

20/10



**Universidad Nacional Autónoma  
de México**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**LA MUJER Y LA FOTONOVELA  
UN ESTUDIO EN LA COLONIA SANTO DOMINGO**

**T E S I S**

**Que para obtener el título de  
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

**p r e s e n t a**

**GLADYS MAGALI CERDA PEREZ**

**México, D. F.**

**1987**



## **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 está 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.

## INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO 1	
1.1 La Fotonovela	10
1.2 La Mujer (del Medio Urbano y Popular)	14
CAPITULO 2	
2.1 Caracterización de colonia popular urbana	17
2.2 Ubicación y antecedentes de la Colonia Santo Domingo	21
2.3 Observaciones sobre la vida cotidiana de la mujer	26
CAPITULO 3	
3.1 Encuesta	32
3.2 Diseño y Síntesis de la Encuesta	59
CONCLUSIONES	64
BIBLIOGRAFIA	77

## INTRODUCCION.

La fotonovela en México tiene una gran aceptación como lo demuestran los siete millones de ejemplares que se lanzan cada mes (1). Esta preferencia se ubica fundamentalmente en los sectores femeninos de los estratos medios y bajos de la población.

Ante estas cifras creemos que este tipo de revistas (2) merece una investigación concreta, ya que su demanda y difusión cobra importancia por su industrialización masiva y por ser medios que reproducen e inducen ideología en sus receptoras.

De ahí que la fotonovela no es tan sólo una mercancía más en el mercado capitalista, sino que es un vehículo ideológico que transmite valores, ideas y representaciones bajo un ropaje aparentemente inocuo. Bajo este concepto se ha analizado la función de la fotonovela dentro de los medios de comunicación y se ha privilegiado este enfoque a través de estudios intratextuales. En contrapartida no existe mucha información desde el área de las recepciones, de las personas involucradas directamente en esta práctica de lectura, la valorización que de la fotonovela hacen sus lectoras y los valores y normas que la fotonovela reproduce como medio de comunicación.

Esta interpretación que de la fotonovela realizan a través de su entorno cotidiano, de su cosmogonía, es la que no interesa rescatar y replantearla posteriormente.

De acuerdo a lo anterior, el planteamiento hipotético se centra en el aspecto ideológico, que como medio tiene y encierra la revista y considera aspectos de la vida cotidiana y concreta en que se desenvuelve la mujer que la lee.

La forma en que se desarrolla el quehacer cotidiano de la mujer de los estratos medios y bajos encierra una forma de ver y hacer su propia visión, es decir encierra una ideología determinada por su condición de clase. La fotonovela es parte de esta ideología y las lectoras se identifican o por el contrario es una ideología impuesta que rescata y utiliza los recursos culturales y técnicos a su alcance para hacerla un producto más.

A través del estudio es esta última aseveración la que se pudo comprobar fehacientemente después de un estudio de campo desarrollado fundamentalmente a base de una encuesta realizada en la Colonia Santo Domingo, en la ciudad de México.

Esta afirmación de su aceptación y arraigo en este sector encierra matices y abarca variables e indicadores, sociales, económicos y culturales que van conformando un contexto sociológico determinado.

Para acceder a esta fase de la investigación, utilicé técnicas y métodos no exclusivos de la sociología, o principios de técnicas inductivas, para relacionarme o entablar diálogos etc. Quiero destacar la inclusión en el desarrollo de este

trabajo-por aportar visiones críticas-las reflexiones de escritores como Monsiváis G. García Márquez y otros.

Fotonovela y Mujer comprende el primer capítulo. Ciertos antecedentes como origen y surgimiento en la sociedad mexicana, así como algunos aspectos de su pertenencia a la cultura de masas. De la mujer someramente se señalan el papel que desempeña al interior del núcleo familiar como receptora y reproductora de valores y normas de conducta y se mencionan las condicionantes históricas y materiales que hacen de ella un sujeto con predisposición a la exposición y recepción de medios como la fotonovela.

El segundo capítulo comprende una caracterización de colonia popular urbana. Información con respecto a la colonia de Santo Domingo. Se aportan antecedentes sobre su ubicación, composición y condiciones de vida de sus habitantes, también se describen algunas de las prácticas hábitos y costumbres de las mujeres de la colonia.

El último capítulo viene a constituir la parte central de este trabajo. Es decir la encuesta que tuvo como objeto conocer "in situ" las condicionantes que conlleva a la mujer de este medio a inclinarse por este tipo de lectura.

El presente trabajo tiene como parte central la realización de una encuesta, que fué emprendida para obtener la información por canales directos de quienes están involucradas directamente en esta práctica.

Parte de la información obtenida en esta fase está complementada con observación ordinaria que me permitió conocer algunas de las labores y tareas cotidianas que las mujeres desarrollan; conocer algunas de sus expectativas o actitudes ante determinados estímulos y observar la manera de resolver situaciones familiares o de la comunidad.

Por el carácter de exploratorio del estudio escogí la entrevista estructurada, tomando en cuenta el reducido número de personas que se entrevistó.(3)

Se realizaron 100 entrevistas a mujeres cuyas edades estuvieran comprendidas entre los quince y cuarenta y cinco años aproximadamente y fueron delimitados por los siguientes criterios:

- a) Que fueran preferentemente amas de casa, es decir que permanezcan en el hogar la mayor parte del día.
- b) Que tuvieran el hábito de la lectura de fotonovelas comprendidas en la muestra.

Las preguntas comprendidas en el cuestionario cubrió un total de 15 preguntas abiertas. Para llevar a cabo la encuesta se requirió de casi tres meses, visitando la colonia tres veces por semana en horas de la tarde. La observación y los diálogos fueron labor grata, ya que existe mucha disponibilidad de las mujeres de la colonia para exteriorizar pensamientos e

inquietudes.

En cuanto a la exposición de los datos y a la interpretación de los resultados he intercalado citas de testimonios directos y he combinado las descripciones con reflexiones.

La interpretación tiene un carácter personal, es decir de acuerdo a lo observado y rescatando planteamientos teóricos válidos para apoyar estas explicaciones como son los planteamientos de comunicólogos, sociólogos y los relacionados con la literatura y la sociedad, como son las opiniones de algunos escritores. Siguiendo las ideas de Gramsci es una forma de interpretar el "sentido común" de su cotidianidad y llevarla a términos más complejos.

Para los fines de esta tesis se eligió a la mujer ama de casa por el siguiente criterio: a) Por el papel que desempeña como receptora y reproductora de ideología al interior del grupo familiar. b) por la paradójica situación que su condición le plantea. Por un lado el confinamiento social y por otro la constante exposición a los medios, en este caso, a la fotonovela.

Para los fines de esta tesis se han utilizado algunas de las categorías del análisis marxista. Reconocemos que para enfrentarnos al estudio de la revista nos encontramos con teorías amplias y dispersas. Por ejemplo existen enfoques estructuralistas sobre los elementos iconográficos o lingüísticos de la revista, que si bien son significativos no

consideraban aspectos macrosociales. También los trabajos sobre los medios de comunicación impresos que le niegan todo potencial de uso al calificarla de subliteratura y restarle todo valor plástico. Pero a riesgo de parecer reiterativa un producto de tales características por qué es aceptado por un sector significativo de la población. Son varios los aspectos que convergen para poder determinar o especificar este consumo, inclusive tomar en consideración dentro de las variables culturales, la inclinación de las lectoras por los elementos iconográficos que posee la fotonovela.

Por ello las técnicas para acceder al objeto de estudio fueron amplias y variadas. En todo caso me parece pertinente señalar que he tratado de ceñirme o situar a la fotonovela como fenómeno social que actúa en el ámbito de las ideas y representaciones del mundo y que se encuentra en manos de una clase que impone su sello a modo y semejanza de sus intereses.

### Planteamiento Hipotético.

La fotonovela no es un producto ni es creación emanada del pueblo, sino que más bien obedece a la creación y producción de grupos minoritarios que persiguen el lucro, es decir una producción ideológica y esta creación ideológica tiene como finalidad no solo el incremento del capitalismo material, sino la constitución de un capital ideológico. Sus destinatarias o consumidoras típicas ¿Son receptivas y vulnerables o por el contrario mantienen hacia el producto una actitud de crítica o rechazo.?

Que los detentadores de esta ideología dominante rescatan aspectos, formas, expresiones de la comunicación popular, ya materializado en otros medios de comunicación. La fotonovela no rompe esquemas ni gustos. Más bien utiliza estos elementos para su configuración y en consecuencia la aceptación en el medio.

El éxito de la fotonovela se debe a sus características de forma y contenido que se adecúan a las condiciones materiales y existenciales de las receptoras; facilidad de manejo y de lectura, profusión de estímulos visuales, y es asequible material y económicamente.

La ausencia de alternativas o espacio social de la mujer que pertenece a los sectores populares, determinado en primer

instancia por su condición de clase y su condición de mujer. El sujeto desposeído de recursos y medios económicos está destinado a consumir los productos 'culturales' que la sociedad de consume produce. El espacio social en que la mujer se desenvuelve y desarrolla su cotidianidad es limitado, y los productos que pueda demandar son los que no la apartan de su ámbito doméstico, como la fotonovela.

Las limitaciones educativas que prevalecen marcadamente en los sectores femeninos y de leer será un texto que no entrañe un grado de dificultad insalvable.

Tal como está planteado en la fotonovela, los conflictos y problemas sentimentales, es para uso y consumo de las mujeres. Es decir, la sociedad de clases demarca, crea arquetipos, y construye los valores de entretenimiento 'adecuados' para cada sector. Pero para implementarlo se basa desde su perspectiva capitalista, en su enfoque mercantilista y desde su óptica ideológica.

## Notas

1.- La revista de fotonovelas 'Novelas de Amor' declara un tiraje semanal de 360 000 ejemplares. Aunque no publicamente declarados los tirajes en todos los casos son similares a la primeramente mencionada como sucede con las revistas 'Cita', 'Cita de Lujo', 'Capricho', 'Fiesta', 'Chicas', 'Linda', 'Ternura', 'Rutas de Pasión', 'Revista Musical'. Estos datos son extraídos en algunos casos de la Revista Medios Publicitarios Impresos 1985.

2.- Revistas denominadas románticas, como las mencionadas anteriormente. Se descartan las revistas que si bien presentan el mismo formato se apartan de la línea. A saber 'Valle de Lágrimas', 'Casos de Alarma', 'Sucesos de la Vida Real', etc.

3.- Ver capítulo 3 (encuesta )

## CAPITULO 1

### 1.1 La fotonovela

La fotonovela nació en Italia después de la Segunda Guerra Mundial. Su desenvolvimiento ulterior no desmintió el significado de su origen. La fotonovela en los países anglosajones, no sirvió sino para comprobar la especificidad latina del género.

La fotonovela se presenta como un híbrido del cine y de la historieta (1). La primera forma en que se dio a conocer es la de una pequeña y barata publicación destinada a divulgar una película; la cinenovela. Deseosos de aprovechar el éxito que alcanzó esta última, unos editores italianos (Rozzili, Mondadori y más tarde del Duca) decidieron prescindir del soporte de la producción cinematográfica y presentan, a través de una sucesión de fotografías acompañadas de escaso texto, un guión original. Según la técnica de la historieta, las palabras que correspondían al diálogo se inscribieron en una especie de burbuja originada en la boca del personaje quien daba la impresión de hablar a través de una 'nube de humo' (fumetto) en italiano; aún cuando los diálogos no se transcriben más en esta burbuja.

La fotonovela es una novela o relato presentado en formas de

fotografías encadenadas y comentadas con breves textos.

Evelyne Sullerot habla de ella como un género de la literatura popular sentimental... representa una forma de relatar.

