

24/21



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**EL TRATAMIENTO DE LA MUJER EN 17
REVISTAS DE CARICATURAS**

(Estudio de casos en Revistas de Caricaturas
aparecidas en el Distrito Federal
durante 1985)

T E S I S

Que para obtener el Título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

P r e s e n t a:

OLIVA GALVAN ELVIA



Directora de Tesis:
GUILLERMINA BAENA PAZ

México, D. F.

1988



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.

I N D I C E

INTRODUCCION

I. LAS REVISTAS DE CARICATURA

A. Antecedentes y Generalidades de la Caricatura	1
B. Desarrollo de la Caricatura	5
C. Historia de las Revistas de Caricatura	19

II. EL SEXO Y LA MUJER EN LA SOCIEDAD CAPITALISTA

A. Sexo y Sociedad Capitalista

1. Generalidades	28
2. Erotismo y Cultura	35

B. La Sexualidad

1. Conceptualización de la Sexualidad	40
2. Características de la Sexualidad	43
2.1 Aspecto Biológico de la Sexualidad	43
2.2 Aspecto Social de la Sexualidad	44
2.3 Aspecto Psicológico de la Sexualidad	46

C. Pornografía

1. Definición	51
2. Características de la Pornografía	53

D. La Prostitución

1. Generalidades	57
2. Noción de Prostitución	58
3. Tipología de la Prostitución Mexicana	61

E. Imagen Sexual de la Mujer y los Medios

1. La Mujer como Estereotipo Sexual	65
2. La Difusión de Estereotipos Femeninos a través de los Medios de Comunicación	74

F. La Mujer Mexicana Vista por el Hombre Mexicano 84

III. ANALISIS DEL TRATAMIENTO DE LA MUJER EN LAS REVISTAS DE CARICATURA APARECIDAS EN EL DISTRITO FEDERAL DURANTE 1985

A. Análisis Morfológico 90

1. Anexo No. 1 Directorio de las Revistas 124

B. Análisis de Contenido 126

1. Anexo No. 2 Ejemplos 127

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

I N T R O D U C C I O N

En la sociedad capitalista la caricatura de las revistas de humorismo o político es uno de los medios impresos de comunicación, que se utiliza para manejar principalmente la cuestión sexual humana a través de "mensajes ocultos" con "diversión" transmitidos a sus lectores, los que por su bajo nivel económico y cultural no han tenido acceso a la información científica sexual convirtiéndose en receptores fáciles de fomentarse mitos y tabús sexuales por medio del amarillismo y el exhibicionismo femenino y, por lo tanto, se refuerzan y preservan conductas en el hombre como "macho" y en la mujer como "objeto sexual".

De esta manera, la caricatura contemplada en estas revistas las podríamos identificar como de humorismo rojo, ya que el color rojo está asociado con el carácter fuerte, fogoso y se utiliza para definir todo lo relacionado con la pornografía y es el 90 por ciento de los chistes que se manejan se centra en la relación sexual prostituida. No interviene el amor relacionado con los sentimientos o el romanticismo, ni con la comprensión o identificación de la pareja humana. El romanticismo queda fuera de estos chistes rojos.

Es por eso que las revistas de caricatura además del humor "verde" la imagen del hombre macho , superpotente , triunfador , en donde el dinero le permite comprar "amor". Junto a la imagen de este hombre , está la de la mujer como "objeto sexual" , siempre dispuesta al acto sexual , que cuida y preserva su belleza y juventud , para seguir siendo el "objeto sexual" preferido del hombre. La que vive para exhibir y vender su cuerpo , prostituyéndose para obtener "un mejor estatus social". También se fomenta la infidelidad , tanto en el hombre como en la mujer.

De tal manera que a través del chiste , se prolonga y difunde la explotación cultural del sistema capitalista. Es por ello que la presente investigación tiene por finalidad analizar el tratamiento de la mujer en algunas revistas de caricatura previamente seleccionadas.

La investigación sigue un proceso deductivo que culmina en un análisis morfológico y de contenido , tomado como instrumento de estudio una muestra de la totalidad de los títulos de las revistas semanales de caricatura , editadas en el Distrito

Federal durante el año de 1985. En este año se editaban 17 títulos de revistas de caricatura como: "Ja-Ja", "La Dulce Vida" , "La Vida Alegre" , "El Chistoso Feliz" , "Gotas de Risa" , "La Ballecita de Chistes" , "La Chioche" , "Relajo" , "La Revista Negra de Humorismo" , "El muy Cotorro" , "Sexy Chistes" , "Muchos Chistes" , "Buenos Chistes" , "Ría" ,

"Buen Humor" , "Mis Chistes" y "Festival de Chistes". Estas revistas se identifican porque en el 90 por ciento de sus páginas manejan imágenes de mujeres semidesnudas , cuya temática se refiere a la relación sexual instintiva, de manera relevante.

Para realizar el estudio se coleccionaron durante el año de 1985; 68 ejemplares semanales de cada uno de los 17 títulos , dándonos un total de 816 ejemplares. Después de una evaluación general , se concluyó que las revistas mantenían un corteado homogéneo ; en principio se pensó en una muestra del 10 % , que se amplió al 15 % para verificar si existía alguna diferencia significativa. Con la muestra del 15 % se eligió al azar un ejemplar de cada título cada dos meses , se empezó en enero y se agregó el análisis del último ejemplar del año. La muestra final quedó con 119 revistas.

La Hipótesis inicial fue : " a través de las revistas de caricatura que se publican en el Distrito Federal , se vende la imagen de la mujer como "objeto sexual" que se estandariza por medio de estereotipos".

Para fundamentar nuestro análisis morfológico y de contenido de las revistas de caricatura , se utilizó un marco teórico conceptual, en donde se hace referencia a sus aspectos básicos como : la caricatura , la sexualidad y el manejo de estereotipos femeninos en los medios de comunicación , como reforzadores de las imágenes de la mujer como "objeto sexual".

Por tal motivo , el marco teórico de referencia incluyó aspectos sobre la caricatura , sus antecedentes , su desarrollo y la función que ha desempeñado como medio de comunicación en México. También se hace alusión al sexo y la mujer en la sociedad capitalista , en donde se estudia la sexualidad humana desde el punto de vista biológico , psicológico y social , ya que en estos aspectos se basan los valores que norman las actitudes del hombre y la mujer. Asimismo se hace un esbozo de la pornografía , la prostitución y el erotismo , de acuerdo con el uso que se les da en la sociedad capitalista.

En sus inicios la investigación se planteó dos objetivos generales:

1. Demostrar que los mensajes emitidos por las revistas de caricatura manejan y fomentan una ideología sexual de la mujer "objeto".

2. Demostrar que los mensajes de las revistas de caricatura , al mercantilizar con el cuerpo de la mujer , representan uno de los obstáculos para la educación sexual.

El segundo objetivo no se logró , porque la investigación se apoyó desde la perspectiva de la comunicación , donde se analiza el tipo de mensajes que se envía a los lectores por medio de la imagen y el lenguaje , partes fundamentales de la caricatura.

Para lograr este objetivo era necesario realizar un estudio multidisciplinario apoyado en la psicología , pedagogía y la sociología entre otras.

Por otra parte el tema de la investigación , la caricatura del humorismo rojo , no ha sido utilizado como instrumento de análisis , no obstante que las revistas tienen varios años en circulación. De esta manera es interesante y novedoso , porque sabemos que la caricatura , al igual que otros medios impresos de comunicación , también es utilizada para fomentar la comercialización del sexo y la imagen de la mujer como "objeto sexual"del hombre.

Para ordenar los capítulos de la investigación , se consideraron los aspectos básicos que se maneja en el análisis morfológico y de contenido , como son : la caricatura , el sexo y la imagen de la mujer . En lo anterior se sustenta el primer capítulo, el cual hace referencia a los antecedentes históricos y desarrollo de la caricatura política , ya que de ésta se originan otros tipos de caricatura , entre los cuales se encuentra la de las revistas aquí analizadas. Esto permite conocer el desarrollo que ha tenido hasta nuestros días. También se describe la historia de las revistas de caricatura de humorismo rojo.

El segundo capítulo se conforma de seis incisos , el cual, al igual que el primero , con-

tiene aspectos conceptuales que se manejan en el análisis morfológico y de contenido , como son: imágenes de mujeres semidesnudas y venta de sexo. Es así como se tratan aspectos de erotismo y cultura , prostitución, pornografía , estereotipos femeninos presepados por los medios masivos de comunicación y , la imagen que tiene el hombre mexicano de la mujer mexicana. Todos estos aspectos **serán** utilizados para reforzar el análisis de las revistas de caricatura que aparecen en el tercer capítulo.

El tercer capítulo se subdivide en dos partes , **la primera** aborda el análisis morfológico , en donde se mencionan las características de las 17 revistas seleccionadas como son : editorial , título , formato , periodicidad, precio , número de páginas , portadas , contraportadas, estilos caricaturescos y firmas de éstos.

La segunda parte está dedicada al análisis de contenido , en donde se refuerza lo práctico con aspectos teóricos conceptuales del segundo capítulo los indicadores de ésta fueron : temática , manejo de estereotipos , arquetipos , prototipos y lenguaje.

Los resultados del análisis morfológico y de **contenido** de las revistas se presentan por medio de cuadros , en donde se concentra la información de las revistas, las cuales se **clasificaron** en siete grupos

según la editorial que las publica. De tal manera que el primer , segundo y tercer grupo lo ocuparon las editoriales que distribuyen tres diferentes títulos de revistas , el cuarto , quinto y sexto grupo las que publican dos títulos y el grupo séptimo lo ocupó la que edita un sólo título.

Estos cuadros de concentración de datos , se realizaron para comparar las características morfológicas y de contenido , en donde la constante encontrada fue la homogeneidad entre ellas.

A lo largo de la investigación se presentaron diversas dificultades , como por ejemplo , no se encontró suficiente material para sustentar bibliográficamente el primer capítulo de la investigación, ya que en torno a la caricatura son pocos los autores que se han dedicado a investigar su desarrollo ; además de que la poca bibliografía que existe , aborda más en el tipo político y , aunque de ésta se deriven los otros estilos de caricatura fue necesario recurrir a otras fuentes de información . Se realizaron entrevistas a los editores de las revistas , a los dirigentes de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas y a algunos expedidores de revistas del Distrito Federal.

El tema por su trascendencia social y cultural hace necesario que se estudie multidisciplinariamente , que se aborde tomando en consideración

los aspectos psicológicos , pedagógicos y sociales ,
que al unirse con el punto de vista de las ciencias
de la comunicación , se comprueban los efectos co-
civos que se generan con los mensajes emitidos por
las revistas de humorismo rojo.

I. LAS REVISTAS DE CARICATURA

A. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DE LA CARICATURA

La caricatura en México tiene una amplia historia , algunos de sus estudiosos tratan de encontrar su origen en las pinturas rupestres de Altamira. Otros como el caricaturista Rius sostiene que su origen se encuentra en las pinturas aztecas hechas en tiras de papel. Un ejemplo de esto , son los dibujos del Códice Bergia.(1)

La caricatura en nuestros días forma parte de los medios de comunicación gráfica que emplea el hombre para emitir mensajes , que son el resumen de ideas de hechos relevantes , ya sea políticas , económicas o sociales con carácter de humorismo.

La caricatura proviene de la voz italiana , que significa "carga". Carga contra un enemigo o dirigida a sus ideas , es la acometida férrea con sutiles armas espirituales , cuyos efectos igualan o superan la fuerza devastadora de las armas materiales.

Con base en sus raíces se puede definir a la caricatura , como el mensaje o conjunto de mensajes directos y de fácil asimilación dirigidos a la población de todas las edades y condiciones económicas por los medios de comunicación gráfica.

El término caricatura se define desde la Edad Media como dibujo y escritura , que con intención burlesca representa satíricamente ideas o personajes.(2)

" Otros estudiosos de la caricatura la definen , como el dibujo de líneas exageradas o que exageran los rasgos anatómicos de un personaje que puede ser seria o humorística".(3)

" O bien , es la expresión gráfica que deforma un modelo en el que aceptúan los rasgos de un personaje hasta hacerlos grotescos o ridículos . Puede decirse que hay un tipo de caricatura que se reduce a aceptar los defectos físicos del modelo y otro que satiriza las pasiones y flaquezas del ser humano". (4)

Aunque el término caricatura puede aplicarse a cualquier exageración deformada de la realidad , suele usarse especialmente para significar cierta modalidad del arte. El dibujante puede valerse de los recursos de exageración y la deformación , para representar personas en una línea ligeramente humorística o cruelmente burlesca.

En efecto , el caricaturista hábil sabe tomar de una figura lo esencial y recoger visualmente la representación del rasgo o rasgos correspondientes, este estilo elimina todos los demás , hace destacar los defectos o virtudes del personaje. De aquí la

2. IMSS, SOLIDARIA, Pp.52 a 55

3. DICCIONARIO ENCICLOPEDICO U.T.E.H.A. , P. 513

4. González Ramírez Manuel ; LA CARICATURA POLITICA , P.7

frecuencia de caricaturas en las que no hay más que nariz , ojos , o boca . La síntesis y la simplificación contribuyen así al énfasis que el artista busca. Lo característico de la caricatura es la exageración de estos recursos y el ánimo satírico o meramente festivo con que se emplea ; el verdadero caricaturista tiene el don de descubrir lo característico del modelo , que a veces pasa inadvertido para los demás. (5)

Resumiendo lo anterior , se puede dar una definición propia de la caricatura : Es un medio de comunicación gráfica , que a través de dibujos que resaltan defectos o virtudes , informa de hechos o de personajes de manera sencilla , atractiva , irónica , sarcástica , satírica y humorística.

Situar a la caricatura dentro de las artes o como una expresión popular , es una discusión entre los estudiosos de la caricatura que aún no han llegado a ninguna conclusión precisa en torno a si es un arte o una expresión popular.

Analizando las características de la caricatura encontramos , que ésta se clasifica dentro de la "artes impuras" , ya que el caricaturista inserta dentro del dibujo su opinión.

Otra característica de la caricatura , es que por medio de ésta el autor esquematiza la fisonomía en un conjunto de líneas que dibujan los rasgos y gestos más invariables del sujeto. El caricaturista escoge sus modelos entre personajes famosos como políticos , artistas de teatro , cine etc. o bien , cualquier hecho de dominio público.

El servilismo es otra modalidad de la caricatura , ya que el caricaturista usa la popularidad del personaje , produciendo un efecto cómico cuando se le relaciona con su original. La comicidad de la caricatura es el resultado del contraste entre la realidad cambiante de una persona y su expresión paradójica , motivo por el cual la caricatura vive mientras es relacionada con el objeto que representa , por lo que la caricatura tiene la instantaneidad de lo presente.

Otro aspecto que caracteriza a la caricatura es que es una expresión del pueblo para hacer reír al pueblo . La caricatura por sí sola constituye una rama especial del arte , una modalidad independiente de las diferentes maneras de dibujar ; el caricaturista dibuja el objeto deformándolo según él lo ve , escoge los sujetos y objetos de sus interés entre la gente prominentemente de su época como pueden ser : políticos , artistas , escritores , estrellas de cine o mujeres , ya que necesita que el público compare rápidamente entre el modelo real y su interpretación. El caricaturista necesita deformar los rasgos físicos del personaje para acercarse a la realidad del carácter del sujeto. El caricaturista intenta que su trabajo sea una síntesis de lo real , además que por su carácter individualista viene a ser un documento biográfico. (6)

B. DESARROLLO DE LA CARICATURA

La caricatura mexicana existe desde hace más de doscientos años , siendo un género periodístico común en la prensa ; ya que antes de existir como caricatura de prensa , ya se hacia caricatura. Una muestra de la existencia de la caricatura hace más de doscientos años fue la realizada al virrey Bernardo de Gálvez , la cual fue colocada con un verso adjunto en la puerta del Palacio en el año de 1785. Pero es hasta 1812 cuando se publica en México la primera revista satírica "El Juguetillo" , de la que desgraciadamente no existen copias , y donde posiblemente se publicaron las primeras caricaturas mexicanas. Sin embargo históricamente se considera la primera , la que apareció en el periódico "Iris" , en el año de 1826 (tampoco existen copias). (7)

A partir de 1826 , la caricatura política aparece en todas las revistas de humor que editaba la oposición en México , dentro de éstas podemos encontrar los semanarios como : "El Tío Nenilla" , "Don Simplicio" , "La Pata de Cabra" , o el famosísimo "Gallo Pitagórico" de Don Juan B. Morales , ilustrado por caricaturistas franceses. (8)

7. Carrasco Puente Rafael , OP.CIT , Pp. 36 a 37

8. Del Río Rius Eduardo , UN SIGLO DE CARICATURA EN MEXICO,

En 1861 nace la revista "La Orquesta" , donde la figura de Benito Juárez aparece satirizada por dos grandes caricaturistas mexicanos : Constantino Escalante y Jesús T. Alamilla. (9)

"La Orquesta" , es la gran revista de humor del siglo pasado , la única que se opuso críticamente a Juárez , aunque lo apoyó cuando se enfrentó al Clero y a la Intervención Francesa , es el gran ejemplo de la prensa comprometida y de una calidad artística de primera clase.

Otro grande en "La Orquesta" fue Santiago Hernández , considerado como uno de los mejores litógrafos mexicanos.

"La Orquesta" desaparece en 1873 y nace un semanario antigobiervista : "El Ahuizote" , en donde el caricaturista sobresaliente es José Ma. Villasana , quien culmina su carrera rico y protegido por Don Porfirio Díaz , él cual le patrocinaba semanarios y exposiciones , pagándole así sus feroces caricaturas contra Lerdo de Tejada. (10)

El máximo florecimiento de la caricatura mexicana se produjo durante la Dictadura de Don Porfirio Díaz , cuando revistas , como : "El Hijo del Ahuizote" , " Mefistófeles" , "Don Quijote" , ó "El

9. Del Río Rius, Eduardo; OP.CIT. , Pp.26 a 26

10. IBIDEM, Pp. 27-28

Ahuizote Jacobino", se enfrentaron a los abusos del poder y la corrupción de la sociedad.

Al desaparecer por la dictadura "El Ahuizote" ; el caricaturista Daniel Cabrera fundó en 1898 la revista : "El Hijo del Ahuizote".

Daniel Cabrera nació en Zacatlán ,Puebla el 10. de enero de 1858 , estudió Humanidades con un tío cura. A la muerte de su tío empezó a estudiar pintura con Miguel Medina , continuando posteriormente sus estudios en la Academia de San Carlos en la Ciudad de México. Allí conoció a José Guadalupe Posada y decidió dedicarse a la caricatura , iniciándose como tal en "El Ahuizote".

Cabrera fue director , escritor y dibujante de "El Hijo del Ahuizote" , estuvo más de diez veces en la cárcel , hasta que Don Porfirio Díaz en abril de 1903 destruyó los talleres de la revista. Desaparecido "El Hijo del Ahuizote" , Cabrera y su equipo de caricaturistas (Santiago Hernández, Jesús Martínez Carreón y otros) fundaron otra revista llamada "El Colmillo Público" , clausurada también por Don Porfirio Díaz. Poco después fundaron "El Ahuizote Jacobino" , que les valió más prisiones a Cabrera y a su equipo de caricaturistas. (11)

Otros caricaturistas de la época de Cabrera fueron : Guadalupe Posada , conocido mundialmente como

el grabador enamorado de la muerte y gran retratista de su pueblo.

Posada se inició en el dibujo como caricaturista de "El Jicote", semanario festivo de Aguascalientes, colaborando después en "El Diablito Rojo" y "El Ahuizote". José Guadalupe Posada dibuja y graba ilustraciones para hojas volantes y semanarios festivos. El valor de Posada radica en que sus caricaturas fueron el mejor sustituto de la prensa porfirista, prostituida al mejor postor. Posada creó para el editor Vaeegas Arroyo un personaje: Don Chepito, éste pelón medio loco y medio ciego fue prácticamente el primer personaje de historieta que se hizo en México, aunque paradójicamente no aparecía en historieta alguna, sino como ilustración a las aventuras escritas de "Don Chepito". (12)

Otro contemporáneo y compañero de Cabrera fue Jesús Martínez Carrión, nieto del Pipila, quien nació en Guapajuato en 1860. Estudió en San Carlos y colaboró en "El Hijo del Ahuizote", "El Colmillo Público" (que dirigió) y "El Ahuizote Jacobino" murió de tifo en 1906 en la cárcel de Belén (México, D.F.).

Sin embargo durante el porfiriato, no toda la prensa era como "El Hijo del Ahuizote" o "El Colmillo Público"; ni todos los caricaturistas eran como Cabrera o Martínez Carrión. Al contrario ellos eran de oposición, ya que la prensa mexicana en su

totalidad estaba subvencionada por el dictador. Así pues , la caricatura de oposición no existía en la gran prensa mexicana , ("El Universal" , "El País", "El Imparcial" , "El Mundo" , "La voz de México" , "El Tiempo" , etc.) y ésta solo se daba en las pequeñas revistas que vivían reprimidas y casi a salto de mata.

La caricatura que los periódicos oficiales publicaban , no era caricatura política , sino chistes inocuos o de adulación al gobierno o caricaturas personales de las figuras teatrales artísticas o literarias.

El ejemplo clásico del papel de los caricaturistas durante el Maderismo lo encontramos en la revista "Multicolor" , propiedad de un español porfirista , donde jóvenes caricaturistas , como García Cabral , Pérez y Soto , De la Vega , Lillo y otros se dedicaron a atacar feroz y despreocupadamente a los nuevos gobernantes. Se dice que la prensa no comprendió la revolución Maderista y aprovechó la libertad de expresión para atacar a Madero , ya que el caricaturista hacía lo que le pedían los dueños de las publicaciones.

"Cabral autor de las más despiadadas caricaturas contra Madero , confesaría más tarde que solo ilustraba lo que el director le ordenaba ... sin entender nada de nada". (13)

Pero no sólo la revista "Multicolor" ridiculizó a Madero y a su gobierno , otras revistas como "La Sátira" , se burlaban de él y de Emiliano Zapata , al que no bajaban de bandido , sanguinario , analfabeta , asesino y "Atila del Sur". Tampoco Orozco y Huerta escaparon de los ataques de Cabral caracterizando su trabajo como el de un caricaturista con una gran inestabilidad ideológica , convirtiéndose finalmente en un pintor semianarquista.

Asesinado Madero por órdenes de la embajada yanqui , Cabral es enviado a París , mientras "Multicolor" se alinea a favor de Huerta. Al ser derrotado Huerta , "Multicolor" entra en pánico y todos los caricaturistas huyen : De la Vega a Texas , Pérez y Soto a Cuba , desapareciendo así la caricatura mexicana en espera de mejores tiempos.

