



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**TODAS SOMOS EVA.
Análisis de mediación cognitiva de las
representaciones de género en el programa Con Sello
de Mujer**

T E S I S

**que para obtener el título de
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

presenta:

MARIANA MARISOL FONTEBOA PEREZ

Asesor: Mtro. Mario Alberto Revilla Basurto



Acatlán, mayo de 2005.

m. 343027

AGRADECIMIENTOS

Estas líneas, las primeras en aparecer, son las últimas que escribí en estos dos años que me llevó hacer mi tesis, fue más el tiempo que pasó del que yo había pensado y en ese lapso me pasaron muchas cosas, pasé de la euforia extrema por haber terminado la carrera a la tristeza del rompimiento y la enfermedad, y después a la reconfortante recuperación en todos los sentidos, por eso este trabajo es una transición, en la cuál muchas personas estuvieron presentes de manera física o espiritual y son a ellos a quienes quiero agradecerles por todo lo valioso que me han dado.

A mi mamá grande, quien es para mí un ángel del que guardo hermosos recuerdos y a quien deseo reencontrar alguna vez. A mi madre quien me ha enseñado que no importan las limitantes mientras se tenga un corazón dispuesto a luchar; a y mi hermana por ser una gran amiga y porque con su creatividad y entusiasmo me ha contagiado para saltar los límites de lo que soy. Ustedes tres son la familia que siempre quise tener.

A mi tía muñeca que siempre estuvo en los momentos importantes de mi vida y quien con su alegría me dejó recuerdos especiales, quiero agradecerle por ser mi tía favorita, por sus enseñanzas y sus faltas. Espero que ahora te encuentres en un lugar mejor.

A Carmen Herrera y Mario Revilla, quienes dignifican cada día con su enseñanza, su paciencia y su dedicación, la palabra maestro y van más allá: amigos... Gracias por su vocación y amistad, gracias por las huellas que han dejado en mi vida académica y en mi vida personal.

A Lulú y a Katia, por las peripecias de la secundaria, por nunca dejarse llevar y aceptarme como soy. A Mónica y Alberto, por estar conmigo desde hace ocho años, por ser las amistades más constantes, por la paciencia de los últimos años y por no dejarme caer.

A Tere, por su amistad incondicional, por sus palabras de aliento y sus regaños cuando han sido necesarios. Por la voluntad de ser mi amiga y de compartir momentos importantes y difíciles, alegrías y tristezas. A George, por las pláticas al final del día, por las ideas y por ser un gran confidente y amigo increíble.

A Hugo por su amistad, su lealtad, voluntad, amor incondicional y paciencia, por las tardes de periódico y por los debates, también por las locuras, a ti, gracias por el reencuentro.

A Maga, por el choque afortunado, por su pasión y lucha por la vida, por su dedicación. A Sandra, por su dulzura y por dejarme acercarme a ella y compartir nuestra amistad. A Olgúin, por las andanzas en la escuela, por las risas, por el apoyo y por compartir conmigo la aventura de esta tesis. A Toño, por encontrar mi botella y compartir desde entonces esta isla en donde estamos juntos.

A mi cuñado quien con su empeño y amor a lo que hace me ha enseñado que vale la pena luchar por lo que se quiere y siempre tratar de ser el mejor.

A todos ellos por ser, compañeros, amigos constantes... y por dejar huellas profundas y aprendizajes en mi vida

Pero, sobre todo, quiero agradecer a mi sobrino Arturín, un pequeño de cuatro años, que a pesar de su corta edad me enseñó lo más grande de la vida. A él quiero agradecerle por ser tan luminoso, y tan fuerte. Por ser un luchador, incansable, aferrado a la vida, pues me enseñó que dentro de la oscuridad y más allá de la desesperanza vale la pena luchar...

Me enseñó que se puede volver a hablar con palabras distintas, volver a caminar con pasos más firmes y volver a ver con una mirada diferente... fugaz.

Mi Agradecimiento, amor y admiración a todos, a los que fueron y a los que ahora son. Gracias porque todos ustedes han sembrado en mí ilusiones y proyectos sin los cuales no estaría aquí hoy, escribiendo estas palabras...

Los amo mucho a todos.

A la Universidad Nacional por todo lo que significa para mi, por ser un sueño, por regalarme, en estos años de enseñanza, no sólo conocimientos sino también vivencias e historias de vida. Gracias a esta gran institución que me dejó los mejores años de estudiante, siete maravillosos años de experiencias... Por recibirme con las manos vacías y devolverme al mundo con la consigna de ser mejor cada día...

Goya, goya..... Universidad

PRÓLOGO

TALLER DE COMUNICACIÓN SOBRE LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO Y ESTILOS DE VIDA

A lo largo del último año hemos trabajado en un taller con una veintena de alumn@s de la carrera de Comunicación que confiaron en la propuesta que les hice y aceptaron con entusiasmo el compromiso. El presente trabajo es el resultado de esta experiencia, tomó lo elementos que en el taller pusimos a su disposición, los adoptó a las necesidades específicas que exigía el relato analizado y, a la vez, nos aportó datos y, sobre todo, reflexiones.

Pocas veces encontramos en Teoría de la Comunicación la oportunidad de trabajar sobre un objeto de estudio que reúna características tan especiales como el que ha dado pie al Taller de Comunicación sobre las Representaciones de Género y Estilos de Vida (TCRGEV). Trabajar sobre la mediación entre *Representaciones y Prácticas sociales* exige tener a la vista un caso en el que se puedan observar los cambios ocurridos en alguna de las instancias observadas para confrontarlas con la otra instancia, esto es: deben poder apreciarse cambios en las prácticas o en las representaciones.

Por tal razón, las investigaciones en esta línea suelen dedicarse a temas de lo que algunos autores llaman de "ciclo corto" en la historia: cambios de régimen, crisis políticas, etc., donde se pueden distinguir cambios que podemos ubicar en la esfera de las prácticas. Sin embargo, los asuntos de índole cultural, los que tienen que ver más bien con la transformación de las Representaciones Sociales, son mucho más difíciles de ubicar: su evolución se dilata en el tiempo, pueden abarcar varias generaciones o varias décadas, antes de que pueda apreciarse un cambio concreto en las representaciones, independientemente de la velocidad y profundidad de las modificaciones en las prácticas ligadas a tales representaciones.

Si algún aspecto de la vida social manifiesta cambios, que se hacen evidentes en la última década, pero que vienen gestándose de mucho tiempo atrás, (merced al concurso de varios aspectos, como los cambios en la

organización social -aspectos del empleo, por ejemplo-; la lucha de grupos para concientizar sobre las condiciones de desigualdad y discriminación que viven las mujeres y grupos con preferencias sexuales diversas y por el reconocimiento de sus derechos, así como un impresionante universo de estudios con perspectiva de género, que mucho han influido en la comprensión de estos aspectos), es el que se refiere a los roles y comportamientos de género y/o estilos de vida.

Por esta razón, TCRGV, cuyo interés fundamental es evaluar la participación de la comunicación frente al cambio social, toma este tema: porque frente a las transformaciones que nuestra sociedad vive y que se pueden comparar con las prácticas asociadas a los roles de género de hace algunas décadas, se puede confrontar, por otro lado, con los modelos representacionales sobre los roles de género. Como tema, cumple con la exigencia central para evaluar hasta dónde la comunicación está comprometida con la contención de las transformaciones sociales, y por tanto, hasta dónde y de qué manera contribuye en la dinámica cohesionadora de la propia sociedad: la acción comunicativa interviene en el fortalecimiento de la identidad, la cohesión y la organización social, en tanto que da cuenta de la situación social y de sus modificaciones, porque los encuadra y dota de sentido.

Por el contrario, cuando la comunicación no da cuenta de los cambios, provoca incertidumbre al dejar de aportar elementos para la comprensión de la dinámica social y contribuye, por decirlo así, al desorden o a la pérdida de cohesión, pues produce un sin-sentido al provocar un distanciamiento entre la realidad vivida y la realidad comunicada.

Dentro de todas las posibilidades de abordar el estudio de las mediaciones entre la comunicación y las relaciones sociales, en el TCRGV hemos escogido el análisis de las *Mediaciones Cognitivas o Representaciones sobre género*. Nos interesa examinar cómo se representa o se media cognitivamente a los estilos de ser mujer, de ser hombre, de ser gay, de ser lesbiana, etc., en los relatos del sistema de comunicación. Analizar el ideario o conjunto de ideas, valores y acciones con las cuales se configuran los modelos de género y estilos de vida -que eventualmente afectarán o que han sido promovidos por los comportamientos sociales-, en los relatos de la comunicación institucionalizada: cuáles posibilidades son excluidas, cuáles son incluidas y con qué características.

Es importante aclarar que el TCRGV no hace estudios de género en sentido estricto; sin embargo, es muy probable que desde nuestro análisis de mediación cognitiva se pueda hacer alguna aportación a los estudios y reflexiones con perspectiva de género, específicamente a lo relativo a la dinámica de enculturización en que intervienen los relatos de los medios respecto al imaginario social de género: qué tanto o cómo se reflejan (o se escamotean) en los relatos de la comunicación pública las transformaciones en la participación de la mujer, en la actitud de los hombres respecto a su relación con ésta y con los infantes, en la sunción y exposición de los gays y lesbianas, por mencionar algunos aspectos.

Lejos estamos de haber cumplido nuestros objetivos en el Taller, excepto en que el esfuerzo de ell@s se traduzca en un trabajo de titulación. Gracias al desarrollo de estos trabajos, es que se pudo someter a prueba los conceptos, el método y técnica, así como ajustar las líneas generales para seguir con mayor precisión nuestra observación; desde luego, siempre con el valiosísimo e inevitable concurso de l@s alumn@s. Reconocemos a los profesor@s sinodales de estos trabajos, sus comentarios, críticas y consentimientos.

Es importante declarar el agradecimiento profundo del TCRGV a los apoyos otorgados por el Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, a la Mtra. Raquel Ábrego, Jefa del programa, a la Mtra. Lucía Acosta, Jefa de la Sección de Teoría, a la Profa. Ariadna Uribe, Responsable de la Secretaría Técnica y al Programa de Posgrado, que nos ha acogido en sus instalaciones. Al Dr. Guillermo Rivera, Coordinador y a la Lic. Evelia Almanza, en la Secretaría Técnica.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: LAS REPRESENTACIONES SOCIALES: teatro del género	15
1 El mundo: una simple representación	15
1.1 Representaciones: categorías de vida	17
1.2 Mediación: dando forma a la sociedad	21
1.3 Innovación o conservación: cuestión de supervivencia	24
2 Las representaciones de género: ¿cómo somos?	27
2.1 Género y sexo: grandes diferencias	28
2.2 Género: edificación social	30
2.3 Mujer: ¿seductora o virginal?	33
2.3.1 Debilidad y dependencia	38
2.3.2 Amor romántico	39
2.4 Hombre: Fuerza y poder	40
2.4.1 Privilegios sexuales	43
2.4.2 Amor pasión	46
2.5 Ser homosexual, ser lesbiana: Una nueva propuesta	47
CAPÍTULO II: UN MÉTODO: con sello de mujer	51
1 El Objeto Real de Estudio: Con sello de Mujer	51
1.1 Historia de un programa femenino	52
1.2 ¿De mujeres para mujeres?	53
1.3 Contenido Femenino	51
1.3.1 Secciones de siempre	57
1.3.2 Nuevas secciones	59
2 Las estrategias de investigación	55
2.1 Muestra	60
2.2 Técnica de análisis: Análisis de la Mediación Cognitiva	62
2.3 Instrumento de análisis	64
2.3.1 Registro de los datos	66
2.3.2 Llenado de las hojas de registro	67
2.3.3 Segundo paso: las frecuencias de cada persona	73
2.3.4 Unión de los personajes por capítulo	74
2.3.5 Anonimato	74
2.3.6 Categorías	75
2.3.7 Porcentajes que hacen la comparación	77
2.3.8 Último paso: comparar	78
2.4. Nota Aclaratoria	79

CAPÍTULO III: LAS CANTIDADES DE LOS GÉNEROS	81
1 Acciones de hombres, mujeres y gays	82
2 Actitudes de hombres, mujeres y gays	89
3 Expresiones de hombres, mujeres y gays	94
4. Relaciones de hombres, mujeres y gays	102
Capítulo IV: TODAS SOMOS EVA	111
1 Mujeres: poder y seducción	113
1.1 Eva: la seductora tentación de la manzana	115
1.2 Mujer es poder	117
1.3 Entre la seducción y el poder	120
1.4 Somos bellas y saludables	121
2 Sensibilidad masculina	123
2.1 Eres mi hermano del alma, mi amigo	125
2.2 Extensión del poder: el sexo	126
3 Soy Gay y trato de ocultarlo	119
3.1 Nací para enseñar	129
3.2 ¿Ser gay es ser mujer?	130
4 Se renueva lo clásico, se etiqueta lo nuevo	133
CONCLUSIONES	137
ANEXOS	143
BIBLIOGRAFÍA	162
HEMEROGRAFÍA	163
INTERNET	163

INTRODUCCIÓN

En la naturaleza, los animales viven bajo el régimen de sus sentidos y sus percepciones; el hambre o el peligro son sensaciones propias reconocibles gracias a su instinto. En el caso del género humano, la convivencia diaria, la alimentación, la socialización y las formas de conocimiento son complejas, esto debido al gran cúmulo de simbolizaciones que estructuran la realidad humana.

El lenguaje mismo es un código mediante el cual podemos crear las cosas con tan sólo nombrarlas, un mundo simbólico totalmente humano. La comunicación es una parte central en este cosmos. Gracias a ella, los hombres se agruparon en sociedades y lograron compartir experiencias y formas de pensamiento.

La comunicación contribuyó y aún contribuye a que las costumbres, los modelos de comportamiento y las formas de pensamiento se perpetúen a través del tiempo. Pero también, este mismo fenómeno puede ayudar a que las ideas cambien y se construyan nuevas formas de ver la realidad. Así, la comunicación es un proceso que ofrece innovación o conservación.

La realidad se construye a través de lo que hacemos y lo que pensamos. Dicho en otras palabras, los haceres y los pareceres¹ son los que le dan sentido a nuestra vida. De esta manera, nuestro comportamiento se rige gracias a estos aspectos, por un lado, lo que nos han enseñado mediante tradiciones y costumbres y por otro las experiencias que vamos adquiriendo.

Las instituciones se encargan de transmitir las costumbres y las formas de comportamiento. Los medios masivos de comunicación, pueden ser considerados como tales y por lo tanto como perpetuadores o renovadores de las ideas. La teoría de la Mediación es una de las corrientes teóricas que se encarga del estudio de las instituciones, en las funciones mediadoras que realiza, gracias a las interpretaciones de la realidad que transmiten.

¹ Revilla Basurto, Mario. *Comunicación y reproducción: una reflexión desde el caso Telmex*, tesis de Maestría en Comunicación Institucional. CADEC, México, 2001. p 7

Basándonos en lo anterior y en una visión de lo que hoy nos ofrecen los roles de género nos planteamos el objetivo de averiguar si los contenidos del programa televisivo ***Con Sello de Mujer*** son de carácter innovador o conservador en cuanto a los modelos de género que ofrece.

Uno de los conceptos centrales dentro de este pensamiento teórico propuesto por Manuel Martín Serrano, es el de ***representaciones***, las cuales son ideas que tienen estructura y, a su vez, estructuran la realidad. Dicho en otras palabras, son interpretaciones acerca de lo que hacemos y lo que pensamos y que nos permiten la regulación y la conservación social; todo ello con el fin de conservar la convivencia dentro de un grupo.

Estas ideas con forma y orden y que a la vez dan orden y forma a lo que creemos, son las que nos permiten actuar de una u otra manera ante las situaciones que se van presentando en nuestra vida. Las experiencias propias le confieren a nuestras representaciones ciertos tintes propios; sin embargo, éstas nunca dejan de ser compartidas socialmente, ya que nos son heredadas de generación en generación gracias a la cultura, a las tradiciones y a la comunicación.

Las representaciones mantienen cohesionada a la sociedad ya que permiten dictar los patrones de lo que debe y lo que no debe hacerse; así como de lo que está bien o está mal, todo ello bajo el marco de lo que la sociedad ha catalogado bajo esos rubros.

Sin embargo, estas ideas estructuradas están en constante cambio debido a que las sociedades no son estáticas. Cuando las formas de pensamiento se mantienen y la realidad cambia se forma un caos que no permite la convivencia social. Asimismo, si las ideas cambian y la realidad social no, también se produce un conflicto dentro del aparato social.

Es por ello que las representaciones deben ir cambiando conforme la realidad lo hace. Ambos cambios deben ir de la mano. Desafortunadamente, esta situación ideal de transmutación entre las ideas y la realidad no se lleva a cabo.

Las más de las veces, la realidad avanza con mucha más rapidez que las ideas. Éstas se perpetúan a través de los tiempos dándose un cambio muy lentamente y, en ocasiones, poco profundo. Es aquí donde se producen los desajustes sociales y los conflictos; sin embargo, tarde o temprano, la sociedad reacciona hacia el cambio de ideas ya que, las que

prevalecen no ofrecen una explicación congruente ante la realidad que se vive.

Históricamente, estos procesos de ajuste se han dado en todos los tiempos, ello porque los modelos de representación regulan la convivencia social. Un ejemplo de esto son los modelos de género que se han transmitido socialmente desde tiempos remotos. Ellos proporcionan roles, estatus y formas de comportamiento a hombres y mujeres. Los conocemos y aprendemos en la familia y los vamos interiorizando conforme nuestros pasos se adentran a la vida. Con ellos nos identificamos y relacionamos con las demás personas que habitan nuestro entorno. Esto quiere decir que no somos seres naturales.

Desde pequeños nos asumimos como hombres y mujeres debido a dos aspectos fundamentales: nuestros atributos físicos y lo que nos han enseñado acerca del género al que pertenecemos.

Dentro de este esbozo en el que la unión heterosexual se mantuvo como lo lógico y natural ya que producía un nuevo ser y, además mantenía la unión de dos opuestos que, sin embargo se complementaban, el esquema homosexual fue rechazado y condenado. Era simplemente, antinatural.

Durante muchos siglos este aprendizaje, es decir, el de cómo ser hombre y cómo ser mujer no pasó de ser una simple construcción simbólica poco estudiada por las ciencias sociales. Se creía simplemente que estas formas de comportamiento eran naturales y que surgían en el momento mismo de nacer.

La aseveración de que, género es una construcción social, cultural, psíquica, etc., que se impone a un cuerpo sexuado nació gracias al movimiento feminista en 1970², esto quiere decir que el concepto de **género** nació gracias a la lucha feminista por la equidad social.

El género, como concepto, aparece tras las observaciones femeninas a la teoría social, al darse cuenta que, las historia, la ciencia, la cultura, etc, habían sido construidas bajo la lógica masculina sin tomar en cuenta la visión de las mujeres. Es ahí, donde la llamada "perspectiva de género" sembró la duda y comenzó una batalla en pro de la construcción de

² Hierro, Graciela. *El Feminismo es un Humanismo. ¿por qué y para qué las humanidades?*. Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos. Cuernavaca. Marzo-junio de 1995

una metodología y una herramienta de análisis que abarcara las ciencias sociales, la política, la psicología, las ciencias naturales, etc., que incluyera ambos puntos de vista (masculino y femenino) por igual.

Es a partir de estas reflexiones que las preguntas acerca del por qué los hombres ejecutan el poder toman nuevos tintes hasta llegar a la conclusión de que la distribución del poder se ha dado de manera desigual. Diversos estudios dentro de las ciencias sociales aportan distintas visiones acerca de “como han sido moldeadas las experiencias de las mujeres en relación a los hombres y de cómo se han establecido las jerarquías sexuales y las distribuciones desiguales del poder”³

Así también, la aparición del movimiento homosexual abierta y sin prejuicios como un modo nuevo de ser, produjo que los estudios de género comenzaran a surgir como un proyecto social, buscando la apertura de las ideas y de los espacios políticos y sociales.

Por un lado, el amor entre un mismo sexo fue catalogado como una patología y desde este punto, la ciencia psicológica pretendió *curarlo*. Pero las voces femeninas que peleaban por la igualdad de oportunidades ofrecieron al mundo una nueva perspectiva del ser. Ya no era natural la sumisión. El poder también podía estar con las mujeres y los grupos marginados.

De esta manera, las investigaciones sobre la identidad genérica dentro de las ciencias sociales comenzaron a proliferar durante la década de los setenta y los ochenta, principalmente enfocados hacia la mujer ya que ésta había desencadenado la creación del concepto de género. Sin embargo, a diferencia de los estudios masculinos, las teóricas buscaban la participación de ambos géneros en la misma proporción.

En nuestros días, los estudios se centran tanto en la masculinidad como en la femineidad. Además comienza a desarrollarse un concepto de género más amplio en el que podría incluirse la homosexualidad y los hermafroditas.

Estados Unidos lleva la vanguardia en cuanto a este tipo de investigaciones, ello por el nacimiento de la llamada perspectiva de género,

³ Lamas, Marta. Compiladora. *El género: La construcción social de la diferencia sexual*. México, Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG), 1996 p 24

la cual logró que las ciencias sociales se empezaran a mirar desde la ventana femenina, dejando atrás la idea de que el hombre era el centro de las investigaciones y el punto de partida para el entendimiento de las sociedades como lo creía Talcott Pearson⁴.

En México, los estudios en torno al género no se han quedado atrás. Grupos importantes de hombres y mujeres encabezan la lucha por la equidad de género. En la UNAM, por ejemplo, el Programa Universitario de Estudios de Género produce desde hace varios años buena parte de las investigaciones a este respecto. Por otro lado, gracias a datos obtenidos por INEGI y CONAPO, por citar algunas fuentes, podemos darnos cuenta de los cambios surgidos en nuestro país en las últimas décadas.

Por ejemplo, durante los últimos 35 años las condiciones sociales de las mujeres han cambiado de manera paulatina. Según datos del INEGI, en México habitan 53 millones de mujeres, de las cuales 13.3 millones forman parte de la población económicamente activa.

Por otra parte, la figura femenina en el padrón electoral representa el 50% del total y los cargos públicos ocupados por mujeres constituyen el 15%.⁵ Sin embargo, no podemos perder de vista que los estudios de género van más allá de las oportunidades a las cuales han accedido las mujeres en los últimos años, éstas investigaciones giran también en torno a las visiones no sexistas de la sociedad, es decir, una comunidad en donde ser hombre o ser mujer no implique desigualdad.

La visión de las mujeres como parte esencial de la sociedad, con diferencias con respecto a los varones pero con capacidades para desarrollar las ideas, es también parte de la meta. Aprender qué es el género es asimilar, también que dentro de las diferencias, la convivencia con respeto debe lograrse sin ningún tipo de prejuicio

Por otro lado, la lucha por la equidad de género, es decir, “la oportunidad de que tanto hombres como mujeres accedan con justicia al uso, control y beneficio de los bienes y servicios de la sociedad”⁶, manifiesta

⁴ Ibidem p 21

⁵ www.inegi.gob.mx

⁶ www.prd.org.mx/data/temp/GLOSARIO.doc

la necesidad de un cambio de pensamiento ante la realidad social; es decir, un cambio de representaciones.

La complementariedad entre los sexos es un modelo conservador que deja fuera a otras formas de ser como la homosexualidad tanto femenina como masculina. Además pone en desventaja a unos sobre otros creando una identidad de género asimétrica; es decir, que ser hombre es más valioso que ser mujer.

En cambio, los modelos innovadores incluirían a todos por igual, respetaría las diferencias y no limitaría las capacidades en función del sexo biológico. Asimismo, dotaría de características propias la homosexualidad sin ningún tipo de recriminación.

A pesar de ello, no podemos dejar de señalar los excesos de algunas teóricas que vieron en la lucha feminista el caldo de cultivo ideal para dejar marcado en el hombre el estigma de abusador. Por esta corriente neo feminista, los hombres se convirtieron en verdugos y culpables de la desgracia de las mujeres, ideas que en lugar de revolucionar se equiparan con las construcciones conservadoras del modelo de género imperante.⁷

Bajo esta lucha de poderes y de cambios, la comunicación en sus distintas facetas mediadoras ofrece una alternativa de renovación o conservación, ya que es gracias a ésta, que podemos manifestar nuestras ideas e interpretaciones de la realidad. Así, los medios de comunicación colectiva, tienen en sus manos la oportunidad de brindar a las sociedades un nuevo modelo de género o, en su defecto, conservar el ya existente.

La televisión es uno de los medios de comunicación masiva con más penetración en el público, tanto infantil como adulto, esto es por la accesibilidad que tiene en todos los hogares. Los niños crecen bajo la socialización que ofrecen los programas televisivos y las formas publicitarias. Interiorizan los conceptos y los modelos que se ofrecen para, una vez ser adultos, utilizarlos en diversas situaciones.

En nuestros tiempos es evidente que la realidad ha cambiado. Las estructuras de género ya no ofrecen una explicación coherente a lo que estamos viviendo. La familia, la sociedad y la escuela son situaciones que también han sufrido una transmutación hacia nuevas formas de ser. Sin

⁷ Badinter, Élisabeth. *Hombres ≠ Mujeres. Cómo salir del camino equivocado.*, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2003.

embargo ¿las ideas han evolucionado?, ¿nuestras representaciones explican de manera afin la realidad, o se han quedado varadas?

Una forma de descubrirlo es estudiar y analizar las representaciones vigentes. La televisión genera una gran cantidad de éstas, de manera que podemos analizarlas y contrastarlas con la realidad, así sabremos si la comunicación que vivimos en nuestros tiempos tiene un carácter innovador o un carácter conservador, es decir, si presenta nuevas ideas a la sociedad o si continúa perpetuando las pensamientos viejos

En la presente investigación se ha tomado como objeto de estudio la revista televisiva **Con Sello de Mujer** que se ha transmitido en nuestro país desde hace 6 años, diariamente durante dos horas y media.

Elegimos este producto comunicativo ya que es uno de los matutinos con mayor rating en la televisión mexicana; así como uno de los pocos enfocados a un género en particular: las mujeres. Así también, **Con Sello de Mujer** es producido por dos féminas razón por la cual nos pareció interesante conocer la forma en que ellas mismas ven a este género y también como ven a los varones.

Para poder lograr el objetivo de la presente investigación, se utilizó la técnica de **Análisis de la Mediación Cognitiva** a una muestra de dos capítulos; esta técnica nos permite conocer los roles que prefiguran y representan los géneros. De esta manera se pretende dar respuesta a la pregunta que guía nuestra investigación: ¿Los contenidos del programa televisivo **Con sello de Mujer** son de carácter innovador o de carácter conservador con respecto a los modelos de género que ofrece?

Una breve mirada al cuadrante televisivo nos lleva a pensar que no todo reforma y no todo conserva, de esta manera podemos establecer nuestra hipótesis en el sentido de que, los contenidos de **Con Sello de mujer** no son totalmente innovadores ni totalmente conservadores; asegurando de esta forma cómo los cambios se van perpetuando lentamente.

En **Todas somos Eva. Análisis de la mediación cognitiva de las representaciones de género en Con Sello de Mujer**, nombre que le da vida a la presente estudio, el lector irá adentrándose hacia el descubrimiento de estas formas. En las siguientes páginas se encuentran detallados la teoría, el método, los resultados y el análisis no sólo de una investigación; sino de un trabajo que construyó expectativas, ideas y cambios.

El título de la presente obra, hace referencia al mito de Eva, madre de todas las mujeres, según algunas religiones, quien sedujo a Adán al pecado. **Todas somos Eva**, comienza con la interiorización de la culpa de la expulsión del paraíso. Somos Eva, porque nos convencieron de nuestra culpabilidad, somos Eva, porque mordimos la manzana y sedujimos a los hombres a acompañarnos fuera del paraíso, a venir con nosotras a la tierra.

El nombre alude al establecimiento de roles inequitativos, donde la mujer quedó en segundo plano y se le atribuyeron tareas únicas de madre y esposa, retrotrae Eva ya que a partir de este mito se valieron y aún se valen diversas sociedades para formar sus modelos genéricos.

En **Con Sello de Mujer**, la manzana es una parte fundamental del programa, la escenografía y el logotipo distintivo de éste hacen referencia a ella. Mucho más, las mujeres de la revista femenina, seducen a los hombres del programa, a los conductores, a los invitados, de esta manera, desarrollan una habilidad conferida a las mujeres desde el mito aquel.

Todas somos Eva exalta una de las conductas más conservadoras que pudimos encontrar en **Con Sello de Mujer** la seducción y en ese sentido, desde el punto más clásico del modelo femenino presentado en este estudio, y al interiorizar estos actos, las mujeres todas nos convertimos en Eva, desde la visión de la revista televisiva analizada aquí.

El presente trabajo no es un análisis de género, ni pretende enarbolar la llamada "perspectiva de género", es una investigación de carácter comunicativo que le da preponderancia a la producción y reproducción de esta disciplina. El asunto del género es sólo el mero pretexto para poder conocer estos aspectos. Se eligió, sin embargo, por parecernos una manera interesante de estudiar la comunicación en México y además por la necesidad imperante que las sociedades reclaman por el cambio en las formas de pensamiento inculcadas a hombres y mujeres.

En el primer capítulo, **Representaciones sociales: el teatro del género** se encuentra esbozada la teoría que le dio vida al proyecto. Manuel Martín Serrano y sus construcciones teóricas de la comunicación y sus representaciones de la realidad, que son, sin lugar a dudas el esqueleto de la investigación. Además se encuentra un pequeño bosquejo de teoría de género, de las diferentes ideas de ser hombre y ser mujer construidas a través de la historia, no sólo en nuestro país, sino en el mundo entero.

En el capítulo segundo, ***Un método Con Sello de Mujer***, se descubre la historia de este objeto de estudio y el método que creamos y seguimos para el análisis que forma parte de nuestra investigación.

Las cantidades de los géneros, es el tercer capítulo en donde se detallan los resultados obtenidos gracias al análisis. En tablas organizadas por categorías, el lector encontrará los pormenores que forman parte de las construcciones genéricas que ofrece el programa.

El capítulo cuarto, ***Todas somos Eva*** contiene la confrontación entre la teoría expuesta en el capítulo primero y los resultados obtenidos en el capítulo tercero. Gracias a esta confrontación podremos concluir si los contenidos de ***Con Sello de Mujer*** se apegan al modelo conservador o al innovador.

Por último, se expondrán las conclusiones más sobresalientes del trabajo. Además, el lector podrá encontrar en los anexos las hojas de registro que nos permitieron construir el capítulo tres y que forman la columna sin la cual este estudio no hubiera podido construirse.