Si se compara a las publicaciones comprendidas dentro de las otras sublitteraturas, el nacimiento de la fotonovela es reciente ya que su origen no va más allá de los años 40. (2)

Las primeras fotonovelas publicadas en México, son al igual que lo sucedido en otros países de origen italiano 'Rutas de Pasión' aparecida en 1965 e 'Ilusion' publicada por primera vez en 1966 aunque en 1962, ya circulaba 'Novelas de Amor', pero con relativo éxito. (3)

En la actualidad, el total de títulos del género alcanzan aproximadamente a la treintena, y los de estilo rosa abarcan aproximadamente la mitad, entre las más conocidas se encuentran revistas como: 'Capricho', 'Cita', 'Cita de Lujo', 'Chicas', 'Novelas de Amor', 'Linda', 'Rutas de Pasión', 'Ternura', 'Fiesta'.

Su aparición es en casi todos los casos semanal. Las de mayor tiraje presentan distintos formatos, y circulan quincenalmente. Los tirajes varían desde los doscientos mil ejemplares -el mínimo- hasta los más elevados como los declarados por la revista 'Novelas de Amor' con 360 mil ejemplares a la semana.

(4)

Aunque la cifra de los ejemplares indica poco en cuanto al verdadero número de lectores expuestos a este medio, dado que el sistema secundario de distribución al cual da lugar este tipo de revistas, aumenta el volumen del auditorio en una proporción apreciable. En el caso de las fotonovelas seguramente alcanza índices más altos dado que ella en sí es un producto con mayor vida y susceptible de ser releído, intercambiado (revendido) y aun alquilado, además que no se desactualiza.

Los estudios sobre la fotonovela no alcanzan la amplitud y profundidad como la que alcanzan otros medios impresos como la historieta y otro tipo de revistas femeninas. Pero la fotonovela no se aparta de lo que en esencia caracteriza a los demás productos de la industria cultural, portador y reproductor de ideología, cuya finalidad no es sólo el incremento incesante del capitalismo material, sino la constitución de un capital ideológico, conformado a través de patrones, valores y normas de conducta.

La fotonovela encuadra en el delimitado mercado que este propio sistema estereotipa, una revista acorde a la naturaleza de la mujer 'romántica, soñadora, sentimental, etc.' pero que a su vez esté al alcance de este amplio sector: un poder adquisitivo mediano, y que esté en consonancia con la calidad del producto. Hay que hacer hincapié en que la fotonovela ha incorporado a la promoción a artistas o ídolos populares del cine, teatro, televisión etc.

La fotonovela está ligada directamente a los procesos técnicos de la impresión fotográfica, y de algún modo a la creación y promoción orientada siempre a utilizar nuevos valores artísticos que den a la fotonovela un contenido de espectáculo para incrementar su venta.

Es decir, los primeros empresarios vieron en ella un excelente instrumento de promoción publicitaria para uno de los ingredientes de su producto; 'el artista' (§)

Monsivais señala de la fotonovela que ésta recoge ciertos aspectos de la llamada cultura popular, presentes en las antinomias de los géneros románticos tanto en el cine como en la música ya a principios de siglo y desarrollados a plenitud por los años 40 y 50. Exponentes en el cine de Rodríguez y Cardona, y en el plano musical con las canciones de Lara, Alcaraz, etc. Que los detentadores de la ideología dominante y de los medios de comunicación rescatan aspectos, formas y expresiones de la cultura popular y la reincorporan a las masas como un acabado producto industrial materializado como medio impreso, como fotonovela. (6)

La fotonovela tiene estos antecedentes y su surgimiento, lejos de romper con esquemas (por ser un producto relativamente reciente) se vé favorecido por estas precondiciones. La revista es una especie continuadora, pero por sus recursos técnicos, accesible aún más a las clases populares.

## 1.2 La Mujer

La fotonovela abarca un sector delimitado de la población femenina. El papel que la sociedad capitalista le adjudica a este numeroso contingente está en función de actividades meramente reproductivas y en apoyo de la fuerza de trabajo. Es la mujer quien se encarga desde el ámbito familiar de que las capacidades, conductas, hábitos se refuercen, ejecuten y jerarquicen de acuerdo a su situación de clase.

Por su condición socioeconómica, emprende y cubre los primeros niveles de escolaridad, relegada por lo general a las labores domésticas y al cuidado de los hijos. Es en este contexto que queremos situarlas como receptoras y a la vez como generadoras de ideología al interior del núcleo familiar. La mujer organiza, maneja y hasta manipula lo cotidiano. Se encuentra confinada, pero el papel que juega en su entorno inmediato como es el hogar es el que pretendemos dilucidar. La mujer en este caso es la responsable directa y fundamental de aquellas tareas para las cuales no existe una relación mediada por el valor. Por lo mismo este trabajo se ubica en un apartado poco definido como es la mujer dedicada al hogar. La mujer que tiene que ver con las formas de existencia no ligadas directamente a la relación de explotación, pero que son consecuencia de aquellas y que adquieren formas sutiles y casi imperceptibles, tal como acontece con la vida cotidiana. En general se conoce muy poco de las ideas, representaciones y valores que se desarrollan en el medio. No existe un cuadro acabado de los mecanismos, valores y pautas de conducta que reciben y promueven y las

consecuencias para ella y la sociedad. El presente estudio pretende conocer una parte de la ideología que reciben, en este caso la tocante a la proyectada por la fotonovela, la manera en que la recibe, su interpretación y confrontar este impacto con aportes e impresiones que estudiosos en la materia han realizado.

## Notas

1.-Mattelart Michelle Los Medios de Com. de Masas. Edit. Guimantá.1972 pp. 223

2.-Ibidem

3.-Cruz Soto Rosalba, 1978. Las fotonovelas en México. pag 86

4.-Revista Novelas de Amor. Núm 1285, año XI Marzo 1985

5.-Cruz op.cit.

6.-Monsivais Carlos. Política Cultural del Edo. Mexicano, editada por C.C.E. 1984 pag. 153

## CAPITULO 2

### 2.1 Caracterización de colonia popular urbana.

Los barrios populares se caracterizan porque en ellos se produce una adecuación entre el uso del suelo, las necesidades, requerimientos y posibilidades de consumo, incluida la vivienda de sus moradores. Esta adecuación depende a su vez del grado de afinidad en el origen de la formación del barrio, unas veces producto de una acción organizada y otras espontánea. Depende además, del tipo de confrontación que haya de resolverse para la supervivencia... de la composición y grado de homogeneidad clasistas. Y finalmente, de las expresiones culturales que emergen de esa composición y de sus antecedentes, lo que generalmente da lugar a formas de organización y relación social tradicionales que caracterizan e individualizan a cada uno de estos barrios.(1) sic

Desde el punto de vista de las clases y los sectores sociales urbanos, esas contradicciones suelen ser heterogéneas. Sin embargo es fácil identificar la primacía de un proletariado industrial, sector compuesto por un número variable de capas sociales que no forman parte del proletariado pero que tampoco pueden caracterizarse como 'lumpen proletariado'. En los análisis realizados en diferentes ciudades de América Latina estas capas sociales se componen esencialmente de subocupados, ocupados eventualmente y 'destechados'. Este componente se genera por la incapacidad de la estructura industrial y

terciaria urbanas para absorber la fuerza de trabajo excedente de las ciudades, generada en parte por la expropiación del trabajo artesanal y engrosada además continuamente por los emigrantes rurales. Este hecho específico de las economías periféricas dependientes es lo que hace que no se trate en realidad de una reserva de fuerza de trabajo sino más bien de un 'ejército de reserva industrial' sólo en los contados momentos en que se produce la expansión de la producción capitalista. En la situación general y corriente del sistema estos sectores no tienen mercado para su trabajo productivo y éste sólo se ejerce como valor de uso para su propio mantenimiento. Ello hace de los sectores populares un sector socialmente inestable y por lo tanto fácil presa de los aparatos ideológicos del Estado y de la clase dominante, especialmente a través de los medios de comunicación más media

(2)

En las colonias populares, además de este subproletariado o proletariado industrial o proletariado marginal, puede encontrarse la presencia de una pequeña burguesía marginal, compuesta de artesanos, pequeños comerciantes y propietarios de pequeños talleres u otros medios de producción económica (especialmente en la industria de la construcción y el transporte), que hacen las veces de intermediarios económicos, sociales y políticos entre las clases y sectores sociales integrados al sistema económico y los grupos marginales. La cohabitación de 'marginales' y 'no marginales' en los barrios populares tienen fundamentalmente importancia en términos de los objetivos reivindicativos y de la capacidad de gestión de

sus habitantes.

La composición sociopolíticas de las 'clases populares urbanas' muestra tres elementos constitutivos

- 1) Las características estructurales del subproletariado
- 2) El efecto de dominación y manipulación de estas clase por los aparatos ideológicos del Estado y de las clases dominantes o sus intermediarias
- 3) Las características propias de los barrios populares surgidas en su constitución y desarrollo.

La composición de clase de las colonias populares está dada en última instancia por las formas de empleo que tiene en relación a la que muestra la estructura ocupacional del empleo y esa misma estructura; por el tipo y monto de sus ingresos y su relación con la estructura de ingresos general de la ciudad por las tasas de empleo, desempleo y subempleo en comparación con las que prevalecen en el medio urbano; por el tipo de tenencia y/o propiedad de la vivienda; por las cuotas de arriendo y/o amortización de la vivienda; por el tiempo de residencia en el barrio y, finalmente, por el tipo de las relaciones subculturales que prevalecen (3).

## Notas

1.-Valencia Enrique. Sociedad de clase; ciudad de clase.  
Cuadernos Celsa de la F.C.P. y S México 1978.

2.-Ibidem

3.-Quijano Anibal. La formación de un universo marginal en las  
ciudades de América Latina.

## 2.2. Ubicación y antecedentes de la Colonia Santo Domingo.

La colonia del Pedregal de Santo Domingo de los Reyes de la Delegación Coyoacán se encuentra limitada al Norte por la barda que la separa de la Colonia Romero de Terreros, Pedregal de Carrasco y Pueblo de los Reyes y Barrio de niño Jesús. Al Oriente por la Colonia Ajusco y al Poniente por la barda de Ciudad Universitaria y con el pueblo de Copilco.

El terreno está conformado por rocas de origen volcánico proveniente fundamentalmente de la erupción del volcán Xitle. La colonia Pedregal de Santo Domingo de los Reyes tiene su traza octogonal, contando con 263 manzanas de aproximadamente 50x200 m<sup>2</sup> (1). Su población es de aproximadamente 110.000 con una densidad de más de 350 habitantes por hectárea.

Las viviendas habitadas corresponden a los criterios de autoconstrucción (2)

Comparando la densidad de población con el tipo de construcción (de uno a dos niveles) se identifica un nivel de ocupación del suelo muy grande. También es muy alto el índice de superficie dedicado a la vivienda, careciendo totalmente de áreas verdes y teniendo una gran escasez de terrenos disponibles para equipamiento. Sólo el 30% de las calles de la colonia Santo Domingo están pavimentadas, y de ellas muchas ya están deterioradas, el resto de la vialidad es terracería y en

algunas ocasiones el pedregal obstruye y dificulta la circulación. Ligado al pavimento, el servicio de recolección de residuos tiene graves carencias.

Existe electricidad domiciliaria, el alumbrado público es escaso (dos postes cada 100 metros).

Para la población existente, las carencias de equipamiento son grandes. comenzando por las áreas verdes, de las que no dispone en absoluto la colonia, las 6 escuelas primarias con que cuenta atienden una población de más de 15.000 niños de 6 a 11 años. Todavía más grave es la carencia de guarderías y preprimarias, lo que repercute directamente sobre las posibilidades laborales de las madres.

Recreación, actividades deportivas, espectáculos culturales son expresiones mínimas por no decir inexistentes en la colonia. Actualmente la colonia es una zona netamente habitacional con proliferación de pequeños talleres y comercios entremezclados con viviendas.

