El problema de dar al público lo que quiere tiene que ser planteado no como una regla simple y ya establecida; sino de una manera más amplia y general que posibilite hacer - cumplir la función social adecuada a las necesidades de - los hombres.

HISTORIETAS Y FOTONOVELAS

CAPITULO II

## CAPITULO II

### Origen de las Historietas y Fotonovelas a partir de las Condiciones Económicas, Artísticas y Culturales:

Las historietas y fotonovelas son historias, eventos y -- cuentos de todo tipo, en secuencias combinadas de textos e imágenes que en la realidad conforman uno de los fenóme-- nos sociales más interesantes. Son un lenguaje, un medio de comunicación que responde a intereses económicos, polí-- ticos y culturales, de una clase que posee los medios de producción: "las ideas de la clase dominante son en cada época las ideas dominantes, la clase que controla los me-- dios de producción material..."(11)

Dado que el origen de las historietas antecede al origen de las fotonovelas, se analizarán primero, posteriormente serán analizadas las fotonovelas.

#### El origen de la historieta en los periódicos

La historieta se sitúa como uno de los medios de expre-- sión característico de la cultura contemporánea y su naci-- miento es muy próximo a sociedad actual. Está unida al - sistema de relaciones de producción, característico del -

(11) Citado por Ludovico Silva en: Ideología y Práctica de la I. Ed. Nuestro Tiempo, 1976. pág. 45

capitalismo y nace como un producto de consumo que debe - competir en el mercado.

La historieta surgió a fines del siglo XIX como una arma publicitaria en la competencia comercial entre dos empresarios de la prensa de New York; Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst.

Los empresarios periodísticos trataban de ampliar la difusión de sus productos anadiéndoles todo aquello que pudiera resultar atractivo y novedoso para el público.

En 1896, aparecen por primera vez, tres cuentos de una página llamada la "tira cómica" en el periódico "New York - World" de Joseph Pulitzer. El personaje central de la -- historieta fue "un niño calvo orejudo de aspecto simiésco, vestido siempre con un traje de dormir que dejaba solamente al descubierto su rostro, sus manos y pies." (12), el camisón era de color amarillo, de donde surgió el nombre de "Yellow Kid" y dió como consecuencia el apelativo de - "prensa amarilla" a los periódicos de carácter sensaciona lista.

William Randolph (1896) al igual que sus competidores, pu

(12) Op. Cit. pág. 20

blicó dibujos cómicos en el periódico New Journal y al --  
igual que Pulitzer fue consciente de la gran importancia  
comercial de los suplementos dominicales, lanzó el suple-  
mento semanal de ocho páginas en color "the american humo-  
rist" publicada el 18 de octubre de 1896. La tira diaria  
englobaba diversas historietas que normalmente se encuen-  
tran en diversas páginas: Gubern la define como "una es-  
tructura horizontal peculiar que constituye una unidad de  
publicación..." (13)

Se caracteriza por un contenido heterogéneo (chistes, pa-  
satiempos, anuncios publicitarios, etc...) de narraciones  
completas o seriadas, la selección de una de las dos for-  
mas está asociada con el género. Estas tiras diarias, al  
principio estaban esparcidas por el interior del periód-  
co, más adelante fueron reunidas en una sección fija, és-  
tas a su vez fueron utilizadas de distintas formas: los -  
vocablos básicos fueron: "sunday" plancha dominical o la  
serie principal y complementaria; "toper" serie secunda-  
ria impresa en el sector alto de la página; "stripp" en -  
principio la tira horizontal y luego por extensión la ti-  
ra de comics; "daily" la tira diaria.\* A continuación se

(13) Herner Irene: Mitos y Monitos. Ed. Nueva Imagen Méx.  
1979.

\* Gubern Roman : El Lenguaje de los Comics Ed. Península  
Barcelona 1979. pág. 102.

presenta una relación cronológica de las primeras tiras cómicas en EU, el nombre de sus creadores y el periódico en que fueron publicadas.

<u>Año</u>	<u>Nombre de la Tira</u>	<u>Creador</u>	<u>Periódico</u>
1896	The Yellow Kid	Richard Felton Outcault	The New York World/Journal
1897	Little Tigers	James Swinnerton	The New York Journal
1897	The Kantzenjamer Kid	Randolph Diks	The New York Journal
1899	Happy Hoologan	Frederich Burr Open	The New York Journal
1901	Lil'1 Mose	Richard Felton Outcault	The New York Journal
1902	Buster Brown	Richard Felton Outcault	The New York Journal
1905	Alphonse on Maud	Frederick Burr Open	The New York Journal
1905	Alphonse on Goston	Frederick Burr Open	The New York Journal
1907	Little Jimmy	James Swinnerton	The New York Journal
1907	Mutt August	Bud Fisher	San Francisco Chronicle
1908	Mutt and Jeff	Bud Fisher	San Francisco Examiner
1913	Capitan & The Kids	Bud Fisher	The New York Worl

## La Difusión y Aceptación de la Historieta

Ante la gran aceptación de la historieta, los periódicos propietarios de las mismas, generaron agencias especializadas para distribuir las a distintos países. Esto, trajo como consecuencia que se crearan sindicatos con la finalidad de unificar la ideología de la historieta, neutralizando a las que hicieran peligrar la venta en algunos puntos y considerando a las que contaban con éxito general.

La influencia de los sindicatos se manifestó en la libertad expresiva de los creadores, así como en el progreso sociopolítico de los "comics". Por otro lado, los sindicatos eran agencias que vendían a los periódicos material literario y artístico como: artículos de divulgación científica, crónicas deportivas, chistes, crucigramas, etc., distribuían este material a varios periódicos con beneficio y prestigio para el autor, creando una nueva fórmula de producción y difusión.

En 1900, en Estados Unidos los suplementos dominicales -- eran de más de cincuenta páginas divididas en varias secciones, entre las que había un "comic" de suplemento de -- por lo menos cuatro páginas a color.

### Origen de la Historieta (comic-book)

El nacimiento del "comic-book" se dió como el resultado de las influencias de los "comics" publicados en la prensa. Es definido el "comic-book", como "una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas en los cuales pueden integrarse elementos de estructura fonética..." (15)

El origen de los "comics" se remonta a la crisis económica de 1929 donde el publicista George Della Corte dueño de la Publishing Company, editó fascículos llamados "funies" como un nuevo recurso para el incremento de sus ventas, los cuales, consistían en una serie de tiras de un mismo tema, publicada anteriormente en algunos periódicos que se repartían como premio a los compradores de algunos productos. Estos "funies" eran utilizados como estímulo comercial para incrementar la venta de los artículos que producían. La idea no era nueva, anteriormente se habían recopilado las tiras de Yellow Kid, que alcanzó 4550 ejemplares vendidos a cambio de seis cupones recortables en el periódico Chicago American.

(15) Rojas, R. y Cruz: Comunicación e Ideología. Revista No. 4. México, 1978, pág. 25

### Independencia Periódística de la Historieta

La aparición del "comic-book" marca la etapa final del desarrollo de la historieta periodística así como su independencia de los periódicos, su autonomía como un medio masivo más y como una industria importante.

En 1934 la Eastern Color Printing editó con carácter comercial los "famous funnies", ya no como apoyo a los productos sino como producto para ser vendido por sí mismo. Los "famous funnies" constaban de 64 páginas en color y contenían las series de "Mutt and Jeff" y otros, los cuales tuvieron un tiraje inicial de 250,000 ejemplares. El éxito alcanzado hizo aparecer el primer "comic-book" "The New Fun". Este ya no contenía la recopilación de historietas periodísticas, sino la creación de nuevas historietas de género humorístico; al ver la gran popularidad que tenían, surgieron en 1937 nuevos temas de géneros de aventuras como: "detective comic", "accion comic" de donde nació "Superman" en 1938 realizada por Jerry Siegel y dibujada por Joe Shuster

La compra masiva de los "comic-books" en Estados Unidos - tuvo una gran aceptación, "logrando actualmente un tercio de venta de todas las revistas del país con una cifra superior a siete millones de ejemplares anuales..." (16)

(16) Op. Cit. pág. 58

Los consumidores más frecuentes de "comic-book" eran los lectores infantiles, ya que mientras los padres preferían los "strip" de la prensa los niños preferían las revistas de los "comics". Tal vez por esta razón los protagonistas son generalmente niños o pretenden aparecer como tales.

Ahora bien, algunos editores se preocuparon por extender hacia los adultos los "comics", tocando temas de violencia que obtuvieron popularidad entre la juventud militarizada durante la guerra; más tarde aparecieron de ciencia ficción y las "tarzanas" con una visualización erótica de las heroínas, se popularizaron entre los adultos revistas tales como: "planet comic" y "jungle Comic" de tipo fantásticas; en el tipo científicas "flash gordon"; policial y de intrigas como "Dick Tracy", "secret agent X9"; y de corte medieval: "príncipe valiente".

En resumen la historieta como ya hemos mencionado, surge en la era industrial a fines del siglo XIX como arma publicitaria en la prensa de New York. Como resultado del desarrollo alcanzado por la tecnología periodística y la competencia económica

## El Origen de la Comic - Novela

Una variante de los "comic-book" fueron los "bigtitle-book" o comic-novela aparecidos en los 30s de formato casi cuadrado. En cada página de la derecha contenía un dibujo, mientras que en la izquierda la narración de la historia. Estas constaban de un número superior de páginas al más grueso comic-book, logrando así una diversión prolongada; y sus temas no eran infantiles.

La comic-novela tuvo en Estados Unidos una primera etapa de popularidad durante 1971 y 1972. Hay tres principales obras para representar las tres corrientes fundamentales del género: "black mook" (1971) que aparece en ediciones populares, explorando las interrelaciones texto/imagen con su autor Gilkane Misty. Cada página pretendía ante todo ser una unidad gráfica dedicada a los snobistas y con una dosis de erotismo como sólido sostén de su comercialidad.

Tarzan of the Apes (1972) editado en España es un libro - con tema popular, adaptado a la primera novela de Edgar Rice "tarzan", incluyendo en los bloques correspondientes los diálogos sin "ballon".

En 1976 la obra definitiva de la comic-novela fue "Blood

Star" de Robert Howard, adaptada por Richard Corben uno -  
de los más grandes autores de comics. En Blood Star se -  
presentan argumentos de fantasía heroica ante diversos --  
cambios geológicos, con un gran apasionamiento a las vir-  
tudes del hombre, tocando temas sobre meditación de la vi  
da desde su génesis hasta su fin.

El Arte, la Historieta y su Relación con otros Fenómenos Culturales

No se puede hacer a un lado la importancia del arte y su influencia en las historietas, pues el arte tradicionalmente, ha sido el origen de la plástica y la narración -- universal. Presenta uno de los lenguajes más vivos de la comunicación humana, porque en todos los tiempos nos ha presentado abiertamente las circunstancias sociales que lo producen. El arte es un vínculo de expresión humana -- ya sea dentro de la pintura, la escultura, la música, la danza, etc., todos ellos de una u otra forma pueden hechar mano de elementos de sensibilidad para plasmar la realidad.

Hay expresiones específicamente narrativas que presentan relatos en forma secuencial, como por ejemplo en los Códices mexicanos "la peregrinación precolombina" donde muestra la versión de que los Aztecas dieron al mundo de su peregrinaje hasta encontrar el lugar donde se asentaron y erigieron su imperio. (17)

Otro ejemplo es el de Peter Broughel, que nos describe en "el juego de niños" las costumbres de su época de una manera realista y a la vez fantasiosa, en la cual señala los

(17) Como, Javier: Los Comics un Arte del siglo XX. Ed. Guadarrama, Madrid 1977, pág. 35

vicios de su sociedad y hace alusiones a los eventos políticos que vivió. Es importante mencionar que en el siglo XV con el invento de la imprenta, se imprimían hojas con imágenes de los santos más populares, encerrando cada pasaje de su vida en un compartimento.

Artistas como Goya y Dumier utilizaron por primera vez la sátira política como medio para denunciar los males sociales del siglo XVIII en Inglaterra.

Toulouse Lautrec tuvo gran influencia en el estilo de las historietas europeas, realizó bellos carteles que retrataban la vida parisina de la época utilizando la técnica de la impresión.

Las influencias que han tenido las historietas en sus interconexiones culturales han sido muy variadas.

Por el carácter iconográfico-literario la historieta se relaciona con el teatro, la novela, la pintura, la fotografía cinematográfica y la televisión.

Con el teatro tiene en común la acción dialogada. Esto se puede observar en los primeros dibujantes de historietas que permanecieron sujetos a una estética teatralizante; - mostraban a los personajes de cuerpo entero, recurriendo

muy poco al desplazamiento de los personajes en el espacio esta técnica también fue muy usada en el cine.

La novela y la historieta se relacionan debido a su gran parentesco narrativo. Esto se puede observar en las transposiciones de novelas a historietas como: "charlie chan", "el coyote", "Dick Tracy", "historia criminal", que también se encuentra relacionada con el cine de gánsters que floreció a principios del cine sonoro. (18)

De la pintura, la historieta ha heredado técnicas del dibujo. Roy Crane creó en 1924 la serie "Wash Tubbs" que suele considerarse como la primera historieta donde se usó el pincel que permitió obtener modulaciones gráficas con sombras, tonos y elaboradas texturas.

Con Foster nace la moderna historieta realista, él utiliza la pluma y el pincel desde el punto de vista de la cámara, componiendo imágenes con ángulos picados y contrapicados, profundidad, contraluces y claro oscuro. Hogart en 1937 superó la técnica realista de Foster y creó un nuevo tarzán donde plasmó un auténtico rey de la selva, en sus trabajos declaró: "deseaba cada imagen con las demás de acuerdo a un esquema de conjunto único. A pesar de --

(18) Gubern, Toman: El Lenguaje de los Comics. Ed. Península. Barcelona, 1979. pág. 83

las divisiones entre las imágenes buscaba una animación - total de la página..." (19)

Winsor Mc Coy, a principios del siglo XX utilizó la viñeta panorámica circular y ovalada, reprodujo la sobreimpresión y utilizó imágenes distorsionadas y juegos de líneas que delimitaban la viñeta. Muchas de estas técnicas no han sido superadas y se siguen usando actualmente.

## La Historieta en México

El origen de la historieta en México, está íntimamente ligado a la difusión masiva de las historietas en Estados Unidos. En 1921 el "Heraldo de México" y el "Universal", impulsaron la creación de historietas mexicanas que manifestaban la idiosincracia del mexicano pues en un principio, los diarios compraban historietas a las agencias estadounidenses que por su retraso causaban problemas a las editoras mexicanas que se quedaban sin material en último momento. Sin embargo, es importante señalar que desde 1880 ya se creaban historietas en México y eran impresas en una fábrica de cigarrillos llamada "el buen tono" y obsequiaban las historietas dentro de las cajetillas de cigarros para promoverlas.