Debemos resaltar, sin embargo, que ***Todas somos Eva*** no es un estudio de género, y tampoco contiene la lucha política y social de las mujeres, no enaltece la perspectiva de género ni pretende ser un parteaguas en las ciencias sociales, ***Todas somos Eva*** es, simplemente, un análisis del papel que juega en nuestras sociedades la enseñanza-aprendizaje de la televisión y cómo este medio, lejos de entretener ayuda a formar ideas y conceptos dentro de la mente humana, las cuales son puestas en marcha dentro de la colectividad.

En fin, bienvenidos a este mundo de construcciones sociales. Bienvenidos a dos años de esfuerzo y trabajo. Líneas todas construidas con el fin de conocer sólo un poco de los alcances de la comunicación, esta disciplina que no es ciencia aún, pero que sin embargo, nos enfrascó en el maravilloso mundo de la investigación.

CAPÍTULO I

LAS REPRESENTACIONES
SOCIALES:
teatro del género



LAS REPRESENTACIONES SOCIALES: teatro del género

En este capítulo se expondrán los principales conceptos comunicativos que nos ayudarán a entender el funcionamiento de las sociedades y la manera en que estas van cambiando con el paso del tiempo.

Gracias a la teoría de la mediación de Manuel Martín Serrano, entenderemos cómo se generan las formas de organización y regulación dentro del aparato social así como las maneras en que recreamos y creamos nuestros modelos de representación, los cuales ordenan y dan sentido a la realidad.

Después se dará paso a la exposición de conceptos como producción y reproducción social para poder explicar cómo las cuestiones de género no sólo se refieren a nuestra constitución biológica, sino también a nuestra forma de ver el mundo. Con ello, entenderemos de mejor manera cómo el ser hombre o ser mujer no son más que representaciones sociales que regulan nuestra conducta y que, en cierta manera nos ayudan a construir una realidad desde dos visiones distintas.

1 El mundo: una simple representación

La realidad y la forma en que ésta funciona ha sido desde siempre una preocupación que el hombre ha tenido. Por ello, a lo largo de la historia se han trazado diversas teorías que tratan de explicar la manera en la que el mundo trabaja.

La forma en que nos organizamos, interactuamos e incluso relacionamos con las demás personas, así como el pensamiento humano en general son sólo algunos rubros de lo que es la realidad. Para llegar a estas formas, el hombre se valió de la comunicación. Gracias a esta práctica, las personas se agruparon en sociedades y gracias a ella también compartimos modelos, formas de ser y de comportarnos con los demás.

Es cierto: de la comunicación provienen las sociedades, pero también de ésta se derivan nuevas formas de comunicación, la cual, a través de diversos mecanismos va creando nuevas maneras de

socialización e ideas de lo que es el mundo, aunque, por otro lado, se recrean las formas ya existentes.

Esto quiere decir que lo que hacemos y lo que pensamos es lo que va construyendo nuestra realidad. Dicho de otro modo, el mundo se divide en dos esferas: los haceres y los pareceres. Los primeros se enfocan a nuestras acciones y los segundos a nuestras interpretaciones acerca de lo que realizamos.

Nuestro comportamiento se basa en modelos, tradiciones, educación y experiencias personales. Las tradiciones, costumbres, y las ideas de lo que es la realidad son heredadas a través de la historia en diferentes culturas. Estas ideas son llamadas por Manuel Martín Serrano **Modelos de representación o representaciones**.

Las representaciones que tenemos acerca de nuestra realidad van cambiando o conservándose, en parte, gracias a la **mediación social**, la cual podemos entenderla como la forma en que las sociedades se autorregulan.

La mediación social busca reducir las diferencias entre las ideas y los valores de las personas para así mantener en orden a todo el aparato social. Sin este método de control, la convivencia entre una determinada sociedad sería imposible.

Hasta aquí hemos introducido dos conceptos básicos en la teoría de la comunicación: Las **representaciones** y la **mediación social**. Gracias a ellos podemos vivir socialmente y compartir ideas y conceptos para relacionarnos.

Las representaciones, la mediación y los mediadores producen **Modelos de comportamiento** dentro de las sociedades. Estos modelos nos van dictando de alguna u otra manera la forma en que debemos actuar para poder vivir en sociedad. Sin embargo, cabe destacar que pueden ser modificados, reproducidos o cambiados ya que de no ser así se generarían conflictos en nuestra forma de organización.

En las siguientes páginas, se expondrán detalladamente qué significan y cuál es el papel que juegan los conceptos antes mencionados.

1.1 Representaciones: categorías de vida

Lo que pensamos, la forma en que actuamos, nuestras historias de vida y nuestras experiencias están formadas socialmente. Es cierto, entre tantos miles de personas que habitamos el mundo, cada uno de nosotros somos diferentes; sin embargo lo que somos y porqué lo somos no es más que un cúmulo de ideas que compartimos socialmente.

La sociedad, en su completa complejidad nos ha dotado de ciertos instrumentos con los cuales convivimos con los demás seres sociales, sin ello, nuestras comunidades, sociedades y países no podrían funcionar como lo hacen. Si no tuviésemos ciertas costumbres y formas de ver la vida, la convivencia social no podría darse. En este sentido, el concepto de representación es fundamental.

Representar significa “poner en lugar de”, esto quiere decir que gracias a las representaciones reconstruimos la realidad y le dotamos de significado. Gracias a las representaciones ordenamos y damos sentido al mundo y gracias a ellas también, se logra un entendimiento y comprensión entre los individuos que forman parte de una sociedad determinada. Las representaciones no son más que la forma en la que interpretamos la realidad.

Sin embargo, detrás de este concepto intervienen procesos mucho más complejos, por ello podemos aseverar que las representaciones son “ideas que estructuran simbólicamente aspectos de la realidad social”¹ esto quiere decir que son pensamientos que los individuos tienen acerca de la realidad y que son compartidas en grupo.

La cualidad de ser compartidas, le imprime a las representaciones el carácter de “colectividad”, es por ello que Durkheim, (primer autor que introduce el término), las nombró : “representaciones colectivas”.

¹ Revilla Basurto, Mario. *Comunicación y reproducción: una reflexión desde el caso Telmex*, tesis de Maestría en Comunicación Institucional. CADEC, México, 2001. p 7

Para Durkheim, las representaciones son definidas como “el contenido del ‘mundo instituido de significado’ de toda la sociedad”². Dicho en otras palabras, las representaciones pasarían a ser categorías con las cuales formamos la realidad pero que a su vez dan significado a ésta; es decir crean a la sociedad y a la vez la ordenan.

Estas ideas formadoras y ordenadoras dan vida a lo que creemos y nos permiten actuar de diferentes maneras en situaciones dadas. Nuestras experiencias personales dotan a las representaciones de un carácter personal; sin embargo, éstas nunca dejan de ser compartidas socialmente ya que guardan una esencia marcada por la herencia cultural.

Son compartidas por dos motivos principalmente. El primero de ellos es darle sentido al mundo en el que nos desarrollamos y el segundo parte del orden que deben tener las comunidades en las que el hombre se desenvuelve para poder lograr un avance social.

Lo anterior quiere decir que las representaciones son ideas colectivas que dan forma a lo que se piensa acerca del mundo y a la vez ordenan a la sociedad; la forma en que nos son heredadas parte de la cultura, las tradiciones y el lenguaje. Más claramente, las representaciones son manifestadas a través del lenguaje. Esto quiere decir que mediante el lenguaje, creamos y recreamos nuestra realidad, para Durkheim, “El lenguaje es el portador de interpretaciones, tradiciones, formas de ver el mundo, definiciones, máximas, costumbres, usos, instituciones, etc.”³

La característica de que las representaciones son compartidas; dota a la sociedad de cierta unión que mantiene acuerdos, normas y valores que son respetados por todos, logrando así compenetración en el grupo. Cuando estas ideas dejan de ser compartidas se provoca un rompimiento que deriva en conflictos sociales. Es por ello que mantener la cohesión dentro de una sociedad es de vital importancia para el funcionamiento de ésta.

Sin embargo, es necesario anotar que cuando existe algún factor que pueda originar una separación de grupo ésta es rechazada por los componentes sociales.

² Beriain, Josetxo. *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*. Anthropos, España, 1990 p. 13

³ *Ibidem* p 14

Por otro lado, la comunicación forma una parte muy importante en la preservación de las representaciones ya que si éstas no son dadas a conocer, difícilmente el grupo puede mantenerse unido al poner cosas en común. Esto significa que la comunicación cumple una tarea de ordenadora en el proceso social.

Sin el lenguaje, no sólo las representaciones se quedan sin su vehículo transportador; sino que además, la sociedad comienza a carecer de orden, generando de esta manera conflictos al interior del aparato social.

Es necesario tener en cuenta que las representaciones son imágenes, conceptos que compartimos dentro de un mismo grupo y que existen independientes al individuo y más allá de él; de ésta manera podemos entenderlas como "universos simbólicos que componen la estructura simbólica descentrada, pluralizada de las sociedades complejas"⁴

Si bien necesitan de los individuos para mantenerse, manifestarse y cohesionar al grupo, las representaciones existen aún a pesar de los sujetos, es decir no tienen un carácter individual ya que forman parte del legado y de la memoria colectiva de los pueblos.

Sin las representaciones la sociedad no sería una institución viable ya que ésta es un cúmulo de interrelaciones reguladas y ordenadas a partir de patrones de conducta, maneras de ver, de interpretar nuestra realidad social. Es por ello que representación y sociedad son conceptos ligados el uno con el otro.

Para que un individuo pueda vivir en sociedad necesita adoptar ciertos modelos y conductas dictados desde el centro del aparato social, esto quiere decir que para pertenecer a un grupo hay que participar en sus representaciones. Una sociedad sin representaciones colectivas no existe y a su vez, las representaciones sin aparato social tampoco. Se necesitan la una a la otra.

La sociedad está definida como la cohesión de un grupo y la resistencia a la disolución de éste. Cuando un conjunto de personas deja de participar de las representaciones colectivas es rechazado por miedo a que la comunidad renuncie a permanecer unida.

⁴ Ibidem p15

Esta unión social está dada gracias a la cultura, a las instituciones mediadoras o a la ideología (que al fin de cuenta forman parte de lo que hemos explicitado como representación). Además, las representaciones tienen un carácter histórico aunque en gran medida forman al individuo dualizándose con sus experiencias personales, esto quiere decir que aunque cada individuo es único, no deja de pertenecer a un grupo.

Esto es porque “las representaciones se entrelazan generando un complejo repertorio de principios organizadores”⁵, así, cada individuo usa sus representaciones como una forma de interactuar con sus semejantes y también como una forma de identificación con un grupo determinado.

Lo anterior quiere decir que las acciones de los individuos están mediadas por las representaciones y que éstas estructuran de alguna manera la forma en que nos relacionamos socialmente.

La primera institución mediadora que provee al individuo de ciertas representaciones y modelos de comportamiento es la familia. De nuestros padres aprendemos formas de ser mujer y de ser hombre que, posteriormente son reafirmadas en nuestra interacción con otros individuos y con otras asociaciones o mediadores sociales.

En este sentido, tenemos que la televisión, la radio o la prensa son algunas otras instituciones mediadoras de donde obtenemos o reafirmamos las ideas que tenemos sobre la vida. Es en la interacción social y no dentro de la familia donde enriquecemos nuestras representaciones o las reafirmamos a partir de los modelos de comportamiento que se nos son ofrecidos.

La mediación en este caso juega un papel predominante en el entendimiento de la formación de los modelos a los que estamos inmersos y los cuales, gracias a la comunicación, conservamos o innovamos y los cuales van creando, cambiando y recreando lo que hasta ahora conocemos como la realidad.

⁵ Revilla Basurto, Mario. *Introducción a la teoría de la comunicación*. p 47

1.2 Mediación: dando forma a la sociedad.

En el plano de la comunicación existen ciertos individuos o instituciones llamados mediadores. Un mediador es aquel que ayuda a que la comunicación se logre. Si retomamos la idea de la necesidad de entender al mundo, un mediador sería aquel que ayuda a que las representaciones lleguen a los individuos de manera óptima. Recordemos que es gracias a la divulgación de las mismas que la sociedad se mantiene cohesionada.

Existen muchas instituciones sociales que son mediadoras. La familia, la televisión, la radio, etc. son algunos ejemplos: Gracias a ellas se regula a la sociedad para evitar la tensión dentro de ella.

Así tenemos que una primera definición de mediación social es que ésta se entiende como un conjunto de "sistemas de regulación institucionalizados"⁶ que permiten que los individuos compartan ideas, esto es, reducen las diferencias de conceptos, valores, costumbres para poder lograr una mejor integración social y evitar conflictos que deriven en tensiones o rompimientos. Esto significa que la mediación es un sistema social que busca la integración de los individuos por medio de representaciones compartidas.

La mediación, desde este punto de vista no sería más que un conjunto de reglas y patrones que establecen orden social. Sin embargo, es necesario apuntar que la realidad como una totalidad no existe. Nos encontramos en un mundo lleno de representaciones mediadas por diversas instituciones, lo cual significa que existen diversos mecanismos de control y por tanto diversas formas de mediación.

Tal y como las representaciones tienen un carácter histórico y han ido evolucionando a la par que la tecnología, la mediación lo ha hecho en igual medida, lo cual significa que nos encontramos con diversos tipos de mediación que han ido cambiando a la par que las sociedades. Según Manuel Martín Serrano, "la sociedad utiliza simultáneamente diversos modelos mediadores"⁷

⁶ Martín Serrano, Manuel. *La mediación social*. Akal, Madrid, 1978. p 49.

⁷ *Ibidem* p 52

Las ideologías son un mediador social. Existen diversas formas de pensamientos compartidas por grupos que conviven en una misma sociedad. Este es un claro ejemplo de que concurren diferentes tipos de mediadores en un grupo social y los cuales trabajan de manera simultánea.

Aquí es necesario apuntar un concepto clave de la comunicación: los acuerdos. Gracias a ellos las formas de control o mediación social logran una cohesión de grupo aunque existan diferencias entre ellas, siempre y cuando no sean individuales y no pongan en riesgo el funcionamiento del aparato social.

De lo anterior podemos subrayar que las conductas de cada individuo frente a las demás personas que conforman la sociedad, debe entenderse como conjuntos de ideas y comportamientos ligados entre sí. Si bien no todos, pero la mayoría de los sujetos pertenecientes a una sociedad determinada, comparten ciertos modelos de orden o sistemas mediadores que derivan en formas de control social, sin que por ello se agravie el concepto de libertad individual.

Más bien, los mediadores actúan de manera velada creando modelos y estereotipos que generan identidades dentro del grupo social. De esta manera, las ideologías son creadas como formas de control institucionalizadas que proveen a los individuos de representaciones compartidas de la realidad

La mediación es una forma en que las reglas sociales son dadas a conocer y aceptadas para que los individuos puedan seguir viviendo en una comunidad independientemente de que se esté de acuerdo con ellas o no, simplemente se interiorizan y se asumen.

Esto es porque la sociedad busca transmitir y conservar los conjuntos de reglas y sistemas que le proveen de orden y de cohesión a los individuos. Cada comunidad tiene una determinada manera de ver la realidad, lo cual quiere decir que sus representaciones colectivas y sus sistemas de mediación son diferentes a las de otras culturas.

Sin importar el tipo de sociedad del que se trate, ésta siempre trata de mantener un sistema de orden ya que sin él su funcionamiento sería una quimera. De aquí que Martín Serrano asevere que: "La mediación se define

como la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden”⁸

Lo anterior parte de la idea de que el control social dota de estabilidad a los grupos sociales. Los modelos de comportamiento, las ideas, la forma de pensamiento y las visiones del mundo compartidas por un grupo son formas de control social determinadas gracias a la mediación. Esto no quiere decir que dote a los individuos de una especie de “uniforme social”. Es claro que cada uno de nosotros tiene diferente manera de pensamiento; sin embargo, esto es gracias a las experiencias personales con las cuales ponemos en práctica nuestras representaciones.

Por otro lado, los mediadores sociales dotan de modelos y de ideologías a la sociedad y a la vez es ésta la que los provee a ellos. Cuando en la televisión observamos un estereotipo significa que éste proviene directamente del grupo social, alimenta al mediador y a la vez es éste quien lo convierte en una forma de control social.

Por supuesto que las reglas, las formas de pensamiento y los modelos son cuestiones que pueden cambiarse, modificarse o crearse según las necesidades sociales o los cambios que se generen dentro del aparato social.

Esto significa que las estructuras que controlan nuestras representaciones han ido modificándose históricamente. Esto parte de poner en práctica nuestras representaciones, es decir, que cuando el modelo no funciona al ponerlo en práctica en la realidad, es necesario la creación de un modelo nuevo que, conforme a las necesidades, dote de cohesión al grupo.

De lo anterior parte la idea de la comunicación como un proceso de innovación o de conservación de los modelos sociales.

Es necesario decir que el resultado de lo que somos es una combinación entre las representaciones colectivas mediadas y la experiencia personal, es decir, por el hecho de poner en práctica lo que se nos enseña.

⁸ *Ibidem.* p 54

De esta manera, evoluciona la percepción que tenemos acerca de la realidad, es decir, de la interpretación de la realidad que nos es dada socialmente. Gracias a nuestra propia experiencia estructuramos nuevas formas de comportamiento o reproducimos las viejas.

Si una determinada situación es abordada bajo formas de pensamiento obsoletas puede suceder que se de paso a conflictos sociales, de igual manera pasa si la experiencia es abordada bajo nuevas formas de pensamiento, sin que haya un resultado positivo. Esto es porque nuestras representaciones y nuestras acciones no son congruentes entre sí.

Lo anterior significa que debemos innovar nuestras representaciones cuando el modelo ofrecido socialmente no sirve para dar solución a los conflictos sociales. Debe haber una congruencia entre la realidad social y las formas de pensamiento que ordenan nuestras comunidades.

La comunicación, ya que pone en común las ideas y es la portadora de las representaciones, es la encargada de renovar o reproducir los procesos. En este sentido, nos encontramos ante la problemática de una comunicación conservadora o una comunicación innovadora.

Como la sociedad es un sistema abierto sujeto a los cambios, debemos tomar en cuenta que no sólo recrea, sino que crea nuevos modelos de comportamiento, es decir produce nuevas formas de ver el mundo. Así, la comunicación juega un papel muy importante en el proceso de producción-reproducción de lo modelos sociales.

Reproducir, significa continuar con lo ya establecido. Producir, involucra un proceso mucho más amplio y complicado que deriva en nuevas percepciones, las cuales deben ser compartidas colectivamente pero que, como todo cambio, supone un conflicto entre quienes se aferran a las viejas costumbres.

1.3 Innovación o conservación: cuestión de supervivencia

En sociedad, todos los individuos se encuentran en un constante interactuar, intercambian ideas, conceptos, percepciones y puntos de vista,

es por ello que debemos considerar a las sociedades como sistemas abiertos en donde el intercambio de información se da tanto en su interior como con el medio ambiente que les rodea.

Este es un proceso natural por el que pasan todas las comunidades. Podemos considerar que esto constituye un cambio social. De esta manera, las representaciones colectivas se van modificando con el paso del tiempo.

Para Martín Serrano, el cambio social consistiría en un permanente proceso de mediación en donde "los elementos significantes que se incorporan al medio humano (p.ej., los objetos o las técnicas) son relacionados con todas las sucesivas significaciones que se exigen al medio para que sea humano (p.ej., bienestar, solidaridad) mediante modelos, que abarcan nuevos ámbitos de aplicación, o salen de ámbitos sobre los que en otro tiempo mediaron."⁹

Esto quiere decir que, con el paso del tiempo las representaciones, gracias al proceso de mediación, deben ir cambiando para poder ofrecer una visión acerca de la realidad que se esté viviendo.

Más claramente, podemos entender este fenómeno social como un proceso de reproducción- producción que se lleva a cabo dentro del aparato social.

Gracias a la comunicación, podemos producir o reproducir nuevas formas de pensamiento, nuevas ideas de lo que es el mundo y nuevos acuerdos sociales. Por lo tanto, debemos tener en cuenta que las sociedades, gracias a los cambios tecnológicos y científicos que se generan, deben adquirir originales formas de pensamiento y comportamiento que les permitan evolucionar.

Si la tecnología avanza con más rapidez que las ideas, se producen conflictos dentro del aparato social que provocan caos social, es por ello que nuestras representaciones deben cambiar con la misma prontitud que los hechos.

⁹ Martín Serrano, Manuel. *La producción social de la comunicación*. 2da Edición. Alianza, México, 1993. p. 75

Para que estos procesos de ajustes se lleven a cabo, necesitamos tener en cuenta dos conceptos clave: Producción y reproducción. Por producción entendemos todas las acciones encaminadas a la obtención de bienes que garanticen nuestra supervivencia social y, por supuesto, producir significa incorporar nuevas cosas a las ya existentes, esto es Innovar.

La reproducción es llevar a cabo los mismos procesos sin la adquisición de lo nuevo. "producir es fundamentalmente transformar y reproducir es conservar"¹⁰. Por supuesto que ambos procesos son indisolubles, conviven dentro del sistema social sin que uno o el otro prevalezca. Esto quiere decir, que no pueden separarse.

En cuanto a los modelos de representación, los procesos de producción-reproducción actúan de igual manera. Cuando un modelo sirve para explicar la realidad social entonces es adquirido por los individuos e interiorizado; es cuando el modelo se vuelve disfuncional, que podemos hablar de la producción de uno nuevo que sirva para explicar el mundo.

Si el modelo prepondera aún siendo disfuncional, los conflictos sociales irán en aumento, por ello es tan importante la renovación de las esferas de conocimiento.

Sin embargo, es necesario no perder de vista que los modelos representacionales están sujetos muchas veces a compromisos de ciertos grupos dentro de una determinada sociedad, por lo que el cambio social es un proceso tardado que no conviene a todos, dentro del aparato social.

"Son los grupos hegemónicos conservadores quienes están comprometidos con estas situaciones, con la intención de que los modelos no cambien, para conservar sus privilegios"¹¹, aunque también hay que apuntar que, para los grupos subordinados la prevalencia de los modelos antiguos también es conveniente ya que encuentran en ellos estabilidad.

A pesar de ello, el proceso de producción se gesta dentro de las sociedades, sobretodo cuando un modelo de representación ya no funciona

¹⁰ Revilla Basurto, Mario Op Cit. , 2001. p 16

¹¹ Ibidem p.16

para explicar la realidad o una parte de ella. Es aquí cuando surgen los esfuerzos por la renovación de ellos.

En esta parte pueden suceder dos cosas fundamentalmente. Que se ajusten los modelos o que se configuren nuevas formas de entender la realidad. Esto, por supuesto es un proceso innovador. Sin embargo, no todas las sociedades están dispuestas a los cambios. Sólo aquellas con grandes avances tecnológicos y científicos alcanzan a comprender la importancia de la innovación social.

Cuando el aparato científico y de investigación está poco desarrollado en una sociedad, difícilmente se logra un cambio de modelo, ya que los grupos hegemónicos no lo permiten. Aún así, no hay que perder de vista que "las estrategias conservadoras o de cambio o innovación no son el resultado solamente de una intención voluntarista ...son parte de un proceso histórico de evolución social, en el que se influyen por igual la organización social real...y las representaciones sociales"¹²

El cambio social, es un proceso natural por el que pasan todas las sociedades. Algunas pasan de un modelo conservador a uno innovador con más rapidez que las otras; sin embargo, las formas de pensamiento, como lo podemos comprobar con la historia, van reformándose conforme la realidad social lo necesita, aún cuando ciertos grupos se opongan a ello.

2 Las representaciones de género: ¿cómo somos?

Como ya se dijo, en nuestras sociedades existen modelos de interpretación de la realidad que son preestablecidos y que nos son enseñados por la primera institución mediadora: la familia. Gracias a ellos aprendemos cómo relacionarnos así como formas de comportamiento. Ser hombre o ser mujer, también son conductas que aprendemos tanto en el seno familiar como en la interacción diaria con las demás personas.

¹² Ibidem p 18

Lo anterior quiere decir que hemos aprendido desde pequeños nuestra identidad de género y los roles que debemos desempeñar socialmente a partir de éstos.

Claro está, que las representaciones de ser mujer o de ser hombre han ido cambiando históricamente aún cuando prevalezcan ideas conservadoras. El como comportarnos según el género al que pertenecemos, se ha transformado y adaptado a la realidad algunas veces, o bien se han conservado y consolidado a través del tiempo para normar y construir las identidades tanto femeninas como masculinas y, en algunas ocasiones homosexuales.

En la identidad de género como en otros aspectos de la realidad, las representaciones colectivas, las experiencias personales, así como las instituciones mediadoras (como la familia, la televisión, etc.) son una pieza clave en el entendimiento de la forma en que se ha desarrollado una sociedad en la que prevalecen como válidas solo dos formas de ser: hombre y mujer como complemento el uno del otro.

En este capítulo se explicará como los géneros han ido cambiando junto con la realidad y así, nuestra forma de representarnos socialmente y de convivir.

2.1 Género y sexo: grandes diferencias

Para poder iniciar una descripción de lo que es ser mujer y ser hombre es necesario dejar en claro las diferencias existentes entre lo que es el género y el sexo.

Generalmente entendemos ambos conceptos como la misma cosa y creemos además que están dados por lo que biológicamente nos caracteriza como hembras o machos; sin embargo, género y sexo no significan lo mismo aunque vayan de la mano.

El sexo es, precisamente, las características naturales del ser; es decir, las diferencias sustanciales que tienen los cuerpos de una mujer o de un hombre; no obstante, ello no significa que pertenezcamos a uno u otro género.

Lo anterior es así ya que este último concepto parte de nuestras bases biológicas pero tiene un gran trasfondo social y cultural. Es decir, ser hombre o ser mujer, comienza con nuestros atributos naturales y termina con las enseñanzas e interiorizaciones de los modelos de representación vigentes en nuestros días y que nos son enseñados por la familia y la sociedad. "Las diferencias estrictamente biológicas entre los sexos constituyen sólo la base para la estructuración social de género"¹³

Así tenemos que el género son las representaciones o formas de comportamiento que tienen las personas y que se identifican con sus atributos biológicos; esto quiere decir que el concepto de género es mucho más amplio que el de sexo, ya que incorpora a éste y le da un sentido social y cultural; teniendo como resultado que género se compone de dos aspectos básicos, uno biológico y otro social.

Las diferencias anatómicas de hombres y mujeres son interpretadas o representadas colectivamente creando de esta manera las identidades de cada género, además son acompañadas por ciertas características dadas socialmente trayendo como resultado valoraciones para hombres y mujeres, así como modelos de comportamiento aceptables o inaceptables para ambos.

Desde pequeños recibimos ideas y símbolos que caracterizan los sexos. Así, el color rosa es asociado con las niñas y el azul con los niños, las muñecas con unas y los carros con otros. El deporte o la maternidad son valoraciones que se van dando hasta construir prototipos, expectativas y, posteriormente identidades de género para hombres y mujeres.

"Al momento de nacer se despliega la lógica del género: en función de la apariencia externa de los genitales, a la criatura se le habla de una cierta manera, se le trata distinto, se le alimenta diferente y se depositan sobre ella ciertas expectativas y deseos. Así arranca el proceso de atribución de características 'femeninas' y 'masculinas' a cada sexo, a sus actividades y conductas, y a todas las esferas de su vida"¹⁴

¹³ Kaufman, Michael. *Hombres: placer, poder y cambio*. CIPAF, Santo Domingo, 1989. p. 22

¹⁴ Arango, Luz Gabriela, et. Al. *Género e identidad: Ensayos sobre lo femenino y lo masculino*. T M, editores. Bogotá, Colombia, 1995. p. 62.

Así tenemos que el género es una construcción social que poco tiene que ver con la naturaleza, salvo que, se erige a partir de la apariencia externa del recién nacido.

2.2 Género: edificación social

La formación de lo que es el género se da de igual manera que las representaciones. Esto es así porque de entrada la manera en la que nos identificamos como hombre o como mujer es una representación. Esta identidad es mediada y construida principalmente en la familia, la cual da valoraciones, símbolos, expectativas a cada uno de sus miembros desde su nacimiento.

“En la antigüedad, la familia era la única fuente de información y formación-aprendizaje. Allí se enseñaban las pautas para subsistir y convivir.”¹⁵ Sin embargo, en nuestros días, aunque contamos con otros mediadores sociales que nos enseñan la manera de ser hombre o ser mujer, la familia sigue siendo la principal fuente de donde aprendemos nuestros primeros pasos en cuanto a formación del género.

Lo anterior parte de hechos tan comunes como que los colores, la ropa, los juegos, etc., son sólo algunas de las cosas que son diferenciadas para cada sexo desde que nacemos.

De esta manera, lo que inocentemente es la diferencia entre hombres y mujeres; es decir, la apariencia física, se convierte en la base de valoraciones, expectativas y modelos de conducta, ya que, en la familia se trata distinto a los niños que a las niñas y se les va indicando, durante toda la infancia cuales son las actitudes y acciones que deben realizar cada uno de acuerdo a su sexo. Son estas formas las que nos llevan a la construcción de lo que llamamos género, la educación que recibimos en casa y lo que socialmente vemos es lo que nos forma como hombres o como mujeres.

“...La escuela, la universidad y los medios masivos de comunicación, el desarrollo explosivo de la tecnología y la aparición de profesiones especializadas profundizan la comprensión de los seres

¹⁵ Lerer, María Luisa. *La ceremonia del encuentro*. México, D.F., Paidós, 1993. p 25

humanos y de los diferentes sistemas que éstos forman para vivir, trabajar, amar, crear y crecer”¹⁶

De lo anterior tendríamos que la construcción de género está dada socialmente y no es más que un “conjunto de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de las diferencia sexual anatómica y fisiológica y que dan sentido a la satisfacción de los impulsos sexuales, a la reproducción de la especie humana y en general al relacionamiento entre las personas”¹⁷

Un ejemplo claro de lo anterior son los juegos. Mientras que las niñas juegan con muñecas, planchas, cocinitas, etc., los niños se desarrollan en el deporte, las espadas, pistolas o cochecitos. Es así como a la niña la van educando para su labor de madre, esposa y ama de casa; mientras que al niño lo proveen de la idea de protector y abastecedor del hogar. Roles que en un futuro deberán desempeñar.

A la niña se le enseña el recato y la discreción; mientras que al niño se le permite la violencia, la autoridad o, incluso la infidelidad. Así cada uno crecerá con ideas muy marcadas de lo que es ser hombre y ser mujer: mientras que el primero dota a la familia de protección, aún usando la violencia, las otras se convierten en amas de casa y madres.