En el año de 1914 , durante el período de la Revolución Mexicana , la caricatura desapareció por la poca libertad de prensa que existía , por la falta de buenos caricaturistas y la ausencia de revistas donde pudieran surgir nuevos valores. (14)

En los años 20's sobresalió José Clemente Orozco como caricaturista , quien abandonó la caricatura para convertirse en uno de los más grandes pintores de México ; también destacó Pruneda seguidor de Cabral , aunque en lo político ha sido siempre el

caricaturista del gobierno (básicamente en el periódico "El Nacional"). (15)

A la sombra de Cabral y de la revista "Fap-toche" , surgen nuevos valores para la caricatura nacional , pero éstos nunca lograron éxito ya que su estilo era parecido al de Cabral.

En los años treinta aparecieron varias revistas de humor político , casi todas patrocinadas por Morones y otros políticos que atacaban a sus enemigos con el fin de ganar posiciones y dinero. Revistas como "Omega" , "El Hombre Libre" , "Tutankamen" , "El Torpillo" , albergaron en sus páginas a caricaturistas que debían firmar con seudónimos para salvar sus vidas. (16)

En 1929 se asoma a la caricatura un extraordinario dibujante : Audiffred , quien se inició en "El Universal" como historietista e ilustrador , pero que más adelante se convirtió en cartoonista editorial del mismo periódico.

Con Cárdenas volvió la libertad de prensa y en revistas como "El Torpillo" los caricaturistas De la Mora , Reyes y López Ramos se dieron vuelo con caricaturas del presidente Cárdenas , quien nunca tomó represalias contra éstos (excepto con "Rotafoto" , la revista donde Pagés publicó fotos íntimas del General Cárdenas). (17)

15. Del Río Rius , Eduardo, OP.CIT. P.38

16. IBIDEM. Pp.38 a 39

17. IBIDEM. P. 40

Durante el régimen de Avila Camacho , se establece un control del papel destinado a la prensa y , los periódicos inician la práctica de la autoceosura , siendo las primeras víctimas los caricaturistas , "por peligrosos".

Los periódicos subvencionados por el gobierno y apoyados en la publicidad de las compañías porte-americanas , no permiten la caricatura crítica (excepto contra los opositores al gobierno y contra el Comunismo Internacional).

Arias Bernal toma el lugar del "Chango Cabral" en "Excelsior" y con su indudable maestría de dibujante, impone en México el estilo ya aquí tan grato a ese periódico. Casi simultáneamente con Arias Bernal aparece Freyre , quien hace pareja en las páginas de "Excelsior", donde también se encuentran otros dos dibujantes : Fa-cha y Alfredo Valdés (Cascabel).(18)

Tras el triunfo del Fascismo español en 1939 arribaron a México miles de refugiados , entre ellos los caricaturistas Guasp , Rivero Gil , Tisoer , López Rey , Gamooeda , Ras Martín , Rueda y José Bartoli , éste último pasó después a los Estados Unidos donde desarrolló su excelente trabajo como ilustrador. (19)

18. Del Río Rius, Eduardo; OP.CIT. P.41

19. IBIDEM. Pp. 43 a 45

Los años cincuentas fueron de mayor desarrollo para Arias Berzal , sus portadas para las revistas "Hoy" , "Mañana" y "Siempre" , hicieron escuela y surgieron muchos imitadores. Curiosamente como heredero portadista , Jorge Carreño fue el que menos trató de imitarlo y a quien ha logrado en varias ocasiones superarlo . Carreño como la gran mayoría de los caricaturistas quería ser pintor , pero el destino lo llevó a la caricatura y ha sido indudablemente uno de los mejores dibujantes , aunque reconoce sus grandes dificultades para manejar el aspecto humorístico de sus cartones. (20)

En cambio Alberto Issac , careciendo de una preparación artística , es un estupeado humorista y ha logrado suplir la perfección y el dibujo con unos modos aparentemente "malhechos" , pero con mucha comicidad y un dominio total de las situaciones del humor.(21)

La caricatura mexicana es y ha sido siempre provinciana. Es un hecho de que la mayoría de los caricaturistas se ha dado en provincia y han emigrado a la capital en busca de oportunidades, como ejemplo de esto podemos mencionar a David Carrillo de Nuevo León y Guillermo Ley de Guadalajara.

20. Del Río Rius, Eduardo ; OP.CIT. Pp. 47 a 49

21. IBIDEM. , P.70

En 1953 y 1954 los caricaturistas mexicanos García Cabral , Medina de la Vega , Freyre , Fa-cha , Audiffred , Guasp y Arias Bernal participaron activamente dirigidos por la embajada de Estados Unidos en la campaña difamatoria cootra el gobierno reformista de Jacobo Arbenz de Guatemala. A esos caricaturistas a quienes por este hecho se le conoció como "Los siete de la embajada" , vivieron los momentos más vergonzosos que ha tenido la caricatura en México.(23)

Jesús Castruitas se inició en la caricatura junto con Abel Quezada en "Ovaciones" , pero la abandonó por mucho tiempo y regresó a ella tras pasar por la escuela de dibujo con otro estilo y otra firma , actualmente es Castrux y sigue en "Ovaciones".

Otros caricaturistas de los años 50's : Almada , que murió muy joven , Macedo que editó " La Crítica" y Salazar Berber dedicado al cartón deportivo. (24)

En 1960 en la revista " Siempre " , Vadillo y Rius lograron que se publicaran sus caricaturas , iniciándose así un gran avance para la caricatura , ya que por primera vez se logró colocar en una publicación comercial , temas que ningún periódico aceptaba.(25)

23. Del Río Rius, Eduardo ; OP.CIT. , P. 77

24. IBIDEM. , Pp. 77 a 78

25. IBIDEM. , P. 79

Ley se inicia copiando el estilo de Arias Bernal , para después crear un estilo propio , aunque únicamente en el dibujo.

Abel Quezada fue con su trabajo el primer renovador de nuestra caricatura , ya que rompió con los moldes de la solemnidad y el respeto al dibujo clásico. Sus cartoons eran humorísticos y , por primera vez alguien se reía de los políticos.

Rafael Freyre comenzó a trabajar como caricaturista a los 13 años , irrumpiendo al mundo de la caricatura con estilo propio , dueño de una asombrosa facilidad para el dibujo autodidacta.

Alberto Beltrán , grabador y miembro del Taller de la Gráfica Popular , fue un estupefacto dibujante que se inició como caricaturista al principio de los años cincuentas , colaborando por varios años en "Novedades" y "Diario de la Tarde".

La gran labor que hizo el Taller de la Gráfica Popular en el campo de la comunicación social , fue que la caricatura no aparecía en periódicos , sino en hojas volantes , carteles , folletos , etc. ; todo era ilustrado con gran calidad para lograr la mejor comunicación con el pueblo. (22)

En "El Mitote Ilustrado" que circuló por tres años , nació una generación de caricaturistas como AB (Emilio Abdalá) , Rogelio Naranjo , Palmira Garza (es la única mujer caricaturista que se ha dado en México) , Helio Flores , Enrique Heras , Víctor Romero Matz , Rafael Tejada , Jaime Peralta , etc. También por esa misma época se iniciaron dos caricaturistas que son Rossas (Ramón Aguilar Rosas) y Vázquez Lira ambos haciendo cartón editorial diario.(26)

Después del 2 de octubre de 1968 , nace en México la revista "La Garrapata" , bajo la dirección colectiva de cuatro caricaturistas AB , Helio Flores , Naranjo y Rius bajo el patrocinio del editor Guillermo Mendizábal.

"La Garrapata" tras atravesar por innumerables problemas con el gobierno , desapareció temporalmente y reapareció al unirse los cuatro caricaturistas en una cooperativa para una segunda época , desapareciendo nuevamente en 1970. La importancia de "La Garrapata" fue la de haber sido la primera revista de humor político hecha en México , sin ligas con ningún grupo o partido político y sin ningún patrocinio del gobierno. En esta revista se consolidan dos grandes caricaturistas : Naranjo y Helio Flores , quienes posteriormente se fueron a trabajar a los diarios más populares de México. Otros caricaturistas de esa época fueron : Checo Valdés dedicado al diseño , Antonio Cardoso dedicado a la historieta y Federico Araya (Fritz) dedicado a la investi-

gación . Efrén Maldonado caricaturista en "Proceso" y "El Universal" , surgió en la tercera época de "La Garzapata". Vic (Víctor Monjaraz) surgió gracias a la fama de la televisión en un conocido noticiero de Televisa en la Ciudad de México. Sergio Iracheta se inició gracias a un concurso de caricatura convocado por "El Universal" , donde actualmente sigue colaborando. Al igual que Iracheta , Magú (Bulmaro Castellanos) logró su oportunidad mediante dos concursos ; uno de "El Universal" y otro de "El Mitote Ilustrado".

En los años 70's llegaron a México dos caricaturistas peruanos : Oswaldo y Marino Sagástegui y se quedaron en "Excelsior" a raíz del golpe echeverrista contra el periódico , supliendo a Naranjo y Abel Quezada.

Otro caricaturista de los años 70's fue Pedro Pérez , dibujante extraordinario que colaboró en "El Sol de México" murió en 1978 a los 38 años de edad dejando una obra incompleta . Algo parecido sucedió con Vic. quien también falleció.

En 1973 se integra a la caricatura mexicana un caricaturista sudamericano José Palomo , asilado en México a raíz del golpe de estado contra el presidente Salvador Allende , colabora actualmente en el periódico "Uno más Uno".

Sergio Arau Coropa , es uno de los caricaturistas que surgieron en "La Garrapata" (3a. época) y uno de sus directores , su estilo evoca lo que han dado en llamar el "estilo Beatles" y sin lugar a duda es uno de los caricaturistas más originales.

La tercera época de "La Garrapata" (1980-1981) hizo surgir grandes jóvenes caricaturistas que practicamente ahí se hicieron como : Peggo , Soto , Ramón , Ahumada , El Fisgón , Rocha , Jis , Bettini , Kemchs , Luis Alejandro y Jaime Peralta.

Al desaparecer en 1981 "La Garrapata" , los caricaturistas que colaboraban en ésta fundaron dentro del diario "Uno más Uno" un suplemento de humor : "Más o Menos". (27)

Actualmente debido a la falta de revista de humor político , donde el caricaturista pueda expresarse libremente ha impedido el surgimiento de nuevos valores . Y los caricaturistas de hoy en día trabajan para los diarios limitando así su desarrollo en otros medios de comunicación. El otro factor que impide el desarrollo de los caricaturistas , es la censura de los dueños de los periódicos. Así con todas estas limitaciones los caricaturistas continúan tratando de cumplir con su función social que les corresponde.

C. HISTORIA DE LAS REVISTAS DE CARICATURA

"Fautoche" podría considerarse como una de las primeras revistas de humorismo. Surge en 1920 e incursiona en éstos nuevos valores de la caricatura como "El Chango Cabral", Orozco, Islas Allende y Pruneda.

"Fautoche" nunca publicó nada político y fue una copia de las revistas francesas "Le Rire", "La Vie Parisien" y del estilo de dibujos de la famosa revista alemana "Simplicissimus". Desgraciadamente el humor de "Fautoche" era mediocre y su importancia se debió fundamentalmente a la aparición de nuevos caricaturistas. Esta revista duró en circulación tres años y desapareció porque dejó de venderse.(28)

A partir de 1923 surgen muchas revistas de humor, las cuales incluían en la mayoría de sus hojas humorismo político y, solo algunos cartones de humorismo no político. Dentro de éstas podemos mencionar: "El Turco" (1931), su director era el caricaturista Artheopack, ésta fue desaparecida por

la policía callista el mismo día de su aparición. Posteriormente Arthesack edita la famosa tira cómica "Adelaido el Conquistador". Otra revista de humor fue "El Torvillo", editada durante el período presidencial de Lázaro Cárdenas.

En 1944 el periodista Jorge Pico Sandoval, funda un semanario llamado "Don Timorato" en este colaboran los mejores caricaturistas del momento : Arias Bernal, Freyre, Fa-Cha, Valdés, Peña, Fuga, Bismarck Mier, Guerrero Edwards, Abel Quezada. Otros caricaturistas que se sumaron a "Don Timorato" fueron Narayanath, Jorge Fuga, Ram, López-Rey, Alberto Huice, Alberto Isaac, Jorge Carreño, aunque al cambiar de director la revista perdió mucha calidad, ésta sirvió como escuela para muchos caricaturistas. (29)

En 1948 nace una revista donde se combina el humor político y no político llamada "Presente", a cargo de Pico Sandoval y Arias Bernal. En la revista "Presente", la gran novedad es que da cabida al surgimiento de una nueva caricatura llena de humor como la que conocemos actualmente. (30)

En 1959, el cómico y caricaturista español Gila y Rius fundan la efímera revista de humor blanco "La Gallina".

29. Del Río Rius, Eduardo; OP.CIT.; Pp. 43 a 50

30. IBIDEM, Pp. 77-78

En 1965 se elabora un suplemento de humor dentro de la revista "sucesos" a cargo de los caricaturistas Nikito-Nipongo y de Rius, éste suplemento llevó el nombre de "El Mitote Ilustrado".(31)

Así también en el año de 1965, se edita en el Distrito Federal el primer número de la revista de humorismo llamada "Ja-Ja"; misma que marca la pauta que da origen a otras revistas de humorismo o político que circulan actualmente. La revista "Ja-Ja", se caracteriza porque en su 32 páginas aparece chistes o políticos.

Actualmente "Ja-Ja" tiene 22 años de publicarse, a través de sus largos años de publicación su formato y contenido han variado, aliándose con otras revistas de humorismo rojo.

Otras revistas del mismo género del "Ja-Ja", que tienen varios años de salir a circulación en el Distrito Federal son: "La Dulce Vida", "La Vida Alegre", "Ría" y "Buen Humor", mismas que tienen 18 años de publicarse semanalmente. Otras revistas de humorismo rojo no tan antiguas como las anteriores, pero que se han publicado ininterrumpidamente durante 8 años son: "Sexy Chistes", "Relajo", y "La Chioche". Con 5 años de publicación se encuentra: "El Chistoso Feliz"; con cuatro años están "Gotas de Risa" y "La Ballepita de Chistes" y por último las más recientes, con un año de publicación son: "El Muy Cotorro", "La Revista Negra de Humorismo", "Festival de Chistes", "Buenos Chistes" y "Muchos Chistes".

En la actualidad , las revistas llamadas de humorismo rojo son manejadas por siete editoriales , las cuales forman un monopolio , ya que son las encargadas de publicar todas las revistas de caricatura del género que se investiga en el presente estudio.

De esta manera , las revistas de humor rojo se agrupan como sigue: la editorial Misa tiene a su cargo la publicación de "La Dulce Vida" , "Buen Humor" y "Ría". La editorial Záfiro publica : "Sexy Chistes" , "Buenos Chistes" y "Muchos Chistes". Editorial Sayrols edita : "La Vida Alegre", "Festival de Chistes" y "Ja-Ja". Editorial Actares publica "El Chistoso Feliz" , "La Ballepita de Chistes" , y "Gotas de Risa". Editorial Mae edita: "El muy Cotorro" y "La Revista Negra de Humorismo". Editorial Retográfica publica : "Relajo" y "Mini Chistes" y por último , la editorial Pin-Pop edita : "La Chioche".

Sin embargo , no obstante que las revistas son manejadas por diversas editoriales y por lo tanto poseen diferentes títulos pudo apreciarse que las características morfológicas y de contenido son las mismas , ya que hay chistes que se repiten en varias de ellas , así también los estilos caricaturescos y la temática son homogéneos. Deduciéndose , por lo tanto que el humorismo rojo es manejado por un monopolio de editores , que imponen al caricaturista el manejo de una misma temática , como son las imágenes de mujeres semidesnudas y la venta de sexo.

Al formar su monopolio los editores , les permitió sacar al mercado grandes tirajes de ejemplares semanales ; por ejemplo en el Distrito Federal se publican y venden , un millón seiscientos mil ejemplares de la revista "Ja-Ja" . De ahí que sea comprensible la negativa de los encargados de las editoriales para colaborar en la siguiente investigación , ya que no proporcionaron información ni de la historia , ni del desarrollo de sus revistas , afirmando que no han realizado estudios de mercado.

Pasando a otro punto , se observó que la mayoría de las revistas de este género , tienen su registro de título y contenido en trámite , por tal motivo se entrevistó a dirigentes de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas , quienes a su vez informaron descopocer las causas por las cuales no se ha legalizado este trámite. También agregaron estas autoridades , que desconocían si había estudios de análisis de contenido de estas revistas y, señalaron que su venta estaba condicionada , ya que sólo deberían venderse a adultos y ser cubiertas con una bolsa de plástico oscura para que los menores no se percatasen de las imágenes que manejan las portadas de las revistas. (32)

32. Entrevista realizada el 14 de julio de 1986 al secretario de La Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas , Lic. Esteban Nuñez Perea.

Sin embargo la realidad es otra , ya que en la mayoría de los puestos de revistas se exhiben desprovistas de las bolsas de plástico y se venden a cualquier persona , siendo los mayores de 13 a 16 años de nivel sociocultural bajo los que más las consumen.(34)

Debido a que los mayores cuyas edades fluctúan entre los 13 y 16 años , forman el grupo mayoritario de lectores de las revistas de humorismo rojo , se entrevistó a las autoridades de CONAPO , quienes en 1982 fueron las encargadas del Programa Nacional de Educación Sexual en México , las cuales informan que las revistas de caricatura que se analizan en el presente estudio "Son una de las múltiples expresiones erróneas que tiene nuestra sociedad , pero aún dominantes de la concepción de la mujer como "objeto sexual" subordinada a los deseos masculinos. En sociedades patriarcales como la nuestra el hombre es un individuo cualidad intrínseca es un potencial sexual "agresivo" , por lo tanto la estructura de la personalidad de los individuos reproduce el modelo pasivo femenino y el activo masculino . Las revistas de esta índole son reproductoras y son resultado precisamente de estas concepciones. Al mismo tiempo , sumado a lo anterior están también las necesidades del mercado que hacen de la desigualdad sexual un objeto mercantil más".Asimismo

34. Puestos de revistas ubicados en el metro Chapultepec, Insurgentes, Observatorio, Zaragoza , La Raza, Indios Verdes, Balbucera, Candelaria, Taxqueña, y San Lázaro.

se agregó : " que las revistas de caricatura retomadas para este estudio son medios que obstaculizan una educación de la sexualidad , que tiende a la igualdad entre hombres y mujeres. Y en cambio fomentan la educación de la sexualidad por una vertiente muy específica: la tradicional marcada por la desigualdad".(34)

Por otra parte el 18 de junio de 1986 la Secretaría de Educación Pública y la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas , publicaron en el Diario Oficial de la Federación y en los principales periódicos de México un decreto en el que queda prohibida la publicación y circulación de las revistas que se analizan en esta investigación , así como otras que sobrepasan los límites de lo que se considera revista pornográfica lícita.

Dentro de estas revistas que fueron consideradas nocivas en la educación de niños y jóvenes se encuentran : "El Muy Cotorro" y "La Revista Negra de Humorismo" . Por tal motivo, al seguir observando que

34. Entrevista realizada a la titular del Departamento de Comunicación Social de CONAPO , Lic. Carmen Sepúlveda Santelices . El 22 de agosto de 1986 en el Distrito Federal.

en algunos puestos de periódicos se seguían vendiendo, se entrevistó a ciertos expendedores, quienes dijeron que se les había comunicado suspender la venta de estas revistas durante "El Mundial de Fútbol de México", continuando en la actualidad con su circulación. (35)

La caricatura de este tipo de revistas se puede decifrar como de humorismo rojo, ya que las caricaturas tienen características pornográficas, exhiben mujeres semidesnudas realizando el acto sexual. Es así que por medio de estas caricaturas los individuos son motivados por mensajes sencillos y atractivos para que se adapten a su medio social, ya que por medio de la diversión del chiste se le fomentan y refuerzan los patrones culturales de la sociedad patriarcal, en el que el hombre es el que ostenta el poder, y la mujer es vista como objeto sexual de éste.

Es así como las revistas además de vender humor muestran como la mujer "alcanza un mejor status social" a través de la exhibición y venta de su cuerpo. También venden la imagen de una mujer que está siempre dispuesta al acto sexual. Venden y fomentan la imagen de que toda mujer joven es prostituta; a su vez venden la imagen de un hombre que es víctima de su instinto sexual, de un hombre

35. Entrevista realizada a los expendedores de periódicos y revistas: metro insurgentes Sr. Eliseo López, metro Indios Verdes Sra. Enriqueta García, metro observatorio Volcans Gasca, metro Balbuena Sr. Sergio Roldán.

superpotente que ostenta poder , y por ello tiene éxito con la mujer , ya que puede satisfacerle todos sus caprichos , además de comprar su sexo. Estas revistas mercantilizan la imagen de la mujer como un "objeto sexual" del hombre ; ofrecen éxito y dinero por medio de la prostitución ; venden belleza y fomenta el arquetipo de la mujer "sexy".

De esta manera podemos ver , que en la actualidad la venta de revistas de humor rojo que utilizan la exhibición del cuerpo femenino a través de la venta de sexo , se han incrementado , ya que cada día aparecen nuevos títulos , que son publicados en grandes tirajes , cuyas características de contenido y morfológicas son homogéneas.

II. EL SEXO Y LA MUJER EN LA SOCIEDAD CAPITALISTA

A. SEXO Y SOCIEDAD CAPITALISTA

1. GENERALIDADES

La sexualidad ha interesado siempre al hombre , sio embargo es hasta fines del siglo XIX cuando surge como objeto de análisis científico , por parte de estudiosos que afrontan esta problemática.

En las últimas décadas , diferentes disciplinas han abordado la temática sexual con enfoques parciales o integradores. Del resultado de estos estudios se ha reconocido que la sexualidad no se manifiesta de la misma manera en todas las sociedades . Por lo tanto , es de vital importancia estructurar modelos propios que nos permitan entender y transformar nuestro comportamiento sexual.

Estudiosos como Freud , Marcuse o Reich en sus análisis sobre la sexualidad , coinciden en que la represión de las cuestiones sexuales del ser humano en las sociedades capitalistas , es generadora de grandes problemas sociales como son las violaciones , el homosexualismo , la prostitución ,

las madres solteras , la violencia y criminalidad.