En 1903 se publicaron algunos semanarios como: "el mundo" y "el ahuezote", con intenciones de crítica social. Se considera que la primera historieta mexicana aparece en la tira cómica del caricaturista Salvador Pruneda que trabajó en el periódico "el Heraldo de México", con su obra "Don Catarino y su familia". Esta tenía como personajes principales a un labriego mexicano, su esposa y sus dos hijos que se veían inmiscuidos en diversas situaciones --

chuscas ante los avances de la tecnología y la moda que - la familia cuestionaba con simplicidad e inocencias en un lenguaje popular.

El periódico el "Universal" en 1952 promovió un concurso de historietas de donde surgieron "Don Prudencio y su familia" y "Adelaido el conquistador" de Juan Artenac, "Chupamirto" de Joaquín Acosta, "El señor de las pestañas" de Andrés Quditted, "Rey de Moscovia" de Carlos Nava. Todas estas historietas tocaban temas que reflejaban la vida de su tiempo. Y debido a la gran demanda que tenían se independizaron de la prensa logrando un gran éxito comercial.

El nuevo formato de la historieta era de tipo tabloide -- con variaciones en sus dimensiones y número de páginas, estaban integradas de materiales enviados por las agencias norteamericanas y con historietas elaboradas en México -- por los mismos artistas que también las creaban para los diarios.

La primera historieta publicada fué en 1934 "Paquín" que fué la precursora de la producción de historietas, al -- año siguiente la editorial Juventud lanzó al mercado "Paquito chico" y en 1936 apareció "Pepín" publicada por la misma compañía, tuvo un gran éxito, alcanzó un tiraje de 7 mil ejemplares diarios.

En 1936 apareció "Chamaco chico" y "Chamaco grande" publicación diaria y semanal respectivamente. En ese mismo -- año aparecieron revistas importadas que publicaban conjuntamente materiales nacionales y de importación. Hoy en día la industria editorial de la historieta en México ha importado números del extranjero especialmente monitos - norteamericanos como: "el pato Donald", "Archi", "Superman", y otras más como "Heidi", historieta japonesa traducida al español. Las principales editoriales que importan historietas extranjeras son Mc.Divison historietas y Novaro.

Es importante recalcar que la mayoría de las historietas que se envían a México también se distribuyen a diversas partes del mundo, principalmente a Latinoamérica, de esta manera el mercado mundial delimita a través de la penetración económica y cultural las pautas y concepciones de dominación.

## La fotonovela

En 1915 se publicó la cine-novela compuesta por una selección extraída de cualquier film de éxito, y con un texto suscito. Esta combinación también fue aceptada por los lectores, de ahí que más tarde naciera en los autores la idea de hacer cine-novela sin cine.

Fue en Italia en 1945 donde se publicó la primera novela. En ese mismo año Stephano Reda, Rizzoli, Gino de Duca en Roma y Mondadori en Milán, publicaron las primeras novelas sin sacar los argumentoa y las fotografías. "Desde entonces se adopta la presentación del comic americano, - en donde la imagen en este caso es la fotografía y las palabras salen de la boca del protagonista encerradas en un globo, además un texto sobre la imagen para narrar la acción." (20)

En Italia Gino de Duca, realizó la primera exportación de fotonovelas a Francia en 1949. Las cuales eran adaptadas y transformadas, según las ciudades donde tienen lugar las narraciones, la traducción del idioma y los nombres de los personajes..." (21)

(20) Rojas y Cruz, Rojas Rosalba: Comunicación e Ideología #4.

(21) Ibid. pág. 42

Actualmente las fotonovelas son producidas por países como Francia, España y naciones de Latinoamérica. Y a pesar de los pocos años que tiene este género de la literatura popular, es ya bien conocido en varios países del mundo.

### Definición de Fotonovela

Hay varias definiciones de fotonovela, entre ellas Pagano y Pages definen este género como novela o relato presentado en forma de fotografía y comentadas en breves textos.

Para Gerard Blanchard es considerada como "un medio de expresión donde la novela popular y la fotografía se mezclan en una producción sometida a los imperativos de la rapidez y el mercado... es una historia relatada en imágenes." (22)

Evelyne Sullerot se refiere a ella como "un género de literatura popular sentimental... representa una forma de relatar el pequeño mundo novelesco a base de diálogo e imágenes sencillas." (23)

De tales definiciones, creemos que la de Pagano y Pages es la más adecuada la que engloba mejor sus características.

Blanchard toma muy en cuenta el aspecto de la industrialización y esto es muy característico de la literatura popular no sólo para la fotonovela. Evelyne Sullerot engloba su definición en un aspecto sentimental quedando fuera -- las fotonovelas cómicas y de misterio.

(22) Op. Cit. pág. 60

(23) Op. Cit. pág. 69

## Los Orígenes de la Fotonovela en México

El origen de la fotonovela en México está muy ligado a los procesos técnicos de la impresión fotográfica y de algún modo, a la creación y promoción orientada a utilizar nuevos valores artísticos que dan a la fotonovela un sentido de espectáculo a fin de aumentar su venta.

Los primeros empresarios vieron en ella un magnífico medio de impresión y promoción publicitaria para los actores del momento. La primera fotonovela localizada en México es "Novelas de Amor" aparecida en 1962 y pronto aumentaron los títulos, para 1967 eran cuatro las fotonovelas que circulaban en el mercado, cifra que se dobló en 1968 y va aumentando conforme van pasando los años.

Actualmente circulan 45 fotonovelas, esta cantidad nos afirma la demanda que existe de fotonovelas. La mayoría de ellas tienen ediciones semanales y quincenales y sus argumentos pueden ser seriados o completos. En México hay gran facilidad legal para sacar a la venta una fotonovela, "está reglamentado por la Ley General de Imprenta, el reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas, el Código Penal en algunos artículos, y la autorización de la ANDA para que los actores puedan trabajar en estas empresas..." (24)

(24) Ibid. pág. 56

La fotonovela utiliza como ingrediente principal el "actor del momento" que es un elemento necesario para despertar los mecanismos proyectivos en el receptor y a través de ellos transmitir modelos de vida.

#### Realización de la Fotonovela

Para la realización de una fotonovela, el Dueño y el Director general de la empresa, le proponen al argumentista la historia, el argumentista la desarrolla literariamente por capítulos y se la presenta a los realizadores, éstos se encargan de buscar a los actores, fotógrafos y la escenografía, así como de dirigir la actuación y una vez revelado el material se le pasa a una persona encargada de armar la secuencia de las páginas con los textos, posteriormente el material regresa al realizador quien da el original al director artístico (supervisor de todo el trabajo, diseñador e intermediario entre todas las personas que desarrollan el trabajo) para que éste lo revise y corrija. Al final el original se entrega al director general quien lo pasa a la empresa, que edita las diferentes publicaciones y distribuye para su venta.

TECNICA DE ANALISIS DE CONTENIDO

CAPITULO III

## CAPITULO III

### Técnica del Análisis de Contenido.

#### Antecedentes

A la expansión de los medios masivos de comunicación le siguió la expansión de una nueva técnica en las ciencias sociales: El análisis de contenido.

La técnica del análisis de contenido tuvo mucho auge durante la Segunda Guerra Mundial en las investigaciones realizadas por Harold Laswell de la propaganda enemiga, así como a través del creciente interés en la propaganda publicitaria, en la opinión pública y el surgimiento de la propaganda publicitaria, en la opinión pública y el surgimiento de la radio como un gran medio de comunicación masiva.

Los primeros trabajos se limitaron a contar frecuencias de ciertos temas, palabras, frases a nivel descriptivo -- por falta de una teoría que enmarcara las investigaciones.

Por otro lado es importante aclarar que la técnica empezó a aplicarse en el campo de la literatura, sin embargo su contribución no fue valorada debidamente por los investi-

gsdores literarios hasta varios años después, cuando la -  
aplicaron de nuevo a problemas literarios.

En 1952 Berelson presentó las características del análi--  
sis de contenido en su libro "Análisis de Contenido en el  
estilo de la comunicación" y analizó los contenidos de --  
los mensajes.

Hoy día es aplicado para estudiar los diferentes elemen--  
tos que componen el proceso de la comunicación, que se en  
marcan bajo el paradigma de: ¿quién lo dice?, ¿por qué lo  
dice?, ¿con qué efecto lo dice y a quién lo dice?.

#### Definición

El análisis de contenido ha sido definido como una técni--  
ca de investigación de un conjunto de significados expre--  
sados a través de símbolos verbales, musicales, plásticos  
y gesticulares para describirlos objetiva y sistemática--  
mente.

La objetividad es el llevar a cabo el análisis de conteni--  
do del material a investigar en base a reglas y procedi--  
mientos explícitamente formulados donde el investigador -  
decide las categorías que usará y establece cómo distin--  
guirá una categoría de otra, así como los críticos que --

permiten decidir en qué categoría colocarse una unidad de contenido, y el tipo de inferencia que se podrá realizar a partir de los resultados con la finalidad de minimizar la posibilidad de que los hallazgos reflejen las predisposiciones del investigador.

La Sistematización del análisis de contenido es considerada, como el empleo de reglas en forma consistente para incluir o eliminar contenidos y categorías que eviten que el investigador solamente considere el material que apoya sus hipótesis.

#### Etapas a seguir en el Análisis de Contenido

Berelson en 1952, describió las siguientes etapas a seguir en el A.C., después de haber planteado las hipótesis del tema a investigar y el material elegido para analizar el contenido manifiesto de la comunicación.

##### 1.- La preparación de una muestra de material

Durante esta fase se define el universo y se selecciona una muestra representativa, el muestreo se puede hacer de las tres maneras siguientes:

- a) Muestreo de Fuentes: se decide qué periódicos, qué estaciones de radio, qué películas o qué historietas van a ser analizadas.

- b) Muestreo de Fechas: se decide el período del material que será analizado (por ejemplo: los periódicos del mes de septiembre, las revistas femeninas de 1981 y 1982).
- c) Muestreo de Unidades: se caracterizan los aspectos que se analizarán (frases, temas, palabras y argumentos).

Para evitar arbitrariedades se escoge entre analizar conjuntamente varias unidades distintas o separar totalmente las unidades.

## 2.- Establecimiento de las categorías de análisis:

Es necesario que se parta de los propósitos formulados de la investigación y de los propósitos propios, así como también del material que se investigará, ya que "el contenido del material sugiere siempre las categorías típicas del análisis.

## 3.- La Confiabilidad de la Clasificación:

Durante esta etapa los jueces deben llegar a los mismos resultados cuando analizan los mismos materiales, o bien, los mismos jueces llegarán a los mismos resultados cuando analizan el mismo material en tiempos diferentes.

Una forma de aumentar la confiabilidad de la clasificación es ir especificando claramente las características

ticas que serán colocadas en una determinada categoría y utilizar muchos ejemplos del material que se analice, para considerar qué clase de afirmaciones se consideran como pertenecientes a una categoría.

4.- La Codificación:

Consiste en hacer la categorización de los datos y probar la confiabilidad.

5.- La Tabulación:

Se hace un recuento del número de casos que caen en las diversas categorías y el recuento de frecuencias en las que concurren las diversas categorías con los datos.

6.- Análisis Estadísticos de los Datos:

Básicamente, los datos son descritos en términos de medidas de tendencia central, medida de desviación, correlaciones y otros tipos de análisis que sean necesarios.

7.- La Generalización:

Se generalizan los resultados hacia la población de donde se extrajo la muestra. La generalización requiere que los descubrimientos tengan una importancia teórica.

## Aplicaciones de la Técnica de Análisis de Contenido.

Esta técnica ha sido utilizada para definir las características del contenido de la comunicación y se compone de dos elementos:

### Esencia

"Se registran las tendencias y los cambios de contenido a través de la clasificación de un solo conjunto de categorías de varias muestras semejantes del contenido, tomadas en diferentes épocas que proporciona una descripción de las tendencias del contenido en término de frecuencias relativas de ocurrencia." (25)

Por su esencia, a través de la técnica se logra describir las tendencias y diferencias internacionales en el contenido de la comunicación respecto a sus objetivos; en la comparación de los medios o niveles de la comunicación; también se aplica para construir y aplicar modelos de comunicación; para examinar el contenido de la comunicación con respecto a sus objetivos y midiendo el grado en que se expresa fielmente esos objetivos, así como en ayudar a las operaciones técnicas de la investigación.

### Forma

Por su forma el análisis de contenido puede ser aplicado para exponer técnicas de propaganda, para medir la legibilidad de la comunicación; descubrir rasgos estilísticos a partir de cuatro campos que diferencian los patrones --

(25) Análisis de Contenido. Selección de Lecturas. Ed. UNAM. 1977 pág. 77.

estilísticos, y éstos son: la totalidad del lenguaje, las diferencias en varios períodos, la diferenciación del estilo en base al discurso y el análisis del significado -- sustantivo de la literatura y sus elementos estructurales.

Se utiliza también para analizar los estilos retóricos y oratorios.

En cuanto a los emisores del contenido de la comunicación la técnica ha sido aplicada para identificar las intenciones y otras características de los comunicadores. Para determinar los aspectos psicológicos de personas y grupos, para detectar la existencia de propaganda.

En lo que se refiere al estudio de los públicos el análisis ha servido para reflejar actitudes, intereses y valores de los diferentes grupos sociales.

Otra de las aplicaciones, se dá en el estudio de los efectos del contenido, que ayuda a describir las respuestas - en actitudes y conducta que se dan ante las comunicaciones.

METODOLOGIA

CAPITULO IV

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

A partir del interés por saber cuáles son las características físicas, demográficas y de argumento de las historietas y fotonovelas melodramáticas que circulan en el Distrito Federal, se elaboraron los siguientes interrogantes:

I.- ¿Cuáles son las características físicas y demográficas más frecuentes en el personaje principal de las historietas y fotonovelas melodramáticas?

- |             |                |                           |
|-------------|----------------|---------------------------|
| a) Sexo     | d) complexión  | g) ocupación              |
| b) edad     | e) cabello     | h) estrato socioeconómico |
| c) estatura | f) escolaridad | i) creencias religiosas   |

II.- ¿Cuáles son los argumentos más frecuentes en las historietas y fotonovelas melodramáticas, divididos en los siguientes factores?

- a) Metas más frecuentes del personaje principal.
- b) Obstáculos más frecuentes para alcanzar la meta.
- c) Medios más frecuentes del personaje principal, en la solución de los obstáculos.

d) Consecuencias del personaje principal, en la utilización de los medios, para vencer los obstáculos para lograr su meta.