Estas ideas provistas principalmente en el ambiente familiar son interiorizadas y aceptadas como válidas, además, cuando el niño o la niña inician su vida social, estos patrones de conducta serán reforzados por lo que observe en su interacción con las demás personas.

Esta manera de construir la identidad de género es una herencia, es decir se va transmitiendo de generación en generación, desde hace muchos siglos, gracias a la idea de la familia en donde los cónyuges tienen una separación de los deberes en función a su género. “La familia se analiza en términos de cómo las funciones se distribuyen en el hogar”¹⁸

¹⁶ Ibidem p 25

¹⁷ Arango, Luz Gabriela, et. Al., Op Cit. p. 179

¹⁸ Idem

Esta familia de la que hablamos está formada por un padre (hombre) proveedor de los bienes materiales y una madre (mujer) encargada de la administración del hogar y de los hijos.

El modelo de género imperante en nuestros días y que tiene como base la familia antes descrita, nació entre los siglos XV y XVIII en Europa por la necesidad de garantizar la herencia de los bienes por parte del padre. De esta manera nacieron conceptos como patrimonio y matrimonio. El primero referente a los bienes del padre y el segundo como cuna de los hijos. Con este modelo, se garantizaban cosas como la herencia del patrimonio, así como la administración de éstos, el cuidado de los hijos y los quehaceres del hogar.

Al aparecer la necesidad de mano de obra barata, el matrimonio se constituyó como la perfecta institución para que ello se diera ya que la mujer se dedicaba a tener hijos y los varones al trabajo fuera del hogar. Al relegar los trabajos hogareños a las mujeres, los hombres podían salir a trabajar sin preocuparse por sus necesidades básicas, ya que de ellas se encargaba el "sexo opuesto"

Ya hacia la mitad del siglo XIX, el matrimonio era una práctica muy respetada y reconocida; ya que "alcanzó un profundo significado al garantizar unos legítimos herederos a quienes dejar las propiedades y la fortuna acumulada"¹⁹

Así a la mujer se le inculcó la idea del amor, el sacrificio, la abnegación y la debilidad; mientras que a los varones se les consideró fuertes, inteligentes y protectores.

A partir de estas valoraciones cada miembro de la familia adquiere obligaciones que con el paso del tiempo se consideran propias de su género. Es por ello que a las mujeres se les otorga el cuidado y la educación de los hijos, mientras que a los hombres sólo la manutención del hogar. Todo ello, desde luego disfrazado bajo las características dadas socialmente a cada sexo.

De esta manera, se designan también cualidades y formas de comportamiento para cada género. Así los hombres se convierten en los *fuertes*, mientras que a las mujeres se les considera *poco inteligentes* y

¹⁹ Bornay, Erika. *Las hijas de Lilith*. Madrid, España, Cátedra, 1998. p 53

débiles. Así la emotividad, los lazos afectivos y la dulzura son consideradas cualidades básicas en las mujeres. Para los hombres se dejan la fortaleza, la protección y todas aquellas actividades encaminadas a la manutención familiar.

Asimismo, a los varones se les otorga poder sobre las mujeres, argumentando la superioridad de los primeros y la debilidad de las segundas. Es por ello que se da una jerarquización entre ambos géneros, siempre colocando a los hombres en una posición superior en cuanto a las féminas. "las especializaciones de los roles, instrumental para el hombre y expresivo para la mujer, que se defienden como identidades de género hegemónicas, son y han sido del beneficio particular de un grupo, los hombres"²⁰

Es así como se dividen las funciones básicas de varones y mujeres dentro de la familia. Este modelo de comportamiento de género ha prevalecido hasta nuestros días con muy ligeros cambios; sobretodo los referentes al trabajo fuera de casa, pero aún se sigue presentando.

Gracias a la transmisión de estas nociones, la concepción de hombre y mujer no ha cambiado mucho. Aun en nuestros días a las féminas se les sigue considerando inferiores a los varones y con menos capacidades para las labores fuera del hogar. Prueba de ello es la diferencia de salarios que, por un mismo trabajo, perciben cada uno de los géneros. "Hoy las mujeres requieren hacer más, para obtener menos de los bienes materiales y simbólicos del mundo..."²¹

2.3 Mujer: ¿seductora o virginal?

*"Multiplicaré los trabajos de tus preñeces.
con dolor parirás a tus hijos y, no obstante,
tu deseo te arrastrará hacia tu marido,
que te dominará"*
Génesis 3: 16.

²⁰ Ibidem pp 181-182

²¹ Lagarde, Marcela. *La regulación social del género: el género como filtro de poder*, 1994 p 4

Desde los tiempos bíblicos, la mujer ha sido considerada como un ser inferior ante el hombre, ya que, según las creencias religiosas, éste fue creado a imagen y semejanza de Dios; mientras que la mujer fue sacada de una costilla de Adán.

Es cierto que no todas las culturas del mundo se han regido a lo largo de su historia por estos preceptos religiosos; sin embargo, existe “evidencia reunida por antropólogos e historiadores (que) señala que en todas las sociedades (a excepción de algunas sociedades tribales) los hombres han dominado”²²

Por otro lado, el mundo occidental aún con sus prácticas protestantes, adoptó la idea del dominio masculino a partir del mito de la seducción de Eva y lo llevó consigo durante muchos siglos, hasta que, durante el siglo XIX los movimientos en pro de la mujer comenzaron a desarrollarse. A pesar de ello, en muchas culturas, aún en nuestro días, las mujeres siguen siendo consideradas *débiles* e *incapaces* para desarrollar ciertas tareas y muchas de ellas viven bajo la opresión masculina.

“En la era de la modernidad, de la democracia y de los derechos humanos, la mitad de la humanidad, constituida por las mujeres, vive en cautiverio, sometida a la opresión de género”²³

Este abuso y opresión del que son sujetas las mujeres por parte de los hombres es una herencia de la misoginia y la represión sexual que enarbó el catolicismo y la doctrina protestante a partir del mito bíblico de la seducción de que fue objeto Adán por parte de Eva y la expulsión de ambos del paraíso.

Gracias al relato del Génesis Eva, madre de todas las mujeres fue considerada (y con ella todo el género femenino) como *pecadora* y *lujuriosa* hasta llamarla aliada del demonio. Por ello, al mantenerlas bajo el dominio masculino se garantizaba, de alguna manera, que no pudiesen corromper al varón e incitarlo a pecar.

²² Kaufman, Michael, Op Cit. p 11

²³ Lagarde, Marcela. Op Cit. p 1

Bajo un ambiente de opresión, los pecados del hombre y sus faltas morales no se comparaban en nada con el hecho mismo de ser mujer. Así, "si los vicios 'tradicionales' del hombre eran considerados el orgullo y la avaricia, el vicio por excelencia de la mujer era la lujuria"²⁴

Al pensar en el género femenino como el culpable de la corrupción de los hombres, se les negó el derecho de llevar una vida sexual amplia; mientras que a éstos se les concedía la opción de tener varias mujeres. Esto porque la virginidad se veía como una virtud mientras que, tradicionalmente se ha considerado que los hombres necesitan experiencia sexual para su salud física.

De esta manera tenemos aquí una nueva cualidad femenina: la seducción. Es decir, las mujeres no sólo son *débiles* e *incapaces* de desarrollar ciertas tareas, sino que además, son un objeto fuerte de pecado, ya que mediante la seducción incitan a los hombres a pecar. "En los últimos años del siglo XIII, e incluso en el siglo XIV, los clérigos sermoneaban en las iglesias acerca de la malicia de la mujer para con el hombre. 'El más sabio de ellos –se advertía- siempre está a merced de los ardides de una mujer'"²⁵

Por estas creencias la mujer se convirtió en el objeto de pecado más importante y temerario para el hombre, quien debía mantenerse alejado de ella lo más posible. Incluso, el matrimonio era visto como un mal menor entre los sacerdotes que advertían en el celibato la condición humana por excelencia.

Pero no todas las mujeres son seductoras. Existe otro tipo de mujer que es venerada y socialmente aceptada aún cuando se le considere inferior, igual que a las otras. Esta mujer posee una cualidad única y muy apreciada no sólo en la época medieval, sino también en nuestros días: La virginidad.

El rechazo al pecado carnal y la virginidad crearon estereotipos entre las mujeres: las malas y las buenas. Las primeras seductoras y lujuriosas, las segundas ingenuas y bonitas. "Lo que define a la mujer como

²⁴ Bornay, Erika. Op Cit. pp 35-36

²⁵ *Ibidem*. p 41

tal es lo que atrae a los hombres. Las niñas buenas son 'atractivas', las malas son 'provocadoras'²⁶

Estas dos principales formas de ser mujer se encarnaron en la Biblia. Eva como la pecadora y María, la madre de Dios como el modelo a seguir, ya que fue concebida y concibió a su hijo sin el pecado; es decir, sin sexo.

De esta manera, el amor y la devoción por María se encarnan gracias a que ésta es pura y virginal; mientras que su opositora, Eva desconoce estas virtudes y se entrega a la lujuria.

Gracias a María, la valoración de la virginidad llevó a que, durante muchos siglos esta pequeña virtud fuese tomada por los hombres como punto de comparación entre las buenas mujeres y las malas. Aquella que llegara al matrimonio sin ser virgen era acreedora al repudio no sólo del marido, sino también de la sociedad.

"Con la Santa María inmaculada madre de Jesús, el culto a la virginidad encontró su camino en los libros sagrados más recientes. Con el Nuevo Testamento la religión católica mitificó a María por su virginidad como la mujer perfecta"²⁷

Aunque el culto a la virgen María no es una constante en todo el mundo, en diversas sociedades y en diversas religiones, la virginidad sigue siendo la única cualidad femenina digna de admiración y una forma de violencia contra las mujeres quienes, en algunos países son sometidas a numerosos castigos cuando carecen de ésta.

La aberración contra el sexo y la obsesión por la castidad femenina ha llevado a algunas sociedades a prácticas violentas y dolorosas contra las mujeres como lo es la infibulación, método por el cual se extirpa el clítoris y se cose la vulva dejando sólo un pequeño agujero por el cual puede salir la orina

²⁶ Arango, Luz Gabriela, et. Al. Op Cit. p. 49

²⁷ Reim Cimar, Katja. *La virginidad: una historia de violencia contra las mujeres*.
www.cimacnoticias.com

“El método más doloroso de conservar la virginidad hasta el matrimonio es la mutilación genital femenina (MGF), que en el siglo XIX fue practicada por algunos médicos en Inglaterra, Estados Unidos y Alemania... Todavía se practica la MGF en más de 28 países africanos. En algunos se sutura la vagina después de la circuncisión para que su futuro marido pueda “abrirla” en la noche de bodas.”²⁸

Mientras que la castidad en las mujeres ha sido vista desde siempre como una cualidad, en el caso de los varones no es así. Para ellos, el celibato no es una condición primordial, al contrario, a este género les es permitida la experiencia sexual. “La ‘virtud’ se ha definido como el rechazo de la mujer a la tentación sexual...De los hombres, en cambio, tradicionalmente siempre se ha considerado –y no sólo lo han hecho ellos mismos- que necesitaban experiencia sexual para su salud física”²⁹

La sexofobia se convirtió en uno de los principales aspectos de dominación masculina sobre las mujeres, la violencia física y la creencia de la debilidad femenina son otros aspectos que han preponderado para que las mujeres vivan en opresión hasta nuestros días. Sin embargo, es necesario apuntar que el cambio de estos aspectos ha ido creciendo en sociedades industrializadas, donde si bien, las mujeres luchan por los mismos derechos que los hombres, la apertura hacia la sexualidad y la educación al género femenino han dado como resultado cambios de visión y actitud aunque de maneras veladas.

“...las mujeres hacen trabajo invisible y visible, participan en la reproducción de la vida y el orden cotidianos, y, cada vez más, en la organización comunitaria. Para ello, aprenden destrezas, habilidades, oficios profesiones y las ejercen, pero no obtienen ni riqueza, ni estatuto, ni jerarquía, ni poderío personal y genérico que corresponda con su esfuerzo”³⁰

²⁸ Idem

²⁹ Giddens, Anthony. *La transformación de la intimidad*. Segunda edición, Madrid, España, Cátedra, 1992. p 17.

³⁰ Lagarde, Marcela. *Op Cit*. p 7

2.3.1 Debilidad y dependencia

La dominación masculina provocó que el ser mujer se defina siempre en función del hombre o en función de su capacidad reproductiva; es decir, ser mujer significa ser esposa y madre y son estas cualidades las que le otorgan a las féminas un lugar inamovible en la familia y en el hogar.

“El orden de la naturaleza quiere que la mujer obedezca al hombre, por lo que su único destino será el de ser esposa y madre”³¹

La poca instrucción que, en algunos siglos, se les dio a las mujeres, constituyó un parte aguas para que la dependencia de éstas hacia los varones se acrecentara. Algunos opinaban que la mujer debía aprender, aunque sólo las cosas que fueran convenientes que supiera. Para Rousseau, por ejemplo, “las obras de ingenio exceden a su capacidad (de las mujeres), toda vez que no posee la atención ni el criterio suficiente para dominar las ciencias exactas”³²

Por otro lado, la concepción de la familia y la forma en que ésta debe construirse colocó a las mujeres en desventaja. Según el funcionalismo, los miembros del hogar deben desempeñar ciertos papeles para el buen funcionamiento de éste, es por ello que colocaron a las mujeres en un rol “caracterizado por su dependencia al varón, su encierro doméstico y su no participación ocupacional”³³

Los roles de esposa y madre acompañados de cualidades como la sumisión, la pasividad, la dependencia y la responsabilidad solo hacia la familia convirtieron a la mujer en un estereotipo de sacrificio y abnegación. Ahora, en nuestros días, estas ideas han ido cambiando, sobre todo en el trabajo que desempeña la mujer fuera del hogar; sin embargo, su desempeño en el hogar sigue siendo el mismo. La diferencia radica en que, ahora, la mujer tiene dos empleos, el que realiza en casa y el que desempeña fuera de ésta.

³¹ Bornay, Erika. Op Cit. p 50

³² Ibidem p 51

³³ Arango, Luz Gabriela, et. Al. Op. Cit. p. 176

2.3.2 Amor romántico

Teniendo las mismas capacidades para desempeñarse en el mundo laboral, la mujer fue condenada a la dependencia del varón. La debilidad que pretendieron otorgarle a éste género y su rol de madre y esposa no sólo fue ideado bajo los preceptos que hemos mencionado, un elemento constitutivo de ello fue, lo que Anthony Giddens nombra como amor romántico.

Según este autor, la idea y la expectativa que generan las mujeres sobre el amor fue un parte aguas en la concepción de sus labores dentro del hogar y es por ello que afirma que esta clase de amor "ha contribuido a poner a la mujer 'en su sitio', que es la casa"³⁴.

Es necesario establecer ciertas diferencias entre el amor romántico y el amor pasión, el cual establece relaciones a partir del gusto físico, las caricias, los besos y, por supuesto el contacto sexual. Por su parte, el amor romántico contempla estos elementos pero le añade el compañerismo, el compromiso y la responsabilidad en la formación de una pareja, además de que idealiza al otro y proyecta expectativas de vida hacia el futuro.

Como forma sublime de dominación, esta clase de amor nace a finales del siglo XVIII y coincide con la aparición de una corriente literaria: la novela, en donde los personajes masculinos se distinguen por su capacidad de arriesgarse a cualquier peligro con tal de complacer a la protagonista mujer.

A su vez, el amor romántico contempla una unión a largo plazo en la que, ambos géneros, se acoplen en un historia compartida cobijada en el matrimonio y la familia.

Es por lo anterior que las ideas sobre el matrimonio se impactaron en mayor medida sobre las mujeres quienes crearon expectativas acerca de sus relaciones de pareja, del matrimonio, de la familia y del amor eterno. "Los ideales de amor romántico han influido más, durante más tiempo, en las aspiraciones de las mujeres que en las de los hombres"³⁵

³⁴ Giddens, Anthony. Op Cit. p 12.

³⁵ *Ibidem*, p 12

Si bien, el matrimonio como la institución formadora de la familia existía desde el siglo XV, la incorporación del amor romántico como requisito ideal para acceder a él, cambió la concepción de familia y pareja y contribuyó en gran medida a que el género femenino idealizara la condición de casada, de esposa y de madre, otorgándole de ésta manera, el poder a los hombres y la auto interiorización de las características, roles y papeles que socialmente las mujeres han desempeñado a lo largo de la historia.

2.4 Hombre: fuerza y poder

*La masculinidad...
una mentira odiosa y castradora...
que es por su propia naturaleza destructiva,
emocionalmente perjudicial y
socialmente dañina*
Paul Theroux

La sociedad en que vivimos se basa en un sistema patriarcal, lo cual significa que el poder y la supremacía están en manos de los hombres. En ellos, la familia ha depositado cualidades como la fuerza, la independencia, el desarrollo físico, las capacidades creativas e instrumentales. Gracias a estas valoraciones, los varones se colocaron como jefes del hogar y protectores del género femenino.

Junto con el patriarcado y las creencias religiosas de diversos pueblos se fue creando en los hombres la idea de superioridad. Por ejemplo, en el mundo occidental guiado por el catolicismo y la ética protestante, la idea de que los varones fueron creados a imagen y semejanza de dios, valió para considerarlos como un modelo de fuerza y poder. Así, se gestó un mundo dominado por los hombres y construido en beneficio de éstos. Se les otorgó la tarea de protección y cuidado de las mujeres y la familia y, asimismo, se les dio oportunidades para mantener a éstas bajo opresión.

“El patriarcado es un orden de poder, un modo de dominación cuyo paradigma es el hombre. Y está basado en la supremacía de los hombres y de lo masculino, sobre la inferiorización de las mujeres y de lo femenino”³⁶

Esta dominación del hombre sobre la mujer parte del hecho fundamental de que a éste, históricamente se le ha considerado fuerte, inteligente, independiente y capaz de proporcionar protección; a las mujeres, en cambio, suelen atribuírseles cualidades como la sumisión, la debilidad y la dependencia.

La creencia de la supremacía del hombre, llevó a éste a convertirse en un ser frío y a expresar muy pocas veces sus sentimientos. Recordemos que, socialmente un hombre débil es rechazado, por ello, a los varones no se les permite la flaqueza ni la expresión de sus emociones.

Así tenemos que la masculinidad significa independencia, orgullo, resistencia, autocontrol y fuerza física, atributos que, en una mujer son considerados impropios. Sin embargo, hay que destacar el hecho fundamental de que tales atributos producen en el hombre dureza, agresividad y competencia entre ellos.

Para poder interiorizar estas cualidades y llevarlas a cabo, desde pequeños se les inculca a los varones, la idea de que no deben expresar sus sentimientos ni ser débiles. Recordemos el dicho popular “los hombres no lloran”. Por ello, el hombre reprime sus emociones. “...la masculinidad requiere de la represión de una amplia gama de necesidades, sentimientos y formas de expresión humanas.”³⁷

Con esta represión ante las emociones, los hombres aprenden que su papel en la vida está marcado por su fuerza y su valor para realizar actos osados, la violencia es una forma institucionalizada y permitida como forma en que los varones demuestran su competitividad y su intrepidez. Interiorizando estas ideas sobre la masculinidad es que se gesta la opresión que ejerce este género sobre el otro.

³⁶ Lagarde, Marcela. Op Cit. p 2

³⁷ Kaufman, Michael. Op Cit. p 41

Este aprendizaje es tomado de los modelos familiares y los roles que tanto la mujer como el hombre, desempeñan en el hogar. El padre y los hermanos, que a su vez interiorizaron este modelo, muestran al niño cómo la fuerza física y el dominio están permitidos para este género. Reforzados a este modelo, la escuela y su promoción de los deportes rudos, dan a los hombres la lección de que deben ser duros e invulnerables.

La enseñanza de estas valoraciones, a pesar de lo que pudiese creerse, no es tan simple. Un hombre que expresa sus sentimientos y que no es hábil en los deportes o que no posee muchas mujeres, es valorado por los demás como "marica". Es decir, las cualidades socialmente atribuidas a las mujeres, que pudiesen encontrarse en un varón, son rechazadas.

Por estas razones, el hombre vive en una especie de mundo que le otorga poder y beneficios aunque se les niegue el derecho más fundamental: la expresión de sus sentimientos. "Existe en la vida de los hombres una extraña combinación de poder y privilegios, dolor y carencia de poder. Por el hecho de ser hombres, gozan de poder social y de muchos privilegios, pero la manera en como hemos armado ese mundo de poder causa dolor, aislamiento y alineación tanto a las mujeres como a los hombres."³⁸

Sin dudarlo, la prohibición de expresar las emociones lleva al hombre a reprimirlas y es precisamente este hecho lo que lleva al género masculino hacia la violencia y la opresión.

Es cierto que, muchas veces se ha manifestado que la violencia es una cualidad de la masculinidad. De hecho, la violencia de hombres sobre hombres está permitida, basta ver algunos deportes para darse cuenta que esta forma de escape está socialmente permitida aunque para un solo género; sin embargo, debemos entender a la violencia como "una expresión de fragilidad masculina y su función en la perpetuación de la masculinidad y la dominación masculina"³⁹

³⁸ Arango, Luz Gabriela, et. Al. Op Cit. p. 123

³⁹ Kaufman, Michael. Op Cit. pp 41-42

A pesar de lo anterior y gracias a estas enseñanzas, la realidad le proporciona al hombre privilegios sobre las mujeres. Dentro de la familia, por ejemplo, es común que el hijo varón goce de más ventajas que la hija. Tiene más oportunidades de independencia, pocas responsabilidades dentro del hogar, así como mayor oportunidad de salir por las noches o dormir fuera de casa. En muchos países, incluso, los hombres tienen mayor oportunidad de realizar una carrera profesional que las mujeres. Por otro lado corren menor riesgo físico o sexual al salir de su casa.

Además de las oportunidades de desarrollo que se les otorgan a los varones, es claro que la creencia de que el mundo es para ellos sigue perpetuándose en las sociedades. Es más fácil que un hombre desempeñe cargos importantes en empresas o como servidores públicos, por otro lado, cuando una mujer llega a obtener un puesto importante, siempre se cuestiona la manera "impropia" en la que pudo obtener "ciertos beneficios". Además, el hecho inequívoco de la maternidad ha dado pie a abusos y pocas oportunidades de trabajo para las mujeres.

Por otro lado, si retomamos el viejo mito de la creación de Adán, podemos observar cómo Dios le dio a él el privilegio de nombrar todas las cosas de la tierra. Este hecho bíblico, ha valido para considerar a los varones como el que hace, crea y destruye el mundo, acciones que lo convierten en "poseedor de la razón y de la voluntad"⁴⁰

2.4.1 Privilegios sexuales

No sólo en el ámbito laboral los hombres llevan ventaja sobre el género femenino. No sólo son los varones los que dominan el mundo político y económico. No sólo son ellos los que se encargan de la elaboración de las leyes y la impartición de justicia; en el ámbito sexual, también gozan de privilegios y poder.

Si en la mujer el sexo fue prohibido y enarbolada la virtud de la virginidad, en los hombres el celibato es mal visto, sobre todo en los grupos de hombres jóvenes. Mientras que las mujeres que tienen experiencia en este terreno son juzgadas de manera dura por la sociedad, a los hombres

⁴⁰ Lagarde, Marcela. Op Cit. p 11

se les ha permitido gozar de este privilegio, así como ejercer la infidelidad y el adulterio.

En Inglaterra, por ejemplo, hasta hace poco tiempo el adulterio era juzgado de manera diferente entre hombres y mujeres. “un solo acto de adulterio por parte de la mujer era una ‘ruptura imperdonable de la ley de propiedad y de la idea de descendencia hereditaria’ ... El adulterio por parte de los hombres, en contraste, era considerado como un ‘desliz’ lamentable, pero comprensible”⁴¹

Si bien estas y otras ideas han ido cambiando con el tiempo, este cambio no ha sido radical ni de fondo. En nuestras sociedades se sigue permitiendo el adulterio por parte de los hombres. En muchos casos, el círculo social en donde se desarrollan estos hechos culpa a la mujer por el “desliz”. En muchos otros casos, es ella misma quien se atribuye la responsabilidad del engaño, aún cuando la falta no haya sido cometida por ella. Es más, se piensa que, bajo estas circunstancias, el perdón y olvido debe darse inmediatamente, no así cuando la adúltera es mujer.

Las diferentes valoraciones que se dan al acto sexual y al engaño son, sin duda, una forma de dominación sobre el género femenino. La idea de que una mujer no debe mantener relaciones sexuales con varias parejas al mismo tiempo, parte del hecho de que así, el hombre, garantiza la herencia de sus bienes materiales sólo a los vástagos propios.

La dominación entonces llega hasta la esfera íntima. Los hombres han aprendido desde la familia y posteriormente en sociedad que el poder les ha sido conferido. De esta manera, no sólo en el ámbito público ejercen opresión, sino que desde el pequeño terreno individual, ejercen su poderío. “Sea el terreno de la relación sexual, la familia, las calles, o el campo de batalla, los hombres están siempre comprometidos en el esfuerzo de dominar”⁴²

Así tenemos, que en general los hombres y mujeres establecen relaciones de poder. En la mayoría de los casos son los primeros quienes

⁴¹ Giddens, Anthony. Op Cit. p 17.

⁴² Thompson, Keith. Ser hombre. Barcelona, España, Kairós, 1992. p 33

ejercen la dominación sobre las segundas, no sólo en materia laboral, pues en el hogar es el varón quién “lleva los pantalones”

Sin embargo, es necesario anotar que con la lucha feminista por lograr equidad ante los hombres, en la actualidad, existen muchas mujeres que mantienen la jefatura en el hogar. Las madres solteras son un ejemplo de proveedoras de bienes materiales. Por otro lado, existen otras mujeres que, aún teniendo pareja, se deciden por la actividad económica y son ellas las que mantienen a la familia. Esta es evidencia de que, en algunos aspectos se han transformado las representaciones sociales de la familia típica.

Aun con el aumento de mujeres económicamente activas, no podemos negar el hecho de que siguen siendo pocos los espacios y muy pocos los hombres que aceptan tales condiciones. Muchas mujeres perciben un menor salario con respecto a los hombres aún cuando realizan las mismas labores. Más aún, con la aparición de féminas exitosas en el ambiente laboral, algunos hombres se sienten agredidos y en general, aceptan la participación femenina con la condición de que ésta no rebase los límites de su dominación y poderío.

En una encuesta realizada por la revista **Nexos** en febrero del 2002 “Alrededor de 75% de los hombres y 66% de las mujeres señalan que no estarían dispuestos o estarían dispuestos sólo en parte a ‘aceptar que en una pareja el hombre se dedique al cuidado de la casa y la mujer al trabajo extradoméstico’”⁴³

Lo anterior nos lleva a señalar que los valores de género y los roles socialmente atribuidos a uno y otro no han sido del todo desarraigados ni por las mujeres ni por los hombres. Si bien es cierto que vivimos en un sistema patriarcal, también es cierto que las mujeres han contribuido en gran medida a esta situación. No podemos negar el hecho inequívoco de que, para que haya un dominador, debe existir un dominado.

⁴³ López, María de la Paz. “Hombres y mujeres: ¿En que creen?”. Nexos, México, 2002 p 53

2.4.2 Amor pasión

De la misma manera que las mujeres viven el amor romántico, los hombres, en cambio, están sujetos y más dispuestos a la entrega de la pasión. Desde la concepción de que son ellos los que deben establecer una vida sexualmente activa desde antes del matrimonio, en la cual, por supuesto incluyen a las prostitutas; mientras que las mujeres deben conservarse vírgenes para su futuro marido.

Una vez casados, los hombres pueden hacer una separación entre el amor que sienten por su esposa y sus necesidades sexuales, es decir, el amor pasión, el cual pueden compartir con cualquier otra mujer.

Desde esta perspectiva, podemos apreciar que el amor romántico es "esencialmente un amor feminizado"⁴⁴. Antes, cuando se hablaba de amor, se refería a las obligaciones mutuas del matrimonio las cuales gestionaban el patrimonio. Con la aparición de la novela y los ideales del amor romántico, las mujeres comienzan a incorporar el compromiso, respeto, fidelidad y por supuesto, relaciones sexuales.

Para los hombres en cambio, existe una clara separación entre ambas cosas, ya que, para ellos, las tensiones entre el amor romántico y el amor pasión "se disolvieron separando el confort del entorno doméstico de la sexualidad de la querida o de la prostituta"⁴⁵

Ante la aparición del amor romántico se ligó al matrimonio con éste, entonces la visualización femenina del futuro lo constituyó la maternidad y la familia. Para los hombres, el futuro se plasmaba en cuanto a tener una carrera y obtener ganancias económicas, razón por la cual, el compromiso matrimonio quedaba excluido de sus expectativas y, por ende, el amor romántico, por lo menos en ciertas etapas de la vida.

Sin embargo, aún cuando el matrimonio se da bajo el concepto de este tipo de amor, para los hombres existe una clara diferencia entre su esposa y las mujeres con las cuales puede sostener relaciones fuera del contexto del hogar. Incluso, las ideas de que existen mujeres sin mancha y

⁴⁴ Giddens, Anthony. Op Cit. p 48.

⁴⁵ ibidem p 49

mujeres impuras sigue estando presente de forma central en el pensamiento y en la sexualidad masculina, razones por las cuales, el amor pasión es más importante para éste género, aún cuando llegan a enamorarse.

2.5 Ser homosexual, ser lesbiana: una nueva propuesta

En estricto sentido, no se puede hablar de un género homosexual; ningún dato bibliográfico nos habla sobre este supuesto; sin embargo, para facilitar el registro y la interpretación de los hombres y mujeres con preferencias sexuales distintas a las establecidas en el modelo imperante, tomamos gay o lesbiana como algo distinto a hombre y mujer.

En el marco del modelo social establecido tanto para hombres como mujeres, los gays y lesbianas no existen. Es decir, bajo el funcionamiento social y los roles establecidos para cada género, los deseos sexuales hacia el mismo sexo han sido descalificados y condenados, incluso han sido considerados como una supuesta perversión.

Como mujeres y hombres nos han educado con cierto roles que debemos desempeñar, todo ello, como vimos anteriormente, con el fin de preservar la institución familiar. En el seno de una sociedad en donde se ha establecido como *natural* la formación de parejas compuestas por un hombre y una mujer, aquellos que forman pareja con su mismo sexo han sido penados.

Principalmente en las sociedades occidentales, las mentes se cerraron a la existencia de otras formas de convivencia social. Condenaron la homosexualidad y la escondieron. Si bien en nuestros días es más amplia la información en torno a este tema, los gays y las lesbianas viven bajo las miradas escrutinadoras de sus vecinos, se habla poco de ellos pero cuando se hace, se les llama *antinaturales* y *enfermos* y dentro del sistema de género simplemente no existen, no son considerados.