La vivienda ha tenido importante desarrollo en los últimos años considerando que un estudio sobre la vivienda realizado en la zona en 1978 daba cuenta de un 80% de viviendas precarias, mejorando en los últimos años la calidad de la vivienda. No obstante este aspecto representa un problema grave en la colonia, tanto por su calidad como por las condiciones de asentamiento.

La apertura de Avenida Las Torres como eje vial tendrá una importante influencia en cuanto al movimiento interno de la Zona. De modo que el lugar de difícil acceso, carente de servicios se verá modificado, ya que quedará comunicado hacia centros como C.U. y centros comerciales como es el caso de Perisur, entre otros.

La intencionalidad tanto de sus habitantes, pobladores y autoridades locales es tratar de modificar aquellos aspectos de su realidad, confirmada por sus condiciones de vida, que la clasifican como 'zona marginal' para darle actualmente el carácter de colonia popular.(3)

De acuerdo a los datos de la Delegación Coyoacán, a la que pertenece, y a la observación simple, los indicadores socioeconómicos, no corresponden a los de una zona marginada, definida estructuralmente por la ausencia de un rol económico articulado con el sistema de producción industrial (aunque para la definición de colonia popular no existe mucha información). Según la descripción de J. Turner las colonias populares son generalmente fraccionamientos en terrenos de bajo valor (laderas, lechos de lagos, etc.) que se adquieren por venta o por ocupación ilegal y que albergan conglomerados de nivel económico variable. Su densidad de población es mediana, su ubicación es periférica, estabilidad residencial larga y mediana, y niveles de vida en evolución (4)

Para la investigadora Larissa Adler, las colonias populares representan actualmente el tipo residencial de más rápido

crecimiento en el Distrito Federal. Algunas de estas colonias son de clase obrera y otras predominantemente de nivel marginado. En su conjunto, abarcan del 35 al 40% de la población del Distrito Federal.(5)

La colonia está dotada de servicios como luz, agua, teléfono. Este último servicio es casi exclusivamente para servicio comercial, y en cuanto al agua siempre escasea. No se dispone de Centros de Abasto a gran escala, ni con supermercados de cadenas particulares. Para los efectos se dispone de los tradicionales mercados, y también con el pequeño comercio, implementado a través de tiendas de misceláneas.

En lo referente a Centros de Salud o asistenciales, también evidencia serias carencias, siendo los pocos lugares establecidos de atención al público insuficiente para cubrir a la población que concentra la Colonia. Lo mismo puede decirse del rubro educación y servicios básicos. Como anteriormente se señaló los moradores y habitantes que se establecieron en el lugar hace decenios atrás, construyeron y construyen sus viviendas de acuerdo a sus recursos y tiempo (que van desde mediano a largo plazo), por lo que es común observar una gran cantidad de casas sin concluir. Especialmente en habitaciones proyectadas para dos plantas. Cuando la casa habitación se encuentra terminada, los moradores proceden a pintarla en colores llamativos y fuertes. Para el acabado de ventanas en construcciones donde los materiales son de mejor calidad, éstas se revisten de aluminio plateado o dorado.

Las casas que disponen de terreno o un pequeño espacio, es casi siempre utilizado como jardín, donde no se dispone de patio, se recurre a los botes vacíos o macetas para colocar plantas, como remanente a su origen rural.

Los que llevan mayor tiempo en la colonia establecidos con sus familias, presentan mejores condiciones de vida, existen construcciones que levantarlas les ha llevado lustros, pero que en su etapa terminal se encuentran bastante acondicionadas.

De acuerdo a los patrones de los paisajistas urbanos, la apariencia general de la colonia presenta cierto aspecto desolado, debido a la ausencia de áreas verdes, y hasta de árboles; también es notoria la ausencia de vigilancia.

### 2.3 Observaciones sobre la vida cotidiana de la mujer.

Por lo general la mujer que habita la colonia, no sale de ella y de hacerlo es por cuestiones de trabajo. Es frecuente oír las decir que tienen 'que ir a entregar ropa' que lavan y planchan para las colonias de gente acomodada. También están las que cosen y confeccionan ropa, maquilan, tejen, o se ocupan en pequeños negocios, como restaurantes, talleres, etc.

La mujer, ama de casa, que entrevisté, por lo general no trabaja fuera de casa, pero eso no es obstáculo para no tener algún tipo de ingreso. Al interior del hogar realizan las actividades mencionadas o se instala con un puesto provisorio afuera de sus casas o se aleja por unas horas para situarse con sus artículos de venta en lugares más concurridos.

Muchas mujeres ayudan de ésta y otras maneras e inclusive sostienen el hogar. En familias donde la mujer es de mayor edad como la abuela o la suegra, se encarga de organizar y administrar las actividades dentro del hogar, se ejerce una especie de 'matriarcado' ya que a veces invade otros terrenos como el afectivo donde ella llega a normar las relaciones que se desarrollan en la familia. Las actividades que desempeña la mujer de la colonia son muchas, pero casi todos en relación a su condición. Por lo general se levanta muy temprano, a lavar, para alcanzar agua, y leña para calentarla en ocasiones. En la mayoría de los casos no cuenta con ayuda para realizar el trabajo doméstico, salvo con la ayuda de sus hijas que desde muy pequeñas son iniciadas en los quehaceres.

Aunque el esquema tradicional de mujer-casa siga imperando o reproduciéndose, ha ido variando en algunos aspectos. Las hijas van adquiriendo otras expectativas diferentes a las de su madre, aunque éstas las alientan, difieren respecto a su situación personal futura.

El estoicismo y sacrificio por los hijos no tiene límites. 'Hice cola para inscribirla en la secundaria, pero ahí están, estudiando' Rosaura Muñoz de Gárate.

El factor educativo entrafía muchas expectativas y aspiraciones en las mujeres de la colonia.

De acuerdo a los datos de la encuesta, los niveles educativos de las madres, sólo alcanzaron los primeros grados, y cifran sus aspiraciones en promocionar a sus hijas en carreras técnicas, o de niveles intermedios; secretarias, enfermeras, etc.

En contrapartida a esta tendencia, también es notoria por lo frecuente, la presencia de mujeres jóvenes asumiendo funciones de madre.

Otro fenómeno observado es la relativa estabilidad familiar. Por lo general la familia está integrada por los padres y los hijos. También por las características propias de la colonia se encuentra la familia en extenso o donde la mujer es el pilar, pero no es el patrón común.

A diferencia de los hijos, la relación de los hombres, no fué posible observarla, ya que generalmente trabajan fuera de casa. Un tipo de relación muy frecuente entre las familias es la del compadrazgo. Con base en las alusiones a esta relación por parte de las entrevistadas, se hacen compadres a los amigos o parientes más allegados a la familia; esto con el fin de establecer 'lazos de unión' de por vida entre los padres y los hijos.

La presencia de la mujer en el ámbito de la colonia y del hogar es activa, precisamente por su condición de popular. Al parecer participa en las acciones que le reditúan beneficios o solucionen problemas en común.

En la colonia el día se inicia alrededor de las 6 de la mañana cuando muchos hombres y algunas mujeres salen a trabajar; la actividad de las amas de casa empieza temprano, generalmente con el lavado de ropa, y continúan con la rutina diaria de llevar a sus hijos a la escuela, alrededor de las 10 de la mañana prosiguen con el quehacer de la casa acompañada de música y radioteatros.

A media mañana la zona presenta mucha actividad, salen a hacer sus compras al mercado, más tarde van por sus hijos a la escuela y continúan con los preparativos para la hora de comer. Alrededor de las 3 de la tarde se produce una especie de distensión, las señoras han efectuado sus tareas cotidianas y es la hora que disponen para platicar y visitar a las vecinas y

amistades, ver televisión y leer cualquier tipo de lectura de entretenimiento.

A esta hora de la tarde es frecuente encontrar a los moradores fuera de sus casas o en plática con la puerta entreabierta o sentada en las banquetas o en sillas en compañía de sus hijos. Merodean a su alrededor perros que con o sin dueño abundan en la colonia.

A los hombres es frecuente encontrarlos arreglando coches en mal estado o de modelos antiguos, también es usual observar jóvenes formando grupúsculos en las esquinas.

Las jovencitas se concentran en las estéticas o salones de belleza, que son locales sin mayores pretensiones si los comparamos con los centros de clase media.

La colonia Santo Domingo presenta bastante vida comunitaria, por lo que a socialización de visitas recíprocas entre vecinas y amigas se refiere. Toda ésta comunicación se da antes de que regresen los esposos del trabajo.

En cuanto a la utilización del tiempo libre, éste es infértil e improductivo para las señoras que se dedican al hogar en exclusiva. Estos canales de socialización producidos por la proximidad, la confluencia de problemas sociales comunes como el cuidado de los niños, o la falta de servicios, no es suficiente para agruparlas en alguna instancia de organización interna.

En cuanto a cuestiones relacionadas con el arraigo a la comunidad, algunas de las personas manifestaron encontrarse 'bién' en las condiciones y a las perspectivas que presenta la colonia. En la encuesta constantemente se hacían alusiones a los estratos más bajos como espectro psicológico, 'ya ve usted, yo leo fotonovelas, tengo hijas pequeñas y tengo que enterarme de la vida, para protegerlas', que no es otra cosa que apartarlas de la promiscuidad, vagancia, etc. de la cual la colonia en su carácter de 'popular' es sociológicamente vulnerable y propensa a las oscilaciones de la movilidad social.

Dentro de la conformación familiar, es preciso mencionar que se conservan ciertos remanentes de la migración rural, por lo que es dable encontrar la familia en extenso, dándose la situación con bastante frecuencia que al contraer matrimonio, los hijos permanezcan conviviendo con sus padres.

## Notas

1.-Programa de Barrio.Delegación Coyoacán, de la Col. Santo Domingo de los Reyes. Mayo de 1985.

2.-El criterio de autoconstrucción consiste en que cada familia construye su vivienda de acuerdo a sus recursos y posibilidades. A veces con sus propias manos y con la participación de toda la familia. Algunos materiales como piedra, arena, tezontle, la extraen de sitios cercanos. Desconozco los aspectos de la regularización de la tierra, pero uno de los rasgos sobresalientes de los habitantes es la participación activa y directa en el levantamiento de las moradas.

3.-Extraído del 'Programa de Barrio' Documento de la Delegación Coyoacán.

4.-J.Turner 'The Barriada Movement' En 'Progressive Architecture' California. 1978. pp. 145-166

5.-Adler Larisa ' Como sobreviven los marginados en México.' Edit. siglo XXI.

## CAPITULO 3

## 3.1 Encuesta

## Cuadro 1

## Mujeres inqueridas sobre lecturas de fotonovelas

a) 240 cuestionadas	100 %
50 nunca la leen	28 %
80 la leen a veces	30 %
100 mujeres la leen.	42 %

## b) Preferencia de Revistas.

Novelas de Amor	16 Chicas	10
Fiesta	14 Nov. Musical	9
Capricho	14 Fiesta de L.	7
Linda	12 Rutas de P.	7
Cita de Lujo	11	

Del grupo de mujeres que no leían fotonovelas, pero que tenían otros hábitos como la lectura de periódicos, diez de ellas se refirieron a la fotonovela en términos despectivos.

En la pregunta número 2 ¿Por qué lee usted fotonovelas.?

En el 90 % de los casos contestaron que le gustaba mucho

leerla, por lo que se infiere que la prefieren como un producto en sí misma; el 10% restante contestó que lo hacía porque 'la leen en casa', es decir llega incidentalmente a sus manos, su elección no es directa y es consecuencia de la circulación al interior del grupo familiar.

Cuadro 2

Porque le gusta	90 %
Se lee en casa	10 %

En la pregunta número tres, concerniente a la frecuencia de lectura, en su mayoría contestó que semanalmente, esto es un 73%. El resto señaló que no tenía una periodicidad específica sino que iba de acuerdo a su ritmo o capacidad de lectura (la lectura de un solo número les lleva en ocasiones dos o tres días pues la leen a intervalos o cuando sus quehaceres se lo permiten.)