Diseño de la Investigación

Interrogantes	Información a obtener	Procedimiento	Tratamiento estadístico
<p>1.- ¿Cuáles son las características físicas y demográficas de los personajes principales de las historietas y fotonovelas melodramáticas?</p>	<p>1.- Las características físicas y demográficas categorizadas de la siguiente forma:</p> <p>Características físicas:</p> <p>a) sexo b) edad c) compleción d) cabello e) tez f) estatura.</p> <p>Características demográficas:</p> <p>a) escolaridad b) estado civil c) ocupación d) nivel socioeconómico e) religión.</p>	<p>1.- Se construyeron categorías a partir del Censo General de Población y Vivienda (1970) y del acuerdo entre los investigadores. Se definieron de una de las características físicas y demográficas.</p>	<p>1.- Se obtuvieron frecuencias y porcentajes de cada categoría.</p>
<p>II.- ¿Cuáles son los argumentos de las historietas y fotonovelas melodramáticas?</p>	<p>II.- Los argumentos categorizados en un Modelo que dividía la historia en: La meta del personaje principal, el obstáculo que enfrenta dicho personaje, el medio que utiliza para alcanzar su meta y las consecuencias que obtiene es decir, si alcanzó o no su meta.</p>	<p>II.- Se definieron y categorizaron los argumentos:</p> <p>a) metas b) obstáculos c) medios e) consecuencias</p>	<p>II.- Se obtuvieron frecuencia y porcentajes de cada categoría.</p>

MUESTRA:

Características de la Muestra:

El género melodramático de las historietas y fotonovelas se determinó de acuerdo a la temática más sobresaliente - del argumento, el cual se desarrolló dentro de un melodrama amoroso, llamado por algunos autores "novelas rosas" o "novelas sentimentales".

Se utilizó una muestra de 42 historietas y fotonovelas melodramáticas (seriadas y completas) que circularon en el mes de mayo de 1981.

El tiraje de las historietas y fotonovelas fue proporcionado por la Dirección General de Derecho de Autor (S.E.P.).  
(Ver Anexo 1).

PROCEDIMIENTO:

Las características de análisis fueron divididas en:

- 1.- Categorías físicas.
- 2.- Categorías demográficas.
- 3.- Categorías de argumento.

CATEGORIAS FISICAS

Las categorías físicas fueron clasificadas por los investigadores, de la siguiente forma:

- |             |                    |
|-------------|--------------------|
| Estatura:   | 1.- alto           |
|             | 2.- regular        |
|             | 3.- bajo           |
| Complexión: | 1.- robusto        |
|             | 2.- regular        |
|             | 3.- delgado        |
|             | 4.- gordo          |
| Tez:        | 1.- blanca         |
|             | 2.- morena clara   |
|             | 3.- morena obscura |
|             | 4.- negra          |

Largo del pelo: 1.- largo  
2.- regular  
3.- corto

Tipo de pelo: 1.- chino  
2.- lacio  
3.- ondulado

Color del pelo: 1.- negro  
2.- rubio  
3.- castaño claro  
4.- castaño oscuro  
5.- cano

Las categorías demográficas se construyeron en base al --  
Censo General de Población y Vivienda de (1979). Ver ane  
xo II.

**CATEGORIAS DEMOGRAFICAS:**

Sexo: 1.- femenino  
2.- masculino

Estado civil: 1.- casado  
2.- soltero  
3.- separado  
4.- divorciado

- 5.- viudo
- 6.- unión libre
- 7.- no se especifica

**Escolaridad:**

- 1.- primaria
- 2.- cursos de capacitación con primaria previa
- 3.- secundaria o prevocacional
- 4.- preparatoria, vocacional o normal
- 5.- profesional superior
- 6.- posgrado
- 7.- no se especifica

**Edad:**

- 1.- 15 a 25 años
- 2.- 26 a 35 "
- 3.- 36 a 45 "
- 4.- 46 a 55 "
- 5.- 56 a 65 "
- 6.- 66 a 75 "
- 7.- 76 a 85 "
- 8.- 86 a más "

Estrato socioeconómico:

- 1.- estrato E            menos de \$ 3,000.00
- 2.- estrato D            de \$ 3,001.00 a \$ 8,000.00
- 3.- estrato C            de \$ 8,001.00 a \$ 26,000.00
- 4.- estrato B            de \$26,001.00 a \$ 70,000.00
- 5.- estrato A            de \$70,001.00 a \$150,000.00
- 6.- no se especifica.
- 7.- Ocupación:
  - 1.- Profesional o técnico
  - 2.- Funcionarios Superiores, personal directivo y privado.
  - 3.- Personal Administrativo
  - 4.- Comerciantes, vendedores y similares
  - 5.- Trabajadores en servicios diversos y conductores de vehículos
  - 6.- Trabajadores en labores no agrícolas
  - 7.- Trabajadores en labores no agrícolas
  - 8.- Estudiantes
  - 9.- Usurero
  - 10.- Hogar
  - 11.- No trabaja
  - 12.- No se especifica

8.- Creencias religiosas:

- 1.- Católica
- 2.- Protestante o evangelista (1)
- 3.- Israelita
- 4.- Otras religiones (2)
- 5.- Otras religiones bis. (3)
- 6.- Ninguna
- 7.- No se especifica.

(1) Protestante o evangelista: se incluye presbiteriana, metodista.

(2) Otras religiones: Mahometana, budista, taoísta, islámica, musulmana.

(3) Otras religiones bis: fuerzas extraterrestres.

### CATEGORIAS DE ARGUMENTO:

Para la categorización de los argumentos se pretendió partir de las teorías motivacionales, las cuales consideran que el hombre satisface sus necesidades tanto biológicas como culturales, dependiendo del grado de motivación que tengan para su realización y están determinadas por el -- proceso de aprendizaje y las estimulaciones del medio social.

Maslow clasificó las necesidades en cinco categorías: necesidades fisiológicas, de seguridad, de amor o social, de estima y de autorrealización. Mc Clelland consideró que las motivaciones se basan en emociones y las clasificó en dos tipos de motivos: motivos positivos y negativos. Para Murray la necesidad y la presión son los factores más importantes y estas las dividió en: necesidades primarias y secundarias. (ver anexo III).

Si consideramos que el formato de las historietas y fotonovelas es el melodrama por excelencia, es decir son historias que tienen un principio y un final. Las cuales -- presentan un problema y un proceso de cómo lo van resolviendo en forma de historia.

Al querer establecer las categorías de análisis, no fue posible utilizar las teorías motivacionales debido a que

parcializaban la información que se quería encontrar en -  
la secuencia de las historias.

Se utilizó en cambio el modelo propuesto por Medina Pichardo (1981) en su estudio "Los efectos de los films en sus audiencias". El cual nos permitió hacer un análisis completo de la secuencia de las historias. El modelo es el siguiente:

META-----OBSTACULO-----MEDIO-----CONSECUENCIAS

Dicho modelo se fundamenta en las Teorías de Aprendizaje Social, las cuales consideran que la conducta humana no -  
puede ser solamente manipulada por eventos externos.

Bandura (1971) dice que el ser humano es un ser pensante y sus características cognitivas lo hacen diferente del animal. El ser humano tiene capacidad propia para autodirigir su conducta debido a sus propiedades cognitivas.

Bandura distingue tres características cognitivas del ser humano: su capacidad para aprender a través de la observación; su capacidad para representar simbólicamente influencias externas para usarlas con posterioridad en la orientación de su conducta; y su capacidad para arreglar in--  
fluencias autorreguladoras de su conducto.

El individuo no sólo aprende por su experiencia directa y por las consecuencias que recibe por su conducta. Sino, también puede aprender a través de la observación del comportamiento de otras personas y las consecuencias que --- ellas reciben por su comportamiento.

La aptitud del hombre para simbolizar lo que observa o experimenta directamente, le permite determinar qué le sucederá si se comporta de esa manera, lo cual, le indica como guiar la dirección de sus acciones.

El hombre es capaz de crear y manejar estímulos de tal -- forma, que éstos determinan la presencia o ausencia de -- ciertos comportamientos a voluntad del sujeto.

Bandura (1969) señaló la existencia de dos formas de aprendizaje el instrumental y el observacional. El aprendizaje instrumental ocurre cuando el individuo recibe directamente las consecuencias por su conducta.

El aprendizaje observacional ocurre a través de la observación de modelos. El individuo puede aprender sin estar expuesto directamente a las consecuencias, pues con -- sólo observar la conducta ajena y sus resultados también aprende.

Si se considera que el individuo aprende por la observación y por el proceso de influencia que ejerce sobre él -

los distintos agentes socializantes como la familia, el estado y otras instituciones sociales. Entre ellas los medios masivos de comunicación. En este caso las historietas y fotonovelas presentan modelos y estereotipos que al ser observados por los lectores pueden influir en la repetición de lo que observan en las historietas.

En este sentido cuando los personajes actúan de cierta forma para resolver sus problemas, y obtienen consecuencias reforzantes el lector recibe información sobre lo que debería hacer para obtener resultados similares. El reconocer diferentes comportamientos que traen ciertos tipos de consecuencias en ciertas situaciones, enriquecen la experiencia del hombre y las consecuencias reforzantes para el individuo cumplen funciones informativas, motivacionales y de fortalecimiento de su conducta.

Para el análisis de contenido de los argumentos definimos las metas, obstáculos, medios y consecuencias que utilizaban los personajes principales. A continuación describimos el modelo utilizado para las categorías de argumento:

#### MODELO DE CATEGORIAS DE ARGUMENTO

Metas: Son los deseos, objetivos y problemas a resolver que manifiesta el personaje principal a través de sus acciones y/o pensamientos.

Obstáculos: Es la imposibilidad que tiene el personaje principal para alcanzar sus metas.

Medios: Son todos aquellos actos o pensamientos que manifiesta el personaje principal en la solución de los obstáculos para alcanzar su meta deseada.

Consecuencias: Si el personaje principal logró o no su meta con los medios que utilizó.

De acuerdo al modelo de las categorías de argumento se analizaron 60 historietas, de las cuales se obtuvieron las metas, obstáculos y medios más frecuentes de los personajes principales de las historietas y fotonovelas, se excluyeron todas aquellas metas que tuvieran una frecuencia menor de tres.

Se hizo un segundo análisis de 40 historietas y fotonovelas con la finalidad de verificar la categorización de las metas, obstáculos y medios. Estas fueron definidas conceptualmente, operacionalmente y dándose algunos ejemplos de ellos. (Ver anexo 11).

Las categorías de análisis de argumento fueron ocho metas cada uno con sus respectivos obstáculos y medios. (Ver cuadro A).

CATEGORIAS DE ARGUMENTO

CUADRO "A"

Metas	Obstáculos	Medios	Consecuencias
I Deseo de matrimonio	a) Oposición familiar b) Pobreza c) estar comprometido (a)	a) Seducción sexual b) convencimiento c) dar afecto, comprensión	a) logró la meta b) no logró la meta
II Infidelidad	a) temor a la crítica social b) embarazo c) indecisión	a) autoconvencimiento b) abortar	a) logró la meta b) no logró la meta
III Obtener dinero	a) trabajo poco remunerado b) no tener deseo de trabajar c) no encontrar trabajo	a) robar b) solicitar empleo c) seducción sexual	a) logró la meta b) no logró la meta
IV Abandonar al (la) cónyuge por otro (a)	a) crítica social b) indecisión c) pobreza	a) convencimiento b) matar al (la) cónyuge	a) logró la meta b) no logró la meta

Metas	Obstáculos	Medios	Consecuencias
V Deseo de afecto amoroso	a) superación personal b) estar comprometido (a) con otro (a)	a) cortejo b) comprensión	a) logró la meta b) no logró la meta
VI Deseo de casar a la hija con un hombre rico	a) estar comprometida afectivamente b) mala reputación social c) embarazo de la hija	a) convencimiento b) ocultamiento de malas conductas	a) no logró la meta b) no logró la meta
VII Deseo de obtener fama	a) compromiso afectivo b) pobreza	a) abandonar al que se opone a la fama b) buscar empleo	a) logró la meta b) no logró la meta
VIII Deseo sexual sin lazos conyugales	a) estar comprometido (a) con otro (a) b) temor a la crítica social	a) seducción sexual	a) logró la meta b) no logró la meta

Se elaboraron hojas de registro para la codificación de las categorías físicas demográficas y de argumento. (Ver anexo II).

Al finalizar la elaboración del instrumento de análisis se realizó un estudio piloto en el que se seleccionaron diez historietas al azar y se realizó un análisis de con-tenido que permitió verificar la claridad de todas las categorías.

#### ENTRENAMIENTO:

Para la aplicación del instrumento se entrenaron a cuatro codificadores con la finalidad de disminuir el sesgo del investigador y obtener mayor confiabilidad del instrumento. El entrenamiento tuvo una duración de 6 horas semanales durante los meses de octubre y noviembre de -- 1980.

Durante la primera semana se les dieron las instrucciones y el instrumento a cada codificador. Se determinó el día y la hora en que se trabajaría. En las siete se-manas siguientes se repartieron 30 historietas y fotog-velas iguales entre los cuatro codificadores. Cada uno trabajó en forma independiente.

Se aclararon las dudas a cada codificador respecto a cada categoría y el registro de las mismas.

Cuando los codificadores no presentaron duda alguna se -  
dió por terminado el entrenamiento.

Confiabilidad:

Durante la siguiente semana se repartieron a cada uno de  
los codificadores 4 historietas iguales con la finalidad  
de obtener la confiabilidad del instrumento.

Para ello los investigadores decidieron que un porcenta-  
je de 80% de confiabilidad sería suficiente para conti--  
nuar el estudio.

La fórmula de confiabilidad utilizada fue:

$$\text{El Índice de Concordancia de Scott (1955)} \\ \text{Pi} + \frac{\% \text{acuerdo observado} - \% \text{acuerdo esperado}}{1 - \% \text{de acuerdo esperado}} \text{ donde:}$$

El porcentaje de confiabilidad fue:

Categorías Físicas y Demográficas = 84%

Categorías de Argumento = 83%

Una vez obtenida la confiabilidad esperada se repartie--  
ron entre los codificadores 42 historietas y fotonovelas  
que se analizaron. (Ver anexo I).

El estudio se corrió durante dos semanas y se repartie--  
ron entre los cuatro codificadores las 42 historietas.

DESCRIPCION DE LOS RESULTADOS

CAPITULO V

DESCRIPCION DE LOS RESULTADOS.-

1.- Características físicas:

De las cuarenta y dos revistas analizadas, los hombres, aparecieron más frecuentemente que las mujeres como personajes principales (57.1%)

Categoría	F	%
Masculino	24	57.1
Femenino	18	42.9

las características físicas de los personajes principales se analizarán por separado.

Estatura y Sexo.

Las mujeres en las historietas y fotonovelas aparecen generalmente de estatura regular; pocas de estatura baja.

(Ver cuadro 1).