Socialmente se nos han enseñado valores para cada género desde la infancia. Con estas valoraciones está intrínseca la idea de la formación del hogar y de los deseos sexuales de un género hacia el otro. La existencia de personas con deseos sexuales hacia su mismo género ha sido rechazada y catalogada como una patología.

Los niños y niñas homosexuales son educados de la misma manera que los heterosexuales y sus roles sociales son atribuidos mediante su apariencia física. A todos se nos ha enseñado los parámetros de comportamiento masculino o femenino según sea el caso; esto quiere decir que la homosexualidad no es aleccionada en sociedad, es rechazada y más bien obedece a pulsiones y deseos sexuales en donde el placer es alcanzado con el establecimiento de relaciones amorosas con el mismo sexo.

Según Freud, el deseo sexual se mueve a través de elecciones sucesivas, las cuales no son escogidas de manera autónoma por el sujeto ya que le son impuestas “desde su interior, por sus deseos inconscientes, como desde el exterior, por sus prescripciones sociales de un orden cultural, o sea, por la ley social.”⁴⁶

Bajo estas perspectivas, tenemos entonces que, la homosexualidad no debe ser considerada como una patología, ya que éstas aparecen cuando la construcción homosexual es vivida como algo *anormal*. En nuestras sociedades, los homosexuales son catalogados de esta manera ya que se juzga que la única unión posible la constituyen dos personas de diferente sexo, es decir, un hombre y una mujer. Sin embargo, como ya lo hemos visto a lo largo de este texto, la “heterosexualidad es también resultado de un proceso psíquico, o sea, no es *natural*”⁴⁷

Lo anterior quiere decir que la identidad sexual nace desde dos vertientes: primera de una estructuración psíquica y segunda de los patrones socialmente establecidos y reconocidos. De la primera podemos destacar que no tiene ningún control y que sólo está modificada por la segunda; es decir por la valoración cultural que se le otorga. Conociendo este hecho, podemos afirmar que “no existe el hombre *natural* o la mujer *natural*...La inexistencia de una esencia femenina o masculina nos lleva a ...cuestionar la idea de una forma *natural* de la sexualidad humana”⁴⁸

Si no existe una forma natural de ser, entonces tenemos que tanto los hombres como las mujeres y los homosexuales somos producto de

⁴⁶ Arango, Luz Gabriela, et. Al. Op. Cit, p 70

⁴⁷ Ibidem p 71

⁴⁸ Ibidem pp 76-77

construcciones psíquicas muy complejas y también el resultado de enseñanzas culturales y sociales.

Bajo esta perspectiva es difícil imaginar porque muchas personas deciden enfrentar los parámetros sociales y aceptar abiertamente su homosexualidad. Dicho en otras palabras, ¿por qué, si somos una construcción social en donde se nos ha inculcado la heterosexualidad, existen personas homosexuales?. La respuesta puede ser simple: muchos homosexuales y lesbianas pueden considerar que lo *anormal* se encuentra dentro de la heterosexualidad, o muchos otros, se consideran a sí mismos como *anormales* y enfrentan un caos interno al entablar una lucha por *curarse* y convertirse en personas *normales*

Lo cierto es que existe una clara diferencia entre lo que significa la formación de géneros y cómo se asumen los individuos ante su deseo sexual. Algunos psicólogos ven la homosexualidad como la representación “de otro sexo, intermedio entre lo femenino y lo masculino”⁴⁹ el cual no goza de ciertas características especiales excepto su deseo sexual hacia personas de su mismo género.

Lo anterior nos lleva a preguntarnos entonces, si la identidad de género se da de manera natural por el sexo que tenemos al nacer, o si es una construcción social o simplemente nuestras pulsiones o deseos sexuales. Lo cierto es que “no basta identificarse como hombre, asumir los emblemas masculinos, para desear a una mujer, y viceversa”⁵⁰. De esta manera, los atributos naturales tampoco bastarían.

También es necesario recalcar que no se deben considerar a los homosexuales como hombres *femeninos* ni a las lesbianas como mujeres *masculinas*. Sin embargo, es difícil definir las características que forman al llamado *otro sexo*

Quizá, dentro de las nuevas sociedades que se están formando lleguemos a entender que lo normal y lo anormal también son meras construcciones sociales.

⁴⁹ Beibert, Irving. Homosexualidad: Un estudio psicoanalítico. México, D.F, Pax México, 1984. p25.

⁵⁰ Arango, Luz Gabriela, et. Al. Op. Cit. p. 78



CAPÍTULO II

UN MÉTODO:
Con sello de mujer



UN MÉTODO: con sello de mujer

1 Objeto Real de Estudio: Con Sello de Mujer

En este capítulo se encuentra detallada la estrategia de método que se sigue en el presente trabajo, la cual nos permitirá llegar a los resultados. La metodología no es más que una serie de pasos que se tienen que seguir en una investigación para lograr establecer contacto entre el objeto formal de estudio (OFE) y el objeto real de estudio (ORE), presentes siempre en una investigación.

El ORE se refiere a objetos observables en la realidad, según Mario Revilla, el objeto real de estudio "trata del fenómeno o serie de fenómenos observables en la realidad que comparten alguna característica por la que pueden ser englobados en un concepto o cuerpo conceptual, para observarlos, describirlos, explicarlos y, a veces, predecirlos"¹

Por otro lado, El OFE es una construcción teórica "de una elaboración abstracta que pretende dar cuenta de aquellos objetos reales de estudio. En este Objeto intervienen una serie de conceptos, leyes, clasificaciones"²

Estos dos objetos forman la investigación, van de la mano. En el presente trabajo, el objeto de estudio está dividido en dos vertientes. Por un lado, El OFE es la comunicación, ya sea innovadora o conservadora, relacionada con el ORE que se refiere a la revista televisiva ***Con Sello de Mujer***. Por otro, existe un segundo OFE formado por los pareceres (las representaciones y los modelos de género), los cuales están unidos a los comportamientos o haceres (las acciones, actitudes, expresiones y relaciones que sostienen los personajes del programa de televisión).

Antes de continuar con la metodología que se sigue en la presente investigación es necesario recordar que el objetivo del trabajo es conocer si el contenido del programa televisivo ***Con Sello de Mujer*** es de carácter

¹ Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la teoría de la Comunicación*, SyG Editores, México, D.F., 1998 p 7

² *Ibidem* p 7

innovador o conservador en cuanto a las representaciones de género que ofrece.

Para lograr nuestro objetivo, se utiliza el análisis de la mediación cognitiva de Manuel Martín Serrano (el cual tiene una base cualitativa y otra cuantitativa) aplicado al programa que se transmite de lunes a viernes por Televisión Azteca en un horario de 11:00 a.m. a 13:30 p.m.

Sin embargo, Antes de explicar al lector el instrumento utilizado para el análisis de **Con Sello de Mujer** es necesario conocer primero el Objeto Real de estudio de la presente investigación. En las siguientes páginas, el lector encontrará la historia de este programa femenino, sus conductoras, sus invitados, y las secciones que contiene. Posteriormente conocerá la muestra, la selección de ésta así como el instrumento utilizado para la realización de la investigación.

1.1 Historia de un programa femenino

Conducida por cuatro mujeres de diferentes edades, **Con Sello de Mujer** es una revista televisiva que trata de mostrar al público (no sólo femenino sino también masculino) las diferentes etapas de la vida de una mujer.

Con Sello de Mujer inicia su transmisión en enero de 1998 conducido por mujeres representando las diferentes etapas en la vida femenina. "En un ambiente de confianza y libertad reconocidos expertos dan respuesta con un lenguaje coloquial a las inquietudes y dudas de las mujeres. Además el público se divierte, comparten sus puntos de vista y participan en promociones especiales"³

Desde el inicio del programa, hace seis años, éste ha sido producido por una mujer: Magda Rodríguez aunque ha tenido varias etapas identificadas cada una por la aparición o desaparición de alguna de sus conductoras.

³ Con sello de mujer. www.todito.com.mx.

Así tenemos que durante 1998, **Con Sello de Mujer** contaba con la presencia de Alejandra Maldonado, Lorena Pérez Jácome, Sari Bermúdez y Arlette Pacheco. Durante la presente investigación, el programa fue conducido por Gloria Pérez Jácome, Anette Cuburu, Maggie Hegyi y Teresa Bermea entre otras personas que llevan secciones determinadas de éste.

A partir de enero del año pasado, **Con Sello de Mujer** inició una campaña de renovación llamada *no le cambies, nosotras cambiamos por ti*, alentando al público televidente a sugerir propuestas para un cambio dentro del matutino. Así, este programa dio inicio a una nueva temporada desde el 3 de febrero.

1.2 ¿De mujeres, para mujeres?

¿Quiénes realizan esta revista femenina de lunes a viernes?

En su mayoría, **Con Sello de Mujer** está compuesto por mujeres, desde la productora hasta conductoras pasando por las intérpretes del *jingle* de entrada y la escenógrafa. Sin embargo no podemos negar la presencia masculina en esta revista televisiva. Alfredo Cassini, el Capitán Albores, Reynaldo Dos Santos entre otros, son algunos de los rostros masculinos que conforman el equipo de **Con Sello de Mujer**.

A nivel técnico, la presencia de hombres es un poco más notoria. A continuación se anexa la ficha técnica del programa donde el lector podrá apreciar algunos de los nombres masculinos que hacen diariamente **Con Sello de Mujer**.

CONDUCTORAS	Gloria Pérez Jácome Anette Cuburu Maggie Hegyi Teresa Bermea
PRODUCTORA EJECUTIVA	Magda Rodríguez
GERENCIA DE PRODUCCIÓN	Andrea Doria
DIRECTOR DE CÁMARAS	Antonio Bravo
REALIZACIÓN	Moisés Villalón
TEMA MUSICAL	Jesús Medel
REPORTEROS	Paola Durante Alejandro Fagoaga Ramón Bazet
ESCENOGRAFÍA	Alma Toledo

a) Anette Cuburu

Estudió actuación en el Centro de Educación Artística Televisa generación 92-94 y Superación Actoral con los maestros Patricia Reyes Spíndola y Benjamín Caan en 1994.

Inició su experiencia en Mexicali, de donde es originaria, en 1982 actuando en las obras *El hombre de la Mancha*, *Mary Poppins* (1988) y en la comedia musical *Vaselina* en 1989.

Dos años después, es decir en 1991, presentó la obra *El Hombre de la Mancha* en la Ciudad de México y un año más tarde, en el CEA realizó las obras *Misterio Buffo* (de Darío Fo) y *El gordo* (de Oscar Liera) bajo la dirección de Guillermo Gil.

La hija del payaso (de Manuel E. Gorostiza), *La Dama del Alba* y *Las Siete vidas de un gato* bajo la dirección de Elías Moreno en 1993; *Las Hurracas* y *Llegaron a una ciudad* bajo la dirección de Rafael López Miarnau en 1994.

En 1995 estrenó, con la compañía Nacional de Teatro del INBA, la obra *Otelo* bajo la dirección del maestro José Solé, interpretando a Desdémona y alternando con Mario Iván Martínez y Salvador Sánchez.

Un año más tarde participó en la comedia musical *Godspell* bajo la dirección de Guillermo Méndez. En 1997 actuó en la obra *Engáñame si quieres* y en 1998 participó en la obra *Un seductor Enamorado* bajo la dirección de Roberto Damico.

En cuanto a la televisión se refiere, Anette Cuburu participó en los programas unitarios *Pié con Bola* y *Hotel Paraíso*, así como en las telenovelas *La sombra del otro*, *El premio mayor*, *La Dueña*, *Confidente de Secundaria*, *Alondra*, *Tres Mujeres* y en 1999 cantó el tema de la telenovela *Travesuras del corazón* para Televisa.

En 1998 entró a Televisión Azteca para conducir el programa de concursos *La venta increíble* y condujo programas especiales como los Grammy's.. Para 1999 actuó en *El Candidato*. Desde 1999 y hasta la fecha, Anette Cuburu figura como una de las conductoras de **Con Sello de Mujer**

b) Gloria Pérez Jácome

Es licenciada en Administración Turística con especialización en Finanzas. Su carrera televisiva comenzó en 1995 cuando condujo el programa *Broadway Superdeportivo*.

Fue en 1997 cuando empezó a trabajar como reportera y conductora de *Hechos Espectáculos*, etapa que terminó en junio de ese año. A la par condujo *Las siete del siete de espectáculos*, así como los programa *Especiales* sobre cine y música para el canal 7.

Desde 1999 y hasta el 2004, es conductora del programa ***Con Sello de Mujer***.

c) Maggie Hegyi

Estudió Licenciatura en Publicidad, en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación. Fotografía con el profesor Nadine Markova y cine con Simón Bross en la Universidad Anáhuac del Norte.

Por otra parte, es ganadora del primer y tercer lugar en el concurso nacional contra las adicciones, gracias a la campaña publicitaria que ideó.

En marzo de 1996 ingresó como conductora estelar al programa *Nintendomanía*, para canal 7 de TV Azteca.

Como parte de su preparación realizó un curso de conducción en el Centro de Formación Actoral (CEFAC) y un Taller de televisión en Azteca Digital.

Por otra parte se ha desempeñado en el modelaje y ha realizado comerciales para más de 50 marcas de prestigio. También ha realizado foto fija para publicidad en diversas ramas como *Revista Guía*, *Cristal* (refresco en Quintana Roo), *folleto de Avon*, *Friolín* (refresco en Yucatán), revista *15 a 20* y *Compuserve*.

d) Teresa Bermea

Es egresada de la Universidad Autónoma Metropolitana de la carrera de Ciencias de la Comunicación, realizó una Maestría de Periodismo, así como Diplomados en Terapia Breve, Comunicación Organizacional y Equidad y Género, este último en la UNAM.

A lo largo de su carrera periodística ha destacado en importantes espacios como conductora. Su experiencia en radio la ha llevado a formar parte de ABC Radio como conductora titular del noticiero vespertino *P.M.* de 1991 a 1994; participó también en Radio Fórmula en el noticiero *Cúpula Empresarial* en 1994.

Posteriormente en 1995 colaboró en *Stereo Rey* en el programa económico financiero *Entorno*, en la sección *La Mujer en los Negocios*. De 1996 a 1997 fue conductora titular del programa *Contra Viento y Marea* en ABC Radio.

Actualmente es conductora titular del noticiero *Arriba la Mañana* en Radio ACIR y desde 2001, a la fecha, colabora en la revista *Mujer Ejecutiva*.

En televisión ha participado en programas como, *Lo Mejor de Presencia Universitaria* y *Tiempo de Filmoteca* en TV UNAM.

Ingresó a Canal 13 en 1988 y hasta 1993, condujo el noticiero matutino *Desde México*, y *Buenos Días*. Participó en el programa de la barra social *Diálogos en Confianza* en Canal 11.

A partir de 1999 y hasta la fecha, forma parte del programa ***Con Sello de Mujer***. En el 2000 condujo el programa TV Emociones y Sentimientos.

1.3 Contenido femenino

Como ya se mencionó, desde febrero del año pasado, ***Con Sello de Mujer*** inició una nueva temporada en la que se incluyen nuevas secciones y conductoras para cada una. En las líneas siguientes, el lector encontrará el

contenido de esta revista televisiva. Primero, mostraremos las secciones que desde el comienzo han existido dentro del programa

1.3.1 Secciones de siempre

Desde el inicio del programa, hace ya siete años, han existido ciertas secciones que aún con el paso del tiempo no han cambiado en lo absoluto. En esta parte del texto, ofrecemos al lector las secciones de **Con Sello de Mujer** que, desde sus inicios hasta ahora, podemos encontrar.

a) Manita de Gato

En esta sección se realizan cambios de imagen a personas del público que deseen participar, para ello deben enviar una carta o inscribirse vía telefónica. El cambio de imagen se realiza sin costo alguno y consta de corte de cabello, tinte o efecto de luz, maquillaje y peinado. Generalmente es presentado por Anette o Maggie, y en algunas ocasiones, se presenta en vivo.

b) Consejos de la Abuela

Ángela Salinas da consejos naturales para el cuidado de la belleza y en algunos casos, la salud. Para ello muestra gráfica y brevemente recetas que son preparadas en vivo.

c) Reportajes Especiales

En esta sección se incluyen consejos para el cuidado de la belleza, clínicas especializadas, tratamientos caseros, moda, etc. Estos reportajes son realizados por Adriana Hurtado, Elisa Reverter, Bárbara Barquín y Alejandro Fagoaga, quienes también entrevistan a especialistas y ofrecen una investigación acerca de diferentes terapias especiales, padecimientos y su cura, tales como diabetes, cáncer, anorexia, etc.

d) Moda en vivo

Moda en vivo cuenta con entrevistas con diseñadores invitados y pasarela con sus mejores diseños, de acuerdo con la temporada.

e) Ejercicios

Diferentes expertos como Fabiola Ramírez, Edgardo Tejada, Edgar Estrada enseñan rutinas muy sencillas para ponernos en forma sin salir de casa.

f) Ginecología

Expertos en ginecología como las Dras. Jennifer Nacif, Mari Paz del Villar y el Dr. Rubén Carbajal contestan las dudas que les planteas a través de llamadas telefónicas o cartas.

g) Plantas y Flores

Consejos para los amantes de la naturaleza, dados por expertos de la Federación Mexicana de Jardinería y Arreglo Floral, A. C.

h) No te Agobies con Segovia

Consejos esotéricos dados por Paco Segovia para resolver problemas cotidianos.

i) Lo Que Callamos las Mujeres

En esta sección se tratan temas de interés general que afectan la vida de las familias de una u otra manera, por ejemplo, alcoholismo, drogadicción, disfunción eréctil, etc. Los temas son abordados por diferentes especialistas que ofrecen soluciones para cada caso en específico.

j) Feng Shui

Consejos para armonizar el ambiente donde nos desarrollamos, como nuestra casa, oficina o escuelas. También conocerás casas de personalidades del medio del espectáculo para hacer un análisis, darles recomendaciones y de paso ver cómo viven.

k) Animales

María Elena Hoyo cuenta las curiosidades de los animales, desde una mascota hasta un feroz león.

l) Imagen y Etiqueta con Ana Villalobos

A través de sketches el público es sometido a situaciones en que el sentido de la etiqueta falla y posteriormente, la especialista Ana Villalobos explica la forma adecuada para comportarse en cada ocasión.

m) Tarjeta roja

Conducido por Alfredo Cassini, conocido estilista del ambiente artístico, ***Tarjeta roja*** es una sección dedicada a la crítica del vestuario entre la gente famosa. En este bloque, los y las artistas son sometidas al escrutinio del conductor, el cual, como en una cancha de fútbol, les ofrece gol, tarjeta amarilla o tarjeta roja -según a su interpretación-, merezca la persona por su vestimenta.

n) Sexualidad

Esta sección es conducida por la sexóloga vasca Anabel Ochoa. En ella se abordan diferentes temas que tienen que ver con la sexualidad humana y, en específico con el goce sexual. Contestando las preguntas que el público realiza vía mail o telefónica, Anabel Ochoa habla sin tabúes sobre el placer en las relaciones sexuales, aventurándose a recomendar juegos eróticos.

1.3.2 Nuevas secciones

En la nueva etapa de ***Con Sello de Mujer***, fueron introducidas otras secciones así como otros rostros ante cámaras. Cada sección es incluida una vez por semana.

Así tenemos que los lunes, Liliana Lago presenta la sección de Ejercicios y Dietas, en donde cada semana muestra diferentes rutinas de ejercicios para hacerlas en casa y ofrece dietas encaminadas al rápido descenso de peso.

Por otro lado, Mayra Rojas está a cargo de la Belleza en una sección que incluye consejos de cortes de cabello, tendencias en la moda, cómo maquillarse, etc., así como la sección de Estimulación temprana y

consejos para las mujeres embarazadas y las mamás. Esta información es incluida solo los martes de cada semana.

Los miércoles, Aline Hernández junto con la psicóloga Lizzy Rodríguez contestan preguntas realizadas por el público a través de llamadas telefónicas o internet. Esta es una sección que pretende hablar de la psicología femenina, aunque en realidad sólo se contestan las preguntas del público sin ofrecer una explicación amplia de cada caso

Carmen Campuzano conduce la sección Médica todos los jueves. En ésta se realizan reportajes sobre diferentes enfermedades que aquejan a la mujer. Por otro lado, se muestran imágenes de distintas operaciones quirúrgicas

Por último, los viernes, es llevada a cabo por Lina Santos, la sección Cómo Conquistar a tu Pareja en ella se dan consejos de belleza, de cocina, del hogar, y una vez al mes entrevista a un artista, todas estas secciones están enfocadas a la conquista de la pareja.

2. Las estrategias de investigación

En este apartado, el lector encontrará detalles como la muestra y su selección así como el instrumento de análisis que se usó para poder completar la investigación.

2.1 Muestra

Después de la información acerca del producto comunicativo ***Con Sello de Mujer***, nos podemos dar cuenta de que, a pesar de que su estructura trata de ser diferente para cada día, su contenido es altamente reiterativo. Sin embargo, podemos afirmar que todos los relatos y programas televisivos, como mediadores de la sociedad, comparten este carácter repetitivo

Según Manuel Martín Serrano, la televisión tiene una apariencia mosaica que adopta la redundancia y el carácter reiterativo para ocultar su

pobreza informativa. “El mundo mosaico de la televisión es pobre y redundante, no porque la realidad sea poco variada, o porque la tecnología del médium obligue a la redundancia, sino a causa del tipo de códigos que se utilizan para mediar”⁴

Todos los días, el programa comienza con el saludo de las conductoras, después la presentación de un reportaje, posteriormente la aparición de la sección Tarjeta roja, enseguida, los espectáculos... y así sucesivamente alternando las secciones que se tienen programadas para cada día.

Si bien, el formato del programa ha ido cambiando a través de los años que lleva al aire, la estructura de éste sigue siendo la misma aún cuando las conductoras también han sido sustituidas.

Con seis años al aire, **Con Sello de Mujer** cuenta con más de 1305 emisiones divididas en las diferentes etapas por las cuales ha pasado la revista femenina. La última temporada inició el tres de febrero del año 2003 y es de ésta de donde se tomaron los capítulos que conforman la muestra.

Notándose la redundancia del objeto real de estudio y las emisiones que desde febrero del 2003 realiza **Con Sello de Mujer**, la muestra no se tomó con criterios estadísticos que logren la representatividad del universo, sino considerándose elementos cualitativos de la nueva temporada y tomando en cuenta, de igual manera, el tiempo destinado a la realización de la presente investigación.

De este modo, la selección se realizó a través del muestreo aleatorio simple, es decir, los capítulos se eligieron al azar por medio de un sorteo. Así tenemos que, la muestra corresponde a los programas transmitidos el lunes 7 y martes 8 de abril de 2003, por lo cual se cuenta no sólo con diferentes secciones dadas las condiciones del programa (explicadas en páginas anteriores) sino con distintas y distintos personajes, tomando en cuenta no sólo a los conductores y conductoras; sino también a los invitados al programa

⁴ Martín Serrano, Manuel. Nuevos Métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la enculturización. Revista Española de la Opinión Pública, no. 37 julio-septiembre de 1974 p 55

Ahora bien, es cierto que en la selección de la muestra no contamos con un criterio estadístico para determinar el número de programas que la conformarían; sin embargo, sostenemos que ésta es representativa del total considerando el carácter reiterativo de la revista femenina, así que, aunque se trate de una muestra de tan sólo dos emisiones, es válida cualitativamente debido a la alta redundancia que presenta **Con Sello de Mujer**.

2.2 Técnica de análisis: Análisis de la Mediación Cognitiva

Como se mencionó al inicio del presente capítulo, la técnica que se utilizó para la exploración del objeto real de estudio se basa en el **Análisis de la Mediación Cognitiva** propuesto por Manuel Martín Serrano. Este procedimiento parte del hecho de que los productos comunicativos ofrecen a las audiencias modelos de representación del mundo.

Por otro lado, es necesario apuntar que esta técnica aplicada al análisis del producto comunicativo **Con Sello de Mujer**, tiene un alcance medio debido al tiempo destinado para la investigación. Esto quiere decir, que no llegamos a un análisis profundo y completo del objeto de estudio, lo cual no permite generar conclusiones que nos sirvan para generalizar la televisión mexicana, de esta manera debemos adaptar la investigación a los alcances temporales.

Lo anterior no quiere decir que el análisis ofrecido sea superficial, ya que, aunque nuestros resultados no puedan generalizarse hacia las demás revistas televisivas, sí son importantes en cuanto al descubrimiento de roles de género ofrecidos en **Con Sello de Mujer**.

Otra de las características de esta técnica es que mediante un análisis cualitativo podemos obtener resultados cuantitativos

La parte señalada como cualitativa proviene de la lógica estructural del programa y también gracias a las bases teóricas de la mediación cognitiva, ya que ésta última produce mitos y permite la construcción de roles sociales.

En el caso que nos ocupa, el **Análisis de la Mediación Cognitiva** nos permite conocer los roles que prefiguran y representan los géneros. De aquí se desprenden los indicadores que nos permitirán desentrañar los roles de género contenidos en el objeto de estudio. Estos indicadores son las acciones, actitudes, expresiones y relaciones.

Estos conceptos están incluidos en la propuesta teórica de Manuel Martín Serrano y, además, se desprenden de las articulaciones lógicas de las representaciones. Es decir, de la observación y cuantificación de lo que hacen los personajes, lo que dicen, la forma en que se relacionan y las emociones que afloran podemos obtener sus representaciones de género.

Según Martín Serrano, en los productos comunicativos se encuentran cierto número de personajes que desempeñan roles a partir de los cuales adquieren *Atributos* físicos, sociales, morales, psicológicos, etc. (que en este caso se toman como "actitudes"). Los personajes también persiguen diversas clases de objetivos y para lograrlos deben llevar a cabo *Actos* (acciones) y mantienen *Relaciones* con otros personajes⁵

Ahora bien, debido a que **Con Sello de Mujer** no es un programa de relatos o historias estructuradas, el lector podrá pensar que en el mismo no existen personajes como tales; sin embargo, como lo menciona Martín Serrano, "el actor social 'conductor' de un programa o 'entrevistado' se convierte en un personaje en el momento mismo en que aparece en una pantalla, en una fotografía o en una bocina y adquiere un rol: agente de la comunicación..."⁶

De esta manera, a los conductores de cualquier programa de radio, televisión o a cualquier autor en un medio de comunicación escrito, se le puede catalogar como personaje desde el momento en el que a los sentidos del público consumidor de la comunicación lleguen señales que reconstruyan al actor real en imágenes y/o sonidos isomórficos.

Una vez aclarado este punto, podemos continuar con la explicación del registro de los indicadores que nos darán como resultado los perfiles de género. Ya que hemos registrado las acciones, actitudes, expresiones y

⁵ Martín Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*. 2da edición, México, D.F., Alianza, 1998 p 145

⁶ Martín Serrano, Manuel. Op Cit. p 294

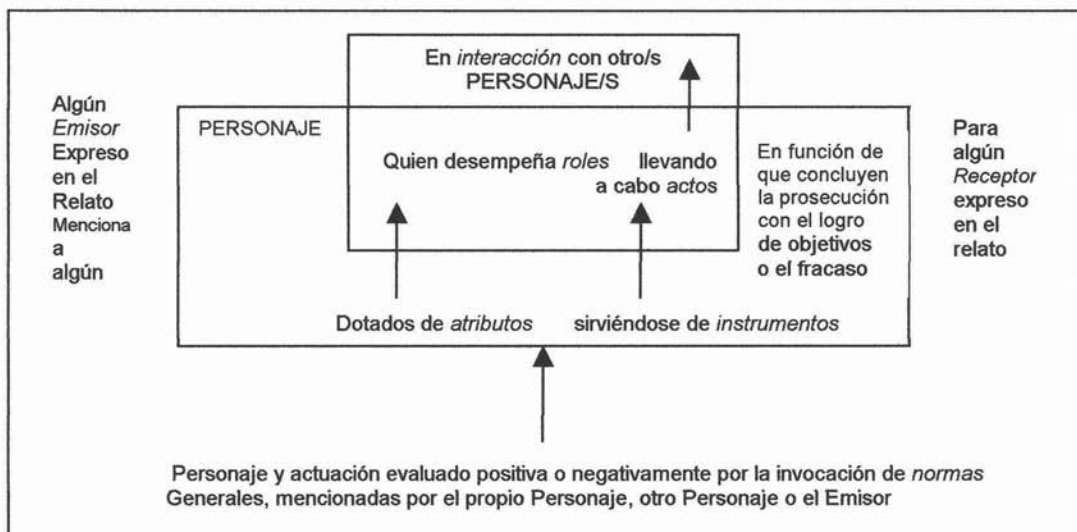
relaciones podemos dar por terminada la fase cualitativa. Lo siguiente es cuantificar las frecuencias con que cada concepto se repite durante el producto comunicativo, así obtenemos la parte cuantitativa de nuestro análisis

En las páginas siguientes se explican los pasos a seguir tanto en la etapa cualitativa como en la cuantitativa de esta estrategia metodológica.

2.3 Instrumento de análisis

El instrumento de análisis con el cual se realiza el presente trabajo está tomado del **Modelo Canónico** para el **Análisis de la Mediación Cognitiva** propuesto por Manuel Martín Serrano, pero adaptado a las necesidades propias de nuestra investigación

El siguiente cuadro pertenece al **Modelo Canónico** de Manuel Martín Serrano. Este diagrama ofrece al lector una más amplia explicación acerca de los conceptos tomados para realizar el análisis.



Nuestro instrumento es más simple. Lo hemos llamado **Hojas de Registro** y es en ellas donde se anotan los indicadores antes mencionados (acciones, actitudes, expresiones y relaciones) y el número de veces que éstos se realizan.

A continuación se anexa un ejemplo de las primeras hojas de registro, las cuales constan de un cuadro dividido en cinco columnas correspondientes cada una a los diferentes indicadores. En este instrumento es necesaria la aparición, en la parte superior de la hoja, el número del capítulo que se está analizando así como el nombre de los personajes.

Número del capítulo analizado ¹				
NOMBRE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES

Para el llenado de las **Hojas de Registro** se deben tener en cuenta varios aspectos. Primero, en la parte superior izquierda se debe anotar el número y la fecha del capítulo que será analizado. Posteriormente se procede al llenado de las columnas

En el caso de la columna "Nombre", ésta sólo debe contener el nombre completo de la persona que se está analizando. El siguiente cuadro: Acciones indica las cosas que realiza el personaje, para ello se utilizan verbos conjugados en tercera persona del presente como por ejemplo: corre, camina, llora, ríe, etc.