CUADRO 3

Semanalmente	73 %
No especificó	27 %

En la pregunta número 4 ¿Qué le gusta de la fotonovela? Las respuestas fueron muy variadas, como a continuación se señalan.

## CUADRO 4

---

Las historias Narradas	24 %
Los artistas	22 %
Facilidad de Lectura	16 %
Escenarios, vestuarios	12 %
Todo lo que encierra	10 %
Otros	16 %

---

El mayor porcentaje se concentra en las 'historias narradas' que es atribuido según Monsivais a la incapacidad por encontrar explicaciones racionales, y a la pasión exacerbada del pueblo por lo mágico y místico de los melodramas.(1)

En esta pregunta, sin ser mayoritario, es significativo el número que contestó como principal atractivo 'los artistas'. De acuerdo a las revistas analizadas, los artistas de fotonovelas son figuras en promoción por su juventud e inexperiencia y que pugnan por ingresar a un mercado más atractivo, pero competitivo como el cine o la televisión. Los artistas que actúan en personajes secundarios en telenovelas ocupan los estelares en la revista. Hay que hacer notar también que cuando un artista cotizado aparece en fotonovelas siempre lo hace en historias seriadas.

Otra modalidad que adopta la fotonovela son los retratos de 'artistas' en forma de poster a color en su contratapa o incluida en las páginas centrales.

En la respuesta de las amas de casa sobresale la que atañe sobre la 'facilidad de lectura' que es una de las variables manejadas en esta tesis, es decir los factores socioculturales, donde para acceder a la lectura, se recurre a la imagen fundamentalmente acompañada de poco texto.

Las limitaciones educativas que prevalecen marcadamente en los sectores femeninos llevan a afirmar en este caso a Monsivais que no vá a leer libros quien no tiene capacidad para descifrarlo ni para comprarlo, y de leer será por un medio que no le represente un grado de dificultad insalvable. En el tenor de esa lógica no leerá literatura-pero si fotonovelas-pues no concurrirá a una librería la mujer que denota el significado de la misma, ya que 'per se' esta es una personificación del clasismo. Esas expresiones de la cultura, concretados en esos objetos llamados libros, pertenecen fundamentalmente al patrimonio de la burguesía y pequeña burguesía ilustrada.(2)

En la lectura de la fotonovela juega un papel preponderante el hecho que esta sea a base de imagen y escaso texto. No sucede lo mismo con el lenguaje, cuando es leído, pues las imágenes que nos provoca son más abstractas y menos participativa, por ello el trabajo mejor adaptado al lector medio, y en especial a la mujer de escasa instrucción, es precisamente, el papel reforzador que juega la imagen.

A decir de García Canclini que 'para comprender un texto científico o gozar de una obra musical se requiere poseer los códigos, es decir el entrenamiento intelectual y sensible

necesarios para descifrarlos. Como el sistema educativo entrega a algunos y niega a otros -según su posición socioeconómica- los recursos para apropiarse del capital cultural, la estructura de la enseñanza reproduce la estructura previa de distribución de ese capital entre las clases'. (3)

La pregunta número 5 trató sobre la posible identificación de las lectoras con la fotonovela.

El 48 % de las entrevistadas sostuvo que no se parece en nada y no existe punto de comparación alguno enfatizado con frases como éstas (...'.Por eso la leo, porque es distinta...') Sra María Torres Lajusa (...Ahí todo es distinto, bonito. Siempre sale bien todo...) Cristina N.N.

En la mayor parte de las respuestas por las cuales no se identificaban las lectoras con la fotonovela era por la denotación económica de los lugares o entorno en la que se situaba la fotonovela y por la condición socioeconómica de los personajes. 'Ellos son ricos', 'no se parece, ellos viven bien' etc. El 52 % de las entrevistadas si bien contestó que su vida real y concreta se parece a la fotonovela era en un aspecto muy determinado. La probable identificación a mi manera de ver, se da cuando las lectoras ven reflejados aspectos de su vida, sobre todo en el plano de los afectos. Ariel Dorfman sostiene que éste tipo de lectura tiene éxito ya que resaltan y evidencian aspectos esenciales en la vida de las personas, en términos de individuos, y toda la pléyade de emociones y reacciones del mundo de la cotidianidad.' El mundo del deseo,

la alegría, las pasiones, la tristeza y el amor, ámbitos en que se desarrolla y resuelve la vida concreta de los individuos'.(4)

Este porcentaje sostuvo, que si bien los escenarios son distintos las circunstancias o móviles son similares, y por lo tanto susceptible de presentarse o repetirse en algún momento de su existencia.(...Claro que si, y si las entiendo es porque yo también lo he sentido) Sra. Mercedes Acosta Jaime.

'Si, si se parece, ahorita mismo andan queriendo casar a mi muchacho (hijo) y casos como este, se dan en la fotonovela...' Sra. Berta V. de Escandón.

Este último porcentaje también le concede un elevado grado de verosimilitud a la revista . 'Son sucesos de la vida real', y como tal con probabilidades de acaecer en su vida cotidiana.

#### CUADRO 5

-----  
 Si existe identificación 52 %  
 No existe identificación 48 %  
 -----

En la pregunta número 6 se le preguntó a las señoras si podría recordar y relatar alguna fotonovela, o la última leída; el 30 % la relató aunque a grandes rasgos, sin mayor esfuerzo; el 40 % solo mencionó lo más impactante. Evidentemente las historias

consignadas eran todas distintas, pero invariablemente en todas ellas intervienen juicios de valor, y un manejo maniqueísta de las situaciones y personajes.

En la mayoría de los casos se dá una recurrencia en los mensajes, lo que viene a reflejar la redundancia que se convierte en norma como es la fotonovela; asunto que no parece provocar desinterés por el género, ya que lo repetitivo o reiterativo es paradójicamente fuente de imaginación en las lectoras.

En los relatos cabían giros como; 'por no obedecer a sus padres abandonó la casa y se dió a la perdición' Sra. Laura Escandón 'No escuchó consejos, por eso le fue mal'... Sra. Ana López de Méndez, 'Quiso mantener la casa, y ya ve, a los señores eso no les gusta'. Sra. Guadalupe Villar. 'Por cuidarse, él tuvo hijos con otra señora' Sra. Elodia Ramírez de Gómez.

Este tipo de comentarios en un 60% de los casos eran de condena rechazo, descalificación o de crítica para la actitud de la mujer. Implícitamente se la culpaba del deterioro o ruptura de la relación. Se estigmatiza a la mujer cuando transgrede ciertas reglas;----- sobre todo de autoridad de la figura masculina o cuando rompe con lo socialmente establecido.

En contraste, a través de los relatos se pudo inferir que el 30 % de los juicios emitidos eran favorables a la actitud de la mujer, inclusive reivindicativos. " Ella se dió su

lugar...cuando a él lo agarró el vicio lo dejó... Rosa Sánchez de Ortega

CUADRO 6

---

a)

Relató la trama de la fotonovela a grandes rasgos	30%
Sólo resaltó la situación mas impactante	40%
Detallada	20%
No recuerda	10%

b)

Actitud de condena a la mujer	60%
Actitud favorable	30%

---

La pregunta número 7 trató sobre la cualidad o actitud que mas admiran las lectoras del personaje femenino en la fotonovela.

Las respuestas al respecto fueron variadas. En primer lugar la frase 'que sean buenas mujeres' fue la respuesta primera e inmediata en un 47% de los casos.

A solicitud de mayor explicación o abundamiento sobre esta primera evaluación las respuestas se agruparon en cinco a) 'que sea de su casa' b)'Que se ocupe y preocupe de los suyos' c) Que sea buena esposa y madre, d)'Que sea responsable e) Que sea sincera y amable.

En síntesis, la mayor parte de las respuestas están dentro de lo convencional, y el personaje encuadra dentro del 'continuum' de la vida cotidiana y de los patrones socioculturales imperantes.

Las variadas interpretaciones, en este orden de afianzamiento de las estructuras de dominación, se unifican por lo general en torno a un mismo sujeto; la mujer relegada al ámbito doméstico y destinada a tareas de procreación. La mujer cuya identidad se construye sobre la base de terceros, (el hombre, los hijos), y cuya realización aún en tareas no estrictamente familiares y domésticas está supeditada a la confirmación que le otorga el mundo doméstico.

"Esta es la sede que funda el valor de la madre abnegada y la esposa fiel, las figuras que, desplazando el caos permiten ordenar y normalizar productivamente la sociedad... este discurso es hegemónico no solamente porque es el producto de aparatos ideológicos de Estado sino porque a partir de ello es el resultado de un proceso de producción significativa (producción de consensos) que se caracteriza por reunificar y articular un conjunto de elementos ideológicos preexistentes en la sociedad bajo la forma del sentido común. En este caso en particular se trataría de la codificación y formalización de las reglas cotidianas del relegamiento femenino.(6)

El 10% de las entrevistadas manifestó que la cualidad que más admiran del personaje femenino es 'que trabaje', que manifieste

cierta independencia. el otro 15% restante manifestó la capacidad que tiene el personaje femenino para darle continuidad a una relación. Es decir la adaptación y concesión femenina expresada como 'que sea amable, comprensiva,'que se interese en las cosas de él' etc.

El 18% restante le da importancia a las características físicas de los personajes 'guapa', 'elegante', 'bonita', etc.

CUADRO 7

Buena Mujer	57 %
Comprensiva	15 %
Independiente	17 %
Características	
Físicas	18 %

La pregunta número 8 que atañe a la admiración por parte de las lectoras sobre el personaje masculino. El 40% respondió a lo que en esencia caracteriza el estereotipo de galán 'joven, rico y guapo'. Otro 30% dijo que la cualidad que mas admiraba era la responsabilidad.

El 30% restante exteriorizó que admiraba al personaje que manifestara comprensión en cuestiones elementales de la vida

cotidiana. Esta respuesta también fue expresada como capacidad o facultad de razonamiento o comunicación con la mujer, o con la persona que sobrelleva la relación.

Doce personas definieron a su tipo 'ideal', en forma espontánea a Antonio N.N., caracterizado por el actor Andrés García en la telenovela "Tu o Nadie". (En el momento de llevarse a cabo esta encuesta, al parecer era la telenovela estelar en la programación televisiva)

#### CUADRO 8

Bienparecido y adinerado	40 %
Responsable	30 %
Comprensivo	30 %

Virginia Erhardt en su análisis sobre la figura masculina en la fotonovela ésta la define como arrogante, vigorosa, agresiva, ejerciendo el poder de múltiples formas, coercitivamente, moral, física y económicamente.

La pregunta Número 9 estuvo orientada a conocer la valoración que las receptoras hacen de la fotonovela.

¿Cómo valora usted la fotonovela ?

En esta pregunta el total de las entrevistadas (100%) coincidió

en calificar a la fotonovela como buena o positiva en todas sus modalidades.

De acuerdo a lo declarado por las entrevistadas la valoración de positiva de la fotonovela es; Por qué educa, en un 60%, Moralizante; en un 20%, Informativa y que 'enseña' (pero con fines didácticos) con un 10% respectivamente

CUADRO 9

'Educa'	60 %
Moralizante (Aconseja)	20 %
'Informativa'	10 %
'Educativa'	10 %

La valoración de educativa de acuerdo a los testimonios de las entrevistadas es categorica y taxativa. Educativa, porque le presenta pautas y patrones de comportamientos a seguir o que actitud tomar ante situaciones similares.

'Es educativa porque presenta el mal, y una siempre actda para bien' Rosaura Millán de Cedeño.

'Educativa, porque se lee' Nora Narvaéz de Castro.

'Moralizante, son casos verídicos, para que a uno no le cuenten' Idem.

"Informativa, siempre son historias nuevas, y hay que enterarse" Dolores Rubio.

Didáctica, 'Me enseñé a leer en la fotonovela' Inés Pascual.