CUADRO DE LOS PERSONAJES  
FEMENINOS

Categorías	f	%
Regular	12	66.7
alta	5	27.6
baja	1	5.6

n = 18  
CUADRO No. 1

En el caso de los personajes masculinos la mayoría fueron de estatura alta y muy pocos de estatura baja. Ver cuadro 2.

Estatura de los personajes masculinos

Categoría	f	%
alta	17	77.3
regular	6	25
baja	1	4.2

n = 24

Cuadro No. 2

Respecto a la complejión de los personajes, la mayoría de las mujeres fueron delgadas y muy pocas robustas. - Ver cuadro 3

Complejión de los personajes femeninos

Categoría	f	%
delgada	10	55.6
regular	7	38.9
robusta	1	5.6
gruesa	-	- -

n = 18

Cuadro No. 3

Los personajes masculinos en cambio, aparecieron la mayoría de complexión regular a diferencia de las mujeres.

Ver cuadro 4

Complexión de los personajes masculinos

Categoría	f	%
regular	14	58.3
robusta	6	25
delgada	4	16.7
gruesa	-	- -

Cuadro No. 4

Se observa que las historietas presentan a sus personajes femeninos de estatura regular y delgada, mientras que los personajes masculinos son altos y de complexión regular.

Tez:

Los personajes femeninos no aparecieron nunca con tez oscura. La mayoría fueron blancas, y no aparecieron mujeres de tez morena o negra. Se puede observar que las historietas tienen cierta tendencia discriminativa hacia los personajes de tez oscura o negra, pues éstos generalmente no tienen papeles principales. Ver cuadro 5

Tez de los personajes  
femeninos

Categoría	f	%
blanca	14	77.8
morena clara	4	22.2
morena	-	- -
negra	-	- -

Cuadro No. 5

En el caso de los personajes masculinos, la mayoría - fueron blancos y muy pocos morenos o negros. Ver cuadro 6.

Tez de los personajes  
masculinos

Categoría	f	%
blanco	14	58.3
moreno claro	8	38.3
moreno	1	4.2
negro	1	4.2

Cuadro No. 6

Características del cabello:

El color del pelo más frecuente en los personajes femeninos fue castaño oscuro; sin embargo la mujer rubia - sigue siendo incluida dentro de las historietas, aún -- cuando en la realidad el color del cabello de la mujer mexicana tiende a ser oscuro. Ver cuadro 7.

Color de cabello de los personajes femeninos.

Categoría	f	%
castaño oscuro	7	38.9
rubio	5	27.8
negro	5	27.8
castaño claro	1	5.6
cano	-	- -

Cuadro No. 7

El color de pelo de los personajes masculinos fue principalmente color negro. Ver cuadro 8.

Color de cabello de los  
personajes masculinos.

Categoría	f	%
negro	12	50
castaño claro	6	25
rubio	3	12.5
cano	2	8.3
castaño oscuro	1	4.2

Cuadro No. 8

En lo que se refiere al tipo de cabello de los personajes femeninos eran la mayoría ondulado, pocas fueron de cabello lacio y, ninguna mujer de cabello chino. Ver cuadro 9.

Tipo de cabello de los  
personajes femeninos

Categoría	f	%
ondulado	11	61.1
lacio	7	38.9
chino	-	- -

Cuadro No. 9

Los personajes masculinos fueron de cabello ondulado en la mayoría de los casos, algunos tenían el cabello lacio y muy pocos chino. Ver cuadro 10.

Tipo de cabello de los personajes masculinos.

Categoría	f	%
ondulado	13	54.2
lacio	7	29.2
chino	4	16.7

Cuadro No. 10

Analizando el tamaño del cabello, la mayoría de los personajes femeninos lo tenían largo a pesar de que aparecieron algunas mujeres con cabello corto y regular. - Ver cuadro 11.

Tamaño de cabello de los personajes femeninos

Categoría	f	%
largo	7	38.9
Corto	6	33.6
regular	5	27.8

Cuadro No. 11

En cambio, los hombres aparecieron la mayoría con cabello corto, y muy pocos de cabello largo. Ver cuadro 12.

Tamaño del cabello de los personajes masculinos.

Categoría	f	%
corto	15	62.5
regular	7	29.2
largo	2	8.3

Cuadro No. 12

Se puede concluir que los personajes femeninos de las -- historietas son generalmente de cabello castaño oscuro, ondulado y largo. Mientras que los personajes masculinos son de cabello ondulado, corto y de color negro.

Resumiendo, se puede decir que las características físicas de los personajes principales corresponden a; hombres y mujeres jóvenes, de estatura alta, tez blanca, pelo ondulado y de complexión delgada.

## II.- Características Demográficas.-

Ocupación:

La participación en el campo laboral para los personajes femeninos, se ve reducida, ya que de 18 mujeres sólo 6 trabajaban. Es posible que las historietas refuerzan

esta imagen de la mujer, pues en la realidad tiene poca participación en el proceso productivo, ya que: "de cada 100 personas económicamente activas 19 son mujeres y 81 hombres..." (26)

Cuando la mujer desempeña algún trabajo en las historietas y fotonovelas éste es rutinario, de ínfima categoría y con poca remuneración económica. Ver cuadro 13.

Ocupación de los personajes femeninos

Categorías	f	%
Comerciantes, vendedores y similares	4	22.2
Estudiante	4	22.2
ama de casa	4	22.2
no se especifica	4	22.2
trab.en serv. diversos y conductores de vehículos	1	5.6
Profesionales o técnicos	1	5.6

Cuadro No. 13

(26) Cetto, Ana María: Periódico Uno Más Uno. 1981. Se desaprueba la mano de obra femenina.

Los personajes masculinos aparecen como los elementos - más productivos. De 24 hombres, 21 trabajan, los restantes, tenían labores no especificadas. Ver cuadro 14.

Ocupación de los personajes masculinos.

Categoría	f	%
Profesionales o técnicos	11	45.8
Comerciantes vendedores y similares	6	25
No se especifica	4	22.2
Trab.en serv.diversos y conductores de vehículos	3	12.5

Cuadro No. 14

Nivel Educativo:

Los patrones culturales que recibe la mujer en el cual - es encaminada hacia el hogar y la maternidad como actividad principal, determinan que sea marginada del proceso educativo. Probablemente las historietas transmiten y - refuerzan esos patrones culturales, ya que los persona- jes femeninos son presentados la mayoría de los casos -- con un nivel escolar bajo, o escolaridad no especifica- da. Ver cuadro 15.

Escolaridad de los personajes  
Femeninos

Categoría	f	%
no se especifica	13	72.2
secundaria o pre vocacional	2	11.1
cursos de capacita ción con primaria previa	1	5.6
preparatoria o vocacional	1	5.6
profesional supe- rior	1	5.6
posgrado	-	- -
primaria	-	- -

En cambio, los personajes masculinos son presentados con escolaridad profesional, aunque en la mayoría de los casos tampoco se especifique su escolaridad. Ver cuadro - 16.

Escolaridad de los personajes  
masculinos

Categoría	f	%
no se especifica	12	50
profesional	11	45.8
cursos de capacita- ción con primaria previa	1	4.2
secundaria o pre- vocacional	-	- -
preparatoria o vo- cacional	-	- -
posgrado	-	- -
primaria	-	- -

Cuadro No. 16

Nivel socioeconómico:

En las historietas no hay una gran diferencia entre los salarios que el personaje masculino y el personaje femenino tienen, a pesar de que las mujeres tengan poca escolaridad y desempeñen ocupaciones que en la mayoría de -- las ocasiones no son especificadas.

Probablemente las historietas alteran la realidad al ocultar una división económica social entre el hombre y la mujer, muy visible en la sociedad en la que vivimos, ya que las historietas difunden modos de vida asociados a -- la población que no carece de recursos económicos.

Los personajes femeninos de las historietas llegan a tener casi el mismo status económico de los personajes masculinos. (Ver cuadro No. 17).

Estratos socioeconómicos de los personajes  
femeninos (a) y masculinos (b)

(79)

Categoría	f	%	%	Categoría	f	%
\$ 8,001.00 a \$ 26,000.00	9	50		\$ 8,001.00 a \$ 26,000.00	7	30.4
\$ 70,001.00 a	5	27.8		\$ 70,000.00	7	30.4
menos de \$3,000.00	2	11.1		\$ 70,000.00 a \$150,000.00	5	17.4
\$ 3,001.00 a \$ 8,000.00	1	5.6		\$ 3,001.00 a \$ 8,000.00	3	13
\$ 26,001.00 a	1	5.6		menos de \$ 3,000.00	2	8.7

n = 18

personajes femeninos

n = 24

personajes masculinos

Cuadro No. 17

Estado Civil:

Por lo que se refiere al estado civil de los personajes femeninos y masculinos, se encontró que los solteros aparecieron con mayor frecuencia. Ver cuadro 18.

Estado Civil de los personajes  
masculinos (a)      femeninos (b)

(b)

Categoría	f	%
Soltero	11	61.1
Casado	6	33.3

personajes femeninos

(a)

Categoría	f	%
soltero	20	89.3
Casado	4	16.6

personajes masculinos

Cuadro No. 18

Religión:

La religión católica en México ha tenido influencia considerable en la población, por ejemplo, según el Censo de 1970, el 95% de los mexicanos son católicos. En el caso de las historietas el 54.76% de los personajes femeninos y masculinos fueron católicos. Las historietas difunden y ayudan a reproducir las influencias religiosas en sus lectores. Ver cuadro 19

Religión de los personajes femeninos (a)  
masculinos (b).

Categoría	f	%		Categoría	f	%
Católica	9	50		Católica	14	58.3
Ninguna	2	11.1		Ninguna	3	72.3
No se especi- fica	7	38.9		No se espe- cifica	7	29.2

personajes femeninos

personajes masculinos

Cuadro No. 19

LISTA DE HISTORIETAS ANALIZADAS

ANEXO I

### Argumentos:

De los argumentos analizados en las historietas y fotono-  
velas se encontró que las metas, los obstáculos, los me-  
dios y las consecuencias más frecuentes de los persona-  
jes femeninos y masculinos presentaban las siguientes -  
particularidades.

Los problemas a los que se enfrentaban eran generalmente  
de carácter sentimental pseudoamoroso. En el personaje -  
femenino, por ejemplo, el deseo de establecer lazos afec-  
tivos amorosos (noviazgo) fue la meta más frecuente; el  
obstáculo que imposibilitaba la realización de dicha me-  
ta fue, que la persona en la que se interesaba le diera  
mayor importancia a su superación personal (estudio, tra-  
bajo), o estuviese comprometida con otro.

El medio que utilizó para vencer tal obstáculo fue darle  
afecto y comprensión a esa persona lo cual le permitió -  
en la mayoría de las ocasiones establecer los lazos afec-  
tivos deseados. Ver cuadro 20.

Metas, Obstáculos y Medios de los  
Personajes Principales Femeninos.

Meta	F	%	Obstáculos	F	%	Medios	F	%	Consec.	F	%
Deseo de afecto amoroso	8	44.4	superación personal	3	37.5	comprensión	4	50	si	5	71.4
			comprometida (o)	3	37.5	cortejo	3	37	no	3	28.5
			otros obstáculos	2	25	otro medio	1	12.5			

CUADRO No. 20

En el caso de los personajes masculinos el deseo de est  
blecer lazos afectivos amorosos ocupó un segundo lugar -  
de importancia, el obstáculo que impedía lograr su deseo  
fue que en la mujer en la que se interesaba estuviese --  
comprometida en otra relación (novio, esposo).

Sin embargo, el comprenderla le permitió lograr su meta.

Ver cuadro 21.

Metas, obstáculos, medios y consecuencias secundarias del personaje masculino.

Meta	F	%	Obstáculos	F	%	Medios	F	%	Consec.	F	%
Deseo de afecto amoroso	4	16.6	estar comprometido con otra (o).	2	50	Cortejo	1	25	sí	4	100
			otro obstáculo	1	25	comprensión	3	75	no		
			superación personal	1	25						

CUADRO No. 21

La meta más frecuente del personaje principal masculino fue el deseo de establecer lazos conyugales (casarse). El obstáculo que se lo imposibilitaba fue la oposición de la familia de la persona en la que él estaba interesado; el medio utilizado fue convencerla de que acepta ra casarse a pesar de la negativa de la familia, lo que posibilitó lograr su meta. Ver cuadro 22.

Metas más frecuente del personaje  
principal masculino

(88)

Meta	F	%	Obstáculos	F	%	Medios	F	%	Consec.	F	%
Deseo de establecer lazos conyugales	11	45.8	Oposición familiar	5	45.5	Convenimiento	5	45.5	sí	9	8.8
			pobreza	2	18.2	dar afecto y comprensión	3	27.3	no	2	19.2
			Estar comprometido	2	18.2	seducción sexual	2	18.2			
			Otros	2	18.2	Otros	1	9.1			

CUADRO No. 22

Para los personajes femeninos el deseo de matrimonio - ocupó un segundo lugar de importancia, y el obstáculo que enfrentaron fue también la oposición familiar y la pobreza de la persona con la que deseaba casarse. El convencimiento y la seducción sexual fueron los medios que utilizaron y que permitieron lograr su meta.

Ver cuadro 23.

Metas, Obstáculos medios y consecuencias de los personajes femeninos.

Meta	F	%	Obstáculos	F	%	Medios	F	%	Consec.	F	%
Deseo de establecer lazos conyugales	5	27.7	oposición familiar	2	40	convencimiento	1	20	sí	3	60
			pobreza	2	40	seducción sexual	1	20	no	2	40
			otros obstáculos	1	20	otro medio	3	60			

CUADRO No. 23

CUADROS GENERALES DE CATEGORIAS DEMOGRAFICAS

FISICAS Y DE ARGUMENTOS

R E S U M E N

RESUMEN DE CARACTERISTICAS FISICAS, DEMOGRATICAS Y  
DE ARGUMENTOS:

En las historietas y fotonovelas los personajes principales son jóvenes con atractivos físicos, delgados, de tez blanca, de cabello ondulado de estatura alta, por lo general son solteros, de estrato socioeconómico medio. En la mujer le dan poca importancia a la escolaridad y el hombre generalmente es presentado como profesionista. La ocupación de los personajes varía, las mujeres son dedicadas a labores domésticas, comerciantes o estudiantes y en algunas ocasiones no se especifica. Los hombres son profesionistas o comerciantes. Sus creencias pertenecen a la religión católica.

De las 8 metas encontradas en las 42 historietas y fotonovelas, las que tenían una frecuencia mayor de 3 fueron analizadas.

Las metas más frecuentes fueron el deseo de afecto amoroso de los personajes femeninos y el deseo de matrimonio de los personajes masculinos.

Veánse los cuadros B y C.