Freud nos dice en su obra "Introducción al Psicoanálisis" , que la neurosis de las personas se debe a la represión de la libido , por lo tanto la pulsión sexual en las sociedades capitalistas es de tal naturaleza que hay que limitarla , controlarla y educarla desde muy temprana edad. Incluso es necesario separar una parte de ella para ponerla al servicio de la civilización , ya que la pulsión sexual posee la notable particularidad de poder cambiar su finalidad sexual por otra de carácter social o cultural , que le permita satisfacer de igual modo ésta. (36)

Freud llama a este acto sublimación , ya que el ser humano no puede suprimir su deseo sexual y sólo logra sublimarlo. Así el impulso sexual se transforma en actividades "superiores" tales como la caridad , el amor al arte , el interés por la ciencia ; de tal manera que la sublimación sexual produce o se transforma en cultura.

Por medio de la sublimación se puede construir una sociedad , una cultura y una civilización , mediante las relaciones sociales de trabajo. La ciencia , la actividad artística , son ejemplos de manifestaciones de energía sexual sublimada. Para obtener una cantidad de energía psíquica suficiente para la conversión y el desarrollo de la civilización , es necesario que la pulsión sexual no se integre por entero a la búsqueda de satisfacciones propiamente sexuales.

Es preciso que una parte de la pulsión sexual sea sublimada , para que pueda servir a la construcción de los conjuntos necesarios para la vida en común , la seguridad del grupo y la creación de instituciones como la familia. (37)

Hebert Marcuse , dice que estamos en una sociedad-fábrica en la que el trabajador mismo es en realidad "fabricado" , según los programas y normas establecidos por la sociedad , a fin de que sea una copia adecuada , lo cual quiere decir que en las "democracias" occidentales el hombre sigue estando deshumanizado , reducido a una dimensión como productos del trabajo. Es un "hombre unidimensional" sometido a sus jefes políticos y económicos.

"El hombre unidimensional " de Marcuse esta controlado y dominado en todos los aspectos de su existencia , se le impone lo que debe hacer (alienación al trabajo) y se le dirige su educación racionalista , la producción , el consumo y la publicidad , así como los modelos del ocio.

Para Marcuse , Eros es un dios jugueteo , sabio y razonable y no podía haber una mejor deformación de su pensamiento que confundir la liberación de Eros con los fenómenos de liberación sexual , la cual ha sido captada por la sociedad-fábrica , que

la ha programado con objeto de consumo en distorsión de una verdadera floración de Eros. (38)

Wilhelm Reich, "afirma que las sociedades capitalistas ven la sexualidad como una problemática rodeada de mitos y tabúes controlada por una moral mística, autoritaria y represiva". (39)

Los problemas sexuales de una sociedad capitalista son en resumen las injusticias, las opresiones y las explotaciones de todo género que todo el pueblo sufre bajo el modelo de producción capitalista, en donde se da la miseria sexual al existir la represión por parte de la ideología burguesa y sus instituciones. (41)

En la sociedad capitalista la sexualidad toma modos específicos, que van de acuerdo con la cultura de ésta a las actitudes y conductas relativas a roles sexuales, relaciones de autoridad en el interior de la familia y conducta reproductiva que permite afirmar que aún predomina el autoritarismo masculino en la estructura familiar varón-mujer. Esta estructura ha sido formada bajo una serie de influencias que se caracterizan por seguir una tradición de

38. Marcuse, Hebert; EROS Y CIVILIZACION, Pp. 121 a 123

39. Wilhem Reich, LA REVOLUCION SEXUAL, P.40

40. IBIDEM, Pp. 40-41

de normas y valores sexuales disfuncionales . En la búsqueda de autorealización , los seres humanos son capaces de influenciar su medio ambiente , (sobre todo cuando actúan en grupo) en el campo de la sexualidad , esa influencia casi nunca es libre y responsable , sino que es impuesta por el medio social.

La caricatura en esta sociedad capitalista tiene una importancia imprescindible , ya que es utilizada como el medio de comunicación para difundir su ideología. Por medio de los mensajes ocultos que se emiten a través de la caricatura , los cuales conllevan la finalidad real de ésta , que se radica en la diversión sino en la manipulación de la conciencia del individuo , se fomenta la preservación y adaptación del sujeto a su medio. Así , por medio del "mensaje oculto" de la caricatura se explota también el tiempo libre , ya que ésta es utilizada como medio de comunicación para fomentar y reforzar los valores de una ideología capitalista , donde el individuo tiene a sublimar inconscientemente sus frustraciones sociales al carecer de una conciencia real , la cual le impide darse cuenta del perjuicio que se le ocasiona , viviendo manipulado en un mundo donde se le fomenta el consumismo , la vulgaridad , siendo explotado en todos sus aspectos sociales.

La sexualidad esta determinada por los valores , normas , actitudes y conductas impuestas por la sociedad capitalista. El valor que se le da al éxito

económico basado en la producción e intercambio de mercancías ha traído como consecuencia la mercantilización de los atributos sexuales femeninos. Existe un sistema cultural que agrupa valores y creencias, conocimientos y pautas de conducta relativas a la sexualidad y los roles sexuales. El rol o papel sexual aparece inherente a la sociedad ligado a la división del trabajo doméstico.

En México esta división es notable en el ámbito doméstico, adjudicándosele a la mujer - por su capacidad reproductora el cuidado de los hijos y los quehaceres propios de la casa, al varón por su constitución física más fuerte que el de la mujer, - es el encargado de sostener económicamente a la familia.

La conducta sexual en la sociedad capitalista se controla de cuatro formas, en primer lugar para evitar la "competencia continua", se requiere de algún tipo de matrimonio. En segundo lugar, se hace necesario la existencia de un mercado sexual que impida manifestaciones de violencia, homicidios, etc. En tercer lugar la sociedad manipula la elección del - compañero o compañera fomentando un prototipo específico, neutralizando cualquier otro tipo de relación que se aleje de éste. Por último, si las tres anteriores fallan, existe el divorcio como mecanismo de seguridad para la aculación del matrimonio.(41)

La conducta sexual entonces depende de los elementos culturales , es decir , de los valores , creencias , conocimientos , actitudes y normas . Estos elementos están sujetos a cambios constantes y rápidos, según la coyuntura histórica de la sociedad capitalista y la interacción de sus formas de organización social , sobre todo las de carácter político y económico.(42)

42. CFR. Sigmund, Freud; INTRODUCCION AL PSICOANALISIS, Pp. 60 a 68;
Marcuse, Hebert; EROS Y CIVILIZACION, Pp. 100 a 143 y
Wilhelm, Reich; LA REVOLUCION SEXUAL, Pp. 1 a 60

2. EROTISMO Y CULTURA

La palabra erotismo es un término muy amplio , y hasta confuso en menor y mayor medida , el vulgo no lo diferencia claramente de lo que es pornografía.

Erotismo , es la expresión humana de necesidades sexuales como son : los juegos eróticos , el coito , la comunicación verbal , gráfica o icópica de todo lo relacionado con lo erótico. (43)

Eros , hijo de Venus y Marte , es el Dios del amor y el placer . A raíz de que surgió y se desarrolló el psicoanálisis , éste Dios de la mitología griega ha cobrado relevancia apareciendo constantemente en las diversas corrientes psicoanalíticas que estudian el placer a través del papel que juega el sexo en la vida del hombre. Freud , padre del psicoanálisis retoma de las raíces mitológicas su método , él cual trata de hacer que aflore el inconsciente para que el hombre lleve una vida coherente. El opuesto a esta corriente , el principio de muerte (Thanatos) , se caracteriza según el psicoanálisis clásico , por el rechazo del placer , la represión sexual e incluso por las tendencias destructivas del hombre.

Un enfrentamiento de comportamiento opuesto es

la civilización occidental puede ser enfocado desde este punto de vista , Marcuse lo hizo en su ensayo filosófico social de los conceptos freudianos Eros y Civilización . En este enfrentamiento Eros parece estar surgiendo victorioso a través de la cultura de masas , la censura parece ser mucho más latente que antes ; el desdado , principalmente el femenino prolifera en los medios masivos de comunicación, como el cinematógrafo , carteles y revistas.

En algunos países como Estados Unidos las tiendas del sexo , ofrecen una gran variedad de artículos para el placer erótico , los jóvenes parecen disfrutar de una mayor libertad con respecto a la sexualidad. Sin embargo , detrás de esta apariencia existe un mecanismo sutil que mantiene la sexualidad dentro de un sistema de control en las sociedades civilizadas ; por lo que un análisis de las expresiones eróticas o la carencia de ellas , en cierto aspecto de la cultura de masas es de gran utilidad para clarificar las causas y la forma en que tal control represivo se ha venido ejerciendo a la vez que el erotismo de consumo.(44)

Podríamos decir que el erotismo es ilimitado

44. Ellis , Abarbanel, ENCICLOPEDIA DEL COMPORTAMIENTO SEXUAL HUMANO , Tomo II, P.822

e indefinido , tanto como el placer que persigue . Visto así , cualquier cosa puede resultar erótica , hasta unos zapatos pueden ser utilizados como elementos fetichistas .

De esta manera , los estímulos audiovisuales llegan a producir reacciones emocionales de contenido sexual e incluso de posible excitación , dependiendo de la historia previa de los receptores . Llevándose a cabo un condicionamiento de respuestas en las más variadas y múltiples combinaciones . (45)

Un rasgo que debemos tomar en cuenta , es como el erotismo fue adquiriendo carácter de mercancía dentro de la sociedad de consumo . Al mismo tiempo el público gozaba con los primeros desnudos en pantallas de cine y también notaba que los periódicos y revistas publicaban estas imágenes gratuitamente .

Este interés erótico comercial en la mujer se mostraba ligado a la ciencia ficción en la cultura visual .

Lo erótico tiene muchos aspectos , se trata en realidad de un fenómeno muy complejo del que existe una abundante bibliografía que va desde la historia sexual de la humanidad y numerosas interpretaciones en el campo del arte hasta los manuales prácticos modernos muchos de ellos convertidos en "best seller" .

Los diferentes enfoques sobre la dimensión erótica llegan a definirla , como un medio psicológico para llegar al acto sexual , para el que se requiere un cierto nivel educativo y mental , pero también una dosis de energía física , que se consume finalmente una auténtica "orfebrería del sexo".(46)

El comportamiento erótico va aparejado al placer , al entretenimiento , a la sensualidad , en vez de solo concebir al sexo como un simple medio de reproducción biológica. Es la transformación del fenómeno biológico del instinto , en el fenómeno psicológico del deseo . El deseo entretenido en la imaginación contribuye en diversos grados de refinamiento a la formación del erotismo . La dimensión erótica nos distancia en el terreno de la sexualidad del comportamiento de los animales , ya que no aparece en otras especies las formas prácticas elaboradas e imaginativas del placer amoroso , como se presenta en la especie humana . Se trata de una complicada red de estímulos relacionados con el placer sexual en todas las combinaciones posibles que puedan desprenderse , de la estimulación de las zonas erógenas y la excitación a que pueda llegarse por los sentidos , principalmente

46. Araoguren , José Luis, EROTISMO Y LIBERACION DE LA MUJER, Pp. 47 a 54

el de la vista , siendo este fenómeno común al individuo y a la sociedad. (47)

En nuestra cultura se manifiesta el erotismo como una forma elaborada de sexualidad , producto de la llamada cultura de masas él cual es difundido por los modernos medios tecnológicos que forman parte de un mecanismo económico , político y social. El fenómeno es muy complejo y ha llegado a deshumanizar y a enajenar la sexualidad , bajo el contexto del sistema capitalista y sus mecanismos de consumo y reproducción.

La moral y el comportamiento sexual son producto o resultado de las instituciones , es decir , están ligadas a un sistema económico , político y social , él cual establece determinado modelo de relaciones sexuales. (48)

47..Lou Andreas-Salome , EL EROTISMO, P. 136

48.Cfr. Marcuse,Hebert , EROS Y CIVILIZACION,Pp.113 a 124 ;
Araguren,José Luis,EROTISMO Y LIBERACION DE LA MUJER ,
Pp. 47 a 54 ; Lous Andreas,Salome;EL EROTISMO,P.136 ;
Careaga,Gabriel;EROTISMO , VIOLENCIA Y POLITICA EN EL CINE ,Pp. 100 a 107

B. LA SEXUALIDAD

I. CONCEPTUALIZACION DE LA SEXUALIDAD

Es importante tener clara la noción de la sexualidad , tanto para efectos de la investigación cuanto que forma parte inherente de los seres humanos , como individuos , como grupos y como sociedades.

La sexualidad considerada como un "problema" es solo una visión negativa del mundo y del acontecer de la vida . Por el contrario la sexualidad , es en sí , el marco dentro del cual los seres humanos encuentran un sentido y gratificación a sus deseos e impulsos más profundos.

La visión maniqueísta del mundo (♦) y a todo fenómeno que atañe a los seres humanos ha prevalecido durante mucho tiempo. Su influencia no ha dejado todavía de tener un cierto peso en la

- ♦ Maniqueísmo aplicase al que sigue los errores del Maniqueo o Manes , heresiarca babilónico del siglo III , que admitía dos principios creados , uno para el bien y otro para el mal.

actualidad. Esta visión ha dividido el ámbito sexual en "bueno" y "malo", en "corporal" y "anímico", en "físico" y "metafísico". Es preciso aclarar esta concepción parcial, incompleta, alejada de criterios científicos, que de ser aplicada puede acarrear graves consecuencias en la sociedad.

En la sociedad mexicana durante largos períodos de tiempo la sexualidad se ha encontrado reducida a la intimidad, sin capacidad para circular públicamente. Por esta falta de "ciudadanía" reconocida ampliada solamente en los últimos años en las cuales la sociedad mexicana ha encarado integralmente una amplia tarea de sistematización, estudio programado, investigación y acción intencionada sobre la sexualidad humana y su educación.

En este sentido se puede afirmar que la sexualidad como característica inherente al ser humano esta vinculada con el aspecto biopsicosocial.(49)

La sexualidad constituye una dimensión fundamental del ser humano, influyendo decididamente en su formación y desarrollo, ya que participa de manera determinante, en la estructura de

la personalidad y en las diversas relaciones que se establecen entre los individuos.

Para comprender al ser humano en todas sus manifestaciones , debemos partir del principio general que establece que la naturaleza humana es el resultado de la integración de los aspectos biológicos y sociales , cuya complejidad se manifiesta en la manera de pensar , sentir y actuar. El conjunto de estos factores actúan recíprocamente a lo largo de toda la vida del individuo , de tal manera que la acción de cada uno de ellos se encuentra en interdependencia directa de los otros.(50)

Partiendo de este enfoque integral del ser humano , podemos conceptualizar la sexualidad como ; "La expresión biopsicosocial de los individuos como seres sexuados en una sociedad y cultura determinada".(51)

50. CONAPO, OP.CIT., Pp. 30 a 33

51. Schwarz, Oswald; PSICOLOGIA DEL SEXO, Pp. 23 a 33

2. CARACTERISTICAS DE LA SEXUALIDAD

Tomando en consideración que los individuos no se pueden dividir en partes , se intentará para una mejor comprensión y análisis de la sexualidad , separarla en sus aspectos biológicos , psicológicos y sociales.

2.1 ASPECTO BIOLOGICO DE LA SEXUALIDAD

La sexualidad posee una base biológica universal que es el sexo . Entendemos por sexo : "el conjunto de características anatómicas y fisiológicas que en la especie humana diferencian al varón y a la mujer , que al complementarse , tienen , en sí , la potencialidad de la reproducción.(52)

2.2 ASPECTO SOCIAL DE LA SEXUALIDAD

Los seres humanos se agrupan entre sí estableciendo múltiples relaciones , en donde satisfacen sus necesidades sociales básicas , siendo una de éstas la sexualidad.

Para lograr la convivencia social ; las instituciones , los valores , las normas y las creencias , moldean el comportamiento de los miembros de una sociedad. Este moldear abarca la conducta sexual , haciéndose evidente esto en la interacción social , lo cual permite a los individuos el intercambio de experiencias de carácter sexual.

El proceso de socialización está encaminado a que cada miembro del grupo haga suyos los elementos normativos establecidos para la convivencia. Es este sentido la sociedad presiona para que los individuos se comporten de una determinada manera. De ahí , que cualquiera que se aparte de este orden sea considerado "anormal" (homosexuales , prostitutas , madres solteras , drogadictos , alcohólicos , etc. ,)sufren una fuerte presión social diri-

gida a controlar su conducta , pero en algunas ocasiones no es necesario recurrir a la autoridad formal para sancionarlos. Es la misma sociedad quien los castiga a través de distintas formas de marginación : ridículo , desprecio , aislamiento , etc.

Un elemento presente en la sociedad que consideramos importante destacar , es la clara división de funciones para el varón y la mujer dando lugar a la formación de patrones sexuales bien diferenciados. Sin embargo la incorporación de la mujer al proceso productivo , los patrones sexuales han sufrido cambios tendientes hacia la flexibilidad. (53)

El patrón sexual da la pauta , de como organizar la vida sexual de los miembros de la sociedad a que pertenece. El contenido del patron es reflejo de la ideología social , siendo éste proyectado en forma individual y paulatina desde el momento del nacimiento. De tal manera que la conducta sexual es socialmente aprendida y no biológicamente determinada.

El comportamiento sexual del varón y de la mujer , esta condicionado a la concepción que

que cada sociedad tiene de ellos. Además dentro de una misma sociedad , los roles sexuales presentan características específicas para cada etapa del desarrollo del individuo , así como diversos niveles de exigencia en el cumplimiento de cada uno de ellos. Ahora bien, el proceso de enseñanza-aprendizaje de los roles sexuales se da en la familia. Con el nacimiento se inicia un proceso de incorporación al medio social . La sociedad frente a la familia ejerce un control para institucionalizarla , de tal manera que ésta tiene funciones específicas que expresan las características de la organización a la que pertenece.

2.3 ASPECTO PSICOLOGICO DE LA SEXUALIDAD

El aspecto psicológico de la sexualidad , es de identidad sexual. El individuo , durante el período de socialización , se enfrenta a un patrón sexual al que tiene que apegarse para ser aceptado por la comunidad en que vive.

Esta socialización permite al ser humano

estructurar su identidad , es decir , encontrar durante el proceso de desarrollo , una forma individualizada de ser , sentir y pensar , lo que hace único y original dentro de su grupo. Esto nos permite ser diferentes a pesar de que seguimos patrones preestablecidos , lo que se debe por una parte , a la dotación genética individual y , por otra , a los factores del medio ambiente.

Los patrones que nos brinda la sociedad como marco de referencia para el desarrollo , están tipificados para el varón y la mujer y corren en forma paralela , con poca probabilidad de conjugarse ; por tanto , la identidad que el ser humano ha de adquirir está determinada por el aspecto sexual , convirtiéndose en esa medida en una identidad sexual.

La identidad sexual comprende tres aspectos básicos que son : la identidad de género , el rol de género y la orientación sexual. (54)

La identidad de género se refiere a la conciencia de pertenecer a un sexo determinado , es decir sentir y pensar como hombre o mujer. Este pro-

ducto social , oo es propio de la naturaleza femenina o masculina.

El rol de género , se refiere al comportamiento del individuo en sociedad de acuerdo al sexo a que pertenece. Generalmente este comportamiento responde a la identidad de género y a los usos y costumbres del lugar y la época. Ubicar el rol de género en su contexto social es primordial , porque si queremos valorar la "masculinidad" o "femenidad" de una persona fuera de su contexto social y en la época que oo le corresponda , el resultado de esta confrontación se presentaría un tanto incoherente.

Actualmente vivimos en una época de confrontación de valores , cuyas causas políticas podrían encontrarse en los cambios ocurridos en la vida social , los cuales permitieron la incorporación de la mujer al trabajo asalariado.

Las modificaciones presentadas en los roles han orillado a la mujer a asumir funciones tradicionalmente atribuidas al sexo masculino , así vemos que puede usar pantalones que antes eran únicamente para el varón , puede traer el pelo corto y el hombre

el pelo largo , ambos pueden rizarse el pelo o teñirlo de otro color si son sus deseos , puede trabajar en fábricas o en cualquier empresa donde perciba un salario , y puede competir con el varón con igual capacidad intelectual en todas las ramas de la productividad social , ya no está limitada únicamente a los quehaceres domésticos y al cuidado de los hijos , sino que ha tomado participación activa en el desarrollo económico , político y social de su medio , pues actualmente puede llegar a ser Secretaria de Estado y el hombre puede realizar los quehaceres domésticos y cuidar a los hijos y no por asumir estos roles pierde su integridad como hombre o mujer. Otra de las modificaciones del rol del individuo , es su orientación sexual o sea , la atracción , el gusto o preferencia del sujeto para elegir compañero para la relación coital , afectiva y fantasiosa. En ésta también existe un fuerte condicionamiento social , que presiona al individuo para que su orientación heterosexual.

El énfasis que hace la sociedad en la relación heterosexual , ha traído como consecuencia discriminación y marginación de los individuos que se separan de la norma establecida.

Un factor que se encuentra íntimamente ligado a la orientación sexual es el erotismo , el cual dirige su acción hacia la consecución del placer sexual. Desde el nacimiento , todo ser humano tiene la capacidad de experimentar el placer sexual ; sin embargo éste no posee un contenido erótico. Este se obtiene a través del proceso de desarrollo , en el que la persona hace suyos los elementos socioculturales que les permiten elaborar un conjunto de estímulos sexuales efectivos para obtener placer.(55)

55. Schwarz, Oswald; PSICOLOGIA DEL SEXO; Pp. 38 a 44 ;
 Rocheblade A. ; LO MASCULINO Y LO FEMENINO EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA; Pp. 24 a 30 ; S. NADEL; TEORIA DE LA ESTRUCTURA SOCIAL ; Pp. 90 a 98 y Giber , S. ; SOCIOLOGIA ; Pp. 72 a 83

C. PORNOGRAFIA

1. DEFINICION

El término pornografía tiene una carga emotiva que posee diversos significados para cada persona. Esta palabra significa en griego :escritos relativos a la prostitución" . Pero hace tiempo que este significado ha sido olvidado , y ya no tiene sentido cuando lo encontramos en el lenguaje corriente , en la prensa o en la literatura. Para las personas en general , pornografía significa "imágenes sucias" , "cochibadas", "películas cochibas" o frases prosaicas. (56)

A la pornografía se le ha dado un valor funcional , de término vulgar maneado por personas con precaria información y cierto puritanismo. La pornografía es como lo obscuro , meramente subjetivo. Se encuentra ligado al concepto de mal gusto de quienes lo utilizan como calificativo. Su significado para la mayoría de las personas se encuentra en más estrecha relación con lo oculto y lo prohibido que con lo erótico ,

pero aún así , esto resulta bastante relativo. Este concepto que tanto se presta a confusión y que es bastante marejado por los moralistas y el vulgo , vale la pena analizarlo dentro del contexto ideológico que determina nuestro comportamiento sexual. Por ejemplo , la desnudez parcial o total , ha tenido cierto significado que varía notablemente de acuerdo con la cultura y la época , los individuos y la situación particular en que se presenta.