La colonia en particular tiene a pesar de su condición actual de clase, (urbana y niveles de vida bajos y en ocasiones medios) una extracción de clase heterogénea.

Algunas de las entrevistadas aludieron a su origen rural "Es bonito leer, donde yo vivía solo radio había" N.N.

El sólo hecho de leer se torna en privilegio, de ahí que la respuesta se emitiera en forma tan enfática.

También se constata el paso o la procedencia de capas más pauperizadas o desfavorecidas.

"Si yo ahora puedo comprarla, la compro".Sra. Santa Martínez.

"La compro junto con el Ovociones (periódico).Acá en la familia todos leemos.Sra. Olga de Zavala.

La lectura de fotonovelas se asocia en gran medida (por el sólo ejercicio que la lectura entraña) en cuestión de status. Saber leer en el medio es importante, lo mismo que la capacidad de compra.

La condición de relativa estabilidad que posee la pobladora de la colonia aflora cuando resueltamente afirma que la revista educa; "Tengo hijas crecidas y la leen, para que no caigan tan fácil en la tentación" Sra. Silvia Peralta de Trujillo.

Existen y se perciben a través de sus palabras un temor encubierto por 'caer' en situaciones comunes que son identificables con lugares menos favorecidos socialmente; hacinamiento, prostitución, etc. Por ello a veces la tendencia a

justificar su lectura. Mencionábamos anteriormente que en la construcción de la fotonovela se recurre a las antinomias y al maniqueísmo de los personajes y situaciones, estos arquetipos corren paralelas a la unidimensionalidad de las expresiones vertidas por las entrevistadas.

La pregunta número 10, se le preguntó a las entrevistadas que de acuerdo a su presupuesto se pronunciara por el precio de la fotonovela.

El 57 % de las señoras consideró que estaba 'cara', el 30 % que 'estaba en su precio', y el 13 % que estaba barata.

CUADRO 10

Cara	57 %
En su precio	30 %
Barata	13 %

La pregunta número 11 .Quién mas lee fotonovelas en su casa ?, fue respondida de la siguiente manera.

El 34 % respondió que sus hijas mayores, el 21% sus nueras o suegras, el 16% sus madres, 8% la leían solo ellas; esposos, o hermanos 2%.

CUADRO 11

Hijas mayores	34 %
Nueras	21 %
Madres	16 %
Solamente ellas	8 %
Esposos y/o hermanos	2 %

Es sintomático el dato que indica el que las hijas de madres lectoras también lo sean, por lo que la tendencia de ésta práctica se seguirá manteniendo.

Al respecto García Canclini señala que "...de los hábitos surgen prácticas... esta interiorización de las estructuras significantes genera hábitos, o sea sistemas de disposiciones de esquemas básicos de percepción, comprensión y acción.(7)

Uno de los aspectos a analizar en esta tesis es considerar la influencia de la fotonovela tomando como receptora principal a la mujer que organiza la casa y como ella reproduce o modifica estos patrones.

De acuerdo a los datos obtenidos este esquema se sigue reproduciendo. Marcos Kaplán escribe respecto al rol de la familia. "...el papel fundamental de la familia corresponde al hecho que todos los seres humanos deben pasar a través de un extenso periodo de desamparo y desarrollo, en el cual los

elementos de sus personalidades reciben su primer modelado.

Ciertos aspectos de éste proceso de condicionamiento encuentra salida y expresión en los rasgos de obediencia y en la capacidad para la identificación que se vuelven precondiciones para el funcionamiento eficaz de las instituciones políticas en el control y la movilización de los individuos. Aprende además que ha de incorporar valores que le han sido transmitidos, a través de su socialización familiar, y dentro de ésta es la madre la portadora fundamental de los valores culturales tanto al nivel de la participación social como de la diferenciación individual, y es por ello que dentro de la conducta humana la condición femenina es la parte mas susceptible de adaptación a las condiciones y necesidades sociales (8)

La pregunta número 12 ¿Lee usted otro tipo de lectura, como libros, periódicos, etc.?

El 58% de las entrevistadas contestó que lee Alarma o Casos de Alarma, el 26% también lee el periódico La Prensa u Opciones. En gran parte de los casos se lee paralelamente otro tipo de lectura tipo 'Lágrimas y Risas', o la Novela Semanal, el 6% señaló que ocasionalmente leía títulos como Vanidades, Selecciones del Reader's, Contenido.

## CUADRO 12

Alarma y Casos de Alarma	58 %
La Prensa u Ovociones	26 %
'Lágrimas y Risas 'Nov.Sem.10 %	
Vanidades.Selecc.dei Reader' 6 %	

A pesar que el género y las características de las lecturas mencionadas no son las mismas, la conformación temática es similar.

Este tipo de lecturas para los sectores populares se basa en sucedáneos; las razones implícitas y pretensiosas de arte; las pretensiones estrepitosas, el énfasis del paisaje o de las formas sensuales. Monsiváis señala que esta inclinación es en parte a la sensación de leer sin el legendario esfuerzo, (9)

Mientras se hace alarde de situaciones conflictivas debidas a la desigualdad social, la búsqueda de una relación de causalidad entre el sistema y la realidad es cuidadosamente eludida.

Mattelart acota al respecto que "todos estos géneros ordenan y recortan los hechos en función de su eficacia al nivel de las facultades emotivas del consumidor. Sea en una acepción cómica o trágica, todas las situaciones alcanzan un nivel paroxístico

para producir un máximo de efectos.

Otra manifestación patológica latente consiste en la promiscuidad sexual con connotación incestuosa, y la patología ambiente desemboca en actos que figuran en la crónica roja. Los crímenes pasionales constituyen el desenlace previsible de un drama al igual que el matrimonio es el 'happy-end' estereotipado de la comedia sentimental." (10)

La pregunta número 13 ¿Vé usted telenovelas, escucha radioteatros?

El 92% de las amas de casa de la Colonia Santo Domingo, vé telenovelas todos los días, el 6% no cuenta con aparato receptor y el 2% porque no dispone de tiempo; además el 28 % de las entrevistadas escucha un programa de radioteatros.

CUADRO 13

Vé telenovelas	92 %
Carece de T.V.	6 %
No dispone de tiempo	2 %

La mujer dentro del núcleo familiar es el sector mas inclinado a la exposición de los medios de comunicación, como en este caso la televisión. Las telenovelas, tienen la mayor audiencia

entre el público femenino. El circuito tecnológico se estrecha cada vez mas, el acosamiento ideológico al que está expuesta por parte de los medios de comunicación, se contruye y estructura en una dirección: 'En el orden del corazón'. Las telenovelas son por antonomasia 'novelas de amor' los radioteatros, 'melodramas sentimentales', las revistas 'dramas pasionales'. Desde este punto de vista, los mensajes implícitos revelados en este sentido pueden ejercer una función mucho mas "represiva" en los estratos sociales sometidos 'intensamente a ellos, que la propaganda política mas sutil.

Por definición, ésta última es mas explicita y descubre la finalidad de su discurso al expresarse, llegando bajo una sola dimensión al auditorio ya advertido. Los primeros, como en este caso las mujeres pobladoras se encuentran mas vulnerables, desprevenidas y sobre todo este tipo de audiencia cubre todos los sectores de las representaciones.

El porcentaje de mujeres de la colonia Santo Domingo que ve telenovelas, es alto y esta exposición desde su perspectiva cotidiana es muchas veces ampliamente fundamentada.

A través de su testimonio aluden a las telenovelas como fuente de entretenimiento que les permite mitigar su sensación de aislamiento y tal vez la ilusión de vincularse con la realidad exterior.

"Me entretiene, yo no salgo como mi esposo y mis hijos" Sra. Teresa Mondragón de López.

El hecho que este porcentaje sea elevado tampoco es atribuible a la excepcional calidad de las series. En este intervienen otros factores como ciertas relaciones de reciprocidad social en el ámbito de cada barrio de la colonia. "Nunca veo sola las comedias, no me gusta, a veces viene para acá, a su casa, mi cuñada, que vive al lado, o yo voy donde Chelo, que a esa hora está levantando la tortillería.

Le ayudo, nos sentamos a comer y luego vemos las telenovelas. Chayo llora cuando vé las 'comedias' sobre todo con "Los años pasan".

La pregunta ¿Cuales son sus distracciones habituales ? correspondiente a la pregunta número 14 fue respondida de la siguiente manera.

El 90% contestó que lo constituían la televisión y la lectura de revistas, el 8% manifestó que iba al cine con cierta regularidad.

El cine es el medio mas alejado de las posibilidades materiales concretas de los sectores poblacionales femeninos de la colonia.

"No, el cine está lejos, no tengo costumbre, a mi señor le gusta llegar y que yo esté en casa". Sra. Cristema Nafarrete de Quiróz.

"No señorita, nada mas tele, somos muchos y casi nunca salimos

todos. Mi esposo sale cuando puede con los niños, acá a la fiesta del Patrono San Francisco, cerca de aquí. Pero yo no voy, porque nomás no alcanza" Jesusa Chávez Muciño.

CUADRO 14

Televisión, revistas, radio	90 %
Cine	8 %
No contestó	2 %

Después de trabajar toda la mañana, una quiere distraerse" Sra. Esperanza Silva Salgado de Ruiz.

La mujer de una colonia popular urbana no es participe de espectáculos culturales. Primero por que se encuentra fuera de sus posibilidades materiales y segundo por que se encuentran alejado de su entorno físico inmediato. Pero esta marginación no alcanza todos los significantes, ya que la televisión y los demás medios le procuran 'esparcimiento' y la considera como potencial consumidora de productos industriales, que está acorde con su condición de ama de casa.

Esta función de reforzamiento de las actividades cotidianas que indirectamente propician los medios de comunicación, implícitamente subyacen en las respuestas de las receptoras. "Mientras veo la televisión, vigilo que hagan (los niños) sus tareas, plancho y ordeno la ropa"

La capacidad coercitiva que como madre asume la mujer y por las características particulares que adopta la socialización en la colonia la televisión se sitúa en el contexto familiar en un lugar preponderante.

"A mis hijas le gustan las comedias, y que bueno, por lo menos están conmigo" Soledad Orihuela de Zavala.

"veo con mis hijas las telenovelas," Sra. Dulce María Calderón de Guerrero.

Las impresiones que registré en mis fichas de observación por el énfasis, el tono afirmativo y convincente que le daban a la pregunta, es que esta práctica contemplativa es sobrevalorada y ponderada formando parte de su dinámica y de su acontecer diario.

Las telenovelas son arte y parte en la vida diaria de la señora que habita la Colonia "No, no siga llamando a la puerta, está con su vecina, en la casa de portón negro. Está viendo 'La Fiera' ' Se va a tardar mucho conmigo, con tanta pregunta no alcanzaré a ver la telenovela. Sra. Elvira Muñiz

La televisión, radio, y las lecturas en general no rompen con el conjunto de actividades o el ritmo habitual de su quehacer cotidiano. "Nadie me dice nada si leo o veo televisión, o si salgo al mercado... pero si, he ido al cine pero encuentro todo de cabeza, y así no se puede" Sra. Isabel Miranda de Reyes.

La pregunta número 15, ¿.Como adquiere usted la revista ?

El 43% afirmó que la compraba en el puesto de periódicos, el 38 % la obtenía en calidad de préstamo, o de intercambio, el 19% la compraba en tiendas o puestos de revistas usadas.

CUADRO 15

Puesto de periódicos	43 %
Préstamo o Intercambio	38 %
Revistas Usadas	19 %

Las revistas de fotonovelas cuentan con un sistema idóneo y eficaz de comercialización y distribución. Esta llega y puede ser adquirida hasta el 'habitat' o entorno inmediato. Prueba de ello es la localización, si bién no numerosa por lo menos estratégica de puestos de revistas tanto nuevas como usadas.