Características físicas y demográficas de  
los personajes femeninos y masculinos

Categoría	Subcategoría	Frec.	Porct.
1.- Sexo	Femenino	18	42.87%
2.- Edad	15 a 25 años	10	55.6 %
	26 a 35 años	8	44.4 %
3.- Complexi3n	Delgada	10	55.6 %
4.- Estatura	Regular	12	66.7 %
5.- Tez	Blanca	14	77.8 %
6.- Largo del cabello	Largo	7	38.9 %
	corto	6	33.3 %
7.- Forma del cabello	Ondulado	11	61.1 %
8.- Color del cabello	Castaño oscuro	7	38.9 %
	Negro	5	27.8 %
	Rubio	5	27.8 %
9.- Estado Civil	Soltera	11	71.1 %
10.- Escolaridad	No se especifica	13	72.2 %
	Secundaria	2	11.1 %
11.- Estrato	\$ 8001 a \$ 26,000	9	50.0 %
	\$ 3000 a \$ 8,000	2	11.1 %
12.- Ocupaci3n	ama de casa	4	22.2 %
	estudiante	4	22.2 %
	comerciantes	4	22.2 %
13.- Creencias religiosas	cat3lica	9	50.0 %

Categoría	Subcategoría	Frec.	Porct.
1.- Sexo	Masculino	24	27.13%
2.- Edad	26 a 35 años	13	54.2 %
	36 a más edad	6	25.0 %
3.- Complexión	Regular	14	58.3 %
4.- Estatura	Alto	17	70.8 %
5.- Tez	Blanca	14	58.3 %
6.- Largo del cabello	Corto	15	62.5 %
7.- Forma del cabello	Ondulado	13	54.2 %
8.- Color del cabello	negro	12	50.0 %
	castaño claro	6	25.0 %
9.- Estado civil	soltero	16	84.2 %
10.- Escolaridad	Profesional	11	45.8 %
11.- Estrato socioeconómico	\$ 8001 a \$ 26,000	7	30.4 %
	\$26001 a \$ 70,000	7	30.4 %
13.- Ocupación	Profesionales o Técnicos	11	45.8 %
	Comerciantes	6	25.0 %
	Católica	14	58.3 %
14.- Creencias religiosas			

CUADRO "C"

Principales metas de los personajes Femeninos y masculinos.

Femenino

Masculino

Categorías	F	%	Categorías	F	%
Deseo de afecto amoroso	8	44.4	Deseo de Matrimonio	11	45.8
Deseo de Matrimonio	5	27.7	Deseo de afecto amoroso	4	16.6
Deseo de ser infiel	2	11.1	Deseo de obtener <u>d</u> inero	2	8.3
Deseo de obtener <u>d</u> inero	2	11.1	Deseo sexual sin <u>l</u> azos conyugales	2	8.3
Deseo de obtener <u>f</u> ama	1	5.5	Deseo de que una <u>m</u> ujer abandone al <u>co</u> nyuge para irse con ella.	1	4.1
Deseo de abandonar al conyuge	-	-	Deseo de casar a la hija con un hombre-rico.	1	4.1
Deseo de casar a la hija con un hombre-rico.	-	-	Deseo de obtener <u>f</u> ama.	-	-
Deseo sexual sin- lazos conyugales	-	-	Deseo de ser infiel	-	-
Otros	-	-	Otros	-	-

C O N C L U S I O N E S

CAPITULO VI

## C O N C L U S I O N E S

Con la extensa divulgación de las historietas y fotonovelas en México, es probable que el lector de éstas esté más predispuesto a identificarse con los "modelos", los personajes de estas revistas. Es importante señalar que la posible internalización de dichas conductas, únicamente se realizará mediante la dinámica que se establece en el contacto del público con los diferentes medios de comunicación (radio, televisión, cine) y otras instituciones sociales (como la familia, la escuela, el Estado).

La lectura de las historietas y fotonovelas no requiere del lector ningún ejercicio intelectual ni reflexivo, ni mucho menos crítico, ya que estas revistas poseen una serie de argumentos esquematizados, predeterminados y de escaso repertorio.

Los datos arrojaron que las historietas y fotonovelas presentan personajes jóvenes, de estatura alta, compleción delgada, tez blanca y pelo ondulado. Y estas características de los personajes femeninos y masculinos, no corresponden en cierto grado al estereotipo del mexicano, ya que la mujer mexicana es generalmente de estatura baja, morena, de pelo negro y de compleción regular. El hombre es de estatura baja, moreno y de compleción robusta. Se puede observar que no se presen--

tan niños adolescentes ni viejos. Aún cuando existan -  
lectores de esas edades.

Si se considera que las historietas y las fotonovelas --  
transmiten modelos de vida, los lectores en su frecuentaci  
ción permanente con estos modelos, determinan las formas  
de comportarse e informarse acerca de la realidad, y com  
plementan su proceso de socialización a través de su re-  
lación con las diversas instituciones sociales.

Los "ingredientes" que contienen las revistas tales como,  
el presentar a mujeres guapas, vestidas a la última moda,  
peinadas y pintadas sofisticadamente. Y a hombres que -  
generalmente son empresarios y vestidos elegantemente --  
con corte de pelo a la moda. El lector se ve influen--  
ciado hacia el consumismo, en la presentación de dichos mo-  
delos. pues estos, pretenderán parecerse a los personajes  
que las revistas les presentan, y procurarán vestir y -  
arreglarse en forma similar a los modelos de las revis-  
tas.

Los personajes masculinos y femeninos pertenecían a un -  
socioeconómico medio. Se puede decir que las historie--  
tas y fotonovelas no reflejan la situación real mexica--  
na, pues ocultan las enormes diferencias socioeconómicas  
de la población, donde por ejemplo la clase trabajadora  
(mayoritaria) adquiere los recursos suficientes para su

subsistencia. En cuanto a la ocupación de los personajes, se observó que las oportunidades con las que cuentan los hombres y las mujeres en el proceso productivo son diferencialmente notorias. La ocupación de las mujeres se centró en actividades poco significativas para la economía, ésta se relega a las peores condiciones de trabajo, carentes de innovaciones en donde jamás aprenderán algo, sino por el contrario son labores rutinarias y fatigosas como los mismos trabajos domésticos. En cambio, la solicitud de empleo masculino se encontró básicamente en los sectores más productivos de la economía y que consecuentemente son los trabajos mejores remunerados.

En este caso las historietas y fotonovelas difunden una situación que se asemeja a la realidad, ya que a pesar de que la mujer tiene cada día mayor acceso a participar en la economía del país, generalmente se encuentra marginada y su posición en el trabajo es inferior a la posición del hombre.

La escolaridad de los personajes de las historietas corresponden al nivel medio. Comparando con la realidad, no hay similitud, ya que el cuarto grado de primaria es el nivel escolar promedio de la población mexicana.

La mayoría de las historietas y fotonovelas presentan a personajes únicamente preocupados por problemas sentimentales, pseudoamorosos y pasionales. En este caso los argumentos más frecuentes fueron el deseo de afecto amoroso y el deseo de establecer lazos conyugales.

Las historietas y fotonovelas como medios masivos de comunicación (medio de transmisión ideológica), difunden a sus lectores valores que no le permiten tener conciencia de su realidad. Ya que éstas presentan a personajes femeninos pasivos, sumisos, acríticos preocupadas únicamente en amar y ser amadas; y a personajes masculinos autosuficientes, machistas, agresivos que desean también -- amar y ser amados.

La satisfacción de sus necesidades se realiza por sus -- atractivos físicos; por el dinero y por el deseo sexual.

Sin lugar a dudas el efecto más probable y generalizado de las revistas sobre sus lectores, es la distorsión de la realidad en que viven. Los personajes pertenecen a estratos económicos medio y presentan problemas característicos de su propia condición social, estos pseudoproblemas son ajenos a los de los lectores de estratos sociales bajos y las soluciones que los personajes dan a sus deseos, serían siempre diferentes y no apropiados para la solución de los problemas de los lectores. Estos

argumentos no plantean problemas políticos, sociales, --  
económicos ni culturales, en cambio alejan a los lecto--  
res de su realidad.

Se concluye de lo anterior que el objetivo de encontrar  
las características físicas, demográficas y de argumento  
se cumplió a través del análisis de contenido realizado.  
El interés del Instituto Nacional del Consumidor por co-  
nocer la secuencia y las características de las histo--  
rias, se debe al imperativo por elaborar una historieta  
educativa que presente los mismos elementos que presenta  
ron las historietas analizadas aquí. Por lo cual, los -  
datos de nuestra investigación serán utilizados junto --  
con los datos arrojados por otras investigaciones realiza  
das por dicho Instituto.

El estudio presentó las siguientes limitaciones: El no  
haber analizado a los personajes secundarios, los cuales  
juegan un papel importante en su interacción con los per  
sonajes primarios; no se tomaron en cuenta el tiempo y -  
el ambiente físico, pues no se especificaron la fecha y  
el lugar donde se desarrollaron las historias; la falta  
del análisis del lenguaje de los diferentes personajes  
y del narrador.

Debido a lo anterior, en este momento no se puede llegar  
a un conocimiento completo de las historietas y fotono--

velas. Sin embargo, el estudio de cada uno de sus elementos serán analizados posteriormente por un equipo de investigadores del Instituto Nacional del Consumidor.

LISTA DE HISTORIETAS Y FOTONOVELAS ANALIZADAS

<u>REVISTA:</u>	<u>HISTORIA:</u>	<u>AÑO:</u>	<u>TIRAJE:</u>	<u>EDITORIAL:</u>
Amor	"La sombra del Pasado"	1981		Producciones Hernández Medina.
Angustia	"Un hombre Marcado"	1979	33,00	Talleres y Realizaciones Editoriales, S.A.
Capricho	"Cree en Mí"	1979	3,473,250	Novedades Editores, S.A.
Cárcel de Mujeres	"La sombra de la Otra"	1978	34,500	Editomex Mex, S.A.
Cita	"La Desconocida"	1979	7,777,050	Editorial Ele, S.A.
Cita de Lujo	"La Gran Injusticia"	1979	9,580,300	Editorial Ele, S.A.
Colección Recuerdo	"Con fuego en la Carne"	1978	33,000	Editormex, Mex. S.A.
Colección Romántica	"La Máscara"	1978	33,000	Editormex, Mex. S.A.
Chicas	"Chantaje"	1979	11,751,530	Editorial Ele, S.A.
Denuncia	"Provocadora"	1979	33,000	Talleres y Realizaciones Editoriales, S.A.
Destinos Opuestos	"Te Prefiero a Tí"	1980	50,000	Editorial Vid, S.A.
El Libro Semanal	"Descarada"	1979	19,229.000	Novedades Editores, S.A.
Espejo de la Vida		1978	120,000	Editorial Ejea, S.A.
Fiesta	"Querer Volar"	1979	5,454,750	Editorial Ele, S.A.
Fuego	"Pecado en el paraíso"	1980	250,000	Editorial Vid, S.A.

<u>REVISTAS:</u>	<u>HISTORIA:</u>	<u>AÑO:</u>	<u>TIRAJE:</u>	<u>EDITORIAL:</u>
Grandes Novelas	"Codicia" 458-465	1978	350,000	Editorial Ejea, S.A.
Historias Inolvidables	"De la Misma Sangre" "Desaire el Gran Amor de Napoleón"	1978	100,000	Editorial Ejea, S.A.
Ilusiones	"Sacrificio" "Dignidad" 251-258	1980	105,900	Editorial Ejea, S.A.
Lagrimas y Risas	"Paloma" "Paulina, Orlando y Roberto"	1980	750,000	Editorial Vid, S.A.
La Reencarnación	"La Reencarnación de Mi Hijastro"	1979	690,000	Editorial Latinoame- ricanas, S.A.
Libros de la Vida Real	"Esclavo de un Sueño"	1978	33,000	Editomex, Mex. S.A.
Libro Sentimental	"El Hermano Lobo"	1979	5,924.000	Novedades Editores, S.A.
Linda	"Luces de Esperanza"	1978	118,000	Editomex Mexicana
Lucero	"La Dulce Embustera"			W.J., S.A.
Las Profesionales	"Camila en Vacaciones"	1979	195,000	Ediciones Latinoamerica- nas, S.A.
Mini Historietas	"Encontré un Papá"	1980	30,000	Editorial Vid, S.A.
Mini Libros	"Vieja Herida"	1978	25,000	Editomex Mex, S.A.

<u>REVISTA:</u>	<u>HISTORIA:</u>	<u>AÑO:</u>	<u>TIRAJE:</u>	<u>EDITORIAL:</u>
Novelas de Amor	"El Maestro y Yo"		5,927,450	Novedades Editores, S.A.
Novelas Inmortales	"Los Pecadores"	1979	5,164,835	Novedades Editores, S.A.
Novela Musical	"No Fui Culpable"	1979	4,277,750	Novedades Editores, S.A.
Oyeme	"El Tigre Malayo" 184-191	1980	100,000	Editorial Vid, S.A.
Por Favor	"Estirpe Sangrienta" 345-352	1980	210,000	Editorial Vid, S.A.
Rebeldía	"Juventud sin Destino"	1980	49,500	Editorial Proyección, S.A.
Recuerdos	"Vidas Tormentosas"	1978	60,000	Editorial Ejea, S.A.
Romance Mensual	"Dos Mundos"	1978	31,000	Editormex, S.A.
Rutas de Pasión	"Tuya para Siempre"	1980	2,886,594	Novedades Editores, S.A.
Sí mi Amor	"Confusión"			Producciones Hernández Medina
Te Amo	"Pacto de Horror"			W.J., S.A.
Ternura	"Deudas Pasadas"	1979	5,496,475	Novedades Editores, S.A.
Valle de Lágrimas	"El Obrero"	1980	397,500	Publicaciones Llergo, S.A.

CUADERNO DE CODIFICACION QUE INTEGRA:

- HOJAS DE CODIFICACION
- INSTRUCCIONES PARA LOS CODIFICADORES
- DEFINICION DE LAS CATEGORIAS FISICAS Y DEMOGRAFICAS
- DEFINICION DE CATEGORIAS DE ARGUMENTO

INSTRUCTIVO PARA ANALIZAR LOS ARGUMENTOS DE LAS HISTORIE-  
TAS Y FOTONOVELAS DE GENERO MELODRAMATICO Y LAS CARACTE-  
RISTICAS FISICAS Y DEMOGRAFICAS DE LOS PERSONAJES --  
PRINCIPALES.

INSTRUCCIONES:

Este instructivo presenta una lista de Categorías de argumentos y características demográficas y físicas con -- sus respectivas definiciones; así como las hojas que ser virán para registrar la frecuencia de aparición de di-- chas categorías en las historietas y fotonovelas que se-- rán proporcionadas por los instructores.

Se señalará con "X" en los cuadros de las hojas de regis tro la frecuencia de aparición de cada categoría.

Favor de llenar las hojas con la mayor certeza posible y claridad, cualquier duda consultar a los instructores.