La pornografía entonces la entenderemos como : "el tratado de la prostitución , o como la representación pornográfica u obscena cuya intención consiste en excitar sexualmente al observador".(57)

Aunque la palabra pornografía parece clara y precisa , los estímulos eróticos varían con cada individuo. El sexo , como algo prohibido , da como resultado que su representación gráfica sea considerada pecaminosa y se realice en el claustrotipo , aunque paradójicamente se presenta la atracción de lo prohibido en un medio ambiente donde no hay sustituto a las relaciones coitales.

57. Ellis Abarbanel, OP.CIT., P. 825

2. CARACTERISTICAS DE LA PORNOGRAFIA

La pornografía como ya se señaló , es un concepto que se presta a confusión , ya que no se ha determinado donde empieza lo erótico y donde termina , confundiéndose este término con la pornografía. Ahora bien , en realidad es un problema grave en lo que se refiere a su apreciación concreta , ya que ambos conceptos tienen una frontera muy extensa , quizá poco definida , pues en algunos aspectos resulta sumamente difícil precisar cuando es erotismo y cuando pornografía.

Las características de la pornografía que la diferencian del erotismo son : en primer término , que la pornografía no tiene el menor interés por lo real , sino por la fantasía. Satisfacción simbólica de sus autores (varones) y las reacciones que se espera de un público en que predominan los varones. En segundo lugar . la pornografía tiene como finalidad evocar al lector imágenes que produzcan excitación sexual. La pornografía tiene una función psicológica afrodisiaca , teniendo éxito si logra este objetivo. La pornografía sigue ciertos esquemas de organi-

zación general , empleando mecanismos específicos , como acentuar la respuesta fisiológica del sexo , con el fin de dar al interlocutor la máxima estimulación sexual. Otra característica de la pornografía es el evitar todo elemento real , por ejemplo rara vez se habla de revistas de embarazos no deseados o de contraer enfermedades venéreas , ni de otros desagradables efectos secundarios ocasionados por la práctica de relaciones sexuales extramaritales.

Otra característica de la pornografía , es la excitación erótica gradual a lo largo de un texto , libro o relato pornográfico. La historieta suele iniciar con escenas ligeramente eróticas , avanzando hacia otras más "fuertes" con mayor actividad sexual : como son la participación de varias personas , culminando con las más lascivas escenas colectivas de orgía en masa. Esto va acorde con el plan pornográfico y es necesario , ya que si no tiene estas características no obra como estimulante erótico en el receptor psicológico. (58)

Una característica básica de la pornografía es su estructura , la cual se acepta siem-

pre con respuestas sexuales fisiológicas , como temas de seducción , desfloración , incesto , ya sea por parte del padre o de la madre , profanación de cosas sagradas , palabras malsónicas relativas a lo sexual , varones superdotados , hembras ríofa-maofacas,empleados como símbolos sexuales , homosexualidad , lesbianismo , y todos aquéllos aspectos más descabellados , comunes y fácilmente ideotificables. Pero hay otras características secundarias no menos " fascinantes" y psicológicamente significativas , como la frecuente alusión de olores corpóreos , el pelo en el pubis o las axilas , los contactos sexuales de mujeres con animales , la masturbación femenina con objetos fálicos.(59)

En estos términos , el objetivo de los escritores pornográficos es provocar imágenes eróticas que produzcan en el lector una respuesta fisiológica.

El morbo que impregna la pornografía , es en realidad uno de los principales y más claros criterios para deslindar lo pornográfico de la función erótica realista. El realismo erótico insiste en provocar la reacción erótica emocional y no la física. Por consiguiente la pornografía es un problema social , ya que los tribunales no la pueden suprimir

ni legal ni extralegalmente debido a que no se ha
llegado a una definición jurídica aceptable de lo
que es pornografía.(60)

Cfr.

60. Ellis Abarbanel, ENCICLOPEDIA DEL COMPORTAMIENTO
SEXUAL HUMANO, Pp. 824 a 829 ; Varios autores;
ENCICLOPEDIA DE LA SEXUALIDAD HUMANA, Vol. I , Pp.
409 a 455.

D. LA PROSTITUCION

1. GENERALIDADES

La prostitución es un hecho que ha causado grandes polémicas , ya que existen diversas y variadas definiciones de ésta , ya sea que se le enfoque desde el punto de vista de su origen , o desde la perspectiva de su funcionamiento.

En cuanto a su origen , se habla a veces de la prostitución como una condición ligada a la aparición misma de la sociedad ; ello quiere decir , simplemente , que las estructuras sociales que la generan son muy antiguas , pero esta ha sufrido varias modificaciones a través del tiempo.

Ahora bien , en lo que se refiere a su funcionamiento , las definiciones van desde las más superficiales que consideran la prostitución como un simple resultado de la debilidad propia del carácter y la manera de ser de la

mujer , hasta aquellas que tratan de encontrar una explicación racional a la existencia de este fenómeno que en la actualidad ha tomado proporciones considerables , asumiendo la forma de un grave problema social.(61)

2. NOCION DE PROSTITUCION

Existen muchas definiciones de prostitución , se expondran algunas definiciones para tener una idea de la manera como es concebida por distintos autores.

El diccionario Larousse define a la prostitución como : " el comercio sexual que una mujer hace , por lucro, de su propio cuerpo".

La Enciclopedia de la Sexualidad , por su parte dice que : " la prostitución consiste en la utilización verval y profesional del propio sexo con fines eróticos , o del

cuerpo de otra persona (proxenetismo) ; implica la participación de la prostituta , del cliente y generalmente de proxeneta , él cual esta en vías de desaparición debido a las nuevas formas de prostitución. Además de las mujeres que se alquilan a cualquier hombre existe una prostitución masculina y también una de menores". Para el caso mexicano se consideró la definición mencionada por el sociólogo F. Gómezjara , en primer lugar porque es un buen intento de conceptualización y en segundo , por la escasez de trabajos que enfoquen con rigurosidad y severidad esté fenómeno.

Gómezjara define a la prostitución de la siguiente manera: " es una actividad histórica y organizada que consiste en una práctica de relación sexual mercantilizada , continua , con diversos clientes y carente de afecto , la desempeñan personas de estratos altos y bajos".(62)

La prostitución es histórica , aparece cuando el hombre establece el régimen de familia monogámica patriarcal , al finalizar la prehistoria , con la propiedad privada y el intercambio de valores mercantiles. Es una actividad organizada ; primero , porque no se da espontáneamente , necesita de una organización en la que intervienen varios sectores

con funciones bien delimitadas : el grupo de empresarios de hoteles , bares , centros nocturnos , agencias de publicidad , compañías turísticas , agencias editoras de publicaciones y películas que utilizan sus servicios como un atractivo más de su negocio y contribuyen efectivamente , en el acrecentamiento de sus ganancias. Otro sector incluiría a los cogachadores alcahuetes o amantes , así como simuladas agencias de empleo , centros de estética y masaje , etc. Un tercer sector lo constituye el cliente , razón de ser de la prostitución , en sus formas individual y colectiva ; esta última cuando se trata de grupos de clientes , como el ejército , círculos de altos empresarios o altos funcionarios públicos. Desde otro punto de vista se dice que la prostitución es una actividad , porque es una práctica funcional de nuestra sociedad, en el sentido de que responde a necesidades creadas por ella misma. De esta manera , ésta aparece como una especie de válvula de escape a través de la cual se garantiza la moral y la institución familiar . Es una práctica de relación sexual mercantilizada , porque la persona usa su cuerpo como mercancía , lo vende a cambio de dinero . Realiza la operación mercantil con diferentes personas y con propósitos

de lucro por lo que el elemento afectivo no interviene. (63)

Gómezjara afirma que la prostitución es "un complemento y punto de apoyo de la familia monogámica", ya que la sociedad le asigna como única finalidad la procreación, desligándola de todo aspecto placentero.

3. TIPOLOGIA DE LA PROSTITUCION

Gómezjara señala nueve diversas categorías de prostitución:

La primera categorización, incluye las llamadas trotacalles, talloeras, tachoeras, que permanecen inmóviles en un emplazamiento fijo, o deambula por las calles y jardines para atraer al cliente.

La segunda categoría, la integran las

llamadas itinerantes o viajeras , acompañan en su recorrido a las empresas expendedoras de cerveza, o a los espectáculos musicales o ferias ; así como también siguen la ruta de los cortadores de caña , constructores de carreteras , presas , etc.

La tercer categoría la constituyen las cabareteras o ficheras , éstas trabajan en salones de baile y cobran por pieza bailada, aparte de bailar pueden tener relaciones sexuales fuera del salón.

La cuarta categoría , la forman las llamadas ruleteras , navegantes o motorizadas , las cuales recorren las calles en vehículos alquilados o de su propiedad.

La quinta categoría , la forman las llamadas pupilas , son prostitutas que viven en una casa donde la administradora "acuerda la tarifa y proporciona seguridad". Pueden ser prostíbulos propiamente dichos , o baños y centros de masaje. Las llamadas casas de cita se diferencian de los prostíbulos en que en ellas no habitan las prostitutas , sino que únicamente acuden a prestar sus servicios. Funciona como un lugar donde los

clientes concertan cita con las prostitutas a través de una administradora . Esta persona lleva a cabo todos los arreglos necesarios , que incluyen la duración de la cita , el tipo de muchacha , bebidas , precio , etc.

La sexta categoría de prostitución la constituyen , ciertas amantes que ofrecen satisfacción sexual exclusiva a un hombre , a cambio de una remuneración fija. En el convenio se excluye la posibilidad de tener hijos y cualquier tipo de compromiso social y moral para el hombre , fuera de la asignación económica.

En la séptima categoría se cuentan las "furtivas" , mujeres que tienen un trabajo fijo de oficina semiprofesional ; pero como una actividad complementaria , acuden una vez o dos veces por semana a una casa de citas.

La octava categoría , la forman las "call girls" , prostitutas que trabajan en un departamento , bajo el sistema de citas por teléfono.

La novena categoría esta integrada por

aquellas mujeres que verden compañía , además de establecer una relación con el cliente. Pueden ser compañeras de fiestas , de viajes o de paseo, y se les conoce como muchachas para fiestas o viajes. (64)

Cfr.

64. Gómezjara, F. ; OP.CIT. , Pp. 44 a 54 y CONAPO, OP.CIT. , Pp.423 a 434.

B. IMAGEN SEXUAL DE LA MUJER Y LOS MEDIOS

1. LA MUJER COMO ESTEREOTIPO SEXUAL

Según su origen etimológico, la palabra estereotipo significa disco o sello que se produce en serie. Su sentido derivado se extiende luego a cualquier elemento que no pueda distinguirse con características individuales. En biología una reacción estereotipada es la reacción imprevista del comportamiento asumido por un organismo frente a los estímulos ambientales. En términos corrientes, los estereotipos son las expectativas fijadas de antemano sobre las características y comportamientos de los miembros de una determinada clase.(65)

Los estereotipos son propuestas que pueden ser verdaderas para algunas personas, pero no para todas. Cualquiera que sea el sentimiento que se tenga hacia los estereotipos, debemos enfrentarnos a ellos, como parte de la verdad o como una continuación de ésta.

Estereotipo se deriva del griego "estereo",

que significa sólido , firme , fuerte ; este término fue usado por primera vez por Lipman en 1912 , quien lo uso para referirse a nuestras mentes que nos dan marcos de referencia para responder a eventos presentes.

Algunos estudiosos del estereotipo humano opinan , que este se adquiere en la juventud y que su desarrollo contribuye al conocimiento de la realidad social. Los estereotipos no se basan en la observación adecuada , ni en un análisis apropiado , ni en una valoración consensual de los datos sobre las personas a las que se dirige el estereotipo . Se considera , que uno de los propósitos de estos estereotipos es el de ser guías útiles para tratar con extraños , cuando en realidad son un impedimento para llegar a conocerse.

El término estereotipo es definido en 1976, por "El Diccionario de Sociología" de H. Pratl Fairchild como : "creencia popular , imagen o idea aceptable por un grupo de órdenes asociadas por palabras y carga de emoción" ... "concepción simplificada e incluso característica de un personaje , personalidad , aspecto de la estructura social , programa social que ocupa en nuestras mentes el lugar de imágenes exactas...opinión predispuesta y muy simplificada acerca del modo de ser de una persona. De ordinario se hace:

- a) En las interpretaciones tradicionales de la oposición personal .
- b) En la murmuración

- c) En el caso de figuras públicas.
- d) En informes de periódicos y en otros medios de comunicación y de masas" (66)

El estereotipo está íntimamente ligado al prototipo cultural , para indicar consciente o inconscientemente la conducta a seguir y , conformar las instituciones o grupos sociales que refuerzan su función. Es importante distinguir que estereotipo , prototipo y arquetipo son términos diferentes. Así , filosóficamente hablando el arquetipo es el modelo o forma primera . Es más que símbolo amplificación en sentido jerárquico de lo que expresa.

El arquetipo son formas sustanciales (ejemplares eternos y perfectos) de las cosas existentes de la eternidad en el pensamiento divino. Es fácil apreciar como llegó Platón a estas supremas abstracciones de arquetipo , siendo éste en cierto sentido , el más fiel de los discípulos de Sócrates , cree como él , que "la ciencia consiste en lo universal y aspira a ello por medio de la abstracción". (67)

Se convierte así la abstracción en la escala para ascender al cielo y se volatiliza la realidad llegando a estimar que una idea está más cerca de la verdad cuanto más lejos se halla de los hechos. Así lleva la abstracción de la dialéctica a regiones en las cua-

66. Leñero, Luis; LA FAMILIA, P. 94

67. Abbagnano, DICCIONARIO DE FILOSOFIA , P. 99

les predomina el mito y el símbolo escordiendo indefinidamente el pensamiento, arrojando el lastre de lo real aligera la natural gravitación hacia lo terrenal y nos induce en la región del sueño, del mito y de las generalidades. Para establecer jerarquía del mundo inteligible, la imaginación se representa (siempre fuera de la realidad) el prototipo o arquetipo (la idea primera entre las demás de igual orden) de cada especie resulta lo mismo, procedente del vicio general de que adolece la dialéctica platónica, cuando separa la idea del individuo le niega la existencia sensible, le cercena sus cualidades particulares y luego que la ha dejado reducida a un molde vacío, la proclama principio típico y ejemplar de la realidad de las cosas sensibles.(68)

Para Locke (en su libro Ensayo del Entendimiento Humano), los arquetipos son ideas, que no tienen semejanza con ninguna existencia real, ni con la nuestra, ni con los objetos externos.

El prototipo, es lo que Platón llamo "tipo", analizándolo etimológicamente vemos que es un vocablo derivado del griego "typus", tipo que significa "golpe" y de ahí "marca dejada por el golpe", "sello", "figura", "molde" o "impresión". Con base en estos significados se ha entendido "tipo" como modelo que permite producir un número indeterminado de indivi-

duos que se reconocen como pertenecientes a una misma clase, sea el ejemplo de un "tipo" y todos ellos tienen un aire familiar. La noción de "tipo", se aplica a veces a uno de los ejemplares, en tanto se manifiesta con mayor claridad y radicalismo la clase a la cual pertenece. Se habla entonces de "caso típico", cuando un ejemplar representa máximamente el "tipo". Si en cambio se refiere a un conjunto de determinaciones o rasgos que no aparece en ninguno de los individuos, se habla entonces de "prototipo" o "tipo ideal", esquema representativo que proporciona la imagen de acuerdo con la cual es posible discernir y conocer los demás ejemplares de una determinada clase.

En la ciencia natural descriptiva y especialmente en la psicología, se utiliza la noción de "tipo" para clasificar las variedades existentes dentro de una tendencia científico-espiritual. El uso coexistente y sistemático de esta noción da lugar al llamado "pensar tipológico", el cual utiliza además las nociones de clase, modelo y esencia. (69)

Resumiendo se puede concluir que el estereotipo es todo lo que se produce en serie. El arquetipo son los ejemplares eternos y perfectos y el prototipo es el modelo que permite producir un número indeterminado de individuos.

Por siglos ha prevalecido una cultura

69. Cfr. GRAN ENCICLOPEDIA LAROUSSE, Tomo 16, P. 701; Abbagnano, Nicola, DICIONARIO DE FILOSOFIA, P. 99 a 102

sexista discriminante de la mujer sobre la base de una sociedad patriarcal que tuvo sus orígenes en las primeras divisiones del trabajo, consolidándose con el surgimiento de la propiedad privada.

Desde las primeras divisiones del trabajo, la mujer ha sido deficiente, no por su condición de individuo, sino por su condición reproductora de esto depende el que se le considere "objeto sexual" del hombre, la recarga del cuidado de la casa y de los hijos, actividades consideradas por nuestra sociedad como improductivas, secundarias y de apoyo al proceso productivo, funciones basadas en la superioridad económica-masculina. Bajo el patriarcado los intereses y sentimientos de culpa provenientes de la sexualidad recaen sobre la mujer fomentando a través de su cultura una tendencia a la cosificación femenina, ya que la mujer representa cada vez más el papel de "objeto sexual", que el de persona, acentuado a esto la libertad sexual y el control biológico del cuerpo le son ajenos, merced al culto que se le guarda a la virginidad, a la duplicidad de normas morales, a la prohibición del aborto y la inaccesibilidad física o psíquica a medidas anticonceptivas. De tal manera que el desarrollo de la sexualidad humana sigue reproduciendo un patrón de dominación propio de la ideología patriarcal. (70)

De ahí que la mujer sea presentada con una "imagen sexy", de belleza estilizada que le sirve para compensarse imaginariamente de sus frustraciones reales. Esta es vista como "objeto sexual", agente promotor de consumo indiscriminado en el anuncio de diferentes mercancías.

De esta forma, la mujer vive como un ser secundario cuyas características son: ser pasiva, saber esperar, ser virgen, ya que esto es una muestra de su decepción, debe cuidar a su hombre (novio o en su caso al esposo), no debe promover, debe ser ingenua, dócil, servicial, ama de casa "trabajadora", administradora doméstica, comprensiva, dulce y estar siempre dispuesta al acto sexual. (71)

Por otra parte, ser atractiva implica la capacidad de atraer. El mecanismo principal para la atracción se da fundamentalmente como objeto erótico y material. La unión más estrecha de la mujer con su propio cuerpo la acerca al concepto de lo "bello" como unidad. La idea de belleza va intrínsecamente relacionada con su sexo y su cuerpo, independientemente de sus funciones eróticas y materiales.

El estereotipo de la mujer bella implica su atractivo sexual, en la habitual ocultación de la

edad , ya que se le ha hecho creer que al perder su atractivo juvenil su rol erótico decrece. Al respecto Castillo del Pico en su libro 'Cuatro Ensayos sobre la Mujer' dice que : "sin ser patrimonio exclusivo de la mujer , es evidente para todos que el uso habitual del maquillaje y cosméticos , no pueden tener otra significación que el destaque de los rasgos más externamente visibles que sirven al sexo como señal directa".(72)

Ahondando en el tema del maquillaje , Desmond Morris en Comportamiento Intimo señala : " que la predilección femenina por el uso de colores que circundan con el rojo y su uso facial , sobre todo en la boca , tiene como motivación interna hacer resaltar externamente un fenómeno que solo se da en momentos de fuerte excitación sexual.

La atracción implica para la mujer ser interesante , reprimir su sensualidad y sexualidad ; en tendiéndose por sensualidad los sentidos corporales o deleites de los sentidos a las cosas que los incitan y por sexualidad la expresión biopsicosocial ; las cuales deben acercarse a los moldes preestablecidos de belleza para jalar hombres, siempre estar presentable , ser astuta , preferir la estrategias a la espontaneidad , estar

al día en cuanto a los estándares dominantes de belleza y moda , preferir maquillarse y exhibir su cuerpo como "objeto sexual" o en su caso como receptora material , así , la mujer se caracteriza como un ser atractivo y pasivo.

Las imágenes de mujeres que se exhiben como vacas o caballos en concursos de belleza , la promoción de sus partes eróticas como son : los senos , las caderas , piernas y cuello , o bien , en caso de ya no tener atractivos sexuales eróticos juveniles , se les fomenta la pasividad y eterna receptividad de las "cabecitas blancas" , de la abnegación y estupidez de la madre esclavizada al hogar.

2. LA DIFUSION DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS A TRAVES DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

En la sociedad capitalista , se genera a través de la publicidad y los medios masivos de comunicación como: la televisión , la radio , el cine , y los medios impresos (periódicos , revistas , fotovelas e historietas) la cultura visual masal de socialización de mayor alcance. No es elitista ; puede llegar a todos los estratos socioeconómicos , a todas las regiones , a todos los niveles de preparación y a todas las edades. Su objetivo principal es el consumismo. Para esto se vale de todas las astucias y argucias: desde la despersonalización y el uso de la mujer como "objeto sexual" hasta la alusión de la unicidad del individuo.

La cultura visual presenta características propias : permite a los individuos entrar en contacto inmediato con otras culturas y formas de comportamiento sexual ; plantea modelos de hombre y de mujer de acuerdo a estratos socioeconómicos y culturales predefinidos ; reitera mensajes que van dejando huella en el individuo ; sanciona conductas sexuales ; presenta al sexo unido al violencia , ternura , dinero , estatus y poder.

La cultura visual emite constantemente mensajes relacionados con sexualidad , por ejemplo en la prensa se informa , a veces con detalle y fotografías , acerca de los crímenes pasionales : "amola , violola , matola". En las secciones de sociales se presentan los recientes matrimonios y las modas , para que tanto la mujer como el hombre se actualicen en el vestir. O bien en las telenovelas , fotonovelas y radionovelas se presentan historias de amor y deseo , de pasión y transgresiones dando recetas para lograr la felicidad eterna. Se plantea como modelo de mujer aquella que debe permanecer en casa para evitar los peligros que existen en el mundo ; de lo contrario puede ser seducida , violada o acosada por los hombres. Al hombre se le exige ser proveedor económico y autoridad familiar ; y la mujer aparece bella , joven , con capacidad para mantener una plática superflua. A ella le corresponde saber organizar su presupuesto familiar y educar a los hijos , ser tierna, sumisa , creativa dentro del hogar y apoyo incondicional del hombre. La publicidad por su parte , usa a la mujer al presentarla como "objeto sexual". La mujer aparece con peinados y pinturas sofisticadas , proponiendo ideales de belleza artificiales y artificiosos. Con tal perfume conquista al hombre , rejuvenece con una crema , con "X" producto tiene una casa reluciente , su personalidad esta ligada a un shampoo , con los alimentos anunciados los hijos crecen sanos y fuertes.