Como en la colonia se establecen ciertas redes de reciprocidad, actitud que es consecuencia de la vida comunitaria, que se establece para lograr ciertos servicios, (que a diferencia de las colonias de clase media y alta, al momento de establecerse ya se encuentran presentes y disponibles). Por ejemplo para lograr la iluminación de una calle o se conceda la circulación de peseros por otra, es necesario que se reúnan. El otro se ha materializado, como consecuencia de las condiciones de vida.

Relaciones de amistad, vecinales y de parentesco que consiste en prestarse o intercambiarse objetos menores de manera usual lo que deviene en una manera natural y común de convivencia.

Inscrita en esta dinámica de intercambio, se sitúa la fotonovela. A diferencia de las revistas que se compran y leen en los sectores más acomodados, la circulación se circunscribe al contexto familiar. Esta situación no se repite con la fotonovela, que trasciende estos límites y se intercambia o presta con la vecina, amiga comadre o pariente.

El porcentaje que la compra usada es reflejo de una realidad a veces dura como es la vida misma de la mujer que habita la colonia, que constantemente hace esfuerzos adicionales para procurarse ciertos satisfactores. Por ejemplo. Se levanta muy temprano para alcanzar la leche que expende Conasupo. Para alcanzar fichas en los centros de Salud, en que para desplazarse, necesita caminar bastante. Ya sea para dirigirse a la escuela de sus hijos o para adquirir los alimentos diariamente, ya que sus hábitos de compra difieren con los de la clase media.

De acuerdo a los datos proporcionados por las entrevistadas los indicadores educacionales y ocupacionales quedaron de la siguiente manera;

## CUADRO 16

## Niveles Ocupacionales

---

Dedicadas al hogar	86 %
Trabaja en casa	8 %
Trabajadora Doméstica	6 %

---

## Niveles Educativos

---

Cursó hasta el 5to Educ. Basica	40 %
Cursó hasta 3er. año de Educ. Bas.	35 %
Cubrió completa la Educ. Bás.	10 %
Alcanzó el 1er año de Sec.	8 %
Nunca asistió a la escuela.	7 %

---

De acuerdo a los datos de la encuesta, la complejidad del tema resume que los problemas son muchos. Existe el nivel educativo de la población. Existen intereses políticos y económicos. Existen el divorcio entre el arte y la realidad y el papel asumido por la intelectualidad al revestir la cultura con solemnidad, que en resumidas cuentas contribuye a la progresiva degeneración de la vida humana y del medio cultural.

La circulación de revistas de fotonovelas obedece a causas muy

relacionadas entre sí, el interés que tiene la burguesía en que se perpetúen determinados valores, las ganancias que obtiene a expensas de la avidez de lectura y la imposibilidad de acceder a otras expectativas culturales de las mujeres de los sectores populares.

Existen evidencias históricas que permiten afirmar que cuando se produce un cuestionamiento estructural de la sociedad, viene consustancialmente un auge y demanda por parte de las masas por mas y mejores formas de expresiones culturales. Prueba de ello fueron los tirajes lanzados al mercado de obras de literatura, expedidos en forma y precios accesibles durante el proceso de la Unidad Popular, durante 1970-1973 en Chile. (11). Lenin en los inicios de la Revolución Socialista, expresa la necesidad que tiene el pueblo por lo más importante y significativo en el aspecto formativo de las masas, "que es el despertar del pueblo su sed de cultura. El arte pertenece al pueblo, y debe tener sus raíces más profundas en la entraña misma de las más vastas masas trabajadoras. Debe ser comprensible para esas masas y amado por ellas. Debe unir los sentimientos, el pensar, y la voluntad de las masas y elevarlas a éstas. Debe despertar a los artistas en ellos y desarrollarlos... Naturalmente que libramos una verdadera y tenaz guerra contra el analfabetismo. Organizaremos bibliotecas y salas de lecturas en las ciudades pueblos grandes y pequeños". (12)

Sobre lo relacionado con la fotonovela y por ende de la subliteratura y su contrapartida, la posibilidad de llevar literatura y no sucedáneos a los sectores populares, el

escritor G. García Márquez se expresa en los siguientes términos " Eso es lo hay que pretender: una novela popular de calidad. Por supuesto que hay grandes limitaciones, y la mayor es el propio nivel cultural de las masas, pero eso ya no es un problema literario, sino político. En nuestros países, a las masas les está llegando con la imagen y, desgraciadamente con imágenes negativas; su nivel es tan bajo que si quisieramos alcanzarlo solamente con la literatura, ésta llegaría a ser subterráneo, prácticamente tendría que subculturizarse." (13)

O en palabras de Gramsci respecto a la 'popularización' de la literatura. "Para ser fáciles y comprensibles habríamos tenido que desnaturalizar y empobrecer un escrito dque se refería a conceptos de la mayor importancia, a la sustancia más íntima y preciosa de nuestro tiempo. Hacer eso no es ser fáciles; es ser tramposos, como el tabernero que vende agua teñida dándola por vino. Un concepto difícil en sí mismo no puede dar en fácil por la expresión sino convertirla en torpe caricatura".sic ( 14 ). Es decir una auténtica expresión y manifestación popular que forme y sea parte de su cultura. Una cultura popular construida sobre el aumento del tiempo libre debe brotar y surgir de la propia clase y expresar sus valores, aspiraciones y prácticas. Radl Béjar sostiene que esta cultura popular se constituye por un conjunto de expresiones directas, sensibles, afectivas y estéticas, sobre los problemas esenciales de la existencia. ( 15 )

### 3.1 Diseño y síntesis de la encuesta

Por ser una investigación fundamentalmente empírica, se ha procedido en lo posible a la búsqueda de los elementos concretos, indicadores o las operaciones que permitan medir la influencia de este medio de comunicación en la mujer.

Para tal efecto se utilizaron datos extraídos directamente de la realidad social objeto de estudio, por lo que se tomó en cuenta para la construcción y diseño del cuestionario las hipótesis conceptuales, con la finalidad de hacer descender el nivel de abstracción de las variables y poder manejar sus referentes empíricos.

En el diseño y en las preguntas se consideró el marco social y cultural de las entrevistadas tratando en lo posible de construirlas en forma sencilla y accesible. Las respuestas son producto de su propia valoración, sus expectativas y experiencias vivenciales. La detección de estos aspectos es el resultado de preguntas no que tendían explícitamente a inducir la aprehensión del carácter ideológico. Se trata de preguntas esencialmente abiertas que podían recoger una vasta gama de apreciaciones acerca de la fotonovela y sus implicaciones. Esta precisión se hace considerando que las receptoras no pueden problematizar aquello que no vislumbran como problema.

El aspecto ideológico de alguna manera está inmerso y presente en sus respuestas. Esta adhesión y aceptación a la fotonovela



por parte de las lectoras se plantea la pregunta sobre identificación, en términos de asociación y disociación.

La pregunta número 6 corresponde a una interrogante abierta orientada a estimar de acuerdo a las opiniones emitidas por las encuestadas del papel femenino en la fotonovela. Los juicios vertidos hacia ese rol es codificado a través de dos modalidades: Aceptación o rechazo.

La pregunta número 7 se estructuró de acuerdo a variables socioculturales. Para su operacionalidad se dejó como pregunta abierta codificándose finalmente en 5 ítems.

La pregunta 8 repite la misma interrogante sustituyendo la figura femenina por masculina.

La pregunta número 9 esta configurada para estimar las implicaciones ideológicas, de acuerdo a la valoración de las lectoras.

La pregunta número 10 se incluye para correlacionar los indicadores socioeconómicos.

La pregunta número 11 fue implementada con la finalidad de estimar la reproducción de hábitos y por tanto de ideología al interior del núcleo familiar.

La pregunta 12 se implementa con la finalidad de conocer la adherencia a alguna forma de expresión cultural, con un enfoque

unidimensional (nota roja, dramas, etc)

La pregunta 13 se incluye con la finalidad de medir la marginalidad cultural y en contraste el consumo de productos culturales. El último bloque de tres preguntas se construye con la intención de conocer aspectos de este reduccionismo material y cultural de la mujer y por otro el papel de la fotonovela y otros medios de comunicación en su entorno físico.

Notas

- 1.- Monsiváis Carlos Política Cultural del Edo. Mexicano. C.C.E.
- 2.- op. cit Monsiváis pag.138.
- 3.- Ibidem.
- 4.- García Canclini Carlos Las Culturas Populares en el capitalismo. Edit. Nueva Imagen. México. 1984.
- 5.- Dorfman Ariel Para leer el Pato Donald. Edit. Nueva imagen pag. 5. México. 1980
- 6.- Piccini Nabel "La cuestión femenina". Pub. Fem. Bimestral Vol. V. Núm. 17. pág. 20.
- 7.- García op. cit.
- 8.- Kaplán Marcos. Estado y Sociedad, México. UNAM. 1980.
- 9.- Monsiváis op.cit. pag. 110
- 10.- Mattelart Michelle La fotonovela como lectura pseudoamorosa (Cine Amor).
- 11.- Saéz A. "Pueblo y Literatura. rev. Plural. 1976. pag. 49.
- 12.-V. Ilich Lenin " La cultura y la Revolución Cultural" Edit. Progreso. Moscú 1982. pág. 114.

13.-García Márquez Gabriel entrevista a: revista 'El Viejo Topo' Núm. 6 Extra Barcelona. España. pág. 58.

14.-Gramsci Antonio. Antología de: a cargo de Manuel Sacristán Siglo XXI.

15.-Béjar Navarro ' Que es cultura popular' Revista Mexicana de Ciencia Política. Núm. 65. pág. 8.

1. Pregunta 1

a) 240 cuestionadas	100 %		
50 nunca la leen	28 %		
80 la leen a veces	30 %		
100 acostumbra leerla	41,6 %		
b) Preferencia de Revistas			
Novelas de Amor	16	Fiesta de Lujo	7
Fiesta / Nov. Musica	14	Rutas de Pasión	7
Capricho	14	Telmura	9
Linda	12	Chicas	10
Cita de Lujo	11		

Pregunta 2 ¿ Por qué la lee

Porque le gusta	90 %
Se lee en casa	10 %

Pregunta 3 ¿Cada cuanto tiempo la lee ?

Semanalmente	73 %
No especificó	27 %

Pregunta N° 4 ¿Qué le gusta de la f/n.?

Las historias narradas	24 %
Los artistas	22 %
La facilidad de lect.	16 %
Escenarios, Vestuarios	12 %
Todo lo que encierra	16 %
Otros	10 %

Pregunta 5 ¿Se identifica con la fotonovela?

Si existe identificación	52 %
No existe identificación	48 %

Pregunta n° 6 ¿Qué recuerda de la fotonovela?

Sólo a grandes rasgos	30 %
Lo más impactante	40 %
Muy detallada	10 %
No precisó	20 %

Pregunta 7 ¿ Cual es la actitud o cualidad que ud. más admira del personaje femenino ?

"Buena Mujer	57 %
"Comprensiva"	15 %
"Independiente"	10 %
Características Físicas	8 %

Pregunta 8 ¿ Qué admira del personaje masculino ud.?

"Bien parecido y adinerado"	40 %
"Responsable "	30 %
"Comprensivo"	30 %

Pregunta n° 9 ¿Cómo valora ud. la fotonovela?

"Educa	60 %
Moralizante ( Aconseja Bien)	20 %
Informativa	10 %
Educativa (Didáctica)	10 %

Pregunta 10. ¿Qué le parece el precio de la revista?

Cara	57 %
En su precio	30 %
Barata	13 %

Pregunta n° 11 ¿Quién más lee f/n en su casa ?

Hijas mayores	34 %
Muera	21 %
Madre	16 %
Ellas Solamente	8 %
Esposo y/o hermanos	2 %

Pregunta número 12. ¿ Que otra cosa lee usted?

Alarma y Casos de Alarma	58 %
Periódico La Prensa y Ovaciones.	26 %
Lágrimas y Risas, Novela Semanal	10 %
Revistas Vanidades, Sel. del Reader's	6 %

Pregunta número 13. ¿Vé usted Telenovelas, escucha radioteatros.?