HOJAS DE REGISTRO

Recuerda marcar con una x la  
aparición de las Categorías -  
en los espacios correspondientes  
tes.

HOJA DE REGISTRO DE CARACTERISTICAS FISICAS Y DEMOGRAFICAS

ESTATURA:	
Alto	
Regular	
Bajo	
COMPLEXION:	
Robusto	
Regular	
Delgado	
Grueso	
PEZ:	
Blanca	
A morena	
Morena Clara	
Negra	
TAMAÑO DEL PELO:	
Largo	
Corto	
Regular	
FORMA DEL PELO:	
Chino	
Lacio	
Ondulado	
COLOR DEL PELO:	
Negro	
Rubio	
Castaño Claro	
Castaño Oscuro	
Cano	

SEXO:	
Masculino	
Femenino	
ESTADO CIVIL:	
Casado (a)	
Soltero (a)	
Separado (a)	
Divorciado (a)	
Viudo (a)	
Unión Libre	
No se especifica	

EDAD:	
15 a 25 años	
26 a 35 años	
36 a 45 años	
46 a 55 años	
56 a 65 años	
66 a 75 años	
76 a 85 años	
86 a más	

ESCOLARIDAD:	
Primaria	
Cursos de capacitación con - primaria previa	
Secundaria o Prevocacional	
Preparatoria, Normal o voca- cional	
Profesional Superior	
Postgrado	
No se especifica	

CREENCIAS:	
Católica	
Protestante	
Israelita	
Otras religiones	
Otras religiones bis	
Ninguna	
No se especifica	

OCUPACIÓN:	
Profesionales o Técnicos	
Funcionarios Superiores	
Personal Directivo	
Personal Administrativo	
Comerciantes, Vendedores	
Trabajadores en servicios diversos	
Conductores de Vehículos	
Trabajadores en labores Agropre- cuarias	
Trabajadores en Labores no agrí- colas	
Usurero	
Estudiante	
Hogar	
Desocupado	
No se especifica	

HOJA DE REGISTRO DE ARGUMENTO

Nombre de la fotonovela o historieta: \_\_\_\_\_

Editorial: \_\_\_\_\_

APARICION	
Seriada	
Completa	

APARICION	
Otras	
Metas	

		APARICION	OTROS			APARICION	OTROS
Meta I	Obstáculo 1			Medio 1			
	Obstáculo 2			Medio 2			
	Obstáculo 3			Medio 3			

		APARICION	OTROS			APARICION	OTROS
Meta II	Obstáculo 1			Medio 1			
	Obstáculo 2			Medio 2			
	Obstáculo 3						

		APARICION	OTROS			APARICION	OTROS
Meta III	Obstáculo 1			Medio 1			
	Obstáculo 2			Medio 2			
	Obstáculo 3			Medio 3			

		APARICION	OTROS			APARICION	OTROS
Meta IV	Obstáculo 1			Medio 1			
	Obstáculo 2			Medio 2			
	Obstáculo 3						

		APARICION	OTROS			APARICION	OTROS
Meta V	Obstáculo 1			Medio 1			
	Obstáculo 2			Medio 2			

		APARICION		OTROS		APARICION		OTROS	
Meta VI	Obstáculo 1					Medio 1			
	Obstáculo 2					Medio 2			
	Obstáculo 3								

		APARICION		OTROS		APARICION		OTROS	
Meta VII	Obstáculo 1					Medio 1			
	Obstáculo 2					Medio 2			

		APARICION		OTROS		APARICION		OTROS	
Meta VIII	Obstáculo 1					Medio 1			
	Obstáculo 2					Medio 2			

DEFINICION DE LAS CATEGORIAS FISICAS

Y DEMOGRAFICAS DEL PERSONAJE PRINCIPAL.

1.- Categorías Físicas:

Estatura:

- 1.- alto
- 2.- regular
- 3.- bajo

Complexión

- 1.- robusto
- 2.- regular
- 3.- delgado
- 4.- gordo

Tez:

- 1.- blanca
- 2.- morena clara
- 3.- morena obescura
- 4.- negra

Largo del pelo:

- 1.- largo
- 2.- corto
- 3.- regular

Tipo de pelo:

- 1.- chino
- 2.- lacio
- 3.- ondulado

Color del pelo:

- 1.- negro
- 2.- rubio

- 3.- castaño claro
- 4.- castaño obscuro
- 5.- cano

2.- Sexo:

- 1.- femenino
- 2.- masculino

3.- Estado civil:

- 1.- casado
- 2.- soltero
- 3.- separado
- 4.- divorciado
- 5.- viudo
- 6.- unión libre
- 7.- no se especifica

4.- Escolaridad:

- 1.- primaria
- 2.- cursos de capacitación con primaria  
previa
- 3.- secundaria o prevocacional
- 4.- preparatoria, vocacional o normal
- 5.- profesional superior
- 6.- posgrado
- 7.- no se especifica

5.- edad:

- 1.- de 15 a 25 años
- 2.- de 26 a 35 años
- 3.- de 36 a 45 años

- 4.- de 46 a 55 años
- 5.- de 56 a 65 años
- 6.- de 66 a 75 años
- 7.- de 76 a 85 años
- 8.- de 86 a más

6.- Estrato socioeconómico:

- 1.- estrato E menos de \$ 3,000.00
- 2.- estrato D de \$ 3,001.00 a \$ 8,000.00
- 3.- estrato C de \$ 8,001.00 a \$ 26,000.00
- 4.- estrato B de \$ 26,001.00 a \$ 70,000.00
- 5.- estrato A de \$ 70,001.00 a \$150,000.00  
y más

7.- Ocupación:

- 1.- profesionales o técnicos
- 2.- funcionarios superiores y personal directivo, público y privado
- 3.- personal administrativo
- 4.- comerciante, vendedores y similares
- 5.- trabajadores en servicios diversos y conductores de vehículos
- 6.- trabajadores en labores agropecuarias
- 7.- trabajadores en labores no agrícolas
- 8.- estudiante
- 9.- usurero
- 10.- hogar
- 11.- no trabaja
- 12.- no se especifica

8.- Creencias religiosas:

- 1.- católica
- 2.- protestante o evangelista (1)
- 3.- israelita
- 4.- otras religiones (2)

- 5.- otras religiones bis. (3)
- 6.- ninguna
- 7.- no se especifica

- (1) Protestante o evangelista; se incluyen prebiteriana, metodista bautista.
- (2) Otras religiones, mahometana, budista, taoísta, islámica, musulmana.
- (3) Otras religiones bis; fuerzas extraterrestres.

Edad:

Para calcular las edades de los personajes se tomarán en cuenta cinco criterios:

- 1.- status
- 2.- comportamiento
- 3.- físico
- 4.- escolaridad
- 5.- estado civil.

Definición de algunas de las Categorías Demográficas.-

Estado Civil:

soltero: Es el personaje que en el contexto de la historia de alguna indicación de que es soltero.

casado: Cuando aparecen indicadores de que el personaje tiene algún vínculo matrimonial con otra persona del sexo opuesto, ya sea por lo civil, por la iglesias, o ambas.

separado: Es el personaje que vive separado de su esposo (a) o compañero (a) después de haber sido casado o haber vivido habitualmente con otra (o).

viudo: Es el personaje que ha perdido a su compañera (o) esposa (o) por fallecimiento y no se ha vuelto a casar o establecer una unión libre.

unión libre: Es el personaje del cual aparecen indicadores de que vive maritalmente sin contraer matrimonio civil ni religioso.

Escolaridad:

La pertenencia al grado de escolaridad, se registrará cuando en el contexto de la historia aparezca algún dato relacionado con la escolaridad del personaje o cuando el narrador proporcione información al respecto.

Estrato Socioeconómico:

Estrato social bajo

E/D

E: menos de \$3,000.00

D: de \$3,001.00 a \$8,000.00

Cuando el personaje corresponde a una clase popular, suele ser pobre, tiene baja escolaridad, algunos son semi-alfabetos. Pocas familias o personas de la clase baja tienen todas las cosas necesarias para llevar una vida cómoda. Algunos tienen empleo fijo, pero de categoría media o baja, otros únicamente empleo eventual.

Viven en lugares humildes, vecindades o casas muy modestas y algo descuidadas.

Pueden ser trabajadores de fábricas, albañiles, empleados de salario mínimo, etc. Dentro de esta categoría se pueden incluir a los personajes cuyas condiciones de vida son muy precarias y que habitan viviendas improvisadas en "ciudades perdidas" o en cuevas.

Estrato social medio

C/B

C: de \$8,001.00 a \$26,000.00

B: de \$26,001.00 a \$70,000.00

Cuando el personaje pertenece a una clase media, cuenta con lo necesario, posee comodidades, pero no todos los lujos. Tienen buena educación aún cuando sus padres provengan de un estrato social bajo.

Viven en casas propias bien cuidadas o departamento propio de acuerdo a su nivel. Casi no -- existen analfabetas en este ni vel, pueden ser: médicos, dentis tas, ingenieros, gerentes o -- propietarios de negocios de re gular tamaño; empleados del go bierno y técnicos especialis-- tas.

Estrato social Alto

A

A: de \$70,001.00 a \$150,000.00

Cuando el personaje es muy ri co, vive en residencias señoría les con amplios jardines o de partamentos de gran lujo.

Cuando puede adquirir todo lo que desea, tiene lujos y como didades.

Se incluyen: a los hombres de  
empresa, algunos gerentes, pro  
fesionistas de mucho dinero, -  
grandes terratenientes.

DEFINICION DE LAS CATEGORIAS

DE LOS ARGUMENTOS

LISTA Y DEFINICION DE CATEGORIAS DE ARGUMENTO. =

META 1

Nombre: Deseo de matrimonio

Definición conceptual: El deseo de enlace conyugal entre un hombre y una mujer.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un hombre o una mujer, a través de sus pensamientos y/o acciones manifiesta su deseo de establecer una relación conyugal con otro (a); y/o -- cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Pedir matrimonio a la novia o al novio.  
Desear que el novio le pida matrimonio.  
Cuando el personaje desea casarse.

Obstáculo 1

Nombre: Oposición familiar

Definición conceptual: El impedimento de la realización del matrimonio a causa de la oposición familiar.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un hombre o una mujer, a través de -- sus pensamientos y/o acciones mani

fiesta la imposibilidad de establecer una relación conyugal por la -  
oposición de la familia de él o de  
ella y/o cuando el narrador lo mencion  
cione.

Ejemplos: Cuando un hombre o mujer le diga a sus padres  
que se va a casar y éstos se nieguen.

### Obstáculo 2

Nombre: Oposición por pobreza.

Definición conceptual: Condición económica de estrato so-  
cial bajo que imposibilita el ma-  
trimonio.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un -  
hombre o una mujer, a través de --  
sus pensamientos y/o acciones manifi  
fiesta la imposibilidad de establecer  
cer una relación conyugal a causa  
de vivir en la pobreza y/o cuando  
el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer está a punto de -  
casarse, no puede hacerlo porque se dice o se  
siente muy pobre. Cuando un hombre o una mu-

jer a punto de casarse, no pueda hacerlo porque los demás le consideran muy pobre.

Obstáculo 3

Nombre: Estar comprometido

Definición conceptual: Mantener una relación de compromiso con otro (a) que imposibilita casarse con la persona deseada.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un hombre o una mujer a través de sus pensamientos y/o acciones manifiesta la imposibilidad de casarse, por estar comprometido (a) con otro(a) y/o cuando el narrador lo mencione.

Medio 1

Nombre: Seducción sexual

Definición conceptual: Acto de inducir a otra persona a la unión sexual para convencerla de - que acepte establecer una relación conyugal, cuando existe oposición.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un - hombre o una mujer induce a otro - (a) por medio de la alcoholización, excitación y/o drogadicción a la - unión sexual con la finalidad de - que acepte establecer una relación conyugal cuando la familia u otro compromiso lo imposibilite y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Que una mujer sea alcoholizada por un hombre para hacer el amor con la finalidad de que acepte casarse con él.

Cuando una mujer seduce a un hombre para que se case con ella.

Medio 2

Nombre: Convencimiento

Definición conceptual: Acto de inducir a una persona a --  
que acepte establecer una relación  
conyugal.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un -  
hombre o una mujer a través de sus  
acciones (verbalizaciones) tiene -  
la aprobación de la persona de la  
que se está interesado en res--  
tablecer una relación conyugal, --  
cuando ha existido una oposición -  
de parte de la familia, la pobreza  
o el compromiso con otro y/o cuan-  
do el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer le dice a su no-  
via (o) que acepte casarse a pesar de los ---  
obstáculos.

### Medio 3

Nombre: Dar afecto y comprensión

Definición conceptual: Otorgar cariño, afecto y entendi-  
miento a la persona con la que se  
desea establecer una relación con  
yugal.

**Definición operacional:** Aquellas situaciones en que un hombre o una mujer; a través de -- sus pensamientos y/o acciones otorga afecto, cariño y entendimiento a la persona con la que desea casarse cuando esta persona manifiesta imposibilidad a causa de oposición familiar, compromiso o pobreza, y/o cuando el narrador lo mencione.

**Ejemplo:** Cuando un hombre o una mujer diga que comprende y dará afecto a su novio (a) cuando ella o él - manifiesta su imposibilidad.

**Consecuencias:**

- 1.- Logró la meta
- 2.0 No logró la meta

**Meta II**

**Nombre: Infidelidad**

**Definición conceptual:** Desear tener relaciones extramaritales.

**Definición operacional:** Aquellas situaciones en que el personaje casado (a) manifiesta, a

través de sus pensamientos y/o acciones el deseo de mantener relaciones extramaritales y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Cuando una mujer casada desea estar con otro hombre y acepta sus invitaciones.  
Cuando un hombre casado le pide a otra mujer que acepte "andar" con él.

#### Obstáculo 1

Nombre: Temor a la crítica social

Definición conceptual: Rechazar una relación extramarital con otra persona por temor a la crítica social negativa.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que una persona casada manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones, la imposibilidad de mantener relaciones sexuales con otro(a) a causa de temer al rechazo social negativo y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Cuando un hombre o una mujer casado (a) se niega a tener relaciones extramaritales por temor a lo que digan sus amigas, la familia.

## Obstáculo 2

Nombre: Embarazo

Definición conceptual: La imposibilidad de mantener una -  
relación extramarital a causa del  
embarazo.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que la -  
mujer manifiesta a través de sus  
pensamientos y/o acciones la impo-  
sibilidad de mantener una rela--  
ción extramarital a causa de su -  
embarazo y/o cuando el narrador -  
lo mencione.

Ejemplo: Cuando una mujer casada, al darse cuenta de su  
embarazo se niegue a tener una relación extra-  
marital porque piensa o dice que su embarazo -  
es un impedimento.