En las canciones de amor se caracteriza a la

mujer como ingrata , pérfida , romántica , insulta ; como santa , tierna , dulce , inalcanzable ; como la que vende caro su amor ; o la que seduce a un hombre a un amor prohibido.

A través de la cultura visual el hombre y la mujer son calificados , promovidos , liberados , sojuzgados , enjuiciados en sus comportamientos sexuales , familiares y sociales. No hay congruencia total en los valores ni en los ideales de hombre y mujer , ya que estos conceptos se hacen y rehacen hasta en un mismo programa , al incluir comerciales , por ejemplo , que contradicen el mensaje del programa en sí.

De esta manera la cultura visual emite mensajes que presentan modelos de hombre y mujer , de familia , de pareja , de hijos , de comunidad que refuerzan conductas y valores de su sociedad.

Podemos afirmar que la imagen femenina se nos presenta a través de los medios masivos de comunicación como un ser parcializado.

El reflejo de la mujer tanto en la televisión , como en los medios impresos es el de un ser inferior socialmente hablando.

Los medios masivos de difusión tienen entre sus objetivos "educar" , pero esto no corres-

puede a la realidad . Una práctica educativa real a través de los medios no solo plantearía de diferente manera la posición secundaria de la mujer en su mensajes , sino que replantearía totalmente la estructura actual de los medios. Por lo tanto la imagen de la mujer se maneja a través de estereotipos y tipos ideales , que pretenden homogeneizar las diferentes opciones de ésta , convirtiéndola en un "objeto sexual" susceptible de ser vendida o al menos relacionada con la mercancía anunciada.

En este sentido con la imagen parcializada de la mujer a través de los medios de difusión , no se realiza ninguna labor educativa , por el contrario , solo se socializa una imagen "conflictiva y falsa" , caracterizada por la explotación de su sexo , que al anunciarse se transforma en mercancía y en "objeto sexual" difundiendo una imagen de "segundo sexo" , de no ser importante sino valor si no es pasivo , dependiente y débil ante la posibilidad de oponerse a su difusión de secundariedad.

Independientemente del sexo "que se vende" a través de los mensajes de los medios masivos de comunicación , se vende simultáneamente con el sexo , "la belleza". Generalmente el estereotipo de mujer presenta un "tipo ideal de belleza"

en la mayoría de los casos importada de otros contextos más industrializados.(73)

Los medios masivos de difusión a través del estereotipo buscan el monopolio de los signos por desarrollar y proponer solo un aspecto de la realidad , convirtiendo ese aspecto en la totalidad.

La oferta del sexo y la "belleza" , así , como los mecanismos de sobreprotección y seducción son los predominantes en los estereotipos difundidos en los medios masivos de comunicación. En cuanto a su relación con el hombre siempre aparece como el ser al que hay que halagar y respetar y seducir , se le ve como el "primer sexo" y a la mujer como el "segundo sexo". Los esquemas verticales de comunicación entre hombre y mujer generan esta jerarquía.

La mujer aparece en los medios de comunicación como un ser secundario , como el "segundo sexo" , esto responde a la estructura de difusión en la que se encuentra cercada , así como los condicionamientos de su contexto.

Los medios masivos de comunicación manejan valores a partir de intereses , sus violaciones entre estructura , superestructura , eco-

73. Barreiro, Julio; EDUCACION POPULAR Y PROCESO DE CONCIENTIZACION., P. 77

nomía y política no se da sólo en México. El mapejo de la imagen de la mujer en los medios responde a - mecanismos antiquísimos sumamente perfeccionados de reproducción social. Por lo tanto es importante entender que el problema de secundariedad no es exclusivo de la mujer , sino que este se reafirma a través del factor de inferioridad femenina y del autoritarismo masculino , productos de una falta de - identidad.

Los estereotipos que se difunden por los - medios masivos de comunicación estan conformados por la totalidad de los "tipos ideales dominantes" de cada actividad y función femenina como: madre , amante y prostituta. "Tipos ideales dominantes" , es decir modelos ideales de comportamiento para cada actividad - femenina.

La idea generalizada de la mujer en nuestra cultura responde a un estereotipo. La mujer ya es estereotipo ; el contraste de cada mujer enfrentándose a un estereotipo sería patente , pero el estereotipo a través de sus diferentes "tipos ideales dominantes", conforman una idealización del comportamiento femenino.

"Los tipos ideales dominantes" al igual que el estereotipo tiene doble naturaleza de haber - partido de los condicionamientos sociales y sexuales

y a la vez influir sobre éstos.

La naturaleza de los "tipos ideales dominantes" y de los estereotipos surge a partir de la asignación de la actividad en una sociedad, es decir, el estereotipo tiene su origen en la división del trabajo.

El estereotipo fundamenta una moralidad diferente para hombres y mujeres. Solo en una sociedad autoritaria como la nuestra es necesario el estereotipo. En una sociedad donde el hombre hiciera el puesto y no el puesto al hombre, el estereotipo caería por sí mismo, por la diversidad del sistema que impediría la estandarización.

En nuestra sociedad mexicana los estereotipos actúan con la misma vigencia del pasado, ya que requiere forzosamente de éste, porque es una sociedad dividida en clases. (74)

El estereotipo de mujer tiene dos características que determinan lo femenino: la atracción y la pasividad, el masculino como: conquistador y activo. Se puede afirmar que todos los "tipos ideales dominantes" de mujer poseen al menos uno de estos dos elementos primordiales de lo femenino. En todos los medios masivos de difusión, lo

femenino es concebido como atractivo y pasivo. Estas dos características femenicas empezando por pasividad es exigida a la mujer al difundir su imagen, ya sea como : esposa , acompañante , amante, etc. Por otra parte ser atractiva implica el fenómeno de la "belleza" , por ejemplo para Jean Paul Sartre " la belleza es una desgracia , una alienación , es completamente ilusoria , ya que ninguna mujer es bella ; hay mujeres bonitas , pero no hay mujer bella , porque la belleza es un imaginario"(75)

Si bien el concepto de lo bello responde en parte a los condicionamientos sociales , si hay que reconocer que no es toda concepción de belleza ha implicado una experiencia que modifica los sentidos. Dice Joyce : " la belleza es contemplada por la imaginación aquietada por las relaciones más satisfactorias de lo sensible".(76)

Retomando estas últimas ideas podemos decir que el centro principal de la atracción , junto con la astucia es la belleza. Esta es un "imaginario" , un concepto formulado a través del tiempo , pero cuya característica principal es la modificación de los sentidos. La idea de una mujer bella es un estereotipo cultural. De aquí que "no hay mujer bella" ,

75. Castillo del Pico, OP.CIT., P.57

76. IBIDEM, P.58

sino tan solo bonitas , es decir , aproximaciones a lo bello. Para alcanzar la belleza habría que dejar de ser humano y convertirse en imaginario.

De tal manera que los medios masivos de comunicación fomentan los valores de atracción receptiva sin iniciativa y la pasividad a los de trascendencia y capacidad intelectual que determinan la secundariedad de la mujer mexicana. (77)

Así también las revistas de humorismo rojo utilizan el chiste para emitir una serie de mensajes cuya finalidad es reforzar la inferioridad femenina y el autoritarismo masculino. Mapejan por medio de la "diversión" una conducta sexual: la imagen de la mujer "objeto sexual" . Y del hombre como un superdotado físico e intelectualmente conductas características de la sociedad capitalista y patriarcal.

Por consiguiente el éxito comercial de las revistas aquí analizadas reside en : la utilización del amarillismo y exhibicionismo femenino para atraer la curiosidad morbosa del lector , apoyado a esto esta el bajo nivel socioeconómico y cultural del lector. El cual es bombardeado constantemente por mensajes visuales convirtiéndolo en receptor fácil de manipular emi-

77. Castillo del Pino, OP.CIT, P59 a 124 y Simmel George; CULTURA FEMENINA, P. 36

tando inconscientemente patrones culturales de la sociedad capitalista. La falta de educación sexual , el arraigo de mitos y tabús sexuales para hablar de sexo , así como la carencia de una información accesible económica y culturalmente para el lector. Además la facilidad de las editoriales de las revistas, que cuentan con todos los recursos materiales y económicos para hacer circular millones de ejemplares por todo el Distrito Federal , que por su bajo precio y por la "diversión" que ofrecen tiene gran demanda en su público.

F. LA MUJER MEXICANA VISTA POR EL HOMBRE MEXICANO

La mujer es tema de permanente discusión y análisis en México, en el folklore, en la literatura, en el ensayo; la mujer es buscada, vislumbrada, estudiada y penetrada. El hombre la mira tratando de comprenderla, pero pronto abandona su actitud intelectual, para juzgarla, abandona las razones de pensar y obedece a las razones de su pasión. Entonces aparece el insulto, el odio, la queja, la tristeza, la exaltada expresión de amor y el reconocimiento de su perfección.

El hombre mexicano ve a la mujer como instrumento, ya de sus deseos y de los fines que le asigna la ley, la sociedad o la moral. Fines sobre los que nunca se le ha pedido su consentimiento y en cuya realización participa pasivamente en tanto "depositaria" de ciertos valores. Prostituta, diosa, gran señora, amante, la mujer transmite o conserva, pero no crea los valores y energías que le confía la naturaleza o la sociedad. En un mundo hecho a la imagen del hombre, la mujer es sólo un reflejo de la voluntad y querer masculino. Pasiva, se convierte en diosa, amada, ser que encarna los elementos estables y antiguos del universo: la tierra, madre y virgen; activa es siempre función, medio y canal. La femineidad nunca es un fin en sí mismo, como lo es la hombría.

En otros países estas funciones se realizan a la luz pública y con brillo. En algunos - reverencian a las prostitutas o a las vírgenes , en otros se premia a las madres ; en casi todos se adula y respeta a la gran señora. Los mexicanos prefieren - ocultar esas gracias y virtudes. El secreto debe acompañar a la mujer. Pero la mujer no sólo debe ocultarse, sino que además debe ofrecer cierta impasibilidad sorprendente al mundo exterior. Ante el escrapio erótico debe ser "decente" , ante la adversidad "sufrida". En ambos casos su respuesta no es instintiva , ni personal , - sino conforme a un modelo genérico. Y éste como en el caso del "macho" , tiende a subrayar los aspectos defensivos y pasivos en una gama que va desde el pudor - y la decencia hasta el estoicismo , la resignación y la impasibilidad.(78)

Para los mexicanos la mujer es un ser oscuro , secreto y pasivo . No se le atribuyen malos instintos ; ya que éstos no son suyos , sino de la especie ; la mujer encarna la voluntad de la vida , que es por esencia impersonal y en este hecho radica su imposibilidad de tener una vida personal. Ser ella misma - dueña de su deseo , su pasión o su capricho , es ser infiel a ella misma. Simplemente no tiene voluntad. Su cuerpo duerme y sólo se enciende si alguien lo despierta. Nunca es pregunta , sino respuesta , materia fácil y vibrante que la imaginación y la sensualidad masculina esculpen.(79)

78. Paz, Octavio EL LABERINTO DE LA SOLEDAD, Pp.31 a 33

79. Paz, Octavio; OP.CIT., Pp.34 a 35

La mujer es una "fiera domesticada", lujuriosa y pecadora de nacimiento, a quien hay que someter con el palo y conducir con el "freno de la religión". (80)

De esta manera la mujer es un ser manipulado por la voluntad y deseo del hombre, no es libre de manejar su sexualidad, sino que ésta le condiciona de acuerdo a la voluntad y deseo del varón.

La mujer es un símbolo que representa la estabilidad y continuidad de la raza. A su significación cósmica se alía la social: en la vida diaria su función consiste en hacer imperar la ley, el orden, la piedad y la dulzura. Pero ni la modestia propia de la mujer, ni la vigilancia social la hacen invulnerable. Tanto por la fatalidad de su anatomía "abierta", como por su situación social, depositaria de la honra esta expuesta a toda clase de peligros contra los que nada pueden hacer la moral personal, ni la protección masculina. El mal radica en ella misma, por su naturaleza es un ser "rajado", abierto. Más en virtud de un mecanismo de compensación fácilmente explicable, se hace virtud de su flaqueza original y se crea el mito de la "sufrida mujer mexicana" (81)

80. Paz, Octavio; OP.CIT., P. 35

81. IBIDEM, P. 35 a 36

Es así como la mujer es amada , odiada , achelada , rechazada , reverenciada y despreciada , porque los sentimientos expresados por el mexicano hacia la mujer son ambivalentes.(82)

Este problema hace preveer la gran dificultad de comprender y aceptar a la mujer mexicana en lo que es. También permite saber de antemano que el estudio científico de su psicología será difícil , porque la ambivalencia no sólo se presentará en la sociedad , sino que tenderá en alguna forma de invadir al observador. Las causas de esa doble actitud determinan el fenómeno característico de dividir a la mujer de fragmentarla y de usar las partes resultantes para formar prototipos y las idealizaciones aceptables a todos los mexicanos . Algunos de estos prototipos son : la mujer madre la cual siempre es descrita como abnegada y sacrificada ; por ello es reverenciada , el mexicano al hablar de su madre o al recordarla lo hace con lágrimas en los ojos y ve en ella la representación de lo más noble de lo mágico , de lo valioso , de la femineidad . Los mayores insultos se centra alrededor de la madre. Los sentimientos más desaprobados socialmente son los que expresan hostilidad o ingratitude a la madre. Otro son las mujeres "malas" y las "buenas". Esta última es casta no solo físicamente , es decir con el

himen intacto , lleno de inocencia y candor. Esta inocencia presupon e que la mujer "buena" no tiene ni ha tenido jamás ideas sexuales y mucho menos impulsos o experiencias. Es una bella durmiente sexual , pero en cambio tiene que ser tierna y cariñosa con su amado. Es la mujer que el mexicano destina en sus sueños y esperanzas para novia y futura esposa , es la única que por tener valor puede compartirlo y hacer valioso al hombre que la conciente. En cambio la mujer "mala" es la que ya ha tenido experiencia sexual , la que se presta sexualmente a satisfacer al hombre, en ocasiones lo hace por dinero y esto es considerado por el hombre como lo más despreciable , porque carece de corti-
sencia sexual y tiene que pagarle dinero arduamente ganado. Lo que aumenta su desprecio y odio es la diferencia de lo que le cuesta ganar el dinero a él y lo que representa ganarlo a ella. Dentro de las mujeres "malas" se encuentran también : la mujer engañada que enamorada termina relacionándose con el hombre. Sea cual sea la razón no importa que haya amor en la mujer , que haya sólo interés sexual pasajero o un simple comercio económico a través de la actividad sexual estas mujeres son consideradas por el hombre y la sociedad como "mujeres malas".

Los prototipos de mujer "buena" y mujer "mala" son fomentados y reforzados por los medios de comunicación masiva dentro de los cuales se encuentran las revistas de humorismo rojo del presente estudio.

Las revistas de caricatura son utilizadas para fomentar valores en el hombre y en la mujer , que van de acuerdo con la doble moral , donde el hombre tiene mayor libertad social y sexual

en cambio a la mujer se le limita.

Los chistes del humorismo rojo fomentan valores morales como : el machismo es el hombre y a través de éste nos presenta la imagen del hombre mujeriego , borracho , parrandero y jugador , "que sigue siendo el rey" , o el amante o el conquistador prensado de una "cualquiera" prostitutas y amantes que son su vicio , se fomenta y refuerza así la poligamia masculina y femenina con la diferencia de que a la mujer se le enjuicia ; se le critica y se le sanciona su infidelidad , en cambio , para el hombre es una satisfacción , es una prueba de su potencia sexual y es alabada por los otros hombres.

En resumen , se puede afirmar que la mujer mexicana vive bajo la sombra del hombre. Este la moldea y moldea a su modo y gusto , porque piensa que la mujer vive para cumplirle y satisfacerle todos sus deseos. Así el mexicano le resta méritos a la mujer y le hace perder su integridad como individuos racional y pensante al verla únicamente como objeto , la condiciona a vivir como un ser pasivo, reprimida social y sexualmente , ya que debe de esperar el matrimonio para iniciar su vida sexual , pues si por error lo hiciera antes , se condenaría a vivir como una mujer despreciada , ya que sería considerada una mujer "mala" por su sociedad. Por lo tanto , la mujer mexicana se ve obligada a dedicarse a actividades secundarias y a no competir con el varón sus roles se concretan a madre-esposa-amante. Por lo que vive condenada a ser inferior dentro de una sociedad patriarcal.

III. ANALISIS DEL TRATAMIENTO DE LA MUJER EN
LAS REVISTAS DE CARICATURA APARECIDAS
EN EL DISTRITO FEDERAL DURANTE 1985

El realizar una investigación sobre el tratamiento de la mujer, en las revistas de caricatura como : el "Ja-Ja", "La Vida Alegre", "El Muy Cotorro", "Ría", etc., etc., tiene como finalidad demostrar que la caricatura utiliza la imagen de la mujer como una mercancía y como "objeto sexual" del hombre.

Actualmente las revistas de humorismo rojo están manejadas por un monopolio de editores, ya que una misma editorial publica dos o tres títulos de los 17 que circulaban en el Distrito Federal en 1985. Así por ejemplo la editorial Mina publica : "La Dulce Vida", "Buen Humor" y "Ría". Editorial Zafiro tiene a su cargo la edición de "Sexy Chistes", "Buenos Chistes" y "Muchos Chistes". Editorial Sayrols edita : "La Vida Alegre", "La Ballecita de Chistes" y "Gotas de Risa". Editorial Mae publica : "El Muy Cotorro" y "La Revista Negra de Humorismo". Editorial Rotografica edita : "Relajo" y "Mimi Chistes". Y la editorial Pic-Poo edita : "La Chischoche".

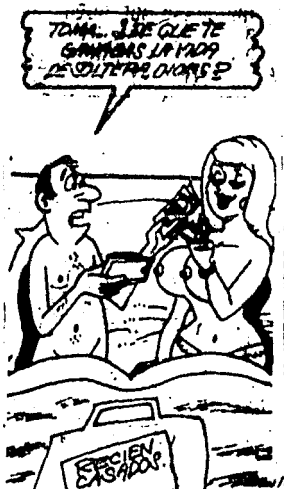
Las revistas de caricatura tienen gran demanda en los lectores varones cuyas edades oscilan entre los 13 y 16 años, de nivel sociocultural bajo. Por lo tanto éstas son el medio de comunicación a través de las cuales se transmiten mensajes "divertidos", que ejercen influencia en el comportamiento y en el pensamiento del lector.

Los mensajes emitidos por las revistas de caricatura representan a la mujer como un ser parcializado, dócil y pasivo. Con carácter de secundariedad, ya que sólo le asignan roles de madre, esposa y amante anulando así su capacidad intelectual.

1



2



3



1. GOTAS DE RISA, No. 119, Ed. Antares, México, D.F. 8 de enero 1985, P. 13
2. LA VIDA ALEGRE, No. 1002, Ed. Sayrols, México, D.F. 6 de mayo 1985, P. 22
3. SEXY CHISTES, No. 102, Ed. Saffro, México, D.F. 5 de enero 1985, P. 11

En revistas de diferentes editoriales y títulos ,
se hace la misma caricatura y sólo se le cambia
el texto.

4



5



6



7



136. SE Y CHISTES, No. 110, Ed. Zafiro, México, D.F. 2 de marzo de 1985, P. 3
 137. LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO, No. 132, Ed. Mac, México, D.F. 6 de julio 1985, P. 31
 138. BUENOS CHISTES, No. 57, Ed. Zafiro, México, D.F. 6 de mayo 1985, P. 15
 139. MUCHOS CHISTES, No. 87, Ed. Zafiro, México, D.F. 14 de diciembre 1985, P. 32

Representas a la mujer como un ser improductivo , tonta ,
que consigue "lo que quiere" a través de la exhibición
de su cuerpo.

8



9



8. "Ríe", No. 892, Editorial Mima, México, D.F. Mayo, 1985 , P.6

9. "BUEN HUMOR", Editorial Mima, México, D.F. 6 de enero 1985, P.24

Por lo tanto la caricatura de estas revistas; viene a reforzar la conducta machista del hombre y la sumisión de la mujer en una sociedad patriarcal.

15



16



17



15. LA CHINCHE, No. 122 Ed. Pío-pío, México, D.F. 2 de marzo de 1985, 17 p.
16. FESTIVAL DE CHISTES, No. 258, Ed. Sayrols, México, D.F. 8 de julio de 1985,
pag. 34.
17. IBIDEM, pag 16

Per medio de la caricatura , se representa a la mujer como una persona que vive para "halagar" y "seducir" al hombre.

20



18. MINI CHISTES, No. 668, Ed. Rotografica, México, D.F. 8 de enero 1985, P. 68

19. RELAJO, No. 386, Ed. Rotografica, México, D.F. 6 de julio 1985, P. 19

20. RELAJO, No. 402, Ed. Rotografica, México, D.F. 2 de noviembre 1985, P. 56

21. MINI CHISTES, No. 677, Ed. Rotografica, México, D.F. 5 de marzo 1985, P. 35

22. IBIDEM, P. 4

23. RELAJO, No. 386, Ed. Rotografica, México, D.F. 6 de julio 1985, P. 22

A los médicos se les representa como personas sin ética profesional, que son presa de su instinto sexual.

24

¡ESTESE RÁPIDA, NO SE DÓN
DE SE SIENDE EL PULSO ME
JOR QUE EN OTRA PARTE.



25



26



27

Y CÓMO QUIERE QUE VEA
SI ESTÁ BIEN DEL CORA
ZÓN SI EGAS DOS CORO
TAS ME LO IMPIDEN?...



24. BUENOS CHISTES, No. 83, Ed. Zafiro, México, D.F. 4 de noviembre 1985, P. 30
 25. LA VIDA ALEGRE, No. 1011, Ed. Sayrols, México, D.F. 8 de julio 1985, P. 54
 26. RELAJÓ, No. 360, Ed. Rotografica, México, D.F. 5 de enero 1985, P. 13
 27. MINI CHISTES, No. 702, Ed. Rotografica, México, D.F. 3 de septiembre 1985,

Para demostrar lo anterior , se realizó una investigación de análisis morfológico y de contenido de las revistas de caricatura editadas en 1985 en el Distrito Federal.