En la tercera columna, referente a las "Actitudes" se colocan las intenciones o emociones de la persona; dicho de otra manera, las actitudes corresponden a la forma en cómo, emocionalmente hablando, se realizan

¹ Ver Anexos, Tabla 1

las acciones. Por ejemplo: efusividad, rencor, indiferencia, cariño, soberbia, enojo, etc.

La cuarta columna corresponde a lo que nuestros sujetos de estudio dicen. Aquí, en "Expresiones" se debe anotar la oración completa tal y como lo dice la persona, no importando el espacio que nos lleve hacerlo.

En cuanto a la última columna "Relaciones", se debe anotar la forma en que los personajes alternan con las personas de su alrededor.

Es necesario tomar en cuenta que éstas se forman a partir de dos aspectos. Si nosotros detectamos una relación de trabajo, es necesario anotar si ésta es igualitaria (ambos gozan de las mismas condiciones), autoritaria (uno de los dos es más alto en la escala jerárquica) o subordinación (uno de los dos se encuentra más abajo en la escala jerárquica) y así para todo tipo de relaciones en las que se pueden determinar dichas conexiones.

2.3.1 Registro de los datos

En un primer momento el llenado de nuestra hoja de registro parecerá fácil; sin embargo, para aquel que no esté totalmente familiarizado con ella, la anotación de datos se tornará enredada.

Una forma de evitar que se nos complique entender qué debemos anotar en cada casilla es observar nuestro capítulo, sin anotar nada, dos veces por lo menos. De esta manera iremos entendiendo cómo funciona el programa y podremos omitir datos que no sirvan como indicadores del comportamiento de género.

Hecho lo anterior deberemos proceder al llenado de nuestras hojas. El primer contacto con ellas será difícil, aún habiendo observado con anterioridad nuestro capítulo, sin embargo, una vez habituados nos resultará muy sencillo la obtención de datos.

Es necesario tomar en cuenta cualquier tipo de detalle que nos arroje datos. En una primera revisión del programa no se obtendrán todos, es por ello que el registro debe continuar unas tres veces más de análisis del programa.

Por otro lado, si el llenado simultáneo de los cuadros se nos complica por la extensión de nuestro capítulo, se podrá hacer cuadro por cuadro en cada revisión. De esta manera, garantizamos la observación de nuestro objeto de estudio por lo menos cuatro veces. Por otro lado, algunos detalles que se nos hayan pasado en anteriores revisiones podrán ser captados cada vez que se revise nuevamente el capítulo.

En el caso particular de *Con sello de Mujer*, la extensión de cada capítulo y la cantidad de datos encontrados en cada uno, complicó el registro en la hoja de manera simultánea, por ello se optó por el llenado particular de las columnas en cada revisión, dejando huecos en blanco cuando se tenían dudas o el dato no era muy preciso, mismos que al comenzar a llenar otras columnas eran cubiertos.

2.3.2. Llenado de las hojas de registro

a) Nombre

En esta columna puede ir, ya sea el nombre completo de la persona, un número de identificación o una abreviatura; sin embargo, es aconsejable que se anote el nombre de pila solamente ya que eso permitirá la identificación del sexo de la persona cuando se analicen los datos obtenidos. Si anotamos un número o una abreviatura corremos el riesgo de no acordarnos a quien correspondían tales datos, provocando que, de nueva cuenta tengamos que analizar nuestro capítulo

b) Acciones

En esta columna, como ya se mencionó con anterioridad, se registra lo que hace la persona. Sin duda, las acciones son los datos más fáciles de registrar, ya que se identifican de una manera pronta, sin que el investigador tenga que realizar una reflexión previa. Además, en la vida cotidiana lo que hacemos es fácilmente reconocible.

Se anotarán las acciones con verbos conjugados en tercera persona del presente, si la información presentada en este sentido no tiene coherencia, es necesario anotar el verbo y un complemento que arroje más información. Por ejemplo

NOMBRE	ACCIONES
Alfredo	Critica la vestimenta

En este caso, sin el complemento no se tendría la certeza de qué es lo que hace en realidad Alfredo.

Por otro lado, si dos personas realizan la misma acción, ésta no debe anotarse doble vez, sino una sola agrupada para ambos individuos. Siguiendo esto, el registro quedaría de la siguiente manera.

NOMBRE	ACCIONES
Anette Gloria Maggie	Bailan

Gracias a ello podemos evitarnos la repetición de acciones y nombres que en una segunda lectura complicarían al investigador el análisis de los datos.

c) Actitudes

Este es uno de los rubros de más difícil registro de toda nuestra tabla, ya que en ocasiones es complicado determinar las emociones e intenciones con las que una persona hace o dice una cosa. Es recomendable que, si al investigador se le dificulta el llenado de ésta columna la deje en blanco para que, una vez concluido el registro de datos de las demás, se dé a la tarea de darle forma a ésta.

Lo que se debe tomar en cuenta para encontrar las actitudes son varios aspectos. En el caso específico de **Con sello de Mujer**, se descubrió que la manera en la que visten, genera tipos de actitudes. Por otro lado, los gestos, la manera de mover los brazos o piernas durante una conversación o el tono de voz empleado, muestra pautas de emociones. En estos pequeños detalles hay que fijarse muy bien cuando se comience el registro de la columna.

d) Relaciones

En esta columna se registra la manera en que cada personaje alterna con los demás. Es necesario tomar en cuenta que las relaciones se forman a partir de dos aspectos.

Si nosotros detectamos una relación de trabajo, es necesario anotar si ésta es igualitaria (ambos gozan de las mismas condiciones), autoritaria (uno de los dos es más alto en la escala jerárquica) o subordinación (uno de los dos se encuentra más abajo en dicha escala) y así para todo tipo de relaciones en las que se pueden determinar dichas conexiones.

Para detectar una relación, nos podemos valer de las actitudes y las expresiones de la persona, pero siempre teniendo en cuenta que las primeras constan de nombre y apellido.

Para el correcto registro en esta columna, se debe considerar el cuadro siguiente:

RELACIONES SOCIALES	RELACIONES DE PODER	RELACIONES EMOTIVAS
Familiares, filiales	Cooperativas	colaboración
Trabajo	Democráticas	dependencia
Amistosas	Autoritarias	subordinación mando
Seducción	Compañerismo	
Atracción	Solidaridad	
Aprendizaje	Igualdad	
Enseñanza	Sumisión	
Conquista	Indiferencia	
Rechazo	Compromiso	

Con este cuadro que ilustra los diferentes tipos de relaciones es con el que llenaremos nuestra última columna. Para ello se utilizará una de cada bloque anterior logrando diferentes combinaciones. Por ejemplo, si encontramos una relación de Trabajo, podremos determinar si ésta es democrática o autoritaria. La tercera columna está definida gracias a la teoría de Freud, el cual establece que las

dos formas en que alternan los seres humanos son dependientes o de colaboración

Estas últimas son fácilmente detectadas, por ejemplo, en telenovelas. Para el caso particular de *Con sello de Mujer*, por la naturaleza del mismo, y dado que se trata de un programa en vivo donde las representaciones de la vida no caben, este tipo de clasificación fue omitida, dejando como válidas sólo las relaciones sociales y las de poder.

Una vez que hemos detectado la relación que se establece, podemos ver un cuadro de la siguiente manera:

NOMBRE	ACCIONES	ACTITUDES	RELACIONES
Alfredo Anette	Criticar la vestimenta	seria	Enseñanza/mando Aprendizaje/sumisión

e) Expresiones

Las expresiones, al igual que las acciones, son fácilmente registradas. Para ello es necesario tomar dos cosas en cuenta.

Por un lado, no todo lo que se dice es importante para establecer comportamientos de género, es por ello que el investigador deberá poner mucha atención en aquellos aspectos que de verdad sean relevantes

Por otro lado, se deben registrar textualmente las frases sin importar su extensión y el espacio que nos tome hacer esto. La razón de ello es simple. Una vez terminado el registro, el investigador deberá determinar cuales de las expresiones escritas pueden indicar acciones, actitudes y relaciones. Es decir, de nuestras expresiones se sacarán, posteriormente algunos otros indicadores, dejando en esta columna únicamente el tema del que se habló. El siguiente cuadro muestra gráficamente este proceso.

NOMBRE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES
Maggie Teresa	conversan	Serias	"Hay que bajar esos kilitos de más por ello es necesario seguir una dieta. Además podemos tener el cuerpazo que Liliana Lago tiene"

En este caso, la expresión nos permite reconocer ciertas acciones que las mujeres realizan, por ejemplo hacer compras. Comprar se registra en el cuadro de acciones. En cuanto a la expresión, en un segundo paso del análisis se colocará sólo el tema del que hablaron, aquí sería: "Dieta".

Una vez que tenemos la hoja de registro completamente llena, se puede ver así.

NOMBRE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Alfredo Anette	Criticar la vestimenta	Seria	"Aquí Miriam se veía bonita, si tiene buen cuerpo que lo luzca. Además bajó de peso"	Enseñanza/ mando Aprendizaje/ sumisión

En el cuadro anterior podemos leer una frase completa que tiene significado: Alfredo y Anette critican cómo se viste Miriam. Dicen que se veía bonita porque tiene buen cuerpo y además bajó de peso. Entre ellos establecen una relación de enseñanza/aprendizaje en la cual Alfredo tiene el mando, mientras que Anette es la subordinada.

Oraciones como la anterior serían demasiado difíciles de controlar; sin embargo, con la ayuda de nuestras hojas de registro podemos obtenerlas sin escribir datos de más

Una vez que se han registrado todos estos datos, si existe alguna duda, se puede hacer una nueva revisión del capítulo, si no es así,

se procederá de igual manera con los otros programas que se tenga contemplado analizar.

El siguiente paso corresponde solo para las expresiones. Como se dijo antes, una vez que se ha registrado textualmente la frase dicha, hay que proceder a dividirla en acciones, actitudes y relaciones. Es necesario tomar en cuenta que no todas las expresiones tendrán todos los datos. Es decir, no sacaremos acciones, actitudes y relaciones de todas. En el ejemplo que se manejó en el capítulo correspondiente a expresiones, el lector podrá haberse dado cuenta de que la frase completa sólo nos arrojó el tema que se registrará posteriormente en expresiones y una acción que realizan las mujeres.

El cuadro siguiente muestra la manera en que se registraría la expresión

NOMBRE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES
Maggie Teresa Mujer "x"	Conversan Hace compras	Serias	Dieta

Como podemos observar este ejemplo es el mismo que contenía el capítulo dedicado a expresiones, sólo que esta vez ya se hizo la corrección correspondiente. En la expresión sólo se dejó el tema, mientras que en las acciones se identificó una nueva: Bajar de peso.

Dado que no hay un nombre específico con el cual podamos identificar a quien realiza la acción, se procede a poner un número de identificación acompañado de la palabra hombre o mujer según sea el caso.

Una vez hecho esto con todas las expresiones, habremos terminado el primer paso de nuestro análisis.

2.3.3 Segundo paso: las frecuencias de cada persona

Ya que tenemos nuestras hojas de registro para cada capítulo, es necesario dividir las por personajes, de esta manera obtendremos las frecuencias con que cada persona realizó tal o cual acción o actitud o expresión o la forma de relacionarse. Además, debemos agrupar a nuestro personajes por género, es decir si son hombres o mujeres.

En el caso de **Con Sello de Mujer** se encontró a dos personas que por sus características físicas y su comportamiento se incluyeron en un nuevo género al que llamamos gay. Uno de ellos es el estilista Alfredo Cassini, el otro es Reinado Dos Santos. La razón obedece a que, ambos personajes se maquillan, usan tintes en el cabello o se pintan las pestañas. Nunca, abiertamente han dicho ser gays sin embargo, según la definición que esta palabra tiene, ambas personas encajan con el perfil.

Una vez que tenemos a nuestros personajes separados por género se debe crear una nueva hoja de registro que contemple las acciones, actitudes, expresiones y relaciones y las frecuencias de cada uno sin juntar los capítulos que tengamos contemplados para el análisis.

En el siguiente cuadro el lector encontrará las nuevas hojas de registro. Para el llenado de éstas, serán necesarios los datos que obtuvimos de las primeras.

Capítulo 1 ²							
GAY							
ALFREDO CASSINI							
ACCIONES	FREC.	ACTITUDES	FREC	EXPRESIONES	FREC	RELACIONES	FREC
Grita	1	Sarcasmo	1	Dieta	1	Enseñ./mando	21
Interrumpe	1	Seriedad	25	Moda	4	Amistad	6
Piropea	1	Alegría	8	Noviazgo	1	Ensen/democ.	1

² Ver Anexos Tablas 2

En el caso del programa **Con Sello de Mujer**, se dividieron las hojas de registro en mujeres conductoras, hombres conductores, mujeres invitadas y hombres invitados. Para otros análisis este paso puede ser saltado sin que ello afecte los resultados.

2.3.4 Unión de los personajes por capítulo

Ya que se tiene las hojas de registro por personajes y por capítulo, se inicia un nuevo conteo en el que se juntarán los resultados obtenidos de todos los capítulos analizados. Sin omitir el nombre del personajes, se unirán las acciones, actitudes, expresiones y emociones que éste haya tenido en cada capítulo analizado, si es que el personajes tiene injerencia en todos, si esto no es así, en la hoja de registro sólo pondremos lo obtenido en uno de los capítulos.

De esta manera, se llegarán a tener sólo dos hojas de registro, una para los hombres y otra para las mujeres. En el caso de la presente investigación se obtuvieron cinco hojas de registro: mujeres conductores, hombres conductores, mujeres invitadas, hombres invitados y gays. Sin embargo, para programas que no sean de tipo revista televisiva o en vivo, este paso no será necesario.

2.3.5 Anonimato

Siguiendo con la forma en que se trabajó el instrumento para **Con Sello de Mujer**, después de tener las cinco hojas de registro, se procedió a juntarlas en tres, una correspondiente a hombres otra a mujeres y otra a gays; es decir nos olvidamos si se trataban de conductores o de invitados.

Además, en estas nuevas hojas de registro ya no serán necesarios los nombres de los personajes, sino solamente el género al que pertenezcan. Así tendremos que nuestra hoja queda de la siguiente manera:

HOMBRES³

ACCIONES	FRE	ACTITUDES	FRE	EXPRESIONES	FRE	RELACIONES	FRE
Bailan	68	Alegría	148	Espectáculos	10		
Juegan	45	Seriedad	58	Amigos	7		
Conversan	30	Efusividad	35	Bajar de peso	4		
Responden	22	Atención	20	Trabajo	3		
Escuchan	19	Sexy	11	Deportes extremos	2		
Ríen	16	Burla	10	Vida personal	2		
Opinan	16	Timidez	9	Fantasías sexuales	2		
Abrazan	14	Cariño	6	Esoterismo	2		
Bromean	9	Sarcasmo	5	Medicina	2		
Chiflan	9	Payaso	4	Amor	2		

2.3.6 Categorías

Una vez que se han obtenido las listas por género podremos sumar el total de acciones, actitudes, expresiones y relaciones. Sin duda los totales serán muy amplios, es por ello que será necesaria la creación de categorías; es decir, se agruparán en esferas semánticas aquellas acciones, actitudes, expresiones y relaciones que tengan un mismo fin, o que por su naturaleza le ofrezcan al investigador una misma idea.

Después de agrupar en campos semánticos se procederá a colocar un nombre a la categoría. Por ejemplo, bailar, cantar, jugar son acciones que podemos agrupar en una categoría llamada "diversión"

Para que quede más claro, la siguiente lista indica las categorías de acciones que se realizaron en la presente investigación.

Para el caso de las mujeres, las acciones se agruparon de la siguiente manera:

³ Ver Anexos, Tabla 3

DEBATE	DIVERSIÓN	SEDUCCIÓN	TRABAJO	BELLEZA
Interrumpen	Bailan	Se para sexy	Modelan	Se peinan
Escuchan	Juegan	Cruza la pierna	Hacen reportajes	Se maquillan
Preguntan	Cantan	Muestra el cuerpo		Se depilan
Opinan	Bromean			
Responden	Alborean			
	Se disfrazan			
	Actúan			
	Hacen payasadas			

RECOMENDACIONES	EMOTIVAS NEGATIVAS	EMOTIVAS POSITIVAS
Recomiendan productos	Gritan	Ríen
Recomiendan libros	Se burlan	Abrazan
Recomiendan doctores	Se enojan	Regalan
	Lloran	Acarician
		Se toman de las manos
		Mandan Besos

Ya que hemos agrupado nuestros indicadores por categorías debemos contar la frecuencia con que éstas se presentan y acomodarlas de manera descendente en una tabla. Si alguna de nuestras acciones, actitudes, expresiones o relaciones no tiene cabida en ninguna categoría no hay que eliminarla sino, más bien, dejarla suelta y colocarla hasta el final de nuestro conteo.

Antes de pasar al siguiente paso, es necesario hacer una pequeña aclaración. En las categorías anteriores, como lo pudo observar el lector, se agregó la acción gritar como una emotiva negativa. Es necesario decir, que la manera en que gritan las y los conductores del programa no es porque se encuentren enojados, sino eufóricos. Pese a ello, se agregó esta acción como negativa ya que consideramos que gritar es un acto que no beneficia a la comunicación.

2.3.7 Porcentajes que hacen la comparación

Ya que tenemos nuestros datos como lo muestran las tablas anteriores, es necesario sacar los porcentajes que nos servirán para comparar resultados. Estos se sacarán a partir de las frecuencias que tenemos en las tablas anteriores.

Para ello será necesario tener el total de acciones, actitudes, expresiones y relaciones de cada uno de nuestros géneros; así como las frecuencias de cada categoría. Por ejemplo, para las mujeres se registraron un total de 508 acciones de las cuales 143 fueron acciones de debate, esto quiere decir que el 28% de las acciones de las mujeres son de debate.

Esta misma operación se tendrá que realizar para todas nuestras categorías. Una vez hecho esto, se sacarán los porcentajes de cada una de nuestras subcategorías tomando la frecuencia de la categoría como el 100%.

Para que se entienda de mejor manera, la siguiente tabla muestra la forma en que debemos hacerlo.

ACCIONES	PORC.
1. DEBATE	28%
1.1 Interrumpe	33%
1.2 Escucha	32%
1.3 Pregunta	24%
1.4 Opina	6%

En la tabla podemos apreciar en negritas la categoría, su frecuencia y su porcentaje. Por otro lado, los demás datos corresponden las subcategorías; es decir las acciones que agrupamos en Debate, sus frecuencias y el porcentaje que tiene cada una.

Esta operación se repite con todas las subcategorías de cada género. Al finalizar, se obtendrá la tabla general de categorías y subcategorías de nuestros géneros. El lector podrá encontrar un ejemplo de esta en los anexos

2.3.8 Último paso: comparar

Una vez realizado esto, nos encontramos en el último punto de nuestro instrumento. Tendremos que proceder a crear tablas comparativas en las que se incluyan todos nuestros géneros. Así tendremos cuatro tablas: Acciones, actitudes, expresiones y relaciones, en las cuales podamos comparar los resultados que obtuvimos para cada género.

A continuación se anexa un bosquejo de dichas tablas

ACCIONES	MUJERES	ACCIONES	HOMBRES	ACCIONES	GAYS
1. CATEGORIA	%	1. CATEGORIA	%	1. CATEGORÍA	%
2. CATEGORIA	%	2. CATEGORIA	%	2. CATEGORÍA	%
3. CATEGORIA	%	3. CATEGORIA	%	3. CATEGORÍA	%
4. CATEGORIA	%	4. CATEGORIA	%	4. CATEGORÍA	%
5. CATEGORIA	%	5. CATEGORIA	%	5. CATEGORÍA	%
6. CATEGORIA	%	6. CATEGORIA	%	6. CATEGORÍA	%
7. CATEGORIA	%	7. CATEGORIA	%	7. CATEGORÍA	%

Una vez que se tiene los datos en tablas comparativas se deberá proceder a la lectura de éstas, ello significa que el investigador hará un pequeño resumen de lo que se encuentra especificado en el cuadro y resaltarán aquellos datos que le parezcan más relevantes.

Este mismo proceso se realizará para las actitudes, expresiones y relaciones. Por otro lado, como el lector podrá haberse dado cuenta, ésta tabla sólo corresponde a la comparación de las categorías de cada género. Una vez hecho esto, se deberán hacer nuevas tablas en las que se comparen los indicadores de nuestras categorías como se muestra a continuación:

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
1. CATEGORÍA					
1.1 Subcategoría	%				
1.2 Subcategoría	%				

Como es de esperarse, esta misma acción deberá aplicarse para nuestros demás indicadores, es decir, acciones, actitudes, expresiones y relaciones.

En lo que respecta a la presente investigación, las tablas comparativas podrán ser encontradas por el lector en el siguiente capítulo, dedicado al análisis.

2.4. NOTA ACLARATORIA.

En la presente investigación se registró las acción conversar tanto para los hombres, mujeres como para los gays. En el caso de los primeros, ésta acción arrojó una frecuencia de 50; las mujeres registraron un total de 78 conversaciones y los gays 9 veces.

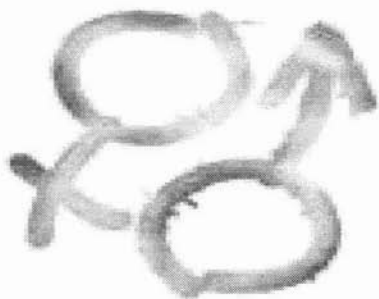
Si sumamos las anteriores cantidades a los totales de acciones para los tres casos tenemos que, conversar, para las mujeres y hombres es la acción que realizan el 13% de las veces mientras que los gays la realizan el 10%. Esto significaría que es la acción que más realizan los tres grupos de análisis. Sin embargo, por efectos de la investigación se decidió quitar esta acción.

El motivo obedece a una razón simple: La conversación o el hablar son acciones obvias en un programa de revista. Sin estos dos hechos, el programa sería virtualmente imposible o no se entendería. Gracias a ello, me pareció innecesaria la inclusión de tales verbos en las listas de acciones. Aún así, estos datos fueron tomados en cuenta durante toda la investigación y es por ello que podemos llegar a los resultados anteriores.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

CAPÍTULO III

LAS CANTIDADES DE LOS GÉNEROS



LAS CANTIDADES DE LOS GÉNEROS

En el presente capítulo, el lector encontrará tablas que contienen los porcentajes que se encontraron para las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de los tres grupos de análisis del presente trabajo.

Primero se expondrán los resultados globales para cada uno de los indicadores, posteriormente, se podrán encontrar, desglosados, los resultados de cada una de las categorías así como los conceptos que las forman.

Para las categorías de menor importancia y que, a nuestro juicio no aportaron ningún resultado determinante, las tablas desglosadas se omitieron, para las categorías altamente indicadoras, estos desglosen se incluyen así como una lectura de los resultados obtenidos, los cuales serán confrontados con la teoría en el último capítulo de este análisis.

Para entender mejor la forma en que se llegó a estos resultados, el lector podrá apoyarse en los anexos que se incluyen en la última parte de la investigación

Tabla 1: Acciones de mujeres, hombres y gays, dispuestas por categorías.

ACCIONES	MUJERES	ACCIONES	HOMBRES	ACCIONES	GAYS
1. DEBATE	28%	1. DIVERSIÓN	52%	1. CRITICA	44%
2. DIVERSIÓN	25%	2. DEBATE	21%	2. EMOTIVAS POSITIVAS	16%
3. EMOTIVAS POSITIVAS	17%	3. EMOTIVAS POSITIVAS	11%	3. NO BAILAN	14%
4. EMOTIVAS NEGATIVAS	13%	4. EMOTIVAS NEGATIVAS	7%	4. DEBATEN	9%
5. SEDUCCIÓN	6%	5. TRABAJO	2.80%	5. PIROPEAN	7%
6. TRABAJO	5%	6. CHIFLAN	2.80%	6. EMOTIVAS NEGATIVAS	5%
7. RECOMENDACIONES	2%	7. EJERCICIO	1%	7. DAN HORÓSCOPOS	4%
8. EJERCICIO	1%	8. RECOMENDACIONES	0.60%	8. DIVERSIÓN	2%
9. CHISMEAN	1%	9. PIROPEAN	0.60%		
10. CRITICAN	0.90%	10. CHISMEAN	0.31%		
11. BELLEZA	0.70%	11. CRITICAN	0.30%		
12. HOGAR	0.70%	12. -COCINAN	0.30%		
13. COMEN	0.19%	13. DICEN GROSERÍAS	0.30%		

Esta tabla nos muestra las acciones y sus porcentajes para mujeres, hombres y gays. Como podemos observar, el número de acciones realizadas por los gays, es menor que las de los hombres y las mujeres.

Por otro lado, tenemos que las acciones tanto de mujeres, hombres y gays se concentran en cuatro categorías principalmente, aunque para cada uno varíen los porcentajes.

Así tenemos, que las mujeres y los hombres concentran el total de acciones en categorías como: Debate (con el 28 y el 21% respectivamente), diversión (con el 25 y el 52%), acciones emotivas positivas, (con el 17 y el 11%) y acciones emotivas negativas, (13 y el 7%). Mientras que los gays lo hacen en categorías como Crítica, (44%), acciones emotivas positivas, (16%), no bailan (14%) y debate (9%).

Tabla 1.1: Acciones de debate.

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
1. DEBATE					
1.1 Interrumpen	33%	Responden	32%	Interrumpen	57%
1.2 Escuchan	32%	Escuchan	28%	Escuchan	29%
1.3 Preguntan	24%	Opinan	24%	Preguntan	14%
1.4 Opinan	6%	Interrumpen	9%		
1.5 Responden	5%	Preguntan	7%		

Esta tabla presenta las acciones que componen la categoría **debate**, tanto para mujeres como para hombres y gays. Como podemos darnos cuenta, la concentración de porcentajes se da para todos los casos en las tres primeras acciones. Para las mujeres y los gays interrumpir, escuchar y preguntar son las acciones que más a menudo realizan, mientras que para los hombres responder, escuchar y opinar es lo que efectúan el mayor número de las veces.

Como podemos observar, la acción que más realizan tanto las mujeres como los gays es interrumpir con el 33% y el 57% respectivamente, mientras que los hombres sólo lo hacen el 9% del total de las veces. Escuchar es una acción que para los tres personajes del análisis se encuentra en el segundo rubro, variando el porcentaje de veces que realizan esta acción. Así tenemos que las mujeres escuchan el 32%, los hombres el 28% y los gays el 29% de las veces.

Por otro lado, las mujeres y los gays preguntan más a menudo de lo que lo hacen los hombres. Los primeros cuentan con el 24% y 14% del total, mientras que los segundos sólo preguntan el 7% dejando esta acción en último lugar. Sin embargo, mientras que los hombres opinan el 24% de las veces, las mujeres sólo lo hacen el 6% y los gays no realizan esta acción ninguna vez.

Asimismo encontramos que la acción que más efectúan los hombres es la de responder con el 32% de las veces, y las mujeres lo hacen el 5% dejando este aspecto en último lugar. Los gays no realizan esta acción.

Tabla 1.2: Acciones de diversión

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
2. DIVERSIÓN					
2.1 Bailan	54%	Bailan	41%	Alburea	50%
2.2 Juegan	21%	Juegan	27%	Bromea	50%
2.3 Cantan	12%	Cantan	21%		
2.4 Bromean	6%	Bromean	6%		
2.5 Alburean	2%	Actúan	2%		
2.6 Se disfrazan	1.60%	Hacen payasadas	2%		
2.7 Actúan	1.60%	Se disfrazan	1%		
2.8 Hacen payasadas	1.60%				

Esta tabla contiene la categoría de *diversión*. Aquí podemos observar que los datos se concentran en tres acciones para las mujeres y los hombres: bailar, jugar y cantar y los gays sólo lo hacen en dos: alburear y bromear.

Las mujeres bailan el 54% del total de las veces, mientras que los hombres lo hacen el 41% y los gays no lo hacen ninguna vez. De igual modo, jugar es una acción que éstos últimos tampoco realizan a comparación de los hombres que lo hacen el 27% y las mujeres el 21%.

Por otro lado, los gays sólo tienen dos acciones para esta categoría, las cuales se reparten la mitad del total. Es decir, bromean el 50% de las veces al igual que aliborean; mientras que las mujeres y los hombres sólo bromean el 6% de las veces, respectivamente, y aliborean, en el caso de las mujeres el 2% y los hombres no realizan esta acción ninguna vez.

Tabla 1.3: Acciones emotivas positivas

<i>MUJERES</i>	<i>PORC.</i>	<i>HOMBRES</i>	<i>PORC.</i>	<i>GAYS</i>	<i>PORC.</i>
3. EMOTIVAS POSITIVAS					
3.1 Ríen	57%	Ríen	47%	Ríen	46%
3.2 Abrazan	28%	Abrazan	41%	Abrazan	46%
3.3 Regalan	10%	Regalan	6%	Mandan besos	8%
3.4 Acarician	2%	Mandan besos	6%		
3.5 Se toman de las manos	2%				
3.6 Mandan besos	1%				

Esta tabla muestra las acciones que corresponden a la categoría **Acciones emotivas positivas**. Como podemos observar, el total se concentra en tres acciones principalmente, tanto para hombres como para mujeres: Ríen (con el 57 y el 47% respectivamente), Abrazan el (28 y el 41%) y regalan (10 y 6%). Los gays para esta categoría: Ríen (con el 46%) Abrazan (46%) y mandan besos (8%).

En otro sentido, tenemos un dato importante, mientras que las mujeres acarician y se toman de las manos el 2% del total, los hombres y los gays no lo hacen ninguna vez.

Otro dato que podemos destacar es que tanto mujeres como hombres y gays dejan la acción mandar besos en último lugar; sin embargo, las mujeres sólo lo hacen el 1% mientras que los hombres el 6% y los gays el 8% del total.

Tabla 1.4: Acciones emotivas negativas

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
4. EMOTIVAS NEGATIVAS					
4.1 Gritan	83%	Gritan	64%	Gritan	50%
4.2 Se burlan	11%	Se burlan	27%	Se burlan	50%
4.3 Se enojan	5%	Se enojan	4.50%		
4.4 Lloran	1%	Se lamentan	4.50%		

La concentración de datos en el caso de las mujeres y los hombres se da en tres acciones principalmente: Gritar, burlarse y enojarse; mientras que para los gays la categoría sólo cuenta con dos acciones: gritar y burlarse.