## Obstáculo 3

Nombre: Indecisión

Definición conceptual: No estar convencido (a) de mante--  
ner una relación extramarital.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que un -  
hombre o una mujer casado (a) mani

fiesta a través de sus pensamien--  
tos y/o acciones la imposibilidad  
de mantener una relación extramarital  
a causa de no estar convencido  
(a) y/o cuando el narrador lo men-  
cione.

Ejemplo: Cuando un hombre o una mujer casado (a) le diga  
a la otra persona con la que tiene relaciones  
extramaritales que no puede seguir con ella a -  
causa de sentirse indeciso.

#### Medio 1

Nombre: Autoconvencimiento

Definición conceptual: Acto de aceptar las acciones pro-  
pias.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el -  
personaje intenta tener convicción  
aceptar sus pensamientos y senti--  
mientos para seguir manteniendo una  
relación extramarital, cuando la -  
indecisión o el temor a la crítica  
social negativa lo obstaculiza --  
y/o cuando el narrador lo mencio-  
ne.

Ejemplo: Cuando una mujer casada que tiene relaciones extramaritales piense o diga que a pesar del rechazo social negativo está convencida de seguir manteniendo relaciones extramaritales.

Cuando una mujer indecisa de ser fiel, se autoconvenza y mantenga relaciones extramaritales.

## Medio 2

Nombre: Abortar

Definición conceptual: Impedir la continuación de un proceso de embarazo para poder mantener relaciones extramaritales.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que una mujer casada y embarazada que mantiene relaciones extramaritales, - intenta abortar con la finalidad - de mantener dicha relación y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Cuando una mujer casada que mantiene relaciones extramaritales, al darse cuenta que está embarazada intenta abortar con la finalidad de mantener dicha relación y/o cuando el narrador lo mencione.

Cuando una mujer casada que mantiene relaciones

extramaritales, al darse cuenta que está embarazada intenta abortar para poder mantener las relaciones.

**Consecuencias**

- 1.- Logró la meta
- 2.- No logró la meta

**META III**

**Nombre: Obtener dinero**

**Definición conceptual: Deseo de obtener dinero.**

**Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones el deseo de obtener dinero y/o cuando el narrador lo mencione.**

**Ejemplo: Cuando una persona desea obtener dinero para pagar una apuesta, una deuda, casarse.**

**Quando una persona desea obtener dinero para lograr estatus.**

**Obstáculo 1**

**Nombre: Tener un empleo poco remunerado económicamente.**

Definición conceptual: Ganar poco dinero por el trabajo -  
que se realiza.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el per  
sonaje a través de sus pensamien--  
tos y/o acciones manifiesta la im-  
posibilidad de obtener el dinero -  
deseado a causa de lo poco que pa-  
gan por el trabajo que realiza: y/o  
cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Cuando un hombre o una mujer trabaja en una em-  
presa y el dinero que le pagan no es suficien-  
te.

Cuando un hombre o una mujer considera que el -  
dinero que gana no es suficiente para satisfacer  
sus necesidades.

### Obstáculo 2

Nombre: No encontrar trabajo

Definición conceptual: Carencia de trabajo, independiente  
mente de la voluntad del que lo --  
busca.

### Obstáculo III

Nombre: No tener deseos de trabajar.

Definición conceptual: No querer ser empleado en ningún tipo de trabajo, y ésto sea un -- obstáculo para obtener dinero.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el - personaje, a través de sus pensa-- mientos y/o acciones, manifieste - la imposibilidad de obtener dinero a causa de no querer realizar nin-- gún tipo de trabajo y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Cuando un hombre o una mujer no quiere traba-- jar, pero sí desea tener dinero para vivir.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus pensamientos y/o acciones manifiesta la imposibilidad de obtener dinero a causa de no encontrar trabajo cuando lo busca; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer desee dinero, vaya a una empresa a solicitar empleo y no lo admitan.

#### Medio 1

Nombre: Robar

Definición conceptual: Tomar clandestinamente objetos o dinero de otros.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje toma dinero u objetos que no le pertenecen, con la finalidad de tener dinero a causa de que gana poco, no tiene deseos de trabajar o no encuentra trabajo; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer planea un robo.

Quando un hombre o una mujer toma objetos o dinero que no le pertenecen.

### Medio 2

Nombre: Solicitar empleo

Definición conceptual: Acción de buscar trabajo para obtener dinero.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje solicita empleo a otros - - (cuando no tiene trabajo o gana poco) para obtener dinero; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer vaya a una empresa a solicitar empleo.

Quando un hombre o una mujer le dice a otro que le dé empleo.

### Medio 3

Nombre: Seducción sexual.

Definición conceptual: Acto de inducir a otro a la unión sexual con la finalidad de obtener dinero.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje induce a otras personas que poseen dinero a la unión sexual - por medio de la drogadicción, alcoholización y excitación (cuando no tiene deseos de trabajar o no encuentra empleo) con la finalidad de obtener dinero de esa persona; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplo: Cuando un hombre o una mujer induce a otra (o) que posee dinero a la unión sexual.

Consecuencias

- 1.- logró la meta
- 2.- no logró la meta

META IV

Nombre: Abandonar al Cónyuge

Definición conceptual: Desear dejar de mantener una relación con el esposo (a) para irse - con otro (a) y establecer o mantener otra relación.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el per

sonaje induce a otras personas que poseen dinero a la unión sexual - por medio de la drogadicción, alcoholización y excitación (cuando no tiene deseos de trabajar o no encuentra empleo) con la finalidad de obtener dinero de esa persona; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer induce a otra (o) que posee dinero a la unión sexual.

#### Consecuencias

- 1.- logró la meta
- 2.- no logró la meta

#### META IV

Nombre: Abandonar al Cónyuge

Definición conceptual: Desear dejar de mantener una relación con el esposo (a) para irse - con otro (a) y establecer o mantener otra relación.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta, a través de sus pensamientos y/o acciones el deseo

de alejarse de su cónyuge con la -  
finalidad de mantener otra rela-  
ción.

Ejemplo: Cuando un hombre o una mujer abandona o desea -  
abandonar a su esposo (a) para irse con otro (a).

### Obstáculo 1

Nombre: Crítica social

Definición conceptual: Temor a la crítica social negativa  
que imposibilita abandonar al espo-  
so (a) para mantener o establecer  
otra relación.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el per-  
sonaje a través de sus pensamien-  
tos y/o acciones manifiesta la im-  
posibilidad de abandonar a su es-  
posa (o) por irse con otro (a) a -  
causa del temor al rechazo social;  
y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer casado (a) desea  
abandonar a su cónyuge por irse con otro (a) y  
no lo hace por temor al rechazo social, a lo que  
digan otras personas (amigos, parientes).

## Obstáculo 2

Nombre: Indecisión

Definición conceptual: No estar convencido de abandonar al cónyuge.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones la imposibilidad de irse con otro (a) a causa de no estar seguro de abandonar a su cónyuge para mantener y establecer otra relación y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Que un hombre o una mujer quiera abandonar a su esposa (o) para establecer otra relación, pero no está seguro de dejar a su cónyuge.

## Obstáculo 3

Nombre: Pobreza

Definición conceptual: Cuando existe la imposibilidad de abandonar al cónyuge por no tener dinero para hacerlo.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus

pensamientos y/o acciones la imposibilidad de abandonar a su cónyuge para establecer o mantener otra relación a causa de la falta de recursos económicos; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Que una mujer o un hombre desee abandonar a su esposo (a) pero no puede hacerlo por no llevar o no tener dinero consigo.

#### Medio 1

Nombre: Convencimiento

Definición conceptual: Cuando la esposa (o) habla con su cónyuge con la finalidad de que acepte el abandono.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus acciones hace aceptar a su cónyuge el abandono para irse con otro (a), cuando hay falta de dinero o temor a la crítica social; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer le pide a su cónyuge que acepte el abandono.

## Medio 2

Nombre: Matar al o la cónyuge

Definición conceptual: Quitar la vida al esposo o esposa para irse con otro (a).

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus pensamientos y/o acciones manifieste atentar contra la vida de su cónyuge - para irse con otro (a); y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer intenta matar a su cónyuge para irse con otro (a).

## Consecuencias

- 1.- logró la meta
- 2.- No logró la meta

## META V

Nombre: Deseo de afecto amoroso

Definición conceptual: Desear establecer una relación amorosa afectiva con una persona del sexo opuesto.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje, manifiesta a través de sus

pensamientos y/o acciones el deseo de estar con otra persona del sexo opuesto para establecer vínculos afectivos amorosos, estando o no enamorado (a) previamente; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre le dice a una mujer que acepte ser su novia.

Cuando una mujer desea que un hombre le declare su amor.

#### Obstáculo 1

##### Nombre: Superación personal

Definición conceptual: La imposibilidad de establecer o mantener una relación afectiva a causa de existir mayor interés en el estudio o en el trabajo.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones la imposibilidad de relacionarse -- afectivamente con otro (a) a causa de tener mayor interés en su -

trabajo o estudios; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Decirle a otros que no acepta relacionarse afectivamente porque le interesa más sus estudios o su trabajo.

### Obstáculo 2

Nombre: Estar comprometido

Definición conceptual: La imposibilidad de establecer una relación a causa de tener esposo - (a), novio (a), hijo (a).

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones la imposibilidad de establecer una relación afectiva amorosa con otra persona a causa de tener otra relación; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre le pide a una mujer que acepte ser su novia, esposa, amante y ésta no acepta por tener una relación que se lo impide.

### Medio 1

Nombre: Cortejo

Definición conceptual: Galantear, invitar, obsequiar deseando obtener afecto amoroso.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus acciones, - corteja, invita, a salir, obsequia halaga a otra persona con la finalidad de que acepte establecer una relación afectiva; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre invita a una mujer a salir con la finalidad de que sea su novia.

### Medio 2

Nombre: Comprensión

Definición conceptual: Brindar todo su entendimiento a la persona con la que se desea establecer una relación, cuando esta - persona manifiesta mayor interés en su superación personal o está comprometida; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre le declara su amor a una mujer y ésta le manifiesta que está comprometida o no le interesa establecer relación alguna, él le dá su comprensión.

Consecuencias:

- 1.- logró la meta
- 2.- no logró la meta.

#### META VI

Nombre: Desear casar a la hija con un hombre rico.

Definición conceptual: Desear que la hija establezca relaciones conyugales con un hombre - rico.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el - personaje a través de sus pensamientos y acciones manifiesta el deseo de casar a su hija con un hombre que posee mucho dinero; - y/o cuando el narrador lo mencione

Ejemplos: Decirle a la hija que se case con un hombre rico.

Pensar en decirle a la hija que se case con un banquero o funcionario o cualquier hombre de - estrato socioeconómico alto.

### Obstáculo 1

Nombre: Estar comprometida afectivamente

Definición conceptual: Tener una relación afectiva con otro.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus pensamientos y/o acciones, manifiesta la imposibilidad de casar a su hija con un hombre rico a causa de que está relacionada afectivamente con otro hombre, y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando la hija tenga novio o le diga a sus padres que ama a otro hombre.

Que la hija ya esté casada con otro hombre.

### Obstáculo 2

Nombre: Mala reputación

Definición conceptual: Crítica negativa y rechazo social a la hija que desean casar con un hombre rico.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de

sus pensamientos y/o acciones la imposibilidad de casar a su hija con un hombre rico a causa de que ésta es criticada negativamente por los demás y rechazada; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando hablan mal de la hija y es rechazada - socialmente por los amigos, parientes.

Cuando la hija es considerada como poco honorable.

### Obstáculo 3

Nombre: Embarazo de la hija

Definición conceptual: No poder casar a la hija porque - está embarazada.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el - personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/O acciones la imposibilidad de casar a su hija con un hombre rico a causa de que está embarazada de otro y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando la hija le confieza a su padre que no puede casarse con el hombre que él desea por que está embarazada de otro hombre.

Cuando los padres dicen que no pueden casar a su hija porque está embarazada.

### Medio 1

Nombre: Convencimiento

Definición conceptual: Hablar con la hija e inducirla a que acepte casarse con un hombre rico.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje platica con la hija para convencerla de que acepte casarse con un hombre rico, cuando la hija ya está comprometida con otro y/o cuando el narrador lo mencione

Ejemplos: Cuando el padre o la madre habla con su hija y le dice que acepte casarse con un hombre rico a pesar de que ya esté comprometida.

### Medio 2

Ocultamiento de malas conductas

Definición conceptual: Encubrir, reservar las acciones de la hija consideradas por los demás como negativas con la finalidad de que pueda casarse con un hombre - rico.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el - personaje reserva, encubre las ac ciones de la hija que son considera das por los demás como negativas, con la finalidad de poder - casarla con un hombre rico; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando los padres encubren las malas acciones de la hija para casarla con un hombre rico.  
Cuando los padres no cuentan a los demás las malas acciones de la hija para poder casarla con un hombre rico.

Consecuencias:

- 1.- logró la meta
- 2.- no logró la meta

#### META VII

Nombre: Deseo de obtener fama

Definición conceptual: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus pensamientos y/o acciones manifiesta el deseo de tener un reconocimiento social más elevado; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando una mujer desea ser actriz, modelo, cantante con la finalidad de ser reconocida socialmente.

Cuando un hombre quiera ser actor, fotógrafo, cantante con la finalidad de ser reconocido socialmente.

#### Obstáculo 1

Nombre: Tener una relación afectiva.

Definición conceptual: Tener una relación afectiva que imposibilita obtener fama.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones la imposibilidad de obtener la fama, ser reconocido socialmente a causa de una relación afectiva que se lo impide.

Ejemplos: Que la novia (o) no acepte que trabaje como -  
artista. (152)

## Obstáculo 2

Nombre: Pobreza

Definición conceptual: No pertenecer a un estrato social alto.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones la imposibilidad de obtener la fama a causa de su carencia de recursos económicos; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre no sea aceptado en el trabajo por su modesto vestir.

Quando un hombre no puede ser famoso a causa de falta de dinero para vertirse lujosamente.

## Medio 1

Nombre: Abandonar a la persona que se opone a la fama

Definición conceptual: Dejar a todos aquellos que no aceptan su deseo de ser famoso (a).

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el -  
personaje a través de sus pensa-  
mientos y/o acciones pretende --  
abandonar a las personas porque  
se oponen a su deseo de tener un  
reconocimiento social alto; y/o  
cuando el narrador lo mencione.

Medio 2

Nombre: Buscar empleo

Definición conceptual      Búsqueda de un trabajo del cual  
pueda obtener recursos económicos  
para obtener la fama.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el -  
personaje busca trabajo con el -  
deseo de ser empleado en algún -  
lugar donde cree obtener recursos  
económicos para obtener la fama  
y/o cuando el narrador lo men--  
cione.

Ejemplos: Solicitar empleo en alguna empresa, oficina pa  
ra obtener dinero y fama.