En 1985 , se publicaban 17 títulos de revistas de caricatura también llamadas de humorismo rojo. Para realizar la investigación , se tomó como muestra el análisis de cada uno de los 17 títulos con intervalo de dos meses. De tal manera , que se analizó : la 1a. , 9a. , 17a. , 25a. , 33a. , 41a. y la 49a. , las cuales dieron el tamaño de la muestra que fue de 119 revistas , siete de cada uno de los 17 títulos publicados en este año.

Posteriormente se clasificaron las revistas en grupos según la editorial que las publica , las editoriales que editaban tres revistas quedaron en los primeros grupos seguidos por las que editan dos revistas y el último la que edita un sólo título.

De tal manera que los grupos quedaron como sigue:

G R U P O	I	EDITORIAL	MINA
-----------	---	-----------	------

1. LA DULCE VIDA
 2. BUEN HUMOR
 3. RIA
-

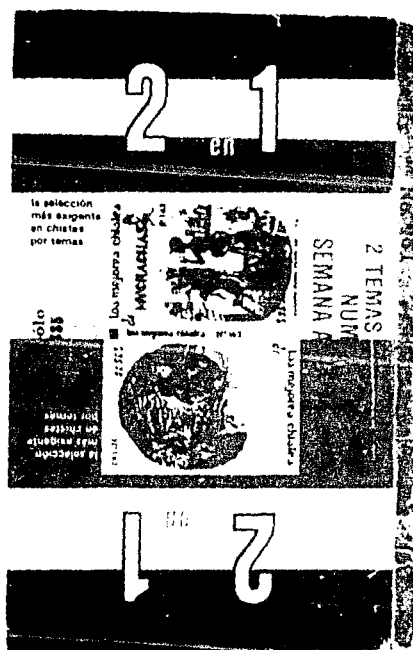


"CHISTES PARA CONTAR" le ofrece una fabulosa selección de chistes ilustrados a todo color para que usted los aprenda y los cuente.

¡Conózcalal
Pídala SEMANARIAMENTE



BUEN HUMOR, No. 620, México, D.F. 7 de enero de 1985, Portada y Contraportada.



No. 961

LA DULCE VIDA

\$70=



"SIN PALABRAS"

LA DULCE VIDA, No. 961, Ed. Miba, México, D.F. Enero 5 de 1985,
Postada y Contraportada.

G R U P O I I EDITORIAL ZAFIRO

1. SEXY CHISTES

2. BUENOS CHISTES

3. MUCHOS CHISTES

CHISTES

SEXY

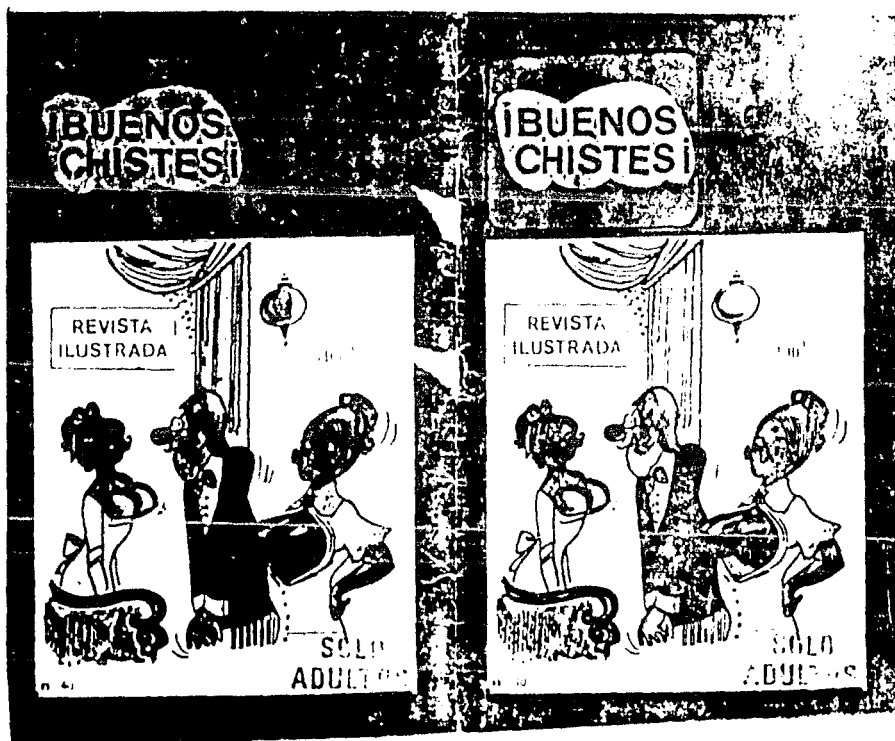


CHISTES

SEXY



SEXY CHISTES, No.102, Ed. Zafiro, México, D.F. 5 de enero de 1985,
Postada y contraportada.



BUENOS CHISTES, No. 40, Ed. Záfiro, México D.F. 7 de enero de 1985,
postada y contraportada .



SOLO CHISTES, no. 30, Ed. Záfiro, México, D.F. 5 de enero de 1985,
portada y contraportada.

G R U P O I I I EDITORIAL SAYROLS

1. LA VIDA ALEGRE
 2. FESTIVAL DE CHISTES
 3. JA-JA
-



LA VIDA ALEGRE, No.784 ,Ed. Sayrols,México,D.F. ENERO DE 1985
Portada y Contraportada.



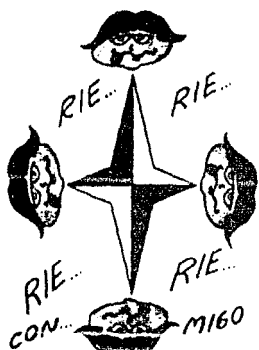
FESTIVAL DE CHISTES, No. 215, Ed. Sayrols, México, D.F. 7 de enero de 1985. Contraportada y Portada.



JA-JA, No. 916, Ed. Sayrols, México, D.F. 2 de enero de 1985,
Portada y Contraportada.

G R U P O I V EDITORIAL ANTARES

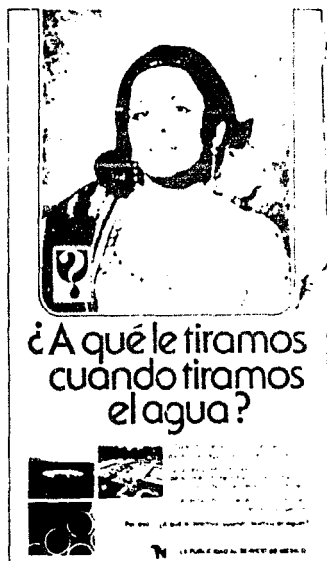
1. EL CHISTOSO FELIZ
 2. LA BALLEITA DE CHISTES
 3. GOTAS DE RISA
-



EL CHISTOSO FELIZ. No. 151. Ed. Antares, México, D.F. 7 de enero de 1985. Postada y Contraportada.



CHISTOSO FELIZ, No. 151, Ed. Antares, México, D.F. 7 de enero de 1985,
Postada y Contraportada.

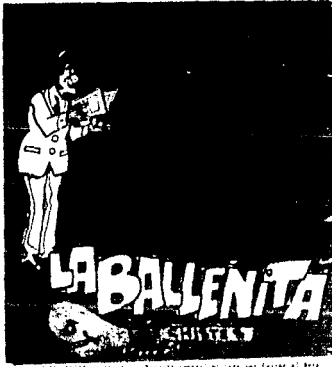


GOTAS DE RISA, No. 119, Ed. Andrés, México, D.F. ENERO DE 1985
 Portada y Contraportada.

G R U P O V EDITORIAL MAE

1. EL NUY COTORRO

2. LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO



LA BALLENTA es un libro de chistes que se vende en todas las librerías de México. Este libro es el más vendido de la serie y ha sido traducido a varios idiomas. El autor es un famoso humorista mexicano. El libro contiene más de 100 chistes de gran calidad. El precio es de \$10.00. El libro es muy popular y ha sido vendido en todas las partes del mundo. El libro es un excelente regalo para todos los amantes de los chistes. El libro es muy divertido y fácil de leer. El libro es un must-have para todos los amantes de los chistes. El libro es muy barato y de alta calidad. El libro es un excelente regalo para todos los amantes de los chistes. El libro es muy divertido y fácil de leer. El libro es un must-have para todos los amantes de los chistes. El libro es muy barato y de alta calidad.

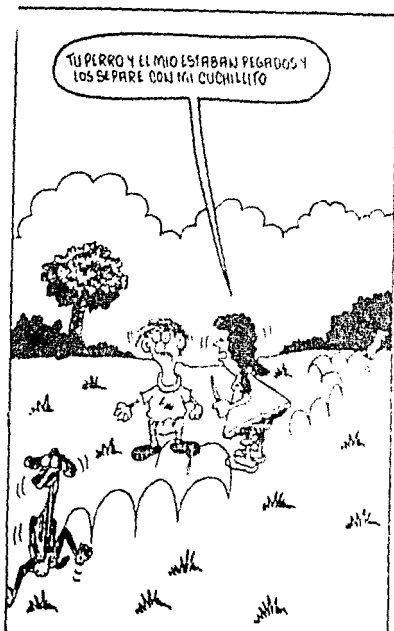
Impreso en México

precio por ejemplar \$10.00





EL MUY COTORRO, No. 106, Ed. Mae, México, D.F. 5 de enero de 1985,
portada y contraportada.

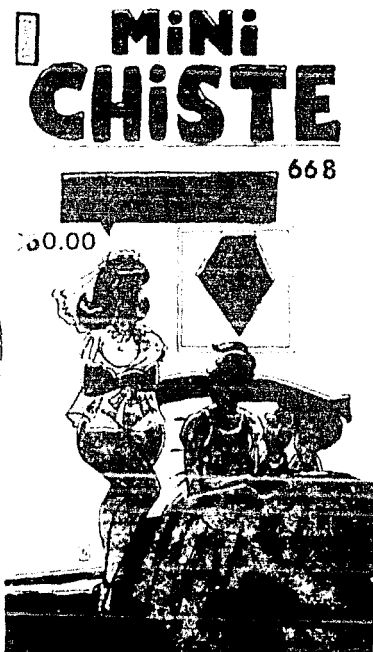


LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO No. 103, Ed. Mae, México, D.F.

10. de enero de 1985, Portada y contraportada.

G R U P O V I EDITORIAL FOTOGRAFICA

1. RELAJO
 2. MINI CHISTES
-



MINI CHISTES, No.668, Ed. Rotográfica, México ,D.F. 8 de
Enero de 1985.

G R U P O V I I E D I T O R I A L P I N - P O N

1. L A C H I N C H E

[illegible]

Impressa em México.

Price per copy: \$ 60.00

Fecha de expedición: 23 DE JULIO DE 1966



MUERETE DE RISA LOCA.

SEÑORITA ARACELI, ES HO-
RA DE QUITARSE LAS
MASCARAS.

№ 114

FIESTA DE DISFRACE

60

Una vez agrupadas las revistas por editorial , se realizaron dos cuadros de concentración de datos : el primero Análisis Morfológico de las 17 revistas de la muestra cuyos indicadores fueron: título , periodicidad , formato , número de páginas , total de chistes , precio y características generales donde se hace mención a los estilos caricaturescos , a las portadas y contraportadas de las revistas , así como observar si aparecen firmadas o no las caricaturas. Este primer cuadro de concentración de datos lleva un anexo : anexo I referente a los directorios de los diferentes grupos editoriales.

ANÁLISIS MORFOLÓGICO DE LAS 17 REVISTAS DE LA MUESTRA APARECIDAS EN 1983

GRUPO I: EDITORIAL NIMA

TÍTULO	PERIODICIDAD	FORMATO	PAÍS DE ORIGEN	PRECIO	CARACTERÍSTICAS GENERALES
La Dulce Vida	Semanal/Jueves	formato piel revista de 7.5 X 11.7 cm.	96, año europeo	\$ 70.00	Portada y contraportada a color, con publicidad en las caras laterales de ambas, sus hojas interiores son en blanco y negro. De entre las 4 tiras de caricaturas, algunas con firmas ilegibles.
Una Mujer	Semanal/Jueves	" " "	96, año europeo	\$ 70.00	
Me	Semanal/Jueves	" " "	96, año europeo	\$ 70.00	

GRUPO III: EDITORIAL LUPUS

Sexy Chistes	Semanal/Lunes	formato de 11.5 por 22.5 cm.	96, año europeo	\$ 100.00	Portada y contraportada a color, con 1 tiras de caricaturas en ambas. No aparece ninguna tira de publicidad. Sus interiores son en blanco y negro, con un solo estilo de caricatura, sin firmas.
Disco Chistes	Semanal/Miércoles	" " "	96, año europeo	\$ 100.00	
Tuchas Chistes	Semanal/Lunes	" " "	96, año europeo	\$ 100.00	

GRUPO III: EDITORIAL CARLOS

La Vida Alegre	Semanal/Miércoles	formato de 7.5 X 11.7 cm.	96, año europeo	\$ 50.00	Portada a color, al reverso de ésta aparece un pequeño anuncio, el cual se refiere al chorro del agua. Contraportada en blanco y negro, el cual son las hojas laterales de las revistas. Tres publicidades en la contraportada de revistas de caricaturas, editadas por la misma editorial. Aparecen 2 estilos de dibujos, pero ninguno es firmado por los caricaturistas.
Festín de Chistes	Semanal/Miércoles	formato de 7.5 X 11.7 cm.	96, año europeo	\$ 50.00	
Jaja	Semanal/Miércoles	formato de 10.5 X 16.7 cm.	96, año europeo	\$ 40.00	

GRUPO IV: EDITORIAL ANTES

El Chistoso Pelis	Semanal/Miércoles	formato piel revista de 7.5 X 11.7 cm.	96, año europeo	\$ 60.00	Portada y contraportada a color, sin publicidad al reverso de ésta. Aparecen tres estilos de caricaturas, pero ninguno es firmado, las tiras son en blanco y negro.
La Búsqueda de Chistes	Semanal/Miércoles	" " "	96, año europeo	\$ 60.00	
Gato de Risa	Semanal/Jueves	" " "	96, año europeo	\$ 60.00	

GRUPO EDITORIAL NAR

La revista Negra de Narbonne	Semanal/Lunes	formato de 11.5 X 20.5 cm.	96, año europeo	\$ 100.00	Portada a color, contraportada en blanco y negro, se al interior de ésta aparece un caricatura. Las páginas son en blanco y negro, y sólo se muestra un estilo de caricatura, pero no las firmadas por los autores.
El rey Narbonne	Semanal/Lunes	" " "	96, año europeo	\$ 100.00	

GRUPO VI: EDITORIAL BOGOTIENSE

Relajo	Semanal/Lunes	formato, piel revista de 7.5 X 11.7 cm.	96, año europeo	\$ 60.00	Portada a color, contraportada en blanco y negro, al reverso de ésta aparece publicidad de revistas de caricaturas, no aparecen los estilos de caricatura, sin firmas. Las páginas son en blanco y negro.
Piel Chistes	Semanal/Jueves	" " "	96, año europeo	\$ 60.00	

GRUPO VIII: EDITORIAL PIRATON

La Chispa	Semanal/Lunes	formato, piel revista de 7.5 X 11.7 cm.	96, año europeo	\$ 60.00	Portada y contraportada a color, se observa un sólo estilo de caricatura, sin firmas. Las páginas son en blanco y negro.
-----------	---------------	---	-----------------	----------	--

**DIRECTORIO DE LOS 17 GRUPOS EDITORIALES DE LA MUESTRA
DE LAS REVISTAS APARECIDAS EN 1985.**

GRUPO I : EDITORIAL MINA

TÍTULO DE LA REVISTA: AÑOS DE EDICIÓN, NÚMERO DE LA REVISTA, Publicada Semanalmente por Editorial Mina, S.A. Salvador Díaz Mirón No. 156, Col. Sta. María la Ribera, México, D.F. C.P. 06400, Tel 547-76-44. Director General : José María Flores Muñoz.- Director responsable: Fernando A. Leija A. Distribución a cargo de Cía. Distribuidora de Periódicos, libros y revistas, S.A. Av. Instituto Tecnológico No. 269, México, D.F. C.P. 06400. Impresión Talleres fotográficos Zaragoza, S.A. de C.V. calle 3 No. 48 Naucalpan de Juárez, Edo de México, C.P. 53370. Editorial Game S.A. Game, S.A. de C.V. Uruguay No. 207, col. Hna. Industrial Vallejo, México, D.F. C.P. 07700. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial, Registro No. 261.

GRUPO II: EDITORIAL ZAFIRO

TÍTULO DE LA REVISTA: Revista Semanal Humorística, editada por Editorial Zafiro S.A., Javier Morcillo # 293, Col. Villa de Cortés, México, D.F. 13 C.P. 03530, Director: Dr. Carlos Fernández. Registro de Licitud y Contenido en trámite. Impresión por Impreso Roma S.A. Tomás Vázquez 152, México 13 D.F. Distribuida en el D.F. por el despacho de Novedades-Ovaciones Señor Antonio Vázquez e 123 y 129 C. México 06050. Distribuida en la República Mexicana por Centro Editorial Hemar S.A. MANUEL MARIA Contreras # 53, México D.F. Impresa en México.

GRUPO III: EDITORIAL SAYROLS

TÍTULO DE LA REVISTA: Publicada por Editorial Sayrols S.A. de C.V. Mier y Pesado No. 128 col. Del Valle. Autorizada por la Comisión Calificadora de Revistas y Publicaciones Ilustradas oficio 147. Expediente CCEPI/73. Oficinas en Comercinates No. 29 col. Del Valle del Sur. Editor Salvador Lopez Sierra.

"Título de la revista", publicación semanal, publicada por Editorial Mae, Sahagún 19, col. Guerrero, código postal 26300, queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido editorial y gráfico. Los artículos firmados con responsabilidad del autor. Impresa en Editorial Maya S.A. Av. Central No. 62, col. Tepalcates, México, D.F. Distribuida en el D.F. por Antonio Velázquez. En el exterior de la República por ODESA, Manuel María Cortezas No. 58, México 4 D.F. Editor responsable Ana Isabel Guerra Velázquez, Director General Manuel Guerra B. Director artístico. Número de registro de la Cámara Editorial 1350, licitud de contenido y de título en trámite.

GRUPO V: EDITORIAL MAE

"TÍTULO DE LA REVISTA", revista semanal, editada por Editorial Antares Mexicana S.A. Patricio Sáenz 1445, col. Del Valle México 03100, D.F. Teléfono 575-26-13, editor responsable Sr. Mario García Guizar. Registro de Licitud de título número 1166. Distribuida en el D.F., Zona Metropolitana y Zona Conurbada por la Unión de Excedentarios y Vocadores de los Periódicos de México, A.C. Tel. 592-17-78, Barcelona # 25 México, D.F. Distribuida en la República Mexicana por publicaciones Citem, S.A. de C.V. Interiores impresos en imprenta Rotográfica, S.R.L. Pedro Miranda # 7, col. Suecos Aires, México, D.F.

GRUPO VI: EDITORIAL ROTOGRAFICA

"TÍTULO DE LA REVISTA", revista semanal. Director General Jorge Guzmán. Toussaint 76, Coyoacán, licitud de título no 1650, licitud de contenido no 983. Impresa por imprenta Rotográfica, S.A. de R.L. Pedro Miranda 7 D.F. Distribución Foránea por Distribuidora Altek de publicaciones S.A. de C.V. Zorco # 217, col. Guerrero, distribuida en el D.F. y Zona Metropolitana y zona conurbada por la Unión de Excedentarios y Vocadores de los Periódicos de México A.C., tel. 592 -17-78, Barcelona.

GRUPO VII: EDITORIAL PIM-POM

"LA CHINGON", revista semanal, editada por Editorial Pim-Pom, S.A. Patricio Sáenz # 1445, col. del Valle, México 03100, D.F. Tel. 575-90-09 Editor responsable Sr. Eduardo García Guizar. Registro de Licitud de Título en trámite. Registro de Licitud de Contenido en trámite. Distribuida en la CD. de México por la Unión de Vocadores y Excedentarios de Periódicos y Revistas, A.C. Distribuida en la República Mexicana por publicaciones Citem, S.A. de C.V. Av. Rayuela # 1798, México, D.F. Portadas impresas en Grupo Tegrassa, S.A. de C.V. Sagú 166 México, D.F. Interiores impresos en Imprenta Rotográfica S.R.L., Pedro Miranda # 7, México, D.F.

TIPO	TEMA TÍTULO	NAVEJO DE	LENGUAJE
I EXPOSICIONAL PURA	Exposición de chistes de mujeres dedicadas a diferentes actividades, pero se todas se han de referenciar a la vida sexual.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Lenguaje de doble sentido, que funciona a la par con la lengua, ya que solo así representa la vida que el varietalista quiere sentir al lector.
II EXPOSICIONAL LÚBRICO	De chistes paragrafícos ocurrentes. Glosando se la vida sexual.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Utiliza dos tipos de lenguaje, uno es el directo, el cual es vulgar, el otro es de doble sentido, donde hace uso de los alburas.
III EXPOSICIONAL LÚBRICO	Chistes de mujeres, que paragrafícos ocurrentes se su cuerpo.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Lenguaje directo, vulgar.
IV EXPOSICIONAL LÚBRICO	Chistes de mujeres, dedicadas a diferentes actividades, pero se todas se han de referenciar a la vida sexual.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Lenguaje de doble sentido, que por medio de la lengua se utiliza, para hacer humorísticamente al ser. También hace uso del albur.
V EXPOSICIONAL LÚBRICO	Chistes de mujeres, dedicadas a diferentes actividades, pero se todas se han de referenciar a la vida sexual.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Lenguaje directo, vulgar, que hace uso de groserías y de alburas.
VI EXPOSICIONAL LÚBRICO	Chistes de mujeres, dedicadas a diferentes actividades, pero se todas se han de referenciar a la vida sexual.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Lenguaje de doble sentido, que al combinarlo con la lengua, se convierte en un lenguaje vulgar.
VII EXPOSICIONAL LÚBRICO	Chistes de mujeres, dedicadas a diferentes actividades, pero se todas se han de referenciar a la vida sexual.	Se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre, pero se muestra la vida sexual de la mujer, al mismo tiempo se muestra la vida sexual del hombre.	Lenguaje directo, vulgar y grosero, que usa el albur, se el lenguaje más grosero utiliza los por los revistas de parodia.

El segundo cuadro de concestración de datos fue el Análisis de Contenido , los indicadores de este fueron temática , la cual es un 90 por ciento se refiere a caricaturas cuyo tema central es la relación coital.

26



27



28



" EXCEPTO POR SU MALA TAQUÍ
GRACIA Y SU PESIMA MECANOGRAC

232

26. FESTIVAL DE CHISTES ,No. Ed.Sayrols,México,D.F. 5 de mayo de 1985

10 p.