En este caso tenemos que los tres grupos de análisis repiten las mismas acciones variando sólo en los porcentajes. Esto quiere decir que las mujeres gritan 83% del total, los hombres el 64 y los gays el 50%. Dando como resultado el hecho de que las mujeres lo hacen mucho más en comparación con los otros dos grupos de análisis. Sin embargo, ellas se burlan el 11%; mientras que los gays lo hacen la mitad de las veces, es decir, el 50% y los hombres sólo el 27% del total.

En cuanto a enojarse, las mujeres y los hombres están muy parejos, las primeras con el 5% y los últimos con el 4.5%. Los gays no realizan esta acción. Otro dato relevante que encontramos en esta tabla es que las mujeres lloran el 1% de las veces, siendo que tanto

hombres como gays no lo hacen ni una sola vez. Sin embargo, mientras que los hombres se lamentan, los otros dos grupos no realizan esta acción.

Tabla 1.6: Acciones de trabajo

<i>MUJERES</i>	<i>PORC.</i>	<i>HOMBRES</i>	<i>PORC.</i>
6. TRABAJO			
6.1 Modelan	75%	Hacen reportajes	70%
6.2 Hacen reportajes	25%	Tocan el piano	20%
		Cortan el cabello	10%

En esta tabla podemos observar primero, que las acciones de trabajo solo son compartidas por hombres y mujeres, es decir, los gays no registraron ninguna acción que correspondiera a trabajo intelectual o físico.

Por otro lado, también tenemos que las acciones de trabajo son muy diferentes en ambos casos. Primero, mientras que las mujeres modelan el 75% de las veces, los hombres no lo hacen ninguna vez. Así también tenemos que los hombres realizan trabajos como tocar el piano el 20% de las veces y cortar el cabello el 10%. Las mujeres no realizan este tipo de acciones ninguna vez.

Sin embargo, hacer reportajes es una acción que comparten en común, aún así es muy notorio el hecho de que mientras ellas la realizan sólo el 25% de las veces, ellos la rebasan con el 70%.

Tabla 1.7 Acciones de Recomendación

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.
7. RECOMENDACIONES		8. RECOMENDACIONES	
7.1 Productos	75%	7.1 Productos	100%
7.2 Libros	12.50%		
7.3 Doctores	12.50%		

En esta categoría tenemos, para las mujeres tres tipos de recomendaciones, mientras que para los hombres solo hay una. Ellas recomiendan la utilización de productos con un 75% del total de veces, mientras que ellos lo hacen el 100% de las veces. Así también tenemos que ellas recomiendan libros y doctores el 12.5%, respectivamente, siendo que ellos no hacen ninguna acción de este tipo.

Tabla 2: Actitudes de mujeres hombres y gays dispuestas por categorías

ACTITUDES	MUJERES	ACTITUDES	HOMBRES	ACTITUDES	GAYS
1. EMOTIVAS POSITIVAS	62%	1.EMOTIVAS POSITIVAS	75%	1. EMOTIVAS POSITIVAS	89%
2. SEDUCCIÓN	17%	2. EMOTIVAS NEGATIVAS	7%	2. AUTORITARIAS	4%
3. AUTORITARIAS	7%	3. ATENCIÓN	6%	3. ATENCIÓN	2.80%
4. ATENCIÓN	7%	4. SEDUCTORAS	4%	4. MORBOSO	1.40%
5. EMOTIVAS NEGATIVAS	3%	5. AUTORITARIAS	3%	5. PÍCARO	1.40%
6. PREOCUPACIÓN	2%	6. DESINTERÉS	1%	6. INSISTENTE	1.40%
7. HARTANZA	0.80%	7. PAYASADAS	1%		
8. INDIFERENCIA	0.60%	8. PREOCUPACIONES	1%		
9. APURADA	0.20%	9. MACHISMO	0.80%		

En esta tabla podemos observar las actitudes y sus porcentajes para mujeres, hombres y gays. Como podemos advertir tanto las mujeres como los hombres tienen el mismo número de categorías, mientras que los gays presentan menos.

Por otro lado, los datos se concentran, para el caso de mujeres y hombres en las primeras cuatro categorías, mientras que para los gays en las dos primeras.

Así tenemos que las actitudes emotivas positivas, son las que más realizan nuestros grupos de análisis. Las mujeres presentan para esta categoría el 62%, los hombres el 75% y los gays el 89% del total

Las actitudes de seducción, para las mujeres ocupan el segundo lugar con un 17%, para los hombres esta categoría está desplazada a uno de los últimos lugares, teniendo que sólo seducen el 4% del total. Los gays no tienen actitudes de seducción.

Las actitudes autoritarias, en el caso de las mujeres son repetidas el 17%, mientras que los hombres lo hacen solo el 3% y los gays el 4%.

Tabla 2.1: Actitudes emotivas positivas

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
1. EMOTIVAS POSITIVAS					
1.1 Seriedad	41%	Alegría	59%	Seriedad	66%
1.2 Alegría	38%	Seriedad	23%	Alegría	21%
1.3 Efusividad	13%	Efusividad	14%	Efusividad	10%
1.4 Cariño	4%	Cariño	2%	Cariño	1.50%
1.5 Apoyo	3%	Tranquilidad	1%	Apoyo	1.50%
1.6 Tranquilidad	0.70%	Simpatía	0.70%		
1.7 Broma	0.30%	Emoción	0.30%		

La tabla anterior muestra los porcentajes para cada una de las actitudes que corresponden a la categoría de actitudes emotivas positivas. De nuevo, podemos observar como los datos se concentran en las primeras tres, tanto para las mujeres como para los hombres y gays. La seriedad, efusividad y alegría son las que más número de veces presentan nuestros grupos de análisis.

Sin embargo, mientras que las mujeres y los gays presentan actitudes serias con el 41% y el 66%, respectivamente (siendo ésta la que más veces repiten), los hombres sólo son serios el 23% del total de veces y alegres el 59%, mientras que los gays y las mujeres son alegres el 21% y el 36%, respectivamente.

La actitud de efusividad se presenta más o menos equilibrada, es decir, el porcentaje es casi el mismo para los tres casos. Así tenemos que las mujeres son efusivas un 13%, los hombres un 14% y los gays un 10%.

Por último, la actitud de cariño también es repetida por los tres grupos. Las mujeres con un 4%, los hombres con un 2% y los gays con un 1.5%.

Tabla 2.2: Actitudes de seducción

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
2. SEDUCCIÓN					
2.1 Sexy	85%	Sexy	73%	Pícaro	100%
2.2 Cachonda	7%	Pícaro	20%		
2.3 Coqueta	5%	Cachondo	7%		
2.4 Pícara	3%				

Aquí podemos observar las actitudes de la categoría seducción. Los gays sólo presentaron una actitud de este tipo. Los datos se concentran en dos actitudes principalmente. En el caso de las mujeres los porcentajes mayores se ubican en sexy con el 85% del total, mientras que para los hombres este rubro sólo se repite el 73%.

En segundo término tenemos que tanto hombres como mujeres presentan una actitud cachonda el 7% del total, pero, las mujeres se muestran coquetas un 5% y los hombres no muestran una actitud semejante ninguna vez. Sin embargo, los tres grupos toman actitudes pícaras, sólo que ellos lo hacen el 20%, ellas el 3% y los gays lo hacen el 100%

Tabla 2.4: Actitudes autoritarias

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
3. AUTORITARIAS					
3.1 Sarcasmo	42%	Sarcasmo	56%	Mando	67%
3.2 Mando	36%	Altivez	33%	Sarcasmo	33%
3.3 Soberbia	16%	Mando	11%		
3.4 Altivez	3%				
3.5 Arrogancia	3%				

La tabla nos muestra las actitudes que se colocaron en la categoría de **Autoritarias**. Como podemos observar, las mujeres tienen más actitudes de este tipo en comparación con los hombres y los gays. Sin embargo, la mayor parte de los datos se concentran en tres actitudes. Primero tenemos que las mujeres son sarcásticas el 42% de las veces, los hombres el 56% y los gays el 33%.

Por otro lado, los gays tienen actitudes de mando el 67% del total, mientras que las mujeres son mandonas la mitad de las veces, es decir el 36%. Los hombres sólo alcanzan un promedio de 11% para esta actitud. Sin embargo, son altivos el 33% de los casos comparado con el 3% para las mujeres y ninguna para los gays.

La soberbia es, en el caso de las mujeres, otra actitud que se repite mucho con el 16%, mientras que los hombres y los gays no presentan este tipo de actitud.

Tabla 2.6: Actitudes emotivas negativas

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.
5. EMOTIVAS NEGATIVAS			
5.1 Burla	31%	Burla	45%
5.2 Enojo	23%	Timidez	41%
5.3 Hipocresía	23%	Enojo	9%
5.4 Tristeza	15%	Tristeza	5%
5.5 Miedo	8%		

Gracias a esta tabla nos damos cuenta de que las mujeres tiene más actitudes emotivas negativas que los hombres, mientras que los gays no presentan ninguna de este tipo. Sin embargo, los hombres tiene más actitudes de burla que las mujeres, ya que los primeros presentan un 45% y las segundas el 31%.

Por otro lado, las mujeres se enojan más veces que los hombres. Mientras que las primeras lo hacen 23% del total, los hombres sólo el 9%. La tristeza es otra de las actitudes que comparten estos dos grupos de análisis sólo que para las mujeres el 15% se muestran tristes, los hombres sólo lo hacen el 5%.

Sin embargo, mientras que las mujeres presentan un 23% una actitud de hipocresía, los hombres no lo hacen ninguna vez.

Por otro lado, la timidez es una de las actitudes que los hombres toman con mayor frecuencia, con el 41% de las veces. Las mujeres no la presentan. Por último, las mujeres se muestran un 8% de las veces con miedo, mientras que los hombres no lo hacen ninguna vez.

Tabla 3: Expresiones de mujeres, hombres y gays dispuestas por categorías.

EXPRESIONES	MUJERES	EXPRESIONES	HOMBRES	EXPRESIONES	GAYS
1. APARIENCIA	32%	1. ENTRETENIMIENTO	25%	1. APARIENCIA	85%
2. CUERPO SANO	27%	2. EMOTIVAS	19%	2. EMOTIVAS	13%
3. EMOTIVAS	14%	3. APARIENCIA	13%	3. SUERTE	2%
4. SALUD SEXUAL	8%	4. CUERPO SANO	9%		
5. SUPERSTICIONES	4%	5. SALUD SEXUAL	6%		
6. ENTRETENIMIENTO.	3%	6. HOMBRES	6%		
7. HOMBRES	2%	7. TRABAJO	6%		
8. RESPONSABILIDADES	2%	8. ESOTERISMO	4%		
9. PROFESIÓN	2%	9. VIDA PERSONAL	4%		
10. NIÑOS Y GUERRAS	2%	10. NIÑOS Y LA GUERRA	2%		
11. PERCEP. DEL TIEMPO	1%	11. ROBO DE INFANTE	2%		
12. COCINAR MÁS RÁPIDO	1%	12. CLIMA	2%		
13. VIDA PERSONAL	1%	13. REL. CON MUJER MAYOR	2%		
14. ROBO DE INFANTE	1%				

En esta tabla tenemos las expresiones de nuestros grupos de análisis. Podemos observar que las mujeres concentran la mayor parte de los datos en cinco temas que son: Apariencia con el 32%; cuerpo sano con el 27%, emotivas 14%, salud sexual con el 8% y supersticiones el 4%. Los hombres en cambio, concentran los datos en siete categorías que son: entretenimiento con el 25%, emotivas con el 19%, apariencia 13% , cuerpo sano el 9% y salud sexual, hombres y trabajo con el 6% cada uno. Los gays sólo tienen tres categorías: Apariencia con el 85%, emotivas con el 13% y suerte con el 2%.

Gracias a lo anterior podemos decir que los gays hablan el 85% sobre apariencia física, los hombres el 13% y las mujeres el 32%. Sin embargo, no hablan sobre el cuerpo sano ninguna vez mientras las mujeres se preocupan el 27% y los hombres el 9%

Por otro lado, es de resaltar que mientras los hombres hablan sobre entretenimiento el 25%, las mujeres sólo hablan de esto un 3% del total. La salud sexual ocupa para ellas un 8% del total de temas de que se hablan, para ellos el 6%, mientras que los gays no hacen mención alguna sobre esto

Tabla 3.1: Expresiones sobre la apariencia

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
1. APARIENCIA					
1.1 Moda	30%	Bajar de peso	58%	Sobrepeso	29%
1.2 Sobrepeso	19%	Moda	14%	Moda	21%
1.3 Cambio de Imagen	14%	Cambio de imagen	14%	Cuerpo delgado	17%
1.4 Cuerpo delgado	11%	Depilación	14%	Las mujeres muestran	13%
1.5 Bronceado	6%			Mujeres delgadas lucen mejor	8%
1.6 Alaciado permanente	6%			Bajar de peso	4%
1.7 Depilación	6%			Corte de cabello	4%
1.8 Abdomen plano	3%			Cambio de imagen	4%
1.9 Delineado permanente	3%				
1.10 Imagen y talento	3%				

La tabla nos muestra los temas de que hablan las mujeres, los hombres y los gays cuando se refieren a apariencia. Lo primero que podemos resaltar en el cuadro anterior es que existen diversos temas que se engloban en dicha categoría. Así tenemos gran variedad de expresiones.

Gracias a ello, nos podemos dar cuenta de que las mujeres hablan de moda el 30% de las veces, los gays el 21% y los hombres el 14%. Esto quiere decir que las mujeres y los gays hablan más a menudo sobre este tema que los hombres. Por otro lado, las mujeres hablan de sobrepeso el 19%, mientras que los gays el 29%. Los hombres no hablan acerca de ello, pero

sí de bajar de peso. Este tema ocupa el 58% de las veces en que los hombres hablan sobre apariencia, en cambio, las mujeres no hablan sobre el tema, pero los gays lo hacen sólo el 4% del total de ocasiones.

Así también tenemos que tanto las mujeres como los hombres hablan el mismo número de veces sobre cambio de imagen (14%), mientras que los gays hacen mención a ello sólo el 4%. Por otra parte, las mujeres y los gays hablan sobre hombres y mujeres con el cuerpo delgado, las primeras lo hacen el 11% y los gays el 17%. Los hombres no hacen mención de ello en ninguna ocasión.

Tabla 3.2: Expresiones sobre Cuerpo sano

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.
2. CUERPO SANO			
2.1 Salud	24%	Medicina	40%
2.2 Nutrición	24%	Problemas circulatorios	40%
2.3 Ejercicio	13%	Salud	20%
2.4 Dieta	13%		
2.5 Ginecología	13%		
2.6 Problemas circulatorios	3%		
2.7 Stress	3%		
2.8 Terapia psicológica	3%		
2.9 Esterilidad	3%		

Como podemos observar en la tabla anterior, los gays no hablan en ninguna ocasión de algo referente a cuerpo sano, en cambio las mujeres hablan sobre muchos temas englobados para esta categoría y lo hacen mayormente que los hombres como es claro en la tabla.

Los temas que comunican los hombres son: salud con el 20%, mientras que las mujeres lo hacen el 24% para este tema. Por otro lado, mientras que los hombres opinan el 40% sobre medicina, las mujeres no expresan su parecer. Otro de los asuntos en que coinciden es en problemas circulatorios, los hombres hablan sobre esto el 40%, mientras que las mujeres sólo registran el 3%.

En cambio las mujeres concentran el total de datos en otros aspectos como por ejemplo la Nutrición, a la cual se refieren el 24% de las veces. La dieta es otro de los aspectos que los hombres no citan (aunque como vimos en la tabla anterior, sí hablan de bajar de peso); en cambio las mujeres hablan sobre ello el 13%. La ginecología es para ellas otro tema de interés con el 13% de menciones; mientras que los hombres no hacen referencia a ello.

Tabla 3.3 Expresiones emotivas

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
3. EMOTIVAS					
3.1 Pareja	27%	Amistad	70%	Familia	33%
3.2 Matrimonio	13%	Amor	20%	Noviazgo	33%
3.3 Compañeros	13%	Pareja ideal	10%	Amor	33%
3.4 Amor	13%				
3.5 Noviazgo	13%				
3.6 Maternidad	7%				
3.7 Apoyo	7%				
3.8 Amistad	7%				

En este caso, podemos observar las diferentes expresiones que componen la categoría **emotivas** tanto para los hombres como para las mujeres y gays. Claramente tenemos que las mujeres realizan más expresiones de este tipo que los hombres y los gays, quienes sólo tienen tres temas cada uno que pueden figurar en esta categoría. Las mujeres concentran los datos en cinco sub-categorías: Pareja, matrimonio, compañeros, amor y noviazgo. Los hombres dan más peso a sólo dos: amistad y amor, mientras los gays están equilibrados en las tres expresiones: Familia, noviazgo amor.

Así tenemos que las mujeres hablan el 27% del total de veces sobre pareja; mientras que los hombres lo hacen sólo el 10% pero en el rubro pareja ideal. Los gays no hacen ninguna referencia a este tema. Por otro lado, mientras que para los hombres la amistad cubre el 70%, las mujeres hablan sobre este asunto el 7% de las veces.

El amor es un tema del que hablan los gays el 33% de las veces. Los hombres lo mencionan el 20% de las veces siendo que las mujeres charlan de él sólo 13% aunado a ello tenemos que las mujeres se refieren al matrimonio el 13% del total, mientras que gays y hombres no hablan de ello en ninguna ocasión. El noviazgo es otro asunto importante para las mujeres, en la tabla podemos observar que tiene el 13%. Los gays hablan de éste en 33% de las ocasiones, pero los hombres no hacen referencia a ello.

Tabla 3.4: Expresiones sobre salud sexual

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.
4. SALUD SEXUAL			
4.1 Abuso sexual	23%	Fantasías sexuales	67%
4.2 Satisfacción sexual	23%	Abuso sexual	33%
4.3 Sexualidad	23%		
4.4 Embarazo	11%		
4.5 Hormonas	11%		
4.6 Anticoncepción de emergencia	11%		

Como hemos podido observar en las tablas anteriores, los temas de los que hablan mujeres hombres y gays son distintos, aunque se pueden englobar en las mismas categorías. En este caso, los gays no registraron ninguna expresión que pueda ser englobada en Salud sexual, mientras que las mujeres exponen el mayor número de expresiones para dicha categoría y los hombres sólo dos.

Aquí podemos observar como de lo que más hablan las mujeres es de abuso sexual, satisfacción sexual y sexualidad, con el 23% de menciones cada una. Sin embargo, el embarazo, las hormonas y la anticoncepción de emergencia, son citados menos veces, el 11%

Los hombres sólo tienen dos temas: fantasías sexuales y abuso sexual. Este último es compartido por ambos sexos, sólo que mientras los hombres hablan sobre él 33% de las veces, las mujeres lo hacen 23%.

Asimismo tenemos que los hombres charlan el 67% de las veces sobre sus fantasías sexuales, mientras que las mujeres no opinan al respecto.

El embarazo, la anticoncepción de emergencia y las hormonas son otros temas de los cuales sólo hablan las mujeres (11% para cada una), siendo que los hombres nunca los mencionan. Por otro lado, la satisfacción sexual es citada por las mujeres el 23% de las veces y ninguna vez por los hombres.

Tabla 3.6: Expresiones sobre entretenimiento

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.
6. ENTRETENIMIENTO.			
6.1 Espectáculos	70%	Espectáculos	77%
6.2 Muerte de famosos	30%	Deportes extremos	15%
		Muerte de los famosos	8%

En la tabla general de expresiones se explicó que los hombres hablan más sobre entretenimiento que las mujeres y en la tabla que presentamos aquí podemos apreciar los temas que componen la categoría de entretenimiento para ambos casos. Las mujeres tratan sobre espectáculos el 70% mientras que los hombres lo hacen el 73%.

La muerte de los famosos es otro tema del que se habla, sólo que mientras la mujeres lo hacen el 30%, los hombres sólo el 8%.

Otro dato significativo es el referente a los deportes extremos, los hombres hablan de ello el 15% de las veces, mientras que las mujeres nunca lo mencionan.

Tabla 3.7: Expresiones sobre hombres

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.
7. HOMBRES			
7.1 Conquistar hombres	50%	Hombres maricones	33.30%
7.2 Rel. con hombres menores	50%	Los hombres conquistan mujeres	33.30%
		"Soy muy macho"	33.30%

Esta tabla corresponde a las expresiones que sobre hombres hacen ellas y ellos. Es de destacarse que aunque fueron colocadas en la misma categoría, los temas a que hacen referencia las mujeres son muy distintos a los que hacen referencia los hombres.

Ellas hablan sobre conquistar hombres el 50%, mientras que ellos, aseguran el 33% de las veces que son los que conquistan a las mujeres.

Por otro lado, sostener relaciones con hombres más chicos es un tema del cual las mujeres conversan el 50% de las ocasiones. En cambio, cuando los hombres hacen referencia a otros hombres hablan de maricones (33%) y de machos. Asegurando en éste último rubro: "Soy muy macho"

Tabla 4: Relaciones de mujeres, hombres y gays en Con Sello de Mujer

MUJERES	PORC.	HOMBRES	PORC.	GAYS	PORC.
1.CON MUJERES	35%	1.CON MUJERES	50%	1.CON MUJERES	93%
2 CON HOMBRES	44%	2 CON HOMBRES	46%	2 CON HOMBRES	7%
3 CON GAYS	21%	3 CON GAYS	4%	3 CON GAYS	

En esta tabla podemos observar el porcentaje de veces en que se relacionan cada sexo con los demás. Como podemos ver, las mujeres se relacionan más con hombres que con mujeres y gays; teniendo que con los primeros lo hacen el 44% de las veces, con las mujeres el 35% y con los gays el 21%.

Los hombres, por su parte, alternan más con mujeres (50%) que con hombres (46%); sin embargo es de resaltar que se relacionan con gays sólo el 4% del total de las veces. Por otro lado, los gays no entablan relaciones con otros gays mientras que el 93% de las veces lo hacen con mujeres y sólo el 7% con hombres.

Tabla 4.1 Relaciones que mantienen las mujeres con mujeres, hombres y gays en Con Sello de Mujer

RELACIONES	MUJERES CON MUJERES	RELACIONES	MUJERES CON HOMBRES	RELACIONES	MUJERES CON GAYS
1.CON MUJERES		2.CON HOMBRES		3. CON GAY	
1.1 Trab./igualdad	27%	2.1 Seducción	39.80%	3.1 Aprendiz./sum.	86%
1.2 Trab./compañe.	19%	2.2 Trab./igualdad	15%	3.2 Amis. Solidaria	6%
1.3 Enseña./autor.	12%	2.3 Trab./autoridad	10%	3.3 Trab./ igualdad	4.10%
1.4 Aprendiz./sum.	11%	2.4 Aprend./ sum.	10%	3.4 Trab./ autor.	1.30%
1.5 Trab./cooperac.	10%	2.5 Amistad	6%	3.5 Trab./indiferen.	1.30%
1.6 Trab./ autor.	6%	2.6 Trab./compa	6%	3.6 Trab./ democ.	1.30%
1.7 Trab./indiferen.	5%	2.7 Trab/ indiferen.	4%		
1.8 Amistad	4%	2.8 Atracción	3%		
1.9 Trab./sum.	3%	2.9 Amis. Solidaria	2%		
1.10 Amis. Solidaria	2%	2.10 Trab./coop.	1%		
		2.11 Enseñ./ autor.	1%		
		2.12 Amis./compa.	1%		
		2.13 Conquista	0.60%		
		2.14 Amist./sum.	0.60%		

En este cuadro podemos observar las relaciones que las mujeres mantienen con mujeres, hombres y gays. El primer dato que salta a la vista es que las mujeres tienen más relaciones con hombres que con los otros dos géneros. Por otro lado, notamos que la relación que más sostienen las mujeres con los hombres, es de Seducción con el 39.8% de las veces, mientras que con las mujeres la relación de trabajo/igualdad es la que da el mayor porcentaje (27%) y con gays, aprendizaje/sumisión, es la que más se repite con el 86% del total.

De lo anterior, podemos argüir otros resultados como: la relación de aprendizaje/sumisión entre mujeres se repite el 11%; mientras que con los hombres el 10%, así también Trabajo/igualdad es una relación que las mujeres establecen con los hombres el 15% y con los gays sólo el 4.1%.

Por otro lado, las relaciones de enseñanza/autoridad se dan entre mujeres el 12% de las veces; mientras que con los hombres, las mujeres sostienen este tipo de relación sólo el 1% de las veces y con los gays no se da.

Otro punto a destacarse son las relaciones amistosas. Entre mujeres éstas se dan el 4%, mientras que las mujeres sostienen este tipo de relación con los hombres el 6%; en cambio con los gays, la amistad se da en calidad de solidaria el 6% de los casos. Es necesario tomar en cuenta que la amistad solidaria se da también entre mujeres y entre mujeres y hombres, así tenemos que el tipo de relación amistosa solidaria se genera, en el ambos casos, el 2%

Como el lector podrá haber notado, existen diferentes tipos de relaciones de trabajo y de amistad entre otras, para lo cual desglosaremos estos puntos para su mayor entendimiento.

Tabla 4.1.1 Relaciones de trabajo de mujeres con mujeres, hombres y gays

TRABAJO	MUJERES CON MUJERES	TRABAJO	MUJERES CON HOMBRES	TRABAJO	MUJERES CON GAYS
Igualdad	27%	Igualdad	15%	Igualdad	4.10%
Compañerismo	19%	Compañerismo	6%	Autoridad	1.30%
Cooperación	10%	Cooperación	1%	Indiferencia	1.30%
Autoridad	6%	Autoridad	10%	Democracia	1.30%
Indiferencia	5%	Indiferencia	4%		
Sumisión	3%				

Esta tabla contiene el desglose de las relaciones de trabajo que sostienen las mujeres con su mismo género y con los otros. Podemos observar que el trato trabajo/igualdad es sostenido con mujeres en mayor porcentaje que con hombres y con gays, ya que con las primeras se da el 27% de las veces, con los hombres el 15% y con los gays sólo el 4.1%. Por otro lado, la autoridad se da en mayor medida con los hombres, ya que se presenta el 10%, mientras que con su mismo género sólo lo hace el 6% y con los gays el .3% de las veces.

Otro punto muy importante a resaltar es que la sumisión en las relaciones de trabajo, la sostienen las mujeres con su propio género el 3% de las ocasiones mientras que con los demás géneros no se presentan. Por otro lado, el compañerismo en las relaciones de trabajo sólo se da entre mujeres y mujer-hombre. En el primer caso se presenta un 19% y en el segundo 6%; sin embargo, es de resaltar que la democracia sólo se presenta en las relaciones laborales entre mujer-gay y lo hace un 1%.

La indiferencia es otra de las relaciones que se da en los tres casos. Entre mujeres el 5%, con hombres el 4% y con gays el 1%

Tabla 4.2 Relaciones que mantienen los hombres con mujeres, hombres y gays en Con Sello de Mujer

RELACIONES	HOMBRES CON MUJERES	RELACIONES	HOMBRES CON HOMBRES	RELACIONES	HOMBRES CON GAYS
1. CON MUJERES		2. CON HOMBRES		3. CON GAY	
1.1 Trab./ igualdad	20%	2.1 Amistad	48%	3.1 Aprendiz./sum.	80%
1.2 Trab./cooper.	17%	2.2 Trab./compa.	21%	3.2 Trab./democ.	20%
1.3 Trab./compa.	13%	2.3 Aprendiz./sum.	11%	3.3 Aprendiz./democ	20%
1.4 Enseñ./autor.	11%	2.4 Amis./compañ.	7%		
1.5 Seducción	10%	2.6 Trab./igualdad	3%		
1.6 Trab./sumisión	6%	2.7 Trab./democ.	2%		
1.7 Atracción	4%	2.8 Amis. Solidaria	2%		
1.8 Trab./ autor.	4%	2.9 Trab./autor.	2%		
1.9 Amistad	3%	2.10 Enseñ./demo.	1%		
1.10 Conquista	2.50%	2.11 Aprendiz./demo	1%		
1.11 Rechazo	2.50%	1.12 Rechazo	1%		
1.12 Trab./indif.	2%	2.13 Trab./coop.	1%		
1.13 Amis./compro.	2%				
1.14 Trab./demo	1%				
1.15 Apren./sum.	1%				
1.16 Amis./ sum.	1%				

Este cuadro contiene las relaciones que sostienen los hombres con su mismo género y con los otros. Es de notarse que ellos se relacionan más con las mujeres que con los demás géneros. Además, con las mujeres sostienen relaciones de trabajo/igualdad en un 20%, siendo éstas las que más se repiten, mientras que con su mismo género las amistosas ocupan el

primer lugar con el 48% del total de las ocasiones y con los gays la que más se repite es la de aprendizaje/sumisión con el 80%.

La amistad de hombres y mujeres sólo se da el 3% de las veces y con los gays no se da. Sin embargo, con las mujeres se da una amistad sumisa el 1% de las veces y este tipo de relación no se presenta con los otros grupos de análisis.

Por otro lado, es de notar que la relación de enseñanza autoridad la sostienen sólo con las mujeres en un 11%; mientras que con los demás géneros no se presenta en ninguna ocasión; así también las de rechazo con las mujeres arrojan un 2.5%, con los hombres el 1% y con los gays en ninguna ocasión.

Otro punto a destacarse es que las relaciones de aprendizaje/sumisión se dan con las mujeres el 1% de las veces; mientras que, con su mismo género se establecen el 11% de las ocasiones y con los gays el 80%

Al igual que las mujeres, podemos observar en esta tabla que existen muchos tipos de relaciones de trabajo que serán analizadas más adelante.

Tabla 4.2.1 Relaciones de trabajo de hombres con mujeres, hombres y gays

TRABAJO	MUJERES CON MUJERES	TRABAJO	MUJERES CON HOMBRES	TRABAJO	MUJERES CON GAYS
Igualdad	20%	Igualdad	3%	Democracia	20%
Cooperación	17%	Cooperación	1%		
Compañerismo	13%	Compañerismo	21%		
Sumisión	6%	Autoridad	2%		
Autoridad	4%	Democracia	2%		
Indiferencia	2%				
Democracia	1%				

Esta tabla nos muestra los diferentes tipos de relaciones de trabajo que sostienen los hombres con mujeres, varones y gays. Es de apreciarse que la única que sostiene este género con gays es de carácter democrática. Por otro lado, las de igualdad entre hombres se dan el 20% de las ocasiones mientras que con las mujeres sólo el 3%.

El compañerismo sin embargo, se da más con las mujeres, pues éste tiene el 21% de las veces mientras que con su mismo género sólo aparece el 13%. La sumisión sólo aparece en las relaciones con mujeres el 6% y la autoridad el 4% para el sexo femenino y el 2% para el masculino. La democracia es mayor entre hombres con el 2% que con las mujeres que se da el 1%, sin embargo se presenta con los gays el 20% del total.