Vé telenovelas	92 %
No tiene receptor	6 %
"No tiene tiempo"	2 %

Pregunta n° 14.

¿ Cuáles son sus distracciones?

T.V. Lectura/revistas	90 %
Cine	8 %

Pregunta n° 15 ¿ Dónde adquiere ud. la revista?

Puesto de periódicos	43 %
Préstamo o Intercambio	38 %
Expendio de Revistas Usadas	19 %

Niveles Ocupacionales de las entrevistadas.

Dedicadas al hogar	86 %
Trabaja en casa (maquila, costurera, vendedora )	8 %
Trabajadora Doméstica	6 %

Niveles Educativos

Alcanzó el 5to año de Educ. Básica	40 %
Cursó los 3 Primeros años de Educ. Básica.	35 %
Completó la Educ. Básica	10 %
Alcanzó el Primer año de Secundaria	8 %
Nunca asistió a la escuela	7 %

## CONCLUSIONES

La hipótesis de este trabajo sostiene que el grado de aceptación de la fotonovela en estos sectores está en relación a múltiples y complejos factores. Por lo cual esta predisposición natural al género obedece y es consecuencia de la estructura social y económica vigente. Estas condiciones de existencia en su caso se traduce en limitaciones que son inmanentes históricamente a su condición de mujer, hasta las limitaciones y restricciones económicas.

Entre estas instancias de socialización, tenemos la educativa. Los niveles de escolaridad permanecen bajos, ello es resultado de la postergación que las mujeres han experimentado frente a los beneficios de la educación sistemática, formal que permite el ingreso a la lectura por intermedio de géneros devaluados por su forma y contenido. En consecuencia no lee literatura, sino subliteratura personificada entre otras formas de lectura por la fotonovela. La forma y manera de leer está acorde con las carencias formativas. Significa por lo tanto que será un texto que no entrañe un grado de dificultad insalvable, ni requiera de gran capacidad de abstracción, ni un nivel cognocitivo elevado, ni conforme una complejidad temática superior.

Es en cambio, una unidad estructurada para públicos con pocas exigencias pero demandante de dosis estimulantes que compensen

la desolación de su realidad social, ficción donde los lugares y personajes son opuestos a esa realidad. En lo referente a la estructuración y por ende la utilización de recursos de la fotonovela para una mejor asimilación se concluye que el uso de la fotografía, el elemento iconográfico, es el mejor adaptado a la mujer de escasa instrucción, ya que el apoyo que brinda la imagen le facilita la comprensión del escaso texto.

A nivel de mensaje visible, al saberse a un público carente de satisfacción las imágenes extreman las actitudes sexistas, en otras palabras se refuerzan situaciones estimulantes con marcados tintes misoginistas, situación paradójica, ya que como hacíamos mención son las mujeres las principales adeptas al género.

En términos mas reales, la fotonovela para la mujer de los sectores populares, sigue estando a su alcance como fuente de entretenimiento. Mientras los otros grupos sociales se benefician de hecho de los privilegios de la cultura formal e informal en sus variadas manifestaciones, a los sectores femeninos de las clases populares, no les queda sino la aguda necesidad de aprovechar al máximo las escasas fuentes de que disponen. Como quedó de manifiesto en la encuesta realizada, prácticamente la mitad de las mujeres interrogadas mencionaron que empleaban medios distintos para adquirirla, lo que deriva en un sistema de circulación subterráneo, pero efectivo como sigue siendo el préstamo, costumbre bastante arraigada dentro del carácter comunitario de la Colonia Santo Domingo.

La fotonovela y la 'calidad' de lectura que de ella se deriva sigue estando correlacionada con indicadores económicos como los mencionados anteriormente, con la presencia de variables socioculturales. La mujer sigue estigmatizada como receptiva pero desde una perspectiva mitológica que funda su particular vulnerabilidad en ciertos atributos producto de su particular naturaleza. Por lo mismo, con la misma reiteración la debilidad, emotividad, la sensibilidad y la infinita gama de sentimientos contradictorios que encierra el amor. (pilar que se supone configura la fotonovela).

La revista también es aceptada porque es parte de su propia comunicación... "Ha estado en las revistas de Memín, de Lágrimas y Risas, en ese orden, primero lágrimas... Está en las novelas de Corin Tellado y en la historia de Yolanda Vargas Dulché"(1)

La fotonovela recrea los estilos ya expuestos en el cine, en el aspecto musical y televisivos.

Este aspecto de alimento espiritual, en el caso de la fotonovela no provoca un cuestionamiento en las receptoras. La valoración de estas producciones por el contrario y de acuerdo a sus vivencia y realidad es sobreestimada. Esta identificación con productos como la fotonovela configurados a través de intereses netamente capitalista ocasiona que las lectoras se identifiquen con valores pequeñoburgueses o burgueses. La fotonovela de acuerdo a la muestra analizada trata sobre aspectos comunes y cotidianos en la que se desarrolla la vida

de las personas. Cuestiones inherentes a las personas en algún momento o circunstancia, a saber. Angustia, tristeza, celos, etc. Ahora bien a través de la encuesta se pudo constatar que este verticalismo o esquema ideológico contenido en la fotonovela es captado de la siguiente manera. Primero: Una coincidencia en la intencionalidad del mensaje; cuando un sujeto, se aparta de ciertos cánones establecidos socialmente como "desoir la autoridad paterna", o romper con los rígidos esquemas familiares del rol materno por ejemplo, se unifica en la receptora esta unidimensionalidad del mensaje de la fotonovela. Se le estigmatiza. Hay que hacer notar que los valores manejados en la fotonovela corresponden a patrones conservadores del orden vigente. La mujer productora y organizadora del ámbito familiar; la mujer subordinada a terceros, es decir, esposo e hijos, la mujer relegada al entorno inmediato. Cuando este modelo se rompe, la fotonovela utiliza los múltiples mecanismos de condena a este orden transgredido. De ahí que la fotonovela a criterio de sus lectoras se eriga en la quinta esencia de la moralidad, y se le otorguen cualidades que benefician la vigencia de un sistema establecido y poco tienen en común con la realidad y condiciones de existencia de las lectoras. Segundo; ciertas categorías sociológicas, como movilidad social es ampliamente promovida en la fotonovela, teniendo el mismo impacto en las receptoras. La revista tiene el propósito de mostrar que la sociedad es igualitaria. Es decir que todos los individuos tienen las mismas oportunidades de ascender. Una de las antinomias más socorridas por parte de la revista es la oscilación de una clase a otra. Donde los conflictos de clase

no existen o se diluyen. Esta ideología que se encuentra implícita en la fotonovela tiende a apuntalar una concepción económica específica, con la finalidad de favorecer la supervivencia de la sociedad. Esta ideología es manifiestamente de corte pequeñoburgués. En su inmensa mayoría los personajes sienten, opinan y actúan según las pautas de una mentalidad clasemediera (2). Anteriormente mencionábamos que la condición de clases de la colonia Santo Domingo es fundamentalmente de condición obrera y en menor grado de sectores medios (personas que trabajan por cuenta propia); a) peluqueros, zapateros, mecánicos b) pequeño comercio y empresas que trabajan por cuenta propia, cuya actividad primaria es la venta, c) asalariados.

De acuerdo con esta clasificación la identificación de las lectoras es con la categoría inmediata en la escala de la estratificación; la clase media. Al respecto Gabriel Careaga señala: "... La clase media tiende a sobredeterminar a toda la sociedad con su estilo de vida, con sus formas de expresión culturales y políticas". Forman esta extensa clase media (entre otros) los burócratas... Los profesionistas, los ejecutivos... los intelectuales... los hombres y mujeres que permiten la ligazón entre proletariado y burguesía (3).

Esta aparente facilidad que ofrece el sistema, es en la encuesta bastante ponderado. Conjuntando este punto con el anterior, sobre el planteamiento hipotético, concluimos que es un medio que impone valores e ideología, por lo tanto la fotonovela es enajenante. Pero esta conclusión involucra otros aspectos. La fotonovela es aceptada porque esta ambivalencia

ficción-realidad está presente. Es ficción en la medida en que la fotonovela se construye en torno a los valores de otra clase y su ámbito natural; el lujo y la satisfacción y las contradicciones en que se mueven los personajes no tienen relación a las que por otro lado se desarrollan en el medio real de las lectoras. Naim Nomez escribe en relación a la ficción "Entretención es todavía quizás dentro de una sociedad sinónimo de ocio y de ficción. Pero este soñar con mundos imaginarios ha sido generado como una necesidad imperiosa de un sistema que así purifica la desolación de su realidad social. El lector, fuera del mundo que otros crearon, se refugia en esas volutas de opio que le dan la sensación de compensación que necesita" (4).

En cuanto a las interpretaciones "realistas" o grado de verosimilitud con que trabaja el relato, con la cual se identifican las lectoras, ya que establece una analogía entre los temas planteados por el género y los problemas cotidianos que vive en su medio. En otras palabras refiere la trama a su propio contexto. Repara en los elementos recurrentes del relato como análogos a los que eventualmente presenta su realidad; alcoholismo, promiscuidad etc... a partir de esta transposición mecánica de los elementos del relato a su propio ámbito de vida, la receptora adhiere a la totalidad del esquema ideológico que vertebra la serie y la manera que ésta interpreta los datos de la realidad erige un principio de orden y moral y en virtud de éstos resuelve los conflictos planteados.

Esta realidad se remite también a situaciones de los cuales ninguna persona como ser social y ente biológico está exento, que es el círculo de lo inmediato, donde se recrean aspectos de su realidad como individuo, formas y reacciones de su cotidianidad.

La mujer se evade de su cotidianidad en la medida de su socialización. Aunque su forma de evasión básica la encontramos en su entorno físico natural, el hogar, y es a través de los medios masivos de comunicación

La univocidad en el mensaje es la constante; telenovelas, fotonovelas y radioteatros. La fotonovela en este contexto viene a reforzar la situación que aún impera en la condición de la mujer. Confinamiento al reducto doméstico, estructura su actividad en base a terceros, transmisora a su vez de valores en sus hijos por la estrecha relación en ellos (no existe una incorporación al trabajo productivo que la aparte de esta función. Aunque si bien en términos generales la rutina doméstica, es pobre, monótona y básicamente enajenante tiene la importante función de permitir la reproducción de la fuerza de trabajo).

Respecto a esta relación con los hijos Bertell Olman escribe . "Las personas adquieren la mayor parte de sus características en la infancia. Son las condiciones que entonces operan transmitidas primordialmente por la familia, que hacen a las personas lo que son, por lo menos en lo que se refiere a sus respuestas básicas. (5)

De acuerdo a la encuesta no deja de ser significativo que el 41% de las hijas en edad de leer continúen con la tradición de sus madres, lectoras de fotonovelas.

De acuerdo a los datos de la encuesta, las mujeres tienen más tendencia a identificarse con los valores tradicionales. Aunque de acuerdo a las evaluaciones y observaciones, se evidencia y demanda un trato más equitativo en términos de relaciones interpersonales, sobre todo en el ama de casa joven, haciendo la salvedad que no es una conducta generalizada. A pesar que la imagen de la mujer (sobre todo en los sectores medios) se ha ido modificando este proceso se da en forma más paulatina en la mujer de los sectores populares. Esta nueva imagen que más bien se refuerza en los medios de difusión no ha alterado la existencia familiar por lo que estimo que estas escalas de valores seguirá rigiendo, con modalidades o cambios que favorecen el desarrollo de la mujer al interior del núcleo familiar.

El uso de su tiempo libre hasta ahora se destina a consumir por diferentes espacios los signos que refuerzan su condición de mujer. En las colonias populares nos hallamos ante la presencia de una verdadera subcultura ("polo subcultura" la llama Quijano para indicar su articulación inevitable y polarizada con el "polo cultural dominante") caracterizada por relaciones socioculturales de tipo comunitario; espíritu comunal, trabajos comunales etc.