27. LAVIDA ALEGRE ,No. 1019,Ed. Sayrols,México,D.F. 2 de septiembre de 1985,

18 p.

28. IBIDEM ,p 23

Otro indicador fue el mapejo de arquetipos, prototipos y estereotipos de enfermeras, esposas, secretarias, sirvientas, meseras y prostitutas.

29.



30



31



32



" SE LES ANTOJA ALGO PARA MORDISQUEAR, CABALLEROS?"

33



34

29. MINI CHISTES No. 685, Ed. Rotográfica, México, D.F. 7 de mayo 1985, p.12

30. LA VIDA ALEGRE No.1011, Ed. Sayrols, México, D.F. 8 de julio 1985, p.32

31. FESTIVAL DE CHISTES No. 258, Ed. Sayrols, México, D.F. 4 de noviembre 1985, p. 8.

32. LA VIDA ALEGRE OP. CIT. PAG. 11

33. LA VIDA ALEGRE OP. CIT. PAG. 23

34. EL MUY COTONRO, No.106, Ed. Mae, México, D.F. 5 de enero de 1985

El arquetipo de trabajadora doméstica, es una mujer provocativa , joven y "sexy".

41



42



43



44

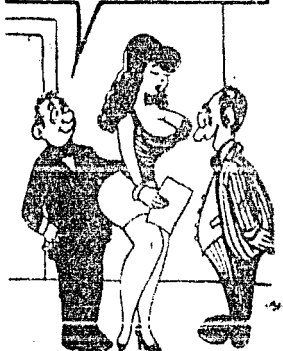


41. GOTAS DE RISA, No. 144, Ed. Sayrols, México, D.F. 2 de julio 1985, P.6
 42. MINI CHISTES, No. 711, Ed. Rotografica, México, D.F. 5 de noviembre 1985, P.42
 43. LA VIDA ALEGRE, No. 1028, Ed. Sayrols, México, D.F. 4 de marzo 1985, P.8

La imagen de la enfermera, es proyectada como un mujer "lánguida" que disfruta al excitar al hombre.

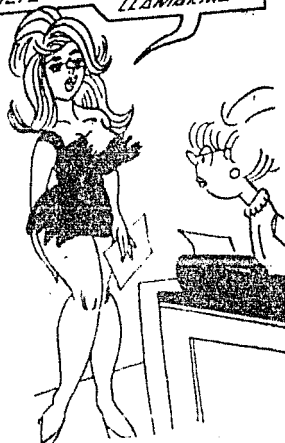
37

NOMÁS PARA LO QUE ENCON-
TRÉ PERDIENDO EL TIEMPO
ANTE UNA MÁQUINA DE ESCRIBIR...



38

¡HASTA QUE TOPE CON UN
JEFE QUE SABE COMO
LLAMARME!



39



40

ESTABAMOS TAN EN PAZ
EN LA OFICINA, SEÑORITA
BLANCA, HASTA QUE SE
LE CAYÓ ESE LAPIZ...



45. MINI CHISTES, No. 685, Ed. ROTOTRÁFICA, México, D.F. 7 de mayo 1985,

P. 5

46. CHISTES DE RISA, No. 167, Ed. Actarea, México, D.F. 18 de diciembre 1985, P. 63

47. MUCHOS CHISTES, No. 64, Ed. 2º-fino, México, D.F. 6 de julio 1985, P. 1

48. IBIDEM, P. 18

La imagen de la enfermera, es vista como una mujer que disfruta al excitar a los hombres con apariencia de "ingenua".

45



46



Relájese y trataré de hacer esto lo más agradable que sea posible.

47



48



45. MINI CHISTES, No. 685, Ed. Rotografica, México, D.F. 7 de mayo 1985, P.5
 46. GOTAS DE RISA, No. 167, Ed. Antares, México, D.F. 18 de diciembre, 1985, P.63
 47. MUCHOS CHISTES, No. 64 Ed. Zafiro, México, D.F. 6 de julio 1985, P.1
 48. IBIDEM, P.18

Uno de los temas preferidos que las revistas de caricatura manejan es el de la "esposa infiel".

49



50



51



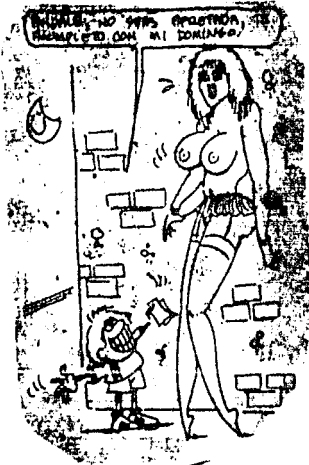
52



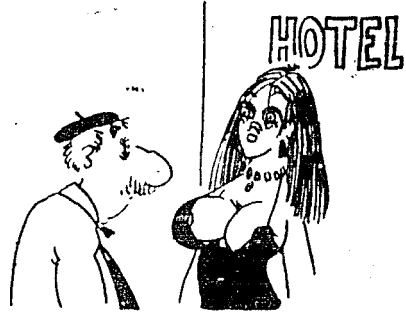
49. SEXY CHISTES, No. 102, Ed. Zafiro, México, D.F. 5 de enero 1985, P. 4
 50. RELAJO, No. 408, Ed. Rotografica, México, D.F., 14 de diciembre 1985, P. 64
 51. LA VIDA ALEGRE, No. 1002, Ed. Sayrols, México, D.F. 6 de mayo 1985, P. 11
 52. COTAS DE RISA, No. 136, Ed. Actares, México, D.F. 7 de mayo 1985, P. 12

La prostitución es un tema muy usual en las revistas de caricatura.

53



54



-¿Y siendo de pueblo...me hara alguna rebaja?

56



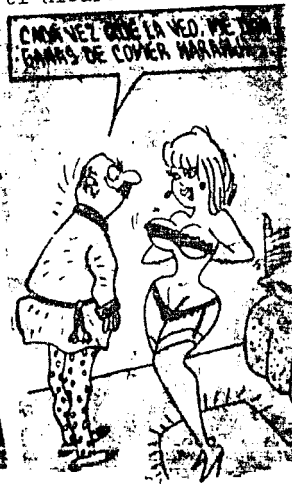
-Que pase el siguiente, por favor.

55



53. EL MUY COTORRO, No.115, Ed. Mae, México, D.F. 2 de marzo 1985, P.29
 54. GOTAS DE RISA, No.119, Ed. Antares, México, D.F. 8 de enero 1985, P.2
 55. SEXY CHISTES, No.128, Ed. Zafiro, México, D.F. 6 de julio 1985, P.18
 56. IBIDEM, P.24

En el segundo cuadro de concentración de datos del análisis, también se maneja el lenguaje, éste se caracteriza por ser de doble sentido y se auxilia en la imagen para acentuar el albur.



58



59



60

56. CHISTOSO PELIZ, No.165, Ed. Acatres, México, D.F. 6 mayo 1985, P.40
 57. MINI CHISTES, No.711, Ed. Rotografica, México, D.F. 5 noviembre 1985, P.10
 58. LA BALLENITA DE CHISTES, No.121, Ed. Acatres, México, D.F. 4 marzo, 1985, P. 24
 59. IBIDEM, P.19
 60. RELAJO, No.386, Ed. Rotografica, México, D.F. 6 julio, 1985, P.3

Otro lenguaje modelado en las caricaturas de el chulo, que va de acuerdo con el nivel sociocultural del lector.

61. ¡CLARO QUE TANTA CARNE EXHUBERANTE RESPONDE, PERO NO PODEMOS ACEPTAR LA COMO GARANTÍA!



62. ¿DICE USTED QUE QUIERE QUE LE MUESTRE ALGO ÍNTIMO Y EXCITANTE?... ¿QUE LE PARECE 'LAS PRESAS SE DESBORDAN' EN?... ¡LINDO DESBORDON A DOS MANOS... DIGO A DOS...



POR FAVOR, INSISTO, MUESTRE LE MANO A ESTE ASMETO... MAGULLELO, GOCE SU VOLUMEN...



63. ¿QUE QUIÉN BRES? ¡AH YA SE... ERAS EL 'MANOTAS'! TERROR DE NOSOTRAS LAS CHAMACAS... BIEN BURTIADAS!



64. ¡ANTE ESAS DOSES DE LECHE A'LO BERTIA! QUIEN VA A QUERER IRSE AL VALLE DE LAS CALACAS?...



65. COMO QUISIERA ORDENAR A LA PATRONA Y NO A ESTA MUGROSA VACA.



61. LA CHINCHES, No. 148, Ed. Pic-Poc, México, D.F. 7 de septiembre 1985, P. 27
 62. RELAJO, No. 202, Ed. Antares, México, D.F. 14 de diciembre 1985, P. 15
 63. EL CHISTOSO FELIZ, No. 202, Ed. Antares, México, D.F. 20 de diciembre 1985, P. 49
 64. LA BALLENITA DE CHISTES, No. 140, Ed. Antares, México, D.F. 2 de septiembre 1985, P. 31
 65. LA CHINCHES, No. 148, P. 63
 66. LA BALLENITA DE CHISTES, No. Citado, P. 2

En las revistas de caricatura el albur es característico.

67

ES MUY FACIL MIRAR
TU ME DAS EL CHIL
QUITO" Y YO TE DO
"EL GRANDOTE."



68

APROVECHANDO
QUE ESTAS ASI ADE
LA, VAMOS A JUGAR
AL "POLLITO CON
PAPAS."



69

GRACIAS, PERO,
PARA METERLE E
TAS BOLAS A LA
SEÑORITA, YO
TENGO MI PE
PIO PAJO O
GOL



70

PERISO JAJAJAJ... A ESTE
ME QUE LE DASE DES
EL CHORRITO POR QUE
IPORQUE LO MEI-
GRANDOTE
Y LO SACO
CHISTITO



67. EL MUY COTCERO, No. 142, Ed. Mae, México, D.F. 7 de septiembre 1985, P. 10
68. RELAJO, No. 386, Ed. Rotografica, México, D.F. 6 de julio 1985, P. 52
69. IBIDEM, P. 28
70. EL CHISTOSO FELIX, No. 202, Ed. Actarar, México, D.F. 30 de diciembre 1985, P. 8

El lenguaje utilizado en las revistas de caricatura es vulgar, porque fomenta el "morbo" del varón hacia la sexualidad femenina.

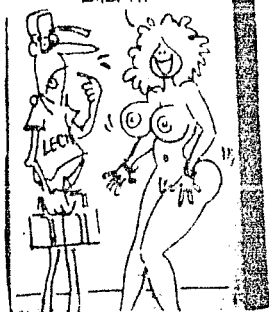


71. EL CHISTOSO FELIZ, No. 185, Ed. Actares, México, D.F. 2 de septiembre 1985, P. 21
72. GOTAS DE RISA, No. 127, Ed. Actares, México, D.F. 5 de marzo 1985, P. 46
73. LA BALLENITA DE CHISTEL, No. 146, Editorial Actares, México, D.F. 2 de septiembre de 1985, P. 31
74. EL CHISTOSO FELIZ, No. 165 Editorial Actares, México, D.F. 6 de mayo 1985, P. 60

Las revistas de caricatura tienen una característica común, ya que manejan imágenes de mujeres que exhiben el busto, cadera y piernas exageradamente grotescamente.

73

¡PROFESITO, MI AMOR, VI
NO OTRO LECHERO Y ME
OFRECE LA LECHE MAS
BARATA



74

¡QUE GOCE TAN CELES-
TIAL, QUE ÉXTASIS!...
¿SI ME ASEGURAS QUE
ASÍ SERÁ NUESTRA
LUNA DE MIEL? ¡ENTON-
CES SI ME CASO CONTI-
GÓ!



75

¡DAME TRES FRASCOS
YA NO SERÉ LA SUPER
TABLA FUCHA...
SINO LA PECHUGONA
SEXÍ POR TODOS
CODICIADA!



76

¡¡¡PUES QUE ES LA PECHU-
GONA!!!



77

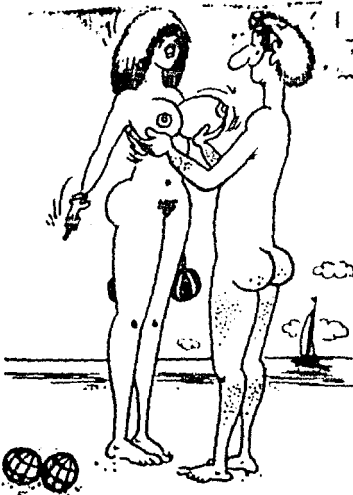
¡ES AHÍ DONDE SOLICITAN
UNA BUENA SECRETARIA?



73. EL MUY COTORRO No. 124, Ed. Mae, México, D.F. 2 de marzo de 1985, p.2
74. LA CHINCHÉ No. 140, Ed. Pío-Pío, México, D.F. 6 de julio 1985, p.55
75. LA CHINCHÉ No. Cit. pag. 61
76. LA VIDA ALEGRE No. 993, Ed. Sayrols, México, D.F. 4 de marzo 1985, p.21
77. FESTIVAL DE CHISTES, No. 215, Ed. Sayrols, México, D.F. 7 de enero 1985, p.8

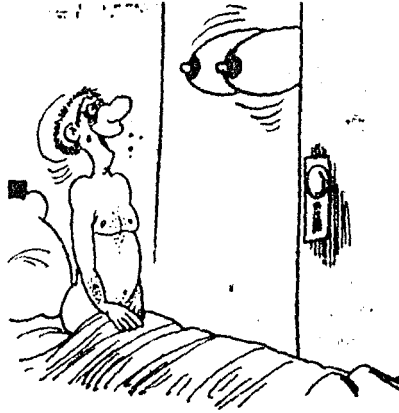
En las revistas de caricatura , se promueven las partes eróticas de la mujer como los pechos, las caderas, su sexo y piernas , exagerándolas.

80



-Carño, cada vez estás más miope. Los flotadores están en la arena.

81



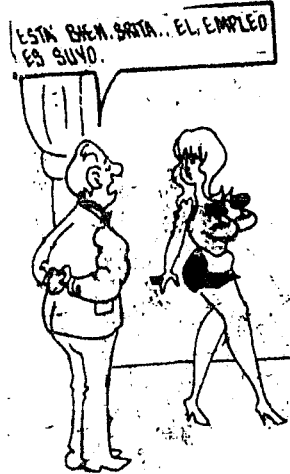
-¿Será la fiebra que me hace ver visiones?

Las Revistas de caricatura representan a la mujer como una prostituta que esta siempre "dispuesta" al acto sexual.

82



83



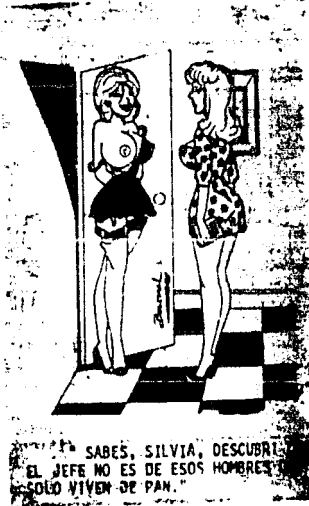
84



82. MINI CHISTES, No. 716, Ed. Rotografica, México, D.F. 18 de diciembre 1985, P. 29
 83. LA VIDA ALEGRE, No. 1011, Ed. Sayrols, México, D.F. 8 de julio 1985, P. 4
 84. GOTAS DE RISA, No. 144, Ed. Actares, México, D.F. 2 de julio 1985, P. 13

Se maneja un estereotipo de mujer joven "dispuesta" siempre al acto sexual.

85



86



85. BUEN HUMOR, No. 663, Ed. Misa, México, D.F. 3 de noviembre 1985, P. 36
86. LA DULCE VIDA, No. 960, editorial Misa, México, D.F. 2 de marzo de 1985, P. 12

Donde ella por medio del placer sexual y la venta de su cuerpo cumple sus "caprichos".



87. MINI CHISTES, No. 668, Ed. Rotografica, México, D.F. 8 de enero 1985, P.9
 88. LA VIDA ALEGRE, No. 1228, Ed. Sayrols, México, D.F. 4 de noviembre 1985, P.32
 89. RELAJO, No. 377, Ed. Rotografica, México, D.F. 4 de mayo de 1985, P.31

Por medio de la caricatura se veode simultáneamente sexo y belleza. Y según los mensajes de la caricatura son los aspectos indispensables para que la mujer adquiera dinero.

Y ES LA MEJOR SECRETA-
RIA QUE HE TENIDO, 60
DOLARES POR MINUTO.

Y DICE MI MAMA QUE EL
DINERO NO DA LA FELICI-
DAD...

¡NO ME DE LAS GRA-
CIAS! ¡ME CUEEN-
TA CORREGIRLE SUS
ERRORES!

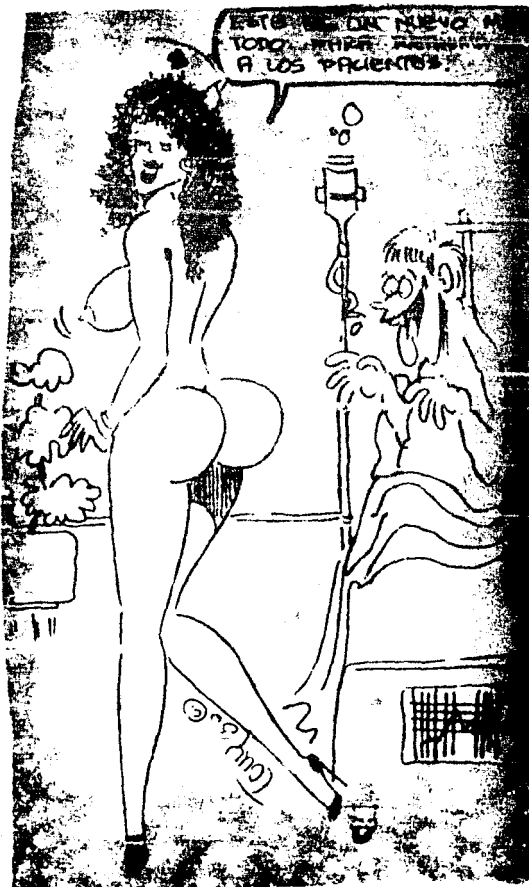


SI ME ENSEÑAS TU FABRICA DE
HACER DINERO, YO TE ENSEÑO MI
FABRICA DE HACER BEBÉS...



90. FESTIVAL DE CHISTES, No. 244, Ed. Sayrols, México, D.F. 8 de julio 1985, P. 64
91. LA VIDA ALEGRE, No. 285, Ed. sayrols, México, D.F. 7 de enero 1985, P. 16
92. FESTIVAL DE CHISTES, No. 258, Ed. Sayrols, México, D.F. 4 de noviembre 1985, P. 50
93. JA-JA, No. 967, Ed. Sayrols, México, D.F. 26 de diciembre 1985, P. 15

Por consiguiente las revistas de caricatura son atractivas para los varones , ya que por medio de la "diversión" del chiste refuerzan modelos de conducta en el hombre como "macho" y en la mujer como "objeto sexual".



Los mensajes que se emiten por medio de la caricatura, difunden la imagen de la mujer como una persona que pica solo en la relación sexual. Porque lo que se fomenta es el estereotipo de la mujer "objeto sexual" del hombre.



91



92



93



94



95



96



97

95. EL MUY COTORRO, No. 156, Ed. Mae, México, D.F. 14 de diciembre 1985, P.5

96. EL MUY COTORRO, No. 124, Ed. Mae, México, D.F. 4 de mayo 1985, P.18

97. EL MUY COTORRO, No. 106, Ed. Mae, México, D.F. 5 de enero 1985, P.10

98. IBIDEM, P.9

99. LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO, No. 103, Ed. Mae, México, D.F. 5 de enero 1985, P.32.

100. IBIDEM, P.29

101. IBIDEM, P.31

Las revistas de humorismo rojo emiten mensajes, que representan a la mujer joven y atractiva como una prostituta, que consigue lo que quiere con la venta de su cuerpo.

98



99



100



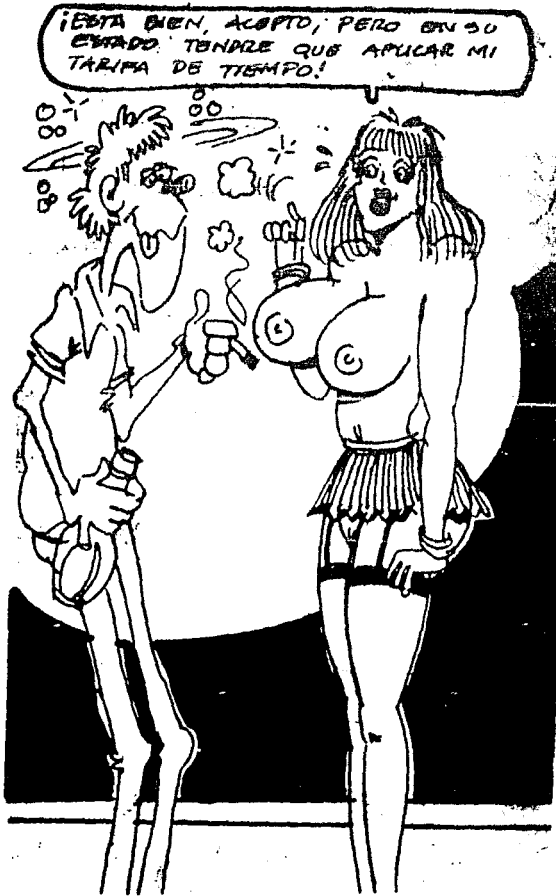
101



102. EL CHISTOSO FELIZ, No. 194, Ed. Antares, México, D.F. 4 de noviembre 1985
P. 23
103. GOTAS DE RISA, No. 153, Ed. Antares, México, D.F. 3 de septiembre 1985, P. 9
104. LA BALLENITA DE CHISTES, No. 163, Ed. Antares, México, D.F. 30 de diciembre, 1985, P. 11
105. La BALLENITA DE CHISTES, No. 130, Ed. Antares, México, D.F. 6 de mayo 1985, P. 26

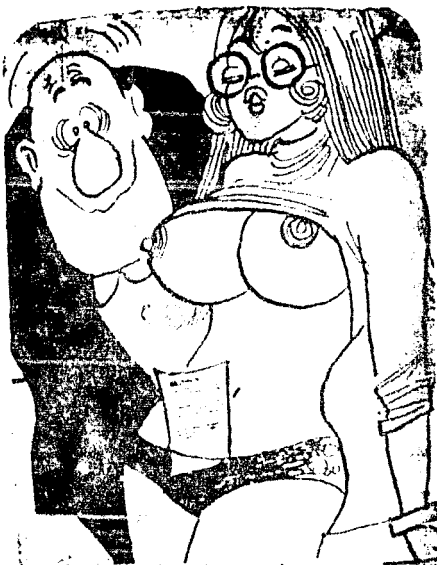
Las revistas de humorismo rojo , por lo tanto vienen a cootribuir con otros medios masivos de comunicaci6n que tambi6n difunden pornograf1a y que cootribuyen a fortalecer el tab6 sexual , por medio del exhibicionismo femenino y tambi6n el morbo del var6n hacia las cuestiones sexuales.