Por último, las relaciones de trabajo/cooperación entre hombres son del 17% y con mujeres sólo se presentan el 1%.

Tabla 4.3 Relaciones que mantienen los gays con mujeres, hombres y gays en Con Sello de Mujer

RELACIONES	GAYS CON MUJERES	RELACIONES	GAYS CON HOMBRES
1. CON MUJERES		2. CON HOMBRES	
1.1 Enseñ./aut	72%	2.1 Enseñ./autor.	75%
1.2 Trab./ igualdad	12%	2.2 Trab./igualdad	25%
1.3 Amistad	8%		
1.4 Trab./autor.	2%		
1.5 Trab./democ.	2%		
1.6 Trab./sumisión	2%		
1.7 Trab./compa.	2%		

En este cuadro que muestra las relaciones que sostienen los gays con los demás géneros, podemos observar que éstos no se relacionan consigo mismos. Además las que sostienen con las mujeres supera por mucho a las que tienen con los hombres.

Sin embargo, apreciamos que con ambos sexos la relación que más se da es la de enseñanza/autoridad que en el caso de las mujeres se repite el 72% y con los hombres el 75%. Trabajo/igualdad también se da en ambos casos sólo que con las mujeres el 12% y con los hombres el 25%.

Un dato que salta a la vista es que las relaciones amistosas sólo las entablan con mujeres el 2% de las veces, con los hombres no se registra ninguna relación de este tipo.

De igual manera que en los casos anteriores, las relaciones de trabajo son las que más sostienen, sobretudo con el sexo femenino, así tenemos que la autoridad, la democracia, la sumisión y el compañerismo se dan todas en un 2% para cada una.

Fuente: Análisis hecho sobre el programa *Con Sello de Mujer* en los capítulos del 7 y 8 de abril de 2003.

CAPÍTULO IV

TODAS SOMOS EVA



TODAS SOMOS EVA

Hasta aquí hemos expuesto las teorías y la metodología que le dan vida a nuestra investigación, el propósito del presente y último capítulo es comparar ambos datos, es decir, confrontar el modelo clásico de género con los resultados obtenidos del análisis de la mediación cognitiva realizado al programa **Con Sello de Mujer** para poder determinar si éste forma parte de una comunicación innovadora o conservadora.

Por el diseño mismo de dicha revista femenina y a primera vista se puede pensar que se trata de un producto comunicativo de carácter innovador, ya que presenta a cuatro mujeres, de edades distintas que son exitosas en el ámbito profesional e independientes tanto emocional como económicamente, pero ¿**Con Sello de Mujer** es realmente un programa que innove los roles femenino y masculino o sólo es un intento por tratar de mostrar avances en cuanto a los modelos de género?

Para desentrañar lo anterior es necesario recordar que los géneros son construcciones sociales complejas, que le confieren a la humanidad atributos y símbolos que le sirven para la convivencia. Estas son las diferencias verdaderas entre el mundo animal y el género humano.

Por estas edificaciones simbólicas, que ahora sabemos no se dan de forma natural, podemos comprender mejor que las diferencias entre hombres y mujeres van más allá de los atributos físicos con los que venimos al mundo. Gracias a lo anterior y al análisis de la mediación cognitiva llevada a cabo en **Con Sello de Mujer**, encontramos que este producto comunicativo maneja tres formas de asumirse: Hombres, mujeres y gays.

En este punto es necesario detenernos ya que, debemos aclarar que en el presente trabajo no consideramos la homosexualidad como un género más; sin embargo, no podemos negar la existencia de personas homosexuales con afinidades emocionales distintas a las de los hombres y las mujeres y que tienen una preferencia sexual distinta y es gracias a ello que se asumen a sí mismos como gays.

Cada uno de los géneros encontrados en la revista televisiva está dotado de características que los definen y los distinguen de los demás y son éstas las que confrontaremos con el modelo antiguo.

Por otro lado, es necesario apuntar que, las particularidades que encontramos en el grupo determinado como gay son distintas a las halladas entre los géneros masculino y femenino y es por ello que lo categorizamos de esa manera. Sin embargo, es necesario apuntar que, a pesar de ser distintos de los hombres y las mujeres, en **Con Sello de Mujer**, los gays se encuentran desdibujados y más bien conferidos con características tanto femeninas como masculinas.

Bajo estas condiciones, debemos desentrañar las renovaciones o conservaciones que se desprenden del análisis de la mediación cognitiva realizado en esta investigación y determinar si **Con Sello de Mujer** es transformador o conservador

Es necesario recordar que un modelo conservador ofrece una visión de géneros como complemento uno del otro, es decir, hombre-mujer, confiriéndole a cada uno de ellos características y roles que deben cumplir. Se hace hincapié en la complementariedad entre unos y otros y se deja de lado otras formas de ser.

De esta manera, a las mujeres se les atribuye características de esposa, madre y ama de casa; mientras que a los hombres se les otorga el papel de protector, proveedor del hogar y además dueño del poder en todos los sentidos. Como cada género debe ser complemento del otro, las uniones homosexuales no están permitidas.

Por otro lado, una visión renovadora facilitaría y promovería los cambios sociales alejados al modelo estereotípico, cambios que, como lo asentamos en el primer capítulo demanda la sociedad misma para poder explicar los fenómenos que en ésta se van originando. Sin embargo, no debemos perder de vista que, no hay un modelo totalmente innovador.

1 Mujeres: poder y seducción

*Si fuese una chica,
sería estúpida y débil,
tendría que usar maquillaje,
dedicarme a la cocina,
ser madre y coser.*

Ser un hombre: cuestiones de identidad

Como una forma de organización y productividad, en el mundo se han llevado a cabo, durante muchos siglos, roles específicos tanto para los distintos estratos sociales como para cada uno de los géneros. Gracias a esta organización el aparato social tomó forma y dio paso hacia el orden en un momento histórico determinado.

La comunicación pública es un fenómeno que contribuyó y aún contribuye a situar en la realidad los roles que permiten el funcionamiento social, es por ello que, en nuestros tiempos, los medios masivos de comunicación juegan un papel muy importante ya que llevan a cabo productos comunicativos en donde se exponen modelos de representación de género que son interiorizados por el público de manera consciente e inconsciente. De ahí la trascendencia de los contenidos expuestos en la radio, la televisión o la prensa.

Dentro del esquema clásico de género, las mujeres han sido un grupo dominado. No se trata sólo de los roles que les han sido asignados o de la visión que los hombres tienen sobre ellas: sus padres, abuelos, hermanos, primos, amigos, esposos, sino también la forma en que nosotras mismas nos miramos, nuestras madres, abuelas, maestras, amigas...

En realidad, el estereotipo femenino está totalmente arraigado en la mente de todos los que formamos las sociedades occidentales. Poco a poco, algunas han luchado por librarse de él.

En nuestros días, las mujeres estudian, no sólo la primaria o la secundaria, sino que terminan una carrera y la ejercen. Además se realizan en el campo laboral; sin embargo, las oportunidades siguen estando en desventaja. Los varones ganan más, tienen mejores empleos y más oportunidades.

Las féminas que acceden a este mundo laboral deben luchar con más trabajo y más esfuerzo y aún más, nunca se han librado de las tareas hogareñas. “No obstante que las mujeres salieron a trabajar al mundo tradicionalmente considerado de los hombres, siguieron realizando todas sus tareas acostumbradas; los hombres, en cambio, no entraron al mundo de las mujeres”.¹

En este sentido, el producto comunicativo analizado aquí, muestra mujeres que acceden al mundo profesional pero que siguen inmersas en las tareas que, socialmente les fueron conferidas. Es decir, son mujeres con poder y, al mismo tiempo, sin él.

Aunado a lo anterior, tenemos las dos grandes esferas en las que se han desarrollado las féminas y en las que, además, han sido catalogadas: por un lado Eva encarnando la seducción, la lujuria, la belleza física y la rebeldía, y por el otro, María, la madre, la esposa abnegada, la tierna, la sumisa y, por supuesto, la virgen.

Bajo estas condiciones, las “buenas mujeres” deben seguir el ejemplo de María, las demás, que han sido históricamente las más numerosas son la personificación de Eva.

Gracias al análisis de la mediación cognitiva realizado a **Con Sello de Mujer** pudimos encontrar que, las cuatro féminas titulares de la revista matutina así como todas aquellas que figuraron en ésta durante nuestro análisis, no son ni totalmente María ni totalmente Eva; sin embargo, muestran más rasgos de la segunda que de la primera. No obstante, aunque se coloquen en alguno de los dos estereotipos femeninos, el modelo tradicional o conservador sigue estando presente en ellas.

Así, tenemos en **Con Sello de Mujer**, féminas sensuales y seductoras, casadas con la idea de la mujer bonita y hueca que se preocupa mucho más por su apariencia física que por cualquier otra cosa (Ver Tabla 3 Expresiones de mujeres, hombres y gays y Tabla 3.1 Expresiones sobre apariencia), a pesar de ello tienen un lugar preponderante en el mundo laboral y luchan, desde esa trinchera, por el poder.

¹ Hierro, Graciela. El feminismo es un Humanismo. ¿Por qué las humanidades?. Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos. Cuernavaca. Marzo- junio de 1995

1.1 Eva: la seductora tentación de la manzana.

Existen dos referencias significativas para el estudio de **Con Sello de Mujer** que se encuentran fuera de los datos cuantificados. Estos dos aspectos muy importantes en el entendimiento del programa, como innovador o conservador de representaciones de género, nos ofrecen una visión trascendente en cuanto a los modelos ofrecidos históricamente para las mujeres.

Por lo tanto, antes de comenzar con el análisis de los aspectos determinados por las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de los personajes contenidos en la revista femenina, empezaremos con la exposición de los puntos mencionados con anterioridad, ello con la finalidad de introducir en el lector un panorama de valoración que se efectúa en el programa para con el género femenino.

Uno de los aspectos que podemos descubrir a simple vista en el producto comunicativo analizado en el presente trabajo, son los roles que juegan cada una de las conductoras, según la edad que representan

Ya hemos mencionado en el segundo capítulo, que **Con Sello de Mujer** es una revista que trata de mostrar al público las diferentes etapas en la vida de la mujer. Cada una de las cuatro conductoras tiene una edad distinta, marcada por la manera de hablar, de vestir y de conducirse.

Así tenemos que, Maggie Hegyi es la adolescente de veinte años, Gloria Pérez Jácome representa la juventud de los veinticinco; Anette Cuburu la madurez de los treinta y Teresa Bermea representa a las adultas en plenitud con su experiencia de cuarenta y cinco. Cada una maneja una imagen distinta, según el perfil de su edad.

De esta manera, tenemos que la adolescente se viste de manera discreta; siempre de pantalón y blusas color suave; el cabello lacio hasta el hombro, de color rubio claro; la joven utiliza faldas, pero sin caer en lo voluptuoso, el cabello oscuro, muy largo y lacio.

Anette, es la más sexy y coqueta del grupo, morena, con el cabello extremadamente rubio, largo y rizado y Bermea, la seria y experimentada mujer de vestimenta sobria, cabello muy corto y siempre preocupada por los aconteceres de su género.

Además, las invitadas al programa no distan mucho de esta imagen. Son mujeres muy sensuales vestidas con faldas cortas, pantalones apretados y blusas muy seductoras, siempre bajo una actitud coqueta o cachonda, sexy o pícaro, pero invitando a la seducción²

Lo anterior es de gran importancia ya que, como lo vimos en el capítulo I, una de las características de las mujeres es su carácter seductor (Eva), por un lado, o virginal (María) por el otro. Maggy, con la imagen de niña, ofrece una visión incólume, mientras que Anette es sexy; es decir seductora. Sin embargo, aunque Maggy maneje una apariencia más cercana a María, los resultados arrojan a las mujeres de nuestro estudio mas hacia el modelo de Eva, aunque ambos sean extremadamente conservadores.

También es necesario apuntar que cada uno de estos roles escenificados por su edad, son características socialmente impuestas a las mujeres, las cuales según su edad física deben comportarse de maneras distintas para evitar la crítica no sólo de otras mujeres, sino también de los hombres con los que se desarrollan de manera habitual.

Lo anterior parte del hecho de que, las mujeres jóvenes tienen el "permiso" de vestirse un poco más atrevido, recordemos aquel dicho de "el que no enseña, no vende", pero a las mujeres de edad más avanzada esta dádiva les es negada. Por supuesto que en ambos casos, las mujeres son catalogadas de maneras groseras y poco favorecedoras. Algunas tienen el permiso masculino, otras no, pero siempre se cae en la cuenta de que los estándares con los cuales son medidas provienen de las valorizaciones que los hombres, en determinado momento histórico, les confirieron, manejando siempre, una doble moral. Acción, sin duda, de carácter conservador.

El segundo dato significativo dentro de la revista televisiva es lo que he llamado "la pasión de la manzana".

Apuntábamos en el capítulo primero, la importancia del mito de Eva, como un elemento que determinó la opresión social hacia las mujeres. A partir de la metáfora de la manzana, fruto del árbol de la ciencia del bien y del mal, las mujeres fueron culpadas de la expulsión del género humano del

² Véase Tabla 2.2 Acciones de Seducción

paraíso³ y por lo tanto señaladas como las artífices de las desgracias de los hombres y, en general, de toda la humanidad. Esta metáfora es explotada en **Con Sello de Mujer** como el logotipo del programa.

El distintivo, forma parte de la revista televisiva desde sus inicios, incluso, durante una larga temporada, fue incorporado como parte de la escenografía. La alusión hacia el *pecado de Eva*, no puede ser menos obvio: Una manzana mordida que forma la silueta del rostro de una mujer.

Eva, en su implacable seducción hacia Adán, mordiendo la manzana que, muchos siglos después, se convertiría en el símbolo del mal llamado *sexo débil*.

De esta manera, encontramos otro aspecto conservador dentro de un programa que pretende enarbolar la innovación en un contexto femenino. Para nosotros el hecho de haber considerado la manzana como el logo de la revista muestra además de la conservación, un aspecto que las mujeres han tomado como cierto desde el inicio de los tiempos: La culpabilidad de la expulsión del paraíso terrenal. Un pecado totalmente arraigado en las mujeres desde muchos siglos atrás.

En este punto debemos recordar que la escenografía y el diseño gráfico del programa se encuentran en manos de una mujer: Alma Toledo; por lo tanto, lo anterior nos llevaría a la visión que tienen las mujeres sobre sí mismas; sin duda, en este caso, nos encontramos ante la conservación de un modelo, que además, está totalmente interiorizado y adoptado como válido.

1.2 Mujer es poder

En **Con Sello de Mujer** podemos encontrar un número considerable de mujeres⁴, además de las cuatro conductoras que son el centro de la revista femenina.

³ Véase capítulo I: Representaciones sociales: origen de los géneros, apartado 2.3 Mujer: ¿seductora o virginal? Pp 17-20

⁴ En nuestra investigación encontramos 45 mujeres, contando a las conductoras y las invitadas.

Con dos horas de duración, el programa televisivo cuenta con distintos invitados e invitadas. Los cuales fueron tomados en cuenta, también, para el análisis.

De la suma de perfiles de las conductoras e invitadas es de donde pudimos obtener el modelo de género femenino que nos ofrece la emisión televisiva que hemos analizado.

Este producto comunicativo pretende ofrecer la perspectiva de mujeres trabajadoras, activas, capaces e independientes. Desde el simple hecho de ser una producción hecha y conducida por ellas, la idea de este género ante los oficios propios de un varón brinda un cambio ante el modelo clásico de como ser mujer.

Además de esto, rompiendo los esquemas de la mujer callada y sumisa, en **Con Sello de Mujer** encontramos que las féminas entablan largas conversaciones con el género masculino y con los homosexuales (ver Capítulo II. *Un método Con Sello de Mujer*. Apartado 2.4 Nota aclaratoria), además de que buscan dar su opinión aunque para ello tengan que interrumpir, es decir, buscan constantemente romper con el modelo de la mujer que no habla frente a un hombre. A pesar de ello, cuando se trata de departir sobre temas importantes, ante la presencia de un varón, sus actitudes cambian mucho y se dejan ver como ignorantes. Aún más, ante la presencia de un gay, son totalmente sumisas y dispuestas al aprendizaje⁵.

Sin embargo, las mujeres de **Con Sello de Mujer** son *mandonas* y no tienen miedo de mostrarse de esa manera manifestando con regularidad actitudes autoritarias tanto con mujeres como con hombres y gays⁶. Sin embargo, cuando se trata de hablar de temas importantes, ante la presencia de un hombre, sus actitudes cambian mucho y se dejan ver como ignorantes. Aún más, ante la presencia de un gay, son totalmente sumisas y dispuestas al aprendizaje⁷.

⁵ Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 4.1 Relaciones que mantienen las mujeres con mujeres, hombres y gays.

⁶ Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 2 Actitudes de mujeres, hombres y gays dispuestas por categorías y Tabla 2.4 Actitudes autoritarias

⁷ Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 4.1 Relaciones que mantienen las mujeres con mujeres, hombres y gays

Otro ejemplo claro de esto es que a pesar de ser un programa de mujeres, hecho para las mujeres, la mayoría de los especialistas invitados son hombres, favoreciendo esta condición que los varones se muestren como los dueños del conocimiento.

Así nos encontramos ante el hecho de que las mujeres se la pasan preguntando y escuchando a los varones (ver Tabla 1.1 Acciones de debate); mientras que éstos pueden hacer gala de sus saberes contestando a todas las dudas que las féminas tienen.

No obstante, el solo suceso de que las mujeres tengan el mando y sus opiniones es un avance ante el modelo clásico en el que, las mujeres no tenían ni voz ni voto. Sin embargo, al mostrarse dudosas y siempre preguntar a los hombres, nos muestran una parte conservadora del modelo de género; es decir, nos dejan en claro que los conocedores son los varones.

Por otro lado, el solo hecho de contemplar a los gays como merecedores de tener una opinión y, además ser considerada ésta como válida para la enseñanza, es una renovación ante el modelo clásico en el que, de entrada, esta manera de ser no existe. (ver Tabla 4.1 apartado de relaciones de mujeres con gays y Tabla 4.2 apartado de relaciones de hombres con gays). Esto, sin duda nos muestra ciertas contradicciones dentro de los contenidos del programa. Por un lado existe conservación y por otro lado, el deseo de renovar.⁸

Ahora bien, ya que hablamos de tomar en cuenta las opiniones, nos topamos con el hecho de que, los hombres hacen uso de este derecho con mucha frecuencia; mientras que las mujeres no lo hacen tanto (Tabla 1.1 Acciones de debate). Esta condición viene a reforzar el aspecto de que a los varones se les ha otorgado el poder del saber, por lo tanto estamos ante otro punto de conservación dentro de **Con Sello de Mujer**.

Por otro lado, los trabajos que desempeñan tanto hombres como mujeres dentro del programa, muestran una gran desigualdad de género. Característica que encontramos en la construcción de las sociedades occidentales.

⁸ Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 1 Acciones de debate y Tabla 4.3 Relaciones que mantienen los gays con mujeres, hombres y gays

Mientras que ellos se desarrollan en el trabajo intelectual, a las mujeres se les delega a labores en los cuales pueden lucir *bonitas* sin tener que abrir la boca, esto es, en el modelaje⁹. Lo cual nos llevaría de nueva cuenta a pensar en aquello de que los varones son más importantes. Con ello, **Con Sello de Mujer** refuerza el modelo conservador que implica, para los hombres, el trabajo instrumental y docto.

1.3 Entre la seducción y el poder

Debemos destacar que las féminas de **Con Sello de Mujer** se muestran fuertes e independientes e incluso, siempre mantienen relaciones de trabajo en términos de igualdad ante otras mujeres, (aunque su condición de mandato lo dejan bien claro unas con otras. Se trata más bien de una relación en la que se saben en iguales condiciones); mientras que frente a la presencia masculina son totalmente seductoras y amistosas y ante los gays totalmente sumisas y receptivas¹⁰

Por supuesto que, ante esto nos encontramos con una innovación: mujeres independientes que trabajan fuera del hogar, que tienen poder y un peso importante en el mundo laboral donde se desarrollan, pero también encontramos formas que se apegan al modelo clásico, ya que, ante un varón, ellas se mantienen *sexys* y seductoras, atributos heredados por la madre de todas las mujeres: Eva.

Lo anterior constituye un nuevo elemento del modelo clásico de la mujer. Si bien ésta debe ser virginal, durante mucho tiempo se le ha considerado como la culpable de la pérdida de los hombres ya que es poseedora de una "Seductora Belleza"¹¹ de la cual, difícilmente puede escapar un varón.

⁹ Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 1.6 Acciones de trabajo.

¹⁰ Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 4.1.1 Relaciones de trabajo de mujeres con mujeres, hombres y gays y Tabla 2 Actitudes de mujeres, hombres e intermedios dispuestas por categorías

¹¹ Bormay, Erika. *Las hijas de Lilith*. Madrid, España, Cátedra, 1998 . p 36

De esta manera, las mujeres se encuentran inmersas en dos esferas de comportamiento totalmente distintas, por un lado el poder que a cuenta gotas se saborean ante la lucha por lograr espacios cada vez más definidos y por el otro la seducción con la que han sido catalogadas y de la cual, en ciertas ocasiones, sacan provecho. En **Con Sello de Mujer**, se nos muestran mujeres que están, sin duda, entre la seducción y el poder.

Por supuesto que el poco o mucho poder del que gozan, es resultado de la lucha que las mujeres de todos los tiempos han mantenido para ser tomadas en cuenta y poder desempeñarse en cualquier rubro laboral. Sin duda un paso hacia adelante en la innovación, aunque al combinar esto con la seducción signifique un acercamiento al modelo clásico.

Rompiendo con la conservación de dicho modelo, encontramos que la seducción que antes era ignorada por los varones ya que se encontraban desamparados ante la lujuria femenina, en **Con Sello de Mujer** es explotada. Es decir, los hombres seducen a las mujeres y como ellas, se muestran *sexys* (Ver Tabla 2 Actitudes de hombres, mujeres y gays y Tabla 2.2 Actitudes de seducción). Sin duda ello constituye una renovación ante el modelo antiguo de ser hombre.

Esta clase de innovaciones es la que más llama la atención, ya que antes se creía que las que debían ser bellas y cariñosas eran las mujeres, mientras que los varones debían mantenerse en su posición de frialdad y demostrarse a sí mismos y a los demás lo "machos" que eran. Ahora, para los hombres es igual de importante mostrarse coquetos, amables, cariñosos, sonrientes y seductores y *sexys* con la finalidad de conquistar a las mujeres con detalles que van más allá de los regalos y las flores.

1.4 Somos bellas y saludables

Un aspecto que define a las mujeres de **Con Sello de Mujer** es que dedican mucho tiempo a la belleza personal, el buen vestir y la salud, preocupaciones que, desde siempre, los hombres les han conferido y reprochado al otro género.

Casi todos los segmentos del programa femenino tienen que ver con los asuntos mencionados con anterioridad. El aspecto, en todo su

contexto, forma parte muy importante de las acciones y expresiones de las féminas.

La apariencia es el tema del que más hablan, pero no sólo las mujeres, los hombres y los gays también dedican largas conversaciones a estos rubros, lo interesante es que todos se preocupan mucho por esto, pero enfocado hacia las mujeres; es decir el otro género y los homosexuales se encuentran muy preocupados por la apariencia de las féminas. (Ver Tabla 3, Expresiones de mujeres, hombres y gays y Tabla 3.1 Expresiones sobre la apariencia.)

Dentro de lo que englobamos como apariencia, se encuentra la moda, el sobrepeso y las dietas, el bronceado, la depilación, etc. Los hombres, por su parte, también están muy preocupados por esto, la diferencia radica en dos cosas fundamentalmente.

La primera es que exteriorizan menos que ellas su preocupación por la belleza exterior, y la segunda es que, como se mencionó antes, no les interesa su apariencia física, sino la apariencia de las mujeres.

No es un secreto que a las mujeres siempre les ha importado lucir bien, ello también gracias a las ideas del modelo antiguo en el cual las mujeres debían ser bonitas pero tontas, no debían ser inteligentes, (podemos recordar aquel dicho de "las mujeres son de cabellos largos y de ideas cortas" frase célebre, dicha nada menos que por Aristóteles) ahora, esa belleza física va de la mano con la salud, la cual significa en nuestros tiempos estar delgado y sin grasa en el cuerpo. De ello es de lo que más se trata al mencionar este tema: dietas, ejercicios, cremas reafirmantes, mascarillas, etc. Aunque también hacen mención a rubros como la ginecología, la esterilidad y otros, aunque éstos sean mencionados las menos de las veces.¹²

La nutrición, tanto de las mujeres como las de sus hijos; el estrés, problemas circulatorios, entre otros son también temas que les causan preocupación a las féminas y los cuales se engloban dentro de la salud.

Desafortunadamente, ambos casos nos muestran un acercamiento hacia el modelo clásico. Mujeres preocupadas en lo sumo por su belleza, tal y como las describe Erika Bornay en las Hijas de Liliith, ganando terreno en

¹² Véase Capítulo III. *Las cantidades de los géneros*. Tabla 3.2 Expresiones sobre Cuerpo sano

los aspectos laborales, cada vez más informadas pero siempre bajo las conservaciones del modelo.

Por otra parte, una conservación más, encaminada al ejemplo de María como la madre sacrificada y abnegada y como si los hijos fuesen el fin único de ser mujer, tenemos que la maternidad sigue siendo un punto muy importante para nuestro género, ya que las mujeres de nuestro estudio se muestran preocupadas por causas de esterilidad y de alimentación de sus pequeños.

Los hombres, en cambio, no muestran preocupación por estos temas. La nutrición de los hijos y la esterilidad siguen siendo temas femeninos en los que los hombres no se ocupan. Esto, sin duda es conservador de la masculinidad.

2 Sensibilidad masculina

*Hay claras ventajas en ser un chico,
desde una mayor independencia
y oportunidades para hacer una carrera
hasta el menor riesgo en caso de asalto físico y sexual*
Ser un hombre: cuestiones de identidad

Históricamente, los varones han sido privados de la oportunidad de exteriorizar sus sentimientos. Para poder ser considerados como hombres ante la vista de los demás, la sensibilidad y la demostración de sus debilidades les es vetada. Llorar, decir te quiero, abrazar, besar..., etc., son acciones que muy pocas veces podemos observar entre el género masculino, sobre todo si éstas demostraciones las realizan fuera del hogar, es decir delante de otras personas ajenas a su círculo.

Lo anterior se debe, principalmente a que, como parte de la creación de un modelo de género para los hombres, la definición que se le ha dado a la masculinidad es equivalente a poder, y como poderosos tienen que recurrir a "la represión de una amplia gama de necesidades y formas de expresión humanas"¹³

¹³ Kaufman, Michael. *Hombres: placer, poder y cambio*. CIPAF, Santo Domingo, 1989.

En nuestros tiempos, esta realidad puede estar cambiando; al menos, en el análisis que se realizó en **Con Sello de Mujer**, pudimos notar que los hombres son cada vez más abiertos en la manifestación de lo que sienten (ver Tabla 2.1 Actitudes emotivas positivas)

Se muestran de muy buen humor, alegres y efusivos la mayor parte del tiempo, además abrazan mucho tanto a las mujeres como a los hombres¹⁴ sin temor a ser juzgados por la realización de estos actos. En cuanto a exteriorizar sus sentimientos con gays, los varones no realizan este tipo de actos, quizá porque es un tabú la homosexualidad masculina y al relacionarse con personas que lo son, muchos hombres se asustan de que puedan ser catalogados o señalados como gays.

Incluso, son los varones los que realizan más acciones que manifiestan sus sentimientos. Las mujeres se muestran serias y un poco reservadas, son cariñosas pero muy pocas veces y abrazan en menos ocasiones de lo que lo hacen los hombres. Sin duda esto rompe los esquemas tradicionales de la masculinidad y de feminidad. Se puede ser un hombre sin tener que reprimir las emociones y se puede ser una mujer sin necesidad de mostrarlas.

Sin embargo, aunque las acciones emotivas son realizadas más por los hombres que por las mujeres, las acciones emotivas negativas, pese a lo que se podría pensar, son más realizadas por las segundas, esto equivale a otra renovación y otra conservación.

Por un lado tenemos hombres sensibles alejados de la violencia y del machismo por lo cual no se podían mostrar amistosos ante una mujer, por el otro tenemos mujeres gritonas, burlonas y enojonas¹⁵, cualidades conferidas también a lo que nos enseñaron acerca de ser mujer. Este tipo de estados de ánimo, han sido considerados por los hombres atributos naturales a las mujeres que sufren cambios hormonales durante la menstruación y la menopausia, basta recordar frases como "*déjala, anda en sus días*" o "*está menopáusica*" Expresiones dichas también por mujeres y no sólo por varones

¹⁴ Véase Capítulo III Las Cantidades de los Géneros. Tabla 1.3 Acciones emotivas positivas

¹⁵ Véase Capítulo III Las Cantidades de los Géneros. Tabla 1.4 Acciones emotivas negativas y Tabla 2.6 Actitudes emotivas negativas

2.1 Eres mi hermano del alma, mi amigo

Dentro de esta nueva manera de masculinidad en la que se pueden externar los sentimientos, nos encontramos con una gran preocupación de éste género: los amigos.

Es cierto que los hombres se relacionan más con mujeres que con hombres y viceversa (ver Tabla 4 Relaciones de mujeres, hombres y gays), lo que hace la diferencia es que mientras que con las mujeres los hombres manifiestan relaciones de igualdad ante el trabajo, aunque de vez en cuando hagan valer su autoridad, con los varones son siempre solidarios, amistosos y compinches. (Tabla 4.2 Relaciones de hombres con mujeres, hombres y gays)

En muchas de las acciones que realizan con su mismo género, los hombres se encuentran acompañados, ya sea física o moralmente, de su *brother* como ellos mismos lo denominan.

En los juegos o en las conversaciones serias siempre hacen hincapié en esta condición. Además, la mayoría de las relaciones que establecen con su mismo género son amistosas, acompañadas de vez en cuando con compañerismo, y/o solidaridad.

Por otro lado, la amistad entre los hombres es un tema que les preocupa sobremanera, la mayor parte del tiempo hablan sobre el¹⁶. Para los varones la amistad entre ellos mismos siempre ha sido profunda y duradera, existen amigos que se conocen desde muy pequeños y que se siguen frecuentando en la vejez.