Solicitar empleo en un teatro, cine, cabaret -  
para ser famoso.

Consecuencias:

- 1.- logró la meta
- 2.- no logró la meta

### META VIII

Nombre: Deseo sexual sin lazos conyugales

Definición conceptual: El deseo del establecimiento de relaciones sexuales sin existir relaciones conyugales previas.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de sus pensamientos y/o acciones el deseo de tener relaciones sexuales con otro (a) sin que existan lazos conyugales previos; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer le dice a otro (a) que acepte tener relaciones sexuales, sin que esa persona sea su esposo (a).

### Obstáculo 1

Nombre: Estar comprometido (a) afectivamente con otro (a)

Definición conceptual: Tener un compromiso afectivo.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje manifiesta a través de pensamientos y/o acciones la imposibilidad de relacionarse sexualmente con otra (o) a causa de tener una relación afectiva (compromiso) con otra (o); y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer se niega a tener relaciones sexuales porque dice estar comprometido (a).

## Obstáculo 2

Nombre: Crítica social

Definición conceptual: Imposibilidad de tener una rela--ción sexual por temor a la crítica social negativa.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje a través de sus pensamientos y/o acciones manifiesta su imposibilidad de relacionarse se--xualmente con otro (a) a causa de temer al rechazo social; y/o cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Cuando un hombre o una mujer no acepta relacionarse sexualmente con otra (o) debido al temor de lo que puedan decir sus amistades, parientes, jefe de trabajo.

Medio 1

Nombre: Seducción sexual.

Definición conceptual: Acto de inducir a otra persona a la relación sexual por medio de la alcoholización, drogadicción etc., cuando se presentan obstáculos, como el compromiso afectivo, o el temor a la crítica social negativa.

Definición operacional: Aquellas situaciones en que el personaje por medio de la alcoholización, la drogadicción y/o la excitación induce a otra persona a tener relaciones sexuales sin que existan lazos conyugales previos y -- cuando existan obstáculos como el compromiso afectivo o el temor a la crítica social-negativa; y/o -- cuando el narrador lo mencione.

Ejemplos: Que un hombre o mujer dé de tomar a otra (o),  
lo que excite con la finalidad de tener rela-  
ciones sexuales a pesar de que no existen la-  
zos conyugales previos.

Consecuencias:

- 1.- logró la meta
- 2.- no logró la meta.

TEORIAS MOTIVACIONALES

ANEXO III

## TEORIAS DE MOTIVACION.-

Las teorías motivacionales afirman que el hombre satisface sus necesidades tanto biológicas como culturales, dependiendo del grado de motivación que tenga para su realización y están determinadas por el proceso de aprendizaje y las estimulaciones del medio social.

Tales necesidades son influencias primarias en la conducción del individuo, que tiene como objeto la reducción de las tensiones ya sean placenteras o no, que han sido vividas cuando una necesidad se presenta por sí misma y la conducta del individuo es la apropiada para facilitar la satisfacción de la necesidad.

Las necesidades integran y organizan las actividades psicológicas, al dirigir y sostener la acción hacia un objetivo, la emergencia de cualquier tipo de necesidad depende del estado fisiológico momentáneo y de los conocimientos del individuo, el número y variedad de los impulsos despertados en función de la complejidad de las situaciones y las oportunidades para su eclosión en un grado bastante elevado para su satisfacción.

Abraham Maslow en 1943 propuso la teoría sobre el orden específico del desarrollo de los impulsos en términos de -

la historia individual de cada satisfacción. Formuló la hipótesis de que las necesidades humanas se han desarrollado según un orden que va de los impulsos inferiores a los impulsos superiores, las necesidades más poderosas tenderán a monopolizar la conducta consciente y a organizar toda la actividad y capacidad del organismo alrededor de su satisfacción. Las necesidades menos fuertes tenderán a ser descuidadas u olvidadas. Cuando un grupo de necesidades es satisfecho el siguiente grupo aparecerá, para dominar la actividad y servir como centro monopolizador de la conducta.

Clasificó las necesidades en cinco categorías, a saber:

**Necesidades fisiológicas:**

Este tipo de necesidades y sus conductas consumatorias pueden servir como canales para otra clase de necesidades. Las necesidades fisiológicas son las más poderosas en el sentido de que cuando no están satisfechas a un nivel mínimo, el ser humano sólo actuará en busca de su satisfacción, ejemplos de ello: el hambre y la sed.

**Necesidades de Seguridad:**

Satisfechas las necesidades fisiológicas estas necesidades se convierten en organizadoras de la conducta y se refieren a la reacción, el peligro, o la amenaza, mani-

festándose la necesidad de protección contra el peligro.  
La necesidad de tener garantías y seguridad.

#### Necesidades de Amor o Necesidades Sociales:

Este grupo se refiere a las necesidades de amor, afecto y pertenencia, la persona busca amigos, familia, hijos, estará deseosa de relaciones afectivas con la gente, por un puesto en su grupo. Esta necesidad implica dar y recibir, están generalmente rodeadas de ambivalencia y culturalmente se les han puesto restricciones e inhibiciones.

#### Necesidades de Estima:

Las personas manifiestan una necesidad de alta evaluación de sí mismas, de autoestima y de estima de los demás, basada sobre una capacidad real respecto hacia los demás.

#### Necesidades de Autorrealización:

Cuando hay un descontento del ser humano cuando no está haciendo aquello para lo cual es apto, se manifiesta un deseo de actualizar aquello para lo cual se tiene potencialidad o de ser lo que uno mismo es.

Afirma Maslow que toda persona madura posee una determinada jerarquía motivacional y cuando las necesidades inferiores están satisfechas, éstas dejan de ser imperiosas

y el individuo queda libre para realizar otros impulsos de jerarquía superior.

Mc Clelland definió el motivo como: "una asociación afectiva que se manifiesta como una conducta intencionista - determinada por la asociación previa de señales y de placer o dolor..." (26)

Según esta definición, todos los motivos son adquiridos y toda motivación se basa en emociones. Clasificó dos tipos de motivos:

- 1.- Motivos positivos o de aproximación, se manifiestan en una expectativa de placer o satisfacción.
- 2.- Motivos negativos o de evitación, se manifiestan por una expectativa de displacer o dolor

Según Mc Clelland, toda motivación se dá de acuerdo a la intensidad del estímulo: "un estímulo fuerte que impele a la acción..."

Hay motivos universales, biológicos y culturales, por ejemplo; la autorrealización está determinada por expectativas universales, las que a su vez están determinadas

(26) David Frech, et. al: Psicología Social. Ed. Biblioteca nueva ALMARGO No. 38. Madrid 1975

por condiciones universales del desarrollo humano. El -  
hombre tiene tres motivaciones de acuerdo a sus condicion  
es culturales:

Necesidades de logro: Son todas aquellas pautas relacion  
adas con la competición tales como: realizar una hazaña  
única, la planificación de una meta a largo plazo, cum-  
plir compromisos impuestos por uno mismo.

Necesidad de poder: Se manifiesta como la necesidad de  
ejercer control o influencia sobre los demás.

Necesidad de afiliación: La necesidad de afecto cálido -  
hacia los demás, el deseo de ayudar a los demás, etc...

Por otra parte, en la teoría motivacional de Murray la -  
necesidad y la presión son los factores más importantes,  
el desarrollo de la personalidad puede describirse como  
la combinación de una necesidad y una presión, las varian  
bles más importantes son la "necesidad", "catexia", "emon  
ción", "afección".

Para Murray la necesidad es un sinónimo de impulso. Una  
necesidad es el resultado inmediato de ciertos sucesos -  
internos. Nace, dura un momento y desaparece, no es una  
resultante de fuerzas.

Definió la necesidad como: "la fuerza interna del organismo que determina una cierta tendencia o afecto principal..." (27)

Clasificó las necesidades en las siguientes categorías:

Necesidades primarias; Viscerogénicas, engendradas y cal  
madas por acontecimientos corporales.

Neceaidadea secundariaa; Psicogénicaa, determinadas por  
eatímulos externos en relación con los estímulos inter--  
nos.

Según la necesidad que fuerza al organismo hacia el objeu  
to, las categorías anteriores pueden ser positivas, cuanu  
do las necesidades fuerzan al organismo de modos positiu  
vos hacia otros objetos.

Y negativas, cuando fuerzan al organismo a apartarse de  
otros objetos.

(27) K, Madsen: Teorías de la Motivación. Ed. Paidós,  
Buenos Aires 197

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

## BIBLIOGRAFIA

- Acosta, Leonardo: Comunicación y Cultura. #2 Editorial Nueva Imagen, México, 1975.
- IX Censo General de Población y Vivienda 1970, México.
- Acosta, Mary Claire: Aborto y Sociedad. México, 1978
- Amann, Ricardo y Panniet de Amann Nicole: Conformismo y Comunicación Colectiva. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales #.69 Colec. Periodismo y comunicación colectiva. Fac. Ciencias Políticas y Sociales, UNAM México - Jun.-Septiembre 1972.
- A. Dorfman, A. Mattelart: Para leer el Pato Donald. Ed. Siglo XXI, México, 1976
- Aranda, Eugenia, et al: Mujer, explotación, lucha y liberación. Ed. Nuestro Tiempo, México 1976.
- Aronson, Elliot: Introducción a la Psicología. Ed. Alianza, Madrid 1979.
- Coma, Javier: Los Comics un Arte del siglo XX. Ed. Guadarrama, Colección Universitaria de Bolsillo, Punto Omega, Madrid 1971.
- Varios autores: Comunicación e Ideología. Ed. Fin del Siglo. Méx. 1974.
- Comisión de Estudios de la Universidad Iberoamericana: Simposium Internacional de la Comunicación en el Subdesarrollo. México, 1973.
- Deustch y Krauss: Teorías de Psicología Social. Ed. Paidós, B. Aires 1976.
- De Buen Rodríguez Paz: Lectura de Revista y su Efecto - Sobre el Concepto de Sí Mismo que tiene la Mujer. Tesis, Lic. Psicología México, 1980.

- Duarte Muñoz Irma: Análisis de Contenido de una Muestra - de Fotonovelas Mexicana. Tesis. Lic. UNAM. 1979. México.
- Durán Sánchez Antonio: Análisis de Contenido de Fotonovelas Impresas a Colores en México, D.F. Tesis. Lic. Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Universidad Iberoamericana. Méx. 1974
- Duverger, M: Análisis de Contenido
- Eco, Umberto: Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas. Ed. LUMEN. España - 1972.
- ENEP Acatlán: Análisis de Contenido. División de Metodología, Méx. 1977
- Ferrer Eulalio: Comunicación y Opinión Pública. No. 16 Ed. Acosta amic. México. 1974
- Frech, David. et. al.: Psicología Social. Ed. Biblioteca Almargo No. 38. Madrid 1975
- Goded, Jaime Andreu: Dos Ensayos en Comunicación: Revista Mexicana de Ciencia Política No. 69. UNAM, México. 1972
- Gutiérrez Vega Hugó: Efectos de la Comunicación Masiva en la Sociedad. Deslinde No. 46 - México 1973.
- Higilio Alvarez, Constantivo: La Magia de los Comics - Coloniza Nuestra Cultura. Derechos Reservados. México. 1978
- Herner Irene: Mitos y Monitos. Historietas y Fotonovelas en México. Ed. Nueva Imagen, S.A. México, 1979
- Henry Clay Lindgren: Introducción a la Psicología Social. Editorial Trillas. México 1979
- K. Madsen: Teorías de la Motivación. Ed. Paidós. Buenos Aires 1978.
- Klapper T. Joseph: Los Efectos Sociales de la Comunicación de Masas. La Ciencia de la Comunicación Humana. Schramm, Wilbur Ed. Roble. México 1975.

- Kennet John: Efectos de la Dependencia. en Medios de Comunicación Social. H. Schiller. - México, Revista de Comunicación #2 UNAM, 1978.
- Levin, Jack: Fundamentos de la Estadística en la Investigación Social. Ed. HARLA, S.A. de C.V. México 1972.
- Marín, Gerardo: Manual de Investigación en Psicología Social. Ed. TRILLAS. México 1975.
- Mattelart, Armand: La Cultura como empresa multinacional. Serie Popular ERA. México 1977.
- Mattelart, Michale: La Cultura de la Oposición Femenina. Serie Popular ERA. México 1977
- Mayo, Carlos: Análisis de la Historieta Lágrimas y Risas. Tesis de Licenciatura en la Universidad Iberoamericana, México 1978.
- Nalm, Nomez: La Historieta en el Proceso de Cambio Social. Comunicación y Cultura #2 Ed. Nueva Imagen. México 1978
- Mattelart, et al: Comunicación Masiva y Revolución Socialista. Ed. Diógenes, S.A. México 1971.
- Odenhal, Jiri: La Socialización en el Desarrollo del Individuo. En La Problemática Científica de la Psicología Actual. Ed. ORBELUS, Buenos Aires, 1968
- Marentes, Pablo, et al: Televisión, Cine, Historieta y Publicidad en México. Cuadernos del Estudio de la Comunicación #2 UNAM México, 1978.
- Medina Pichardo José: Efectos de los Films en sus Audiencias. Cuadernos de Comunicación. Agosto-Sept./80 Nov. 62-63. Sep. 1981 Págs. 18-26

- Pinto, Mazal Jorge: Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva. UNAM, México 1977.
- Cetto, Ana María: Se Desaprovecha la mano de Obra Femenina. 1981 en Prensa. Periódico Uno Más Uno.
- Gubern, Roman: El Lenguaje de los Comics. Ed. Península Barcelona 1979.
- Rojas, Soriano Raúl: Gua para Realizar Investigaciones Sociales. UNAM, México 1979.
- Selltiz: Técnicas de Investigación en las Relaciones Sociales. Edit. Paidós, 1972
- Silvia Ludovico: Teoría y Práctica de la Ideología. Ed. Nuestro Tiempo, México 1976.
- Nixon, Raymond: La Enseñanza del Periodismo en América Latina. Comunicación y Cultura #2. Ed. Nueva Imagen. México. 1978.
- Rojas, R. y Cruz, Rosalba: Comunicación e Ideología. No. 4 México, 1978.
- Schramm, Wilbur: La Ciencia de la Comunicación Humana. Ed. Roble. México, 1975
- Sheriff % Sheriff: Cambio de Actitudes por Medio de la Comunicación en Situaciones de Interacción.
- Steinberg, Charles: Los Medios de Comunicación Social. Ed. Roble. México, 1976
- Terroni, et al: Comunicación de Masas. Barcelona, ed. Colecc. Punto y Línea, 1978
- Williams, Raymond: Los Medios de Comunicación. Ed. Península, Barcelona 1974.
- Agenda Estadística. 1979 E.P.P. México
- Análisis de Contenido. Selección de Lecturas. Ed. UNAM México, 1977.