106



Las revistas de caricatura contribuyen a fomentar la comercialización del sexo y refuerza la prostitución femenina.

107



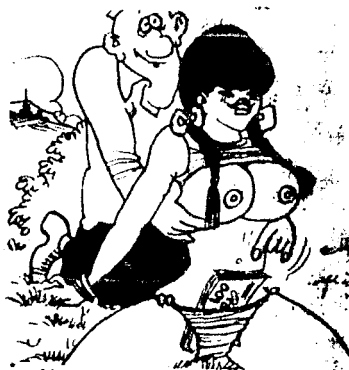
-Aquí traigo la carta
pidiendo el aumento, jefe..
Por si quiere leerla.

108



-Señor director..Yo tambien puedo
ser su secretaria..

109



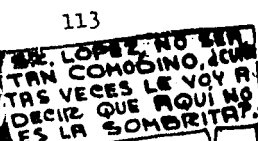
-Ahora si te voy a decir
¿donde escondi la merienda,
Manolo..

107. MUCHOS CHISTES, No.46, Ed. Zafiro, México, D.F. 2 de marzo 1985, P.30

108. BUENOS CHISTES, No.90, Ed. Zafiro, México, D.F. 30 de diciembre 1985, P.2

109. SEXY CHISTES, No.137, Ed. Zafiro, México, D.F. 4 de mayo 1985, P.18

La caricatura roja también es utilizada para difundir la imagen la mujer como un ser inferior al hombre, ya que su cuerpo es asociado como una mercancía.



MI LENTA Y EXASPERANTE HERMANITA SIEMPRE HACE ESPERAR A LOS NOVIOS. HABÍA DE APRENDER A MI, QUE SIEMPRE ESTOY LISTA PERO PÁSELE!



110. La Chioche, No. 122, Ed. Pio-Poo, México, D.F. 2 de marzo 1985, P. 20
 111. LA CHINCHE, No. 156, Ed. Pio-Poo, México, D.F. 2 de noviembre 1985, P. 43
 112. LA CHINCHE, No. 131, Ed. Pio-Poo, México, D.F. 4 de mayo, 1985, P. 35
 113. LA CHINCHE, No. Cit. P. 41
 114. IBIDEM, P. 60
 115. IBIDEM, P. 4

Actualmente la publicación de las revistas se ha convertido en un monopolio, ya que ésta es manejada por siete editoriales. Por lo tanto las revistas de caricatura tienen un formato y contenido homogéneo. Así como el tema preferido de éstas es la exhibición del cuerno de la mujer.

116



116. LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO, No. 114, Ed. Mae, México, D.F. 2 de marzo de 1985, P. 16

Las revistas de caricatura fomentan y refuerzan la imagen femenina como una "mercadería".

117



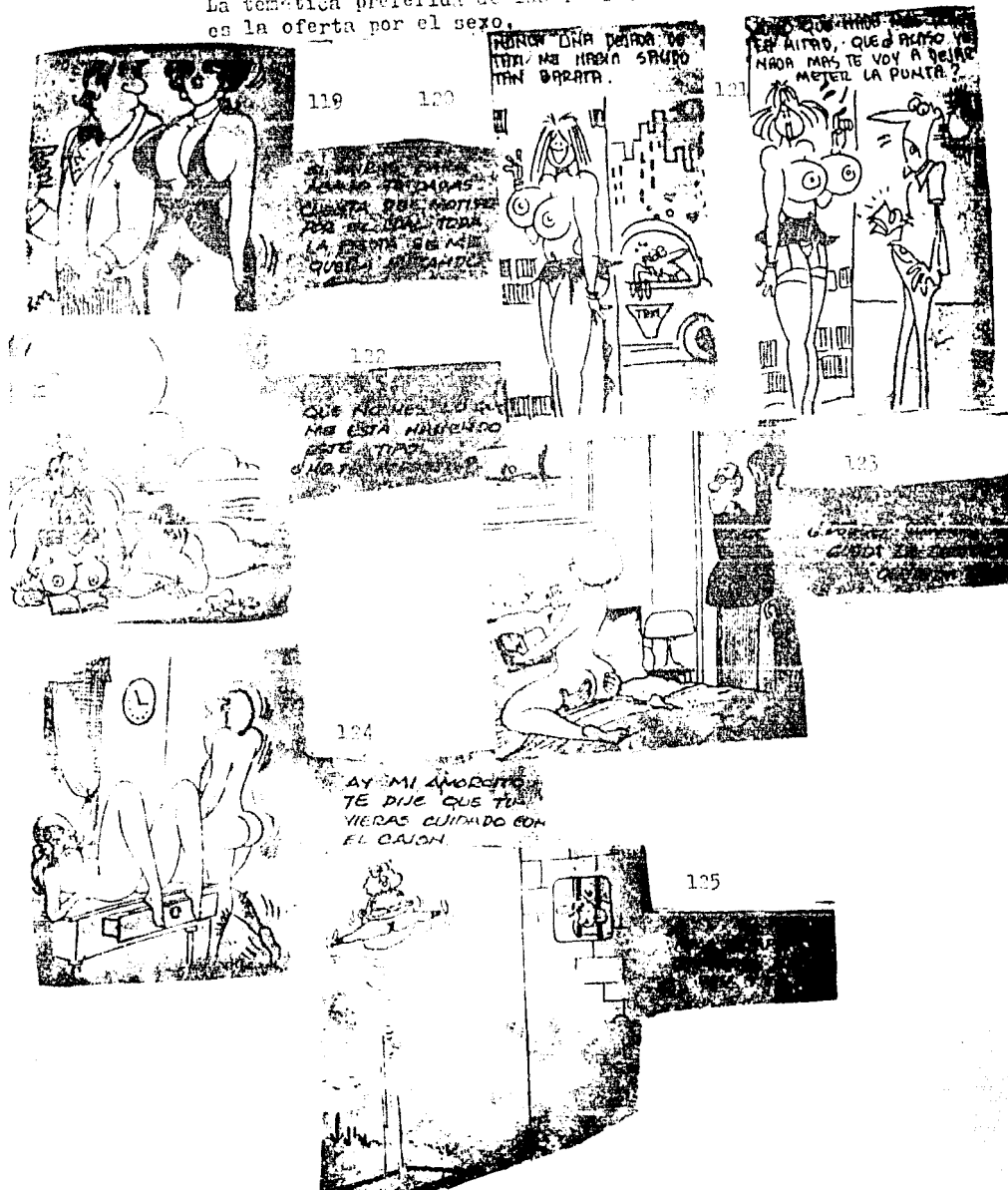
118



117. LA DULCE VIDA, No. 987, Ed. Misa, México, D.F. 6 de julio 1985, P. 93

118. BUEN HUMOR, No. 629, Ed. Misa, México, D.F. 10 de marzo 1985, P. 20

La temática preferida de las revista de humorismo rojo es la oferta por el sexo.



119. LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO, No. 141, Ed. Mae, México, D.F. 7 de septiembre 1985, p. 32. 120. EL MUY COTORRO, No. 115, Ed. Mae, México, D.F. 2 de octubre 1985, p. 1. 121. IBIDEM, p. 2. 122. LA REVISTA NEGRA DE HUMORISMO? No. 11, p. 15. 124. IBIDEM, p. 1. 125. IBIDEM, p. 6.

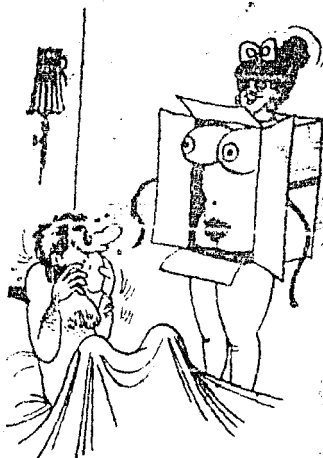
A través de la caricatura, se representa a la mujer como una frívola, que sólo utiliza su ingenio para excitar al varón por la exhibición de su sexo.

126



-¿No te parece que me compraste un poco pequeño el camión...?

127



-Mira querido, este es mi regalo por tu cumpleaños.

126. SEXY CHISTES, No.145, Ed.Zafiro, México, D.F. 2 de noviembre 1985, P.4

127. BUENOS CHISTES, No.48, Ed.Zafiro, México, D.F. 3 de marzo de 1985, P.32

Las caricaturas de las revista de humorismo rojo en algunas ocasiones son firmadas por sus autores, pero estas son ilegibles.

128



"MIRA, QUERIDO, QUE Pasa
TAN FINA TE COMERE, ES IGUALITA
LA DE TU ESPOSA."

129



"POR FIN, PUEDE DEJAR LA COPA
Y EL CICARRON!"

130



"Y quiero divorciarme, porque
son afectos a la gente, a
los que quieren de la mano."

131



"SI, MAMA, LLEGAMOS BIEN
EL RELAJO ES AHORITA QUE YA ESTAN
MOS 'DESCANSANDO'."

128. LA DULCE VIDA, No. 987, Ed. Mima, México, D.F. 6 de julio 1985, P.62

129. BUEN HUMOR, No.629, Ed. Mima, México, D.F. 10 de enero 1985, P.7

130. RIA, No.875, Ed. Mima, México, D.F. 2 de enero 1985, P.6

131. BUEN HUMOR, No. Cit., P.17

Se observó que en diferentes títulos de revista aparece
un mismo estilo.

132



133



134

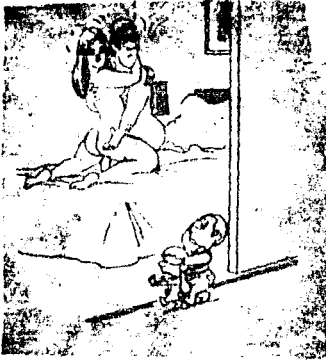


135



132. LA CHINCH, No. 114, Ed. Pin-Poc, México, D.F. 5 de enero 1985, P.53
 133. LA BALLENITA DE CHISTES, No. 121, Ed. Aontres, México, D.F. 4 de marzo 1985, P.14
 134. IBIDEM, P.22
 135. EL CHISTOSO FELIZ, No. 117 Ed. Aontres, México, D.F. 8 de julio 1985, P.44

Se manejan dos arquetipos de mujer : el de la esposa la cual es fea , gorda y sin atractivo . El otro es el de la mujer joven y "sexy".

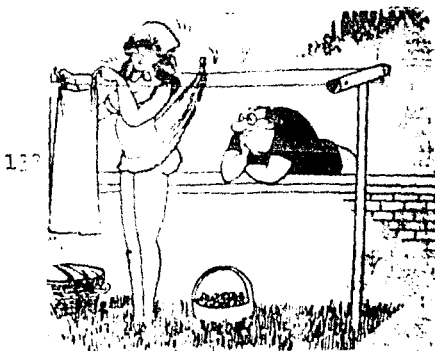


136



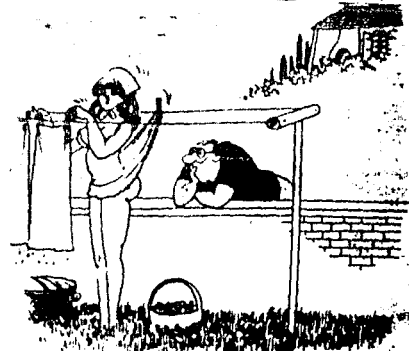
137

SIN PALABRAS.



138

-¿ Y dice que a esta misma hora todos los días cuelga la ropa?



139

-Hoy lave toda mi ropa interior..

4. FESTIVAL DE CHISTES, No. 215, Ed. Sayrols, México, D.F. 7 de enero 1985, P. 96
 5. LA DULCE VIDA, No. 969, Ed. Mica, México, D.F. 2 de marzo 1985, P. 8
 6. IBIDEM, P. 91
 7. IBIDEM, P. 96

CONCLUSIONES

Al focalizar la investigación sobre el tratamiento de la mujer en las revistas de caricatura, se llega a las siguientes conclusiones: las revistas de caricatura forman parte de los medios impresos de comunicación, ya que a través de su imagen y lenguaje emiten mensajes sencillos, "graciosos" y "atractivos" para sus lectores.

De esta manera sus mensajes contribuyen a fomentar la imagen de la "mujer objeto", ya que en un 90 por ciento de las caricaturas se maneja la relación sexual instintiva, donde la mujer es presentada como una persona siempre dispuesta al acto sexual. Se aprecia además entre ellos varias constantes, como el que la mujer realice roles secundarios de apoyo al proceso productivo, como el dedicarse al cuidado de los hijos y a los quehaceres domésticos. Las actividades que mas aparecen en las revistas analizadas son: secretarias, enfermeras, meseras, sirvientas, dependientas de algún comercio y prostitutas.

Los arquetipos moldeados con más frecuencia son : la esposa vieja, fiel, fea y tonta ; en contraposición con la esposa joven , la enfermera , la prostituta , la amante , la secretaria , la sirvienta todas ellas jóvenes , bellas , infieles , "sexys" y siempre dispuesta al acto sexual. Estos arquetipos de mujer tienen una característica común : la atracción hacia el dinero. De estos arquetipos de mujer surgen los estereotipos de la mujer "objeto sexual".

El objetivo de los mensajes de las revistas de caricatura es vender sexo de manera explícita e implícita , fomentando actitudes de receptividad , atracción y pasividad en la mujer mexicana. Es así como éstas moldean una misma ideología de la mujer , contribuyendo a comercializar su sexo exhibiéndola como una mercancía.

Se comprobó también , que los mensajes de las caricaturas son utilizados para fomentar y reforzar actitudes enajenantes en sus lectores , quienes por su bajo nivel sociocultural son receptores fáciles de manipular para que continúen el modelo de conducta determinado , como es el rol sexual que desempeña la mujer y el hombre , ya que son productos de la cultura sexista de nuestra sociedad. De ahí se origina que se vea a la mujer como "objeto"

del hombre , en donde el matrimonio y la familia son instituciones basadas en la superioridad masculina. O bien se emplean también con fines lucrativos incrementando el consumo de sexo. De esta manera , éste es abordado en forma vulgar , teniendo así gran demanda en sus lectores varones , por esa misma curiosidad - morbosa que se les fomenta. Por lo tanto los mensajes de la caricatura representan uno de los obstáculos - para la educación sexual de nuestra sociedad.

Otra característica de las revistas de humorismo rojo , es su demanda e incremento de sus ventas , por ejemplo , el "Ja-Ja" tiene un tiraje semanal de un millón seiscientos mil ejemplares en el Distrito Federal , mismos que se venden , lo cual comparado con el libro de Octavio Paz "El Laberinto de la Soledad" , él cual en el año de 1984 tuvo un tiraje de 50 mil - ejemplares y , contando que todos se hallan vendidos , no se iguala con el número de ejemplares vendidos durante un año de la revista antes mencionada.

De tal manera que los editores de las - revistas de caricatura han hecho un consorcio capitalista , escudándose en que las revistas son para "divertir" al lector y además las - consideran como "fuente de trabajo" y de "apoyo al proceso productivo nacional" y al mapejarse "intereses personales" de por medio las autoridades

de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas dicea "incorporar" porque la mayoría de las revistas de caricatura tienen en trámite su registro de título y contenido. De ésto se deduce que a los que manejan los medios de producción y el poder en México les conviene que circulen este tipo de revistas , ya que por medio de la esaxjección sexual ; el individuo sublima sus frustraciones económicas , políticas y sociales.

Con base en lo anterior , se reafirmó la hipótesis planteada en la introducción que es : a través de las revistas de caricatura que se publican en el Distrito Federal , se vende la imagen de la mujer como "objeto sexual" , que se estandariza por medio de estereotipos".

Para finalizar estas conclusiones , se sugiere para futuras investigaciones y por la amplitud e importancia del tema , que se realice de manera multidisciplinaria ; desde el punto de vista: de la pedagogía , donde se abarque el aspecto educativo de los mensajes ; de la psicología para analizar las pautas y actitudes del lector y sociológico para estudiar el comportamiento social , que se genera por el tipo de mensajes en el reforzamiento o agudización de los problemas sociales por la falta de una educación sexual y por patologías de comportamiento , la misma co-

edicación coadyuvaria a un análisis de los efectos
de los mensajes en muestras representativas de
sus lectores.

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

1. Abbagnano , Nicola ; DICCIONARIO DE FILOSOFIA , 3a.ed., Editorial F.C.E., México, D.F. 1983 , 600 p.
2. Aranguren , José Luis; EROTISMO Y LIBERACION DE LA MUJER, 3a.ed., Editorial Ariel, Barcelona 1982, 151p.
3. Baena Paz, Guillermina; INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION , 8a.ed., Editores Mexicanos Unidos, México, D.F. 1982, 134 p.
4. Baena Paz , Guillermina; MANUAL PARA ELABORAR TRABAJOS DE INVESTIGACION, 5a.ed., Editores Mexicanos Unidos, México D.F. 1986, 124p.
5. Baena Paz, Guillermina ; REDACCION PRACTICA EL ESTILO PERSONAL DE REDACTAR, 1a. reimpresión, México, D.F. 1986, 198 p.
6. Baena Paz, Guillermina; COMO ELABORAR UNA TESIS EN 30 DIAS, 1a.ed., Editores Mexicanos Unidos, México, D.F. 1986 , 100 p.
7. Barreiro, Julio; EDUCACION POPULAR Y PROCESO DE CONCIENCIACION, 6a.ed., Siglo XX, México, D.F. 1979 , 161 p.
8. Careaga, Gabriel; EROTISMO, VIOLENCIA Y POLITICA EN EL CINE, 1a. ed. Editorial Joaquín Mortiz, México, D.F. 1953, 322 p.
9. Carrasco del Puente , Rafael; LA CARICATURA EN MEXICO, 1a. ed. , Editorial Nueva Imprenta de México, México, D.F. 1953, 322 p.

10. Castillo del Piro, CUATRO ENSAYOS SOBRE LA MUJER, 1a.ed., Editorial F.C.E. México, D.F. 300 p.
11. CONAPO, LA EDUCACION DE LA SEXUALIDAD HUMANA, TOMO I y II, 1a.ed., CONAPO, México, D.F. 1982, 541 p.
12. Del Río Rius, Eduardo; UN SIGLO DE CARICATURA EN MEXICO, 1a.ed., Editorial Grijalbo, México, D.F. 1984, 167 p.
13. Del Río Rius, Eduardo; LOS AGACHADOS No.104, Editorial Posada, México, D.F., 32 p.
14. Díaz Guerrero, Rogelio; PSICOLOGIA DEL MEXICANO, 1a.ed. Editorial Trillas, México, D.F. 1977, 205 p.
15. Ellis Abarbanel, ENCICLOPEDIA DEL COMPORTAMIENTO SEXUAL HUMANO, TOMO II, Barcelona 1979, 3452 p.
16. Ferrater Mora, José; DICCIONARIO ENCICLOPEDICO HISPANO AMERICANO Tomo II, 1a.ed. 1980 W.M. Jackson editor, 2220 p.
17. Freire, Paulo, LA EDUCACION COMO PRACTICA DE LA LIBERTAD, 2a.ed. Siglo XXI, México, D.F. 1977, 151p.
18. Freud, Sigmund, INTRODUCCION AL PSICOANALISIS, 8a.ed. Editorial Sarpe, México, D.F. 1984, 236 p.
19. Garza Mercado, Ario; MANUAL DE TECNICAS DE INVESTIGACION PARA ESTUDIANTES DE CIENCIAS SOCIALES, 3a.ed. Editorial Colegio de México, México, D.F. 1972, 287 p.

20. Giner, Salvador; SOCIOLOGIA, 6a. ed. Editorial Periferia, Barcelona 1974, 268 p.
21. González Pineda, Francisco; EL MEXICANO PSICOLOGIA DE SU DESTRUCTIVIDAD? 7a. ed. Editorial México-Pax, México, D.F. 1975, 268 p.
22. González Ramírez, Manuel, LA CARICATURA POLITICA. 1a. ed., F.C.E. México, D.F. 1955, 200 p.
23. Leñero, Luis; LA FAMILIA, 1a. ed. Editorial Aoues, México, D.F. 1975, 100 p.
24. Lou Andreas-Salome, EL EROTISMO, 4a. ed. Editorial Pequeña Biblioteca Calamus Scriptorius, Barcelona 1983, 136 p.
25. Marcuse, Hebert; EROS Y CIVILIZACION, 4a. ed. Editorial Joaquín Múrtiz, México. D.F. 1965, 285 p.
26. Marcuse, Hebert; CALAS DE NUESTRO TIEMPO, 1a. ed. Editorial Icaria, Barcelona 1976, 106 p.
27. Mooroy Rivera, Oscar; EL MEXICANO ENANO, UN MAL DE NUESTRO TIEMPO, 7a. ed. México 1972, 159 p.
28. Nadel Slegried, Frederick, TEORIA DE LA ESTRUCTURA SOCIAL, 1a. ed. Ed. Guadarrama, Madrid 1966, 239 p.
29. Reich, Wilhelm; LA REVOLUCION SEXUAL, 1a. ed. Editorial Roca, México, D.F. 1983, 160 p.
30. Paz, Octavio EL LABERINTO DE LA SOLEDAD, 1a. ed. editorial F.C.E. -SEP. México, D.F. 1984, 191 p.
31. Roche Blande, A.; LO MASCULINO Y LO FEMENINO EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA, 1a. ed. Editorial Ciencia Nueva, Madrid 1968, 375 p.

32. Simmel, Goerge, CULTURA FEMENINA, 4a.ed. Espase-Calpe,
BUENOS AIRES-México, 155 p.

33. Schwarz, Oswald; PSICOLOGIA DEL SEXO, 1a.ed. Editorial
Impresiones Modernas, México, D.F. 1953, 336 p.

34. VARIOS, REVISTA SOLIDARIA, julio 1985, I.M.S.S. México,
D.F. 96 p.

35. Varios, DICCIONARIO DE FILOSOFIA, Tomo VIII? Alianza Editorial,
Madrid 1982, 1361 p.

35. VARIOS ARTES DE MEXICO, México, D.F. 1975, 200 p.