El conjunto de valores, actitudes, orientaciones y lealtades

implicados tienen en el fondo un elevado contenido económico que se expresa como ayuda mutua"(6). O en palabras de la escritora Elena Poniatowska "Tradicionalmente la mujer, y sobre todo la mujer casada está más arraigada a la comunidad, es difícil que pierda contacto con la realidad. Pero esta realidad cotidiana y doméstica no es a la larga un enriquecimiento sino un lastre: una exigencia de dividir y multiplicar su tiempo y atención en mil y un cuidado material que la distraen, la entorpecen, la limitan .Siento que a las mujeres les cuesta tanto trabajo simplemente vivir, la adaptación es tan dura que todos sus esfuerzos se desgastan en esos tan misterioso y tan lleno de sorpresas que es el acontecer diario" (7).

Cabe agregar cierta apreciación que se podría hacer a un sector del materialismo el más integrista de descuidar cuáles son los problemas del hombre y la mujer en términos de individuos y toda esa característica de reacciones del mundo de la cotidianidad que no parece material tratable para crear una conciencia de la transformación de la sociedad. Agnes Heller sostiene que por involucrar las actividades heterogéneas a la vida cotidiana, éste está conformado por todo un arsenal de efectos, necesidades, capacidades etc. estableciendo una relación del que debe apropiarse nitidamente. (8)

En relación a la familia y a la madre de este caso, Mario Ongay escribe lo siguiente: "Desde mi punto de vista, se ha descuidado el estudio de la familia, como un agente intermediario entre el individuo y la sociedad. La mujer se hace cargo de que los hijos se vistan, se bañen, vayan a la

escuela, coman y duerman a sus horas. De la misma manera dictamina moldea, transmite valores, normas conductas; ideología " (9).

Es en este orden que puede verificarse todo un sistema jerárquico de relaciones a través de invisibles (por inconscientes) mecanismos de coerción y represión que garantizan la reproducción incesante de sistemas de creencias, modelos de comportamiento, hábitos y costumbres funcionales al sistema.

La primera razón que se esgrime para justificar esta situación es que está estrechamente vinculada a un condicionamiento de clase frente a la cultura.

La falta de hábito y costumbre en relación a la lectura, el desplazamiento con respecto a los productos de la cultura tradicional (libros; literatura) determina que la fotonovela aparezca en comparación con los demás, como un medio que exige un esfuerzo menor.

Algo parecido a lo que sucede en la imagen televisiva relacionada con el goce que proporciona la inmediatez y la tangibilidad de la imagen. Las condiciones socioeconómicas actuales inclinan aún más a los sectores populares al consumo donde prevalecen los productos con profusión de lo visual gráfico. Esta forma pasiva de aprehender cualquier fenómeno o recibir cualquier forma de conocimiento es lo que se pretende transformar o modificar.

En este contexto habría que hacer notar los esfuerzos de la Secretaría de Educación Pública por llevar esparcimiento y cultura a los sectores populares, a costos accesibles y cuidando la calidad de las lecturas. (10)

La reciente apertura de bibliotecas en sectores alejados de la lectura (por prejuicios o asociarla a privilegios de clases) permitirá contrarrestar estos hábitos deformantes y negativos, y favorecerá una elección más amplia (11)

Sin embargo la fotonovela encierra ciertas potencialidades, que fueron soslayadas por las lectoras, que es una forma de ligarse e introducirse al universo de la lectura. La fotonovela podría destinarse con fines didácticos en obras o tareas de divulgación en sectores secularmente apartados de la lectura o reticente a aceptarla si está desprovista de imágenes o estímulos visuales.

## N O T A S

- 1.- Baena Faz Guillermina y Montero Sergio: Comunicación. Un Nuevo Enfoque. 1984. Colec. Manuales y Aportaciones No. 1 México.
- 2.- Erhardt Virginia, Amor. Ideología y Enmascaramiento. Ediciones Quinto Sol. Casa de las Américas. Cuba, 1980
- 3.- Careaga Gabriel, Mitos y Fantasía de la Clase Media, Edit. Nueva Imagen. 1980. México.
- 4.- Nomez Nain, "La lectura en el proceso de cambio social" "Comunicación y cultura" CEREN. Chile 1972
- 5.- Bertell Ollman "Tomado del Libro Sociedad y Cultura de Kaplán Marcos UNAM. 1982.
- 6.- Quijano Anibal, La Formación de un Universo Marginal en las ciudades de América Latina. FLACSO 1981.
- 7.- Poniatowska Elena "Que escribe la mujer en México" Artículo firmado por Elena Urrutia. P. Fem. T. Vol III N.ºm. 10
- 8.- Heller Agnes Edit. Paidó. Barcelona 1982 Sociología de la Vida Cotidiana.
- 9.- Ongay Mario "Familia y Sociedad" Revista Mexicana de

Ciencias Políticas Número 56.

10.- Información obtenida del Inco. Colecciones editadas por SEP. 1982

11.- Periódico Uno Más Uno "Se abrirán bibliotecas en Zonas Periféricas..." 26/V/86 Dec. Dra. Ana M. Magaloni.

## BIBLIOGRAFIA.

ADLER DE LOMNITZ LARISSA Como sobreviven los marginados en México. Edit. Siglo XXI México. 1984

ADORNO, DORFMAN y autores Varios Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación. Edit. Quinto Sol. Ecuador. 1972.

ARRIAGA PATRICIA Publicidad, Economía y Comunicación Masiva. Edit. Nueva Imagen. México. 1981.

BAENA P. GUILLERMINA, MONTERO SERGIO Comunicación, Un nuevo enfoque. Colecc. Manuales y aportaciones Núm. 1 México. 1984.

CAREAGA GABRIEL Mitos y Fantasía de la Clase Media en México. Edit Nueva Imagen.

CRUZ R. ROJAS JUAN La fotonovela en México. Síntesis y Análisis de una Vida llena de Amor T. Licenciatura. México. 1977.

DORFMAN A. MATTELARTT Para leer el Pato Donald. Edit. Siglo XXI. Nueva Imagen. México

ECCO UMBERTO Tratado de Semiótica General. Edit. Nueva Imagen. 1981

ERHARDT VIRGINIA Amor Ideología y Enmascaramiento. Casa de las

Américas. Cuba 1980.

GARCIA CANCLINI NESTOR Las culturas populares en el Capitalismo. Edit. Nueva Imagen. México 1983.

GUERRA GEORGINA El Cómic o la historieta en la enseñanza Edit. Grijalbo. Edit. México 1983.

GRAMSCI ANTONIO Antología, Siglo XXI México 1979.

HELLER AGNES Sociología de la Vida cotidiana. Edit. Materiales Barcelona, 1980

HERNER IRENE Mitos y Monitos, Edit. "Nueva Imagen 1979

LENIN VLADIMIR ILITCH La Cultura y la Revolución Cultural. Edit. Progreso 1974.

MAC BRIDE D. Los Medios de Comunicación Hoy. Información UNESCO 1981.

MARTINET JEANNE Clave para la Semiología. Edit. Credos. España, 1981

MATTELART ARMAND La cultura como Empresa Multinacional, Era. México. 1975.

MATTELART, BIEDMA La T.V. y los sectores populares, Comunicación y Cultura, Núm. 2, México. 1979.

MENDEZ JOSE LUIS Manipulación y fabricación de mitos en la Subliteratura, Casa de las Américas, año XV. Núm. 89

MONTEFORTE MARIO Literatura, Ideología y Lenguaje. Inst. de Inv. Sociales, UNAM.

MONSIVAIS CARLOS En torno a la cultura Nacional INI. SEP. México 1976.

MONSIVAIS CARLOS La política Cultural del Estado Mexicano, C.C.E. México, 1983.

MONSIVAIS CARLOS El derecho a la lectura, Era, México. 1984.

MARX C., ENGELS F. La ideología Alemana Edit. Cultura Popular México 1984.

NETHOL A. PICCINI M. Introducción a la Pedagogía de la comunicación UAM 1983.

PAOLI ANTONIO Comunicación Editorial Edicol, México. 1984.

PERROT DOMINIO Comunicación y Cultura Edit. Nueva Imagen

PICCINI MABEL Comunicación. Edit. Edicol. México.

PRIETO FRANCISCO Cultura y Comunicación Premiá Editores Mexicanos 1983.

SCHRAM WILBUR Comunicación Humana, Edit. Roble España 1982.

SWINGWOOD ALAN El mito de la cultura de masas Premiá Editores México. 1980.

TRABA MARTA "La Dicotomía entre arte culto y arte popular" UNAM México, 1979.

BEJAR NAVARRO RAUL "Que es cultura popular" Revista Mexicana de Ciencia Política Núm 96.

CALVO PILAR La mujer y su excepcional vida cotidiana, Fem.

GARCIA MARQUEZ GABRIEL "Entrevista" Revista El Viejo Topo Número extra 1982.

ZAVALETA MERCADO "Poder, Clase e Ideología" mimeo. México 1982.

CUADERNO NO. 37 DE ESTUDIOS LATINOAMERICANOS F.V.P. Y 1977

DICCIONARIO MARXISTA DE SOCIOLOGIA. I. BLAUBERG. ENI. 1974

MEDIOS PUBLICITARIOS IMPRESOS 1982

REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS DEL DESARROLLO F.C.P. Y S. ACTA SOCIOLOGICA, MEX 1974

REVISTA FEM NUMERO 10

PERIODICO UNO MAS UNO, DICIEMBRE 19, 20, 21. DE 1984

REVISTA NOVELAS DE AMOR, NUMEROS 1285, del 15 de diciembre de 1983, Núm. 1286 del 30 de diciembre de 1983; 1287 del 15 de enero de 1984; Núm 1288 del 30 de enero de 1984, Núm 1299 del 14 de febrero de 1984.

REVISTA TERNURA NUM. 886 del 15 de febrero de 1982, Núm. 887 del 22 de feb., Núm 888 del 2 de Marzo de 1982. Núm. 889 del 9 de marzo de 1982, Núm 890 del 16 de marzo de 1982. Núm 900 del 22 de marzo de 1982.

REVISTA CAPRICHOS Núm. 672 del 14 de mayo de 1983, Núm 673 del 21 de mayo de 1984, Núm. 674 del 28 de mayo de 1983, Núm 675 del 5 de junio de 1983, Núm. 676 del 12 de junio de 1983, Núm. 677 del 20 de junio de 1983, Núm 678 del 28 de junio de 1983, Núm. 679 del 4 de Julio de 1983.

REVISTA CITA DE LUJO. Núm. 618 del 14 de agosto de 1983, Núm. 619 del 30 de Agosto de 1983, Núm 620 del 14 de Sep. de 1983, Núm. 621 del 29 de sep. de 1983, Núm. 623 del 14 de Octubre de

1983, Núm 624 del 30 de octubre de 1983.

REVISTA CHICAS Núm. 2304 del 15 de abril de 1984, Núm 2105 del 18 de Agosto de 1983, Núm 2106 del 30 de agosto de 1983.

REVISTA FIESTA Núm. 1569 del 15 de Enero de 1981. Núm 1570 del 29 de enero de 1981, Núm 1571 del 14 de febrero de 1981. Núm 1572 del 28 de febrero de 1981, Núm 1573 del 13 de enero de 1981.

FIESTA MUSICAL Núm. 1571 del 14 de mayo de 1984, Núm 1572 del 27 de mayo de 1984, Núm 1574 del 27 de junio de 1984, Núm. 1575 de 1984, Núm 1576 del 13 de julio de 1984.

REVISTA LINDA Núm. 872 del 19 de mayo de 1982. Núm 873 del 28 de mayo de 1982. Núm 874 del 13 de junio de 1982. Núm 874 del del 29 de junio de 1982. Núm 875 del 13 de julio de 1982.