Para las mujeres, en cambio, el vínculo amistoso, aunque es importante no es tan imprescindible, son pocas las féminas que conservan la amistad con compañeras de antaño, más bien, a lo largo de su vida logran relacionarse con muchas mujeres pero conservando en su vida a muy pocas, lo que es verdadero es que para ellas las amistades con varones, sin llegar a vínculos de pareja, son las que más se dan, y logran permanecer a lo largo de los años.

¹⁶ Véase Capítulo III *Las Cantidades de los géneros*. Tabla 3.3 Expresiones emotivas

En este sentido, los vínculos entre los varones son más duraderos, y el hecho de que en nuestro estudio sean encontrados significan dos cosas, por un lado la conservación del modelo, por otro la innovación, al ser ellos más emotivos que ellas.

Por otro lado, el amor y la pareja son mencionados por los varones solo de vez en cuando, salvo cuando se trata de pláticas en las que intervienen las relaciones sexuales: sobre todo ante las fantasías, en cambio, para las mujeres el amor, el matrimonio y la pareja siguen siendo temas de gran importancia, quizá por aquella idea de que el amor verdadero lo puede todo. Sin duda no podemos dejar de referirnos al modelo clásico, que sitúa a las féminas totalmente vulnerables ante el amor de un hombre y totalmente convencidas de que el matrimonio y la familia son el estado perfecto del ser.

En cuanto a la salud sexual, mientras que los varones se muestran preocupados por sus fantasías sexuales, las féminas se ocupan del abuso sexual, la satisfacción, el embarazo y los anticonceptivos, aunque es rescatable mencionar que, los caballeros están muy preocupados por el abuso que en este campo sufren las mujeres.

Estos datos un poco difíciles de desentrañar, por un lado, la amistad entre hombres es parte del modelo clásico de la masculinidad, ya que, como consideran a las mujeres como seres inferiores, la verdadera amistad la encuentran entre hombres. "Los hombres, muy a menudo no están dispuestos a aceptar a las mujeres como iguales"¹⁷ y por el otro su preocupación ante los abusos que su propio género ejercen sobre el otro.

2.2 Extensión del poder: el sexo

Mientras que lo importante de los hombres es la amistad, las mujeres para los hombres son significativas en el sexo. Sin duda esto también constituye un apego hacia las representaciones conservadoras de la masculinidad, ya que, el poder de este género es manifestado también en el terreno sexual o en el sentido de cuantas mujeres pueden llevar a la

¹⁷ Thompson, Keith. *Ser hombre*. Barcelona, España, Kairós, 1992

cama¹⁸. En contraste, su preocupación por el abuso sexual debe ser interpretado bajo dos vertientes.

Por un lado, habla de un cambio de representación ya que, durante mucho tiempo, las violaciones fueron consideradas como culpa femenina; es decir, ellas realizaban ciertas acciones que llevaban a los varones a atacarlas físicamente, por supuesto que, al ser provocados por las mujeres, los abusos sexuales no tenían ninguna importancia para ciertos sectores de los cuales no todos estaban compuestos por hombres, sino también por mujeres.

Ahora, según los datos arrojados por *Con Sello de Mujer*, los hombres se muestran muy preocupados ante tal situación, les importa que las féminas sean atacadas, la preocupación en sí nos muestra el cambio

Por otro lado, cabría la posibilidad de preguntarnos cual es la verdadera razón de la preocupación; es decir, se muestran intranquilos de que alguien viole a *su mujer* o les preocupa en realidad que ésta siga siendo una manifestación masculina para perpetuar el poder.

Bajo estos rubros, su preocupación los llevaría hacia la conservación de la masculinidad tal y como la conocemos ahora. Si nos apegamos a la primera respuesta, nos hablaría de cómo los varones siguen considerando a las mujeres como un objeto de su propiedad.

Si nos basamos en la segunda, estaríamos en el terreno de la renovación porque nos mostraría a los varones preocupados por la perpetuación del poder de un género sobre otro.

Sin embargo, a pesar de que las féminas siguen siendo vistas como propiedad masculina, temas como el noviazgo y el matrimonio, no son considerados por el hombre. Piensan en la pareja ideal y en el amor y le dan un gran peso a éstos, pero el compromiso está omitido en sus conversaciones. (Ver Tabla 3.3 Expresiones emotivas)

En cambio para las, amor, matrimonio y noviazgo tienen un gran peso entre sus preocupaciones, de hecho, los tres comparten la misma importancia. Los asuntos de pareja son muy relevantes para ellas, mientras que, para ellos no tanto, los amigos son más importantes.

¹⁸ Kaufman, Michael. *Hombres: placer, poder y cambio*. CIPAF, Santo Domingo, 1989.

Estos datos nos llevan de nuevo hacia la conservación de un modelo; ya que, históricamente, son las mujeres las que desean llegar al matrimonio y son ellas las más comprometidas en el noviazgo y relaciones de pareja. A los hombres, en cambio, no les gusta hablar de compromiso.

3 Soy Gay y trato de ocultarlo

En nuestras sociedades, ser gay es un verdadero martirio. Si bien cada vez son menos las personas que tratan de ocultar su pertenencia a este grupo, la aceptación social de ellos como una nueva forma de ser que además es válida, no se ha dado ni en todos los rubros ni de una manera sincera.

En **Con Sello de Mujer** nos encontramos con dos personas a las que denominamos como gays. Sin embargo, en muchas de sus actitudes y de sus acciones tratan de ocultarse a si mismos.

Para nosotros entran en esta categoría de género porque no actúan del todo como hombres y no actúan del todo como mujeres. Sus preferencias sexuales se enfocan hacia su mismo sexo y la manera en que hablan corresponde a lo que, desde hace años se denomina gay.

Ahora bien, aunque existe mucha literatura y muchas investigaciones acerca de la homosexualidad, la mayoría de estos textos penalizan la existencia de estas nuevas formas de ser y tratan de darle una explicación psicológica a los comportamientos que consideran *anormales*.

Algunos han denominado a la homosexualidad tanto femenina como masculina como el *otro sexo*, basándonos en las definiciones que ahora conocemos de sexo y género, entonces tendríamos que formar parte de un nuevo género. El cual, como tal, debe tener ciertas características y quizá roles. Pero como esta concepción del ser no existe en el modelo clásico de generidad, los gays y las lesbianas no gozan de estereotipos de género, sólo de aquellos que debieran tener según su sexo biológico y tomando en cuenta el rechazo que sufren socialmente. Por otro lado, las ciencias psicológicas y sociales no comparten la idea de categorizarlos bajo el concepto de género.

Lo anterior quiere decir que los estereotipos están más enfocados a que, no debiesen existir estas maneras de ser; sin embargo existen y buscan la aceptación de los integrantes de la sociedad, por lo cual, evidentemente, no nos encontramos frente al modelo clásico, sino ante la renovación.

Pero también significa por otro lado, que más allá de sus preferencias sexuales, de los gays y las lesbianas no sabemos nada. No conocemos sus formas de pensamiento, no sabemos de lo que hablan, no distinguimos que actitudes toman frente a la vida ni las cosas que realizan de manera diaria

En este sentido, con el sólo hecho de que dentro de **Con Sello de Mujer**, figuren dos personajes gays, constituye una clara innovación sobre el modelo antiguo de géneros. Quizá lo único que debemos reprochar es que sólo existan dos y no sean más.

Aun con ello, en el presente trabajo podremos conocer un poco más de sus perfiles y quizá ayudemos a encontrar características que ayuden a entender a los gays como un nuevo género aislado de roles, con capacidades ilimitadas y con mucho que aportar a las nuevas sociedades.

3.1 Nací para enseñar

En **Con Sello de Mujer** encontramos, como ya se mencionó, dos personas que figuran en el género gay. De ellos es de donde obtuvimos el perfil de este nuevo género el cual expondremos a lo largo de las siguientes líneas.

Comentamos en el apartado dedicado a las mujeres dentro de este mismo capítulo, que los gays de esta revista televisiva externalan sus opiniones y éstas son respetadas. Esto es novedoso, sin embargo, lo verdaderamente destacable en este caso es que, los gays llegaron al programa para enseñar. (Ver Tabla 4.3 Relaciones que mantienen los gays con mujeres y hombres)

La mayor parte del tiempo, este género es acompañado por mujeres. Su contacto con hombres es menor, de ahí que sus relaciones las emprendan más con las primeras que con los segundos, no obstante, tanto

para ellas como para ellos, los gay entablan relaciones de enseñanza sumisión; es decir, ante el nuevo género, los otros dos no tienen nada que opinar, toman sus consejos y aprenden de ellos.

Sin duda lo anterior es una gran innovación tomando en cuenta que, durante muchos años, los gays estuvieron acallados y cuando tomaron la palabra, el mundo entero trató de ignorarlos. En ***Con Sello de Mujer*** sus conocimientos pesan más de lo que se pensaba.

Es de gran importancia este aspecto, ya que muestra que poco a poco este nuevo género, que de paso sea dicho, existe desde mucho tiempo atrás aunque no estuviera reconocido, está ganando espacio para expresarse y ser, por fin, parte reconocida de la sociedad sin tener que ser rechazados. Quizá el hecho de que, en este programa sean escuchados es, precisamente porque deseamos, como sociedad, conocerlos.

Ahora bien, quizá un aspecto que pueda restarle valor a lo expresado con anterioridad es el contenido de las conversaciones de este género: moda y horóscopos¹⁹; sin embargo, aunque el tema pudiese ser catalogado de menor importancia, debemos recordar que para las féminas, el aspecto físico es muy relevante y la moda constituye uno de los rubros sobre el tema.

Tal vez sea por lo anterior que las mujeres se mantienen tan atentas a lo que puedan aprender de los gays. Visualizan su futuro y se visten a la moda. Pero ello no aclararía el porque, antes que con los hombres, las mujeres entablen relaciones de amistad con el nuevo género.

3.2 ¿Ser gay es ser mujer?

Si nos apegamos a lo que es ser mujer y a la demostración de los sentimientos, los gay serían una especie de extensión de la feminidad. Al menos ésta es la concepción que socialmente se tiene hacia ellos. Y gracias al apego que tenemos de las características de ambos géneros hemos etiquetado a los homosexuales y las lesbianas.

¹⁹ Véase Capítulo III *Las Cantidades de los géneros*. Tabla 3 Expresiones de mujeres, hombres y gays

Los primeros son catalogados como *hombres afeminados*, las segundas como *mujeres machas*. Esto es lo que ha llevado a considerar ciertos trabajos como no aptos para hombres o no aptos para mujeres. Por ejemplo, ser estilista o ser boxeadora. Desde luego que, desempeñar estos trabajos no hace a un hombre gay o a una mujer lesbiana, como lo vimos en el capítulo primero y en los análisis sobre este rubro que hemos desarrollado a lo largo de este capítulo.

Pero entonces nos encontramos ante ¿Qué es ser gay?. Son innumerables los sociólogos, psicólogos y científicos que han tratado de responder este cuestionamiento; sin embargo, por el afán de catalogar a la homosexualidad como una perversión, son muy pocos los estudios que les han dado respuesta.

En el presente análisis, no pretendemos dar cátedra de esto, pero se explicarán las razones por las cuales se catalogaron a dos de los personajes dentro de éste rubro y cuales son los aspectos que logramos conocer sobre ellos.

Les denominamos bajo esta categoría gracias a que no concuerdan con la masculinidad ni con la feminidad además de que sus preferencias sexuales están enfocadas hacia su mismo sexo. Estas serían las primeras consideraciones acerca de lo que significa ser gay.

Sin embargo, como lo vimos en el caso de las mujeres y en el caso de los hombres, la construcción de lo que denominamos género va mucho más allá de éstas simples características. Es decir somos mujeres u hombres gracias a las representaciones sociales con las que nos identificamos, además de nuestro sexo biológico.

En el caso de los gays, su sexo biológico los situaría como hombres, pero sus representaciones y su forma de identificación se aleja de esta condición, creando de esta manera una nueva forma de concebirse.

Así tenemos que los gays de ***Con Sello de Mujer*** nos muestran un perfil de este grupo, que si bien no podemos generalizar, nos acerca bastante a la concepción de esta manera de ser y nos muestra el camino hacia la construcción de un nuevo género alejado de los modelos femenino y masculino.

Con lo antepuesto, podemos asegurar que los gays carecen de roles específicos dentro de la sociedad, ello como lo dijimos anteriormente, por que no estaban considerados dentro del aparato social, por lo cual nos encontramos ante una innovación total. Sin embargo, a pesar de esto, podemos construir un perfil de género en el que sólo importen sus características y sus capacidades.

De este modo, tenemos un género caracterizado por la crítica en toda la extensión de la palabra; es decir, los gays de **Con Sello de Mujer** son criticones. Durante toda la revista femenina, critican a las personas que acuden a ésta y a otros personajes del medio del espectáculo.²⁰

Aunado a ello, tenemos que, se burlan con facilidad de lo que los otros hacen o dicen, demostrando de esta manera que, en el campo donde se desenvuelven, ellos tienen una opinión más pesada. Asimismo, gracias a los conocimientos que tienen y al hecho de que entablan relaciones de enseñanza, los gays se muestran mandones tanto con hombres como con mujeres. (Tabla 2.4 Actitudes autoritarias y Tabla 4.3 Relaciones que mantienen los gays con mujeres y hombres).

Quizá esta condición se deba a que siempre vivieron bajo la represión y ahora, ante la oportunidad de manifestarse, se excedan en sus comentarios.

Por otro lado, son muy emotivos, tanto como las mujeres y mucho más que los hombres, quizá esta sea la condición por la cual, como lo mencionamos con anterioridad, se relacionan más con las féminas que con los caballeros²¹.

Sin embargo, casi nunca se muestran de manera alegre, sus actitudes van más enfocadas a la seriedad, incluso, mientras que para los otros dos géneros la diversión es un rubro muy importante, para los gays es de menor jerarquía, no bailan, no cuentan chistes, etc. (Tabla 2.1 Actitudes emotivas positivas y Tabla 1 Acciones de mujeres, hombres y gays)

²⁰ Véase Capítulo III *Las Cantidades de los géneros*. Tabla 1 Acciones de mujeres, hombres y gays

²¹ Véase Capítulo III *Las Cantidades de los géneros*. Tabla 2 Actitudes de mujeres, hombres y gays

Otro aspecto que determina a los gays es su escasa relación con los hombres. La mayoría de las ocasiones este nuevo género prefiere estar con mujeres entablando relaciones de trabajo, mayormente y, de vez en cuando, de amistad. Esto es muy importante porque con los varones los gays mantienen relaciones distanciadas y nunca de amigos, siempre son de manera profesional.²¹

Ya por último, nos topamos con una condición que habla mas de lo que significa ser gay de lo que puede hacerlo cualquier otra cosa. Si bien, la mayor parte del tiempo los gay hablan sobre la apariencia, otro de los temas que les preocupa mucho tienen que ver con la vida personal.

Como se dijo son muy emotivos tanto en sus actitudes como en sus expresiones y para ellos, la familia, el noviazgo y el amor son temas y rubros fundamentales en su vida.

De lo anterior podemos entender porque las mujeres se relacionan tanto con los gay y porque éstos no lo hacen tanto con los varones. Acercándonos a los modelos de masculinidad y feminidad, podemos darnos cuenta que, ante los compromisos, los gays y las mujeres tienen especial sensibilidad; mientras que los hombres no.

Dicho de otra manera, gracias al análisis de **Con Sello de Mujer** podemos decir que las mujeres y los gays tienen mucho en común, desde el hecho de ser grupos marginados hasta el hecho de que les interesan muchos temas en común. Los hombres, en este caso, se encuentran a años luz.

4 Se renueva lo clásico, se etiqueta lo nuevo

Ahora que hemos presentado los resultados que arrojó el análisis de la mediación cognitiva que realizamos sobre **Con Sello de Mujer** y comparándolo con la representación del modelo clásico que presentamos en el primer capítulo, podemos asegurar que, esta revista femenina no es del todo innovadora ni conservadora.

²¹ Véase Capítulo III *Las Cantidades de los géneros. Tabla 4 Relaciones de mujeres, hombres y gays*

Este producto comunicativo incorpora varias novedades; en los tres géneros podemos ver avances en cuanto a las concepciones del modelo antiguo. Las mujeres se ostentan como independientes, activas, seguras de sí mismas y dueñas de sus vidas. No siempre se presentan como emotivas y débiles. En sí, existe un balance entre las féminas trabajadoras y luchadoras y las que aún no terminan de salir del círculo del hogar.

Por su lado, hay claras renovaciones en cuanto a los hombres, ya que éstos se alejan del modelo de poder supremo que, durante siglos, le ha conferido la sociedad. Ahora, la revista femenina los muestra como personas sensibles capaces de expresar su emotividad aunque en el modelo clásico ello se les haya vetado.

Pero una de las innovaciones más importantes es que en **Con Sello de Mujer** consideran la aparición de los gays como personas de un nuevo género que merecen no solo respeto sino además atención. En este programa logran transmitir la idea del género *intermedio* del cual se puede obtener enseñanzas y buenas relaciones amistosas.

Quizá las características de este nuevo género se encuentren un poco desdibujadas, pero no podemos negar que la innovación se encuentra en el solo hecho de incluirlos dentro de la revista televisiva y conferirles, además, un papel importante en el desarrollo del programa y una especial atención como concedores de ciertos temas.

Pero, a pesar de lo anterior, debemos explicar y dejar en claro que dentro de esta renovación de lo clásico, existen grandes conservaciones. Las mujeres son las que más aportan estas condiciones, aunque los hombres también constituyen parte de la no innovación.

La primera de las conservaciones es que, las mujeres siguen manteniéndose en el papel de seductoras. Siguen pensando que gracias a ello pueden obtener mejores relaciones con el género masculino. De esta manera, siguen casadas con la concepción de Eva que se maneja en el modelo antiguo.

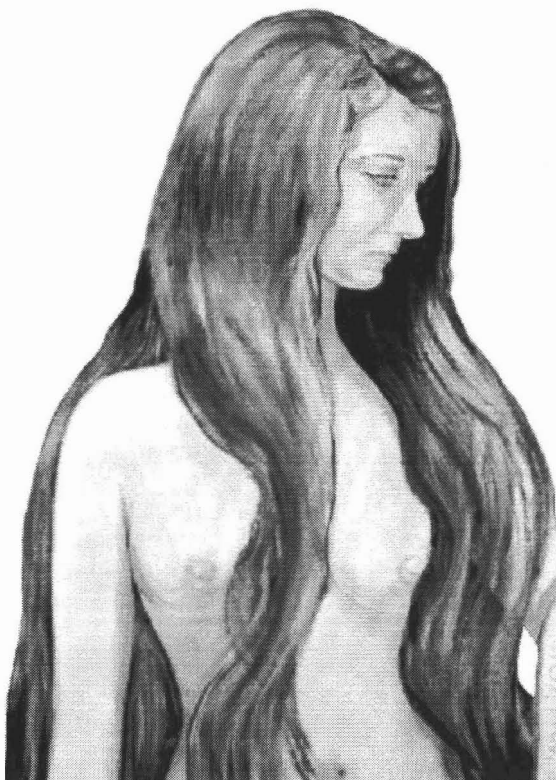
Por otro lado, en el terreno laboral, las mujeres siguen estando por debajo de los hombres, no sólo porque entre los especialistas las conductoras se muestran ignorantes; sino también porque los trabajos que desempeñan siguen siendo de intelectuales para los varones; mientras que a las mujeres les confieren oficios como el modelaje. Aunado a lo que se

dijo en el párrafo anterior, la concepción de las féminas es la de la belleza corporal, dejando afuera la hermosura interna quizá por esto, ellas siguen pensando que lo más importante es su físico.

Finalmente, los hombres siguen extenuando su papel de poder dentro de las representaciones de género. Poder sobre las mujeres como sabedores y también como dueños del género femenino en el terreno sexual

De esta manera, podemos concluir que, en ***Con Sello de Mujer***, hay claras tendencias hacia la renovación, sin embargo, las mujeres son las que más mantienen aspectos del modelo clásico a pesar de que se encuentran dentro de un programa hecho por mujeres y para un público que, en su mayoría, está compuesto por un público femenino.

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

Una vez que hemos llegado hasta este punto podemos decir que se ha cumplido el objetivo que dio vida a la presente investigación; es decir conocer si **Con Sello de Mujer** innova o conserva las representaciones de género. En la revista femenina encontramos distintos modelos de género: mujer, hombre y gay de los cuales hemos analizado sus características en el capítulo anterior.

Gracias al desarrollo del presente trabajo podemos concluir que en **Con Sello de Mujer** se nos brinda una nueva propuesta para cada género a pesar de que también nos brinda claras conservaciones. Por un lado, nos proporciona nuevas visiones de cómo ser hombre y cómo ser mujer, pero por otro lado, nos muestra algunas consideraciones de la antigua concepción de los géneros.

Además, incorpora una nueva concepción: los gays. Esto sin duda, constituye la más despejada renovación de nuestro producto comunicativo, porque, los gays son los aspectos más importantes del programa ya que los incluye a pesar de que el modelo clásico los rechaza o, simplemente, los ignora.

Además, este programa tiene la ventaja de ser una producción totalmente mexicana. Dentro de la televisión de nuestro país podemos encontrar un sin número de programas de otros países. Desde las series estadounidenses hasta las novelas colombianas pasando por las caricaturas japonesas, la programación abierta nos impone formas de pensamiento y representaciones que constituyen culturas y formas de pensamiento diferentes a las nuestras. **Con Sello de Mujer** no se aleja de nuestra concepción del mundo ya que incluye nuestras tradiciones.

De esta manera, gracias al análisis que realizamos podemos conocer la visión de género que tienen los mexicanos y las mexicanas de sí mismos. Esta revista no tiene que incluir variantes culturales que podrían dificultar la incorporación de sus contenidos a la vida diaria y que podrían constituir un problema para la presente investigación.

Los géneros presentados en este producto comunicativo son el reflejo de nuestra sociedad y sus innovaciones o conservaciones son, sin duda parte de lo que como país estamos construyendo.

Con lo que hemos mencionado quedará claro que **Con Sello de Mujer** no es totalmente innovador ni totalmente conservador, incluso se mantiene un equilibrio entre estos dos aspectos; es decir, no encontramos más elementos que se apeguen a la reproducción del modelo clásico ni más aspectos que se acerquen a la renovación de estos.

A continuación se presentan al lector, de manera numerada, los aspectos que constituyen la innovación de nuestro objeto real de estudio:

Presenta mujeres que se alejan del modelo clásico ya que forman parte del mundo laboral que antes les estaba vetado y que pertenecía solamente a los varones. Asimismo, son féminas comprometidas con la independencia, el poder de mando y la toma de decisiones. Por otro lado, son las protagonistas del programa, tienen más peso que cualquier varón y constituyen el tema central para el que fue creado este formato televisivo.

Por su parte, los hombres también constituyen una innovación. Primero porque no están en el primer plano de la revista televisiva, tienen una clara participación pero no son los más importantes. Por otro lado, están en contacto con su sensibilidad ya que no temen mostrar sus sentimientos, hablar de su pareja o de sus sueños y aspiraciones.

Finalmente, la innovación más importante la constituye la integración de los gays. Como un grupo marginado y rechazado, los gays logran un espacio y una gran importancia en **Con Sello de Mujer**. En el modelo conservador esta forma de ser no está contemplada, es por ello que, ante la presencia de este par de individuos nos encontramos parados sobre una renovación a las formas de pensamiento.

A pesar de lo anterior, en la revista femenina que analizamos, nos encontramos ante un equilibrio entre la producción de nuevas formas de pensamiento y la reproducción de las viejas. Desgraciadamente, la mayor parte de las conservaciones están con el género femenino, aunque ello constituya una paradoja, ya que uno de los objetivos de **Con Sello de Mujer** es presentar a las féminas de una manera novedosa.

Aunque la fuerza y la independencia son dos cualidades nuevas en el género femenino del programa, las mujeres siguen siendo seductoras e implacablemente bellas ante los hombres, condiciones del aparato conservador.

El trabajo intelectual no es realizado por este género; sino más bien por los hombres que siguen teniendo el poder del conocimiento ante mujeres que se presentan como ignorantes y poco doctas en ciertos asuntos aunque éstos sean temas exclusivamente femeninos.

En cambio, las conservaciones por parte de la masculinidad las podemos encontrar en la extensión que los varones hacen del poder mediante la sexualidad, ya que a las mujeres se les sigue viendo como objetos sexuales más que como mujeres simplemente.

Lo anterior quiere decir que como se planteó en nuestra hipótesis, **Con Sello de Mujer** no es un programa totalmente innovador ni totalmente conservador. Mantiene un equilibrio entre ambas funciones comunicativas, dejándonos ver que todo proceso de cambio requiere tiempo.

Como lo vimos en el capítulo I del presente trabajo, toda sociedad para su buen funcionamiento, requiere de procesos de ajuste. A nivel comunicativo, nuestra disciplina contribuye a que estos arreglos pueden darse dentro del aparato social. Sin ello, las crisis van en aumento y la convivencia entre las personas se hace cada vez más insostenible.

El mundo cambia gracias a los avances tecnológicos, a las nuevas formas de conocimiento, a las nuevas corrientes filosóficas; es por ello que ante la aparición de fenómenos cada vez más complicados, la humanidad debe renovar sus formas de pensamiento.

Desafortunadamente estos cambios se dan de una manera paulatina. Desde 1970 estalló una corriente de pensamiento que buscaba una nueva posición femenina ante el mundo. Han pasado treinta y cuatro años y esas mujeres que lucharon por igualdad ante los varones han visto en su lucha algunos triunfos, pero poco sustanciales. Muchas de ellas son ancianas, otras ya no están aquí. La enseñanza que nos queda es que las sociedades son complejas y no se ajustan a los cambios de manera rápida.

El solo hecho del voto femenino costó años de lucha y esfuerzo. Son logros que, a la distancia parecen muy pequeñitos, pero, sin embargo, nos han ido acercando al camino de la equidad de género.

Los estudios de género son otra aportación de lo que el feminismo pudo lograr, ahora se busca un método, una corriente en la que lo masculino y lo femenino tengan igual peso dentro de las sociedades. Se han logrado muchos avances, sin embargo no podemos negar el hecho de que aún ocurren en nuestro país abusos por parte de los hombres hacia las mujeres.

De igual manera, la lucha gay sigue en pie. Cada año se manifiestan por el derecho a pertenecer a otro género distinto del hombre, distinto de la mujer; quizá clavado en medio de ambos, quizá distante ante estos conceptos de vida.

La aceptación de la existencia de estos grupos es una innovación importante en nuestras sociedades; sin embargo, la concepción de hombre-mujer como pareja y complemento, ha dificultado la aceptación de los gays, incluso ante ellos mismos.

Por otro lado, una nueva concepción del matrimonio y de la familia es un fenómeno que, recientemente, está impactando al mundo entero. Cada vez son menos las personas que buscan en el matrimonio una forma de vida. La idea de permanecer soltero o soltera ha perneado en nuestro país, con ello la concepción de los roles femenino y masculino tendrán que cambiar. Muchos especialistas opinan que al cambiar estos aspectos la sociedad patriarcal irá perdiendo fuerza y con ello habrá cambios en la concepción de los roles de género.

Sin duda, con los avances y la presencia de actos como los que acabo de mencionar, evolucionaremos a sociedades en donde lo importante sean las capacidades unitarias sin límite de género, pero también, sin duda, nuestros ojos no verán completado este camino.

Los resultados que arrojó esta investigación son apenas los cimientos de las nuevas sociedades. Estamos logrando un cambio en las percepciones aunque seguimos manteniendo algunas viejas ideas.

Con este proyecto pretendemos esbozar una parte de los estudios que a este respecto pueden realizarse en nuestro país, no sólo de este programa en particular, sino de todos aquellos que tengan impacto sobre el

público y sus representaciones sociales. Sin duda, los alcances de nuestro análisis son medios, podemos encontrar muchas más vertientes en análisis más profundos.

Con siete años al aire, **Con Sello de Mujer** ha incorporado y enviado mensajes a muchos rubros de nuestra sociedad, cada capítulo refuerza o acaba con esta idea, si pudiésemos analizar de manera más profunda todos esos años encontraríamos aún más elementos comunicativos. Si trasladamos este enfoque hacia otras producciones encontraremos nuevos conceptos que concuerden con los expuestos aquí y otros que enriquezcan nuestra búsqueda

Debemos destacar que, a pesar de que a simple vista **Con Sello de Mujer** es un programa mas de variedades, en el fondo, ofrece al público conceptos que interioriza de manera inconsciente. Gracias a programas como estos estamos contribuyendo en la construcción de lo que creemos que es ser mujer, ser hombre o ser gay. De esta manera, nuestra revista televisiva, que parece simple, ofrece al investigador una amplia gama de variantes que pueden ser analizadas.

Así de alguna manera caminaremos hacia una sociedad sin límites entre lo masculino y lo femenino, hacia una convivencia en donde la equidad de género sea una realidad. En ella no sólo los hombres y mujeres gozarían de respeto e igualdad de oportunidades, la equidad implica el reconocimiento del otro; así pues, el reconocimiento de la comunidad gay contribuiría a crear una verdadera equidad, equidad entre seres humanos que, más allá de lo biológico, desarrollen pensamientos, disciplinas y conceptos cada vez mejores. En este camino, la comunicación y sus procesos de innovación y conservación es el vehículo primordial e indicado.

Ante esto nos encontramos sosteniendo en nuestras manos la disciplina más vieja y a la vez más innovadora que el hombre ha construido en su historia: la comunicación. Dando forma a la identidad de género.

ANEXOS



ANEXOS

En este apartado dedicado a los anexos, el lector encontrará las hojas de registro con las que se trabajó para registrar las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de los personajes del programa matutino ***Con Sello de Mujer***.

Gracias a estos registros se pudieron obtener las tablas y los datos contenidos en el capítulo tres, titulado ***Las cantidades de los géneros***, con los cuales se analizaron los modelos de género tanto de hombres como de mujeres y gays.

Como se pudo observar, en el capítulo dos, ***Un método: con sello de mujer*** se encuentra la explicación de cómo deben utilizarse cada una de estas hojas de registro. El motivo por el cual se decidió incluirlas al final del trabajo es sólo para que el lector pueda orientarse de una manera más clara en la utilización y función de estas herramientas.

Por razones de espacio sólo se podrán observar ejemplos de cada una de las hojas que sirvieron para obtener los datos que le dan cuerpo a la presente investigación, cada una de las tablas contiene la explicación de que es lo que comprende y cada una de ellas es la antesala que da vida a la siguiente.

Esperamos que al lector le sirvan para tener una idea más clara de la forma en la que se obtuvieron los datos que le dan vida al capítulo ***Las cantidades de los géneros***, además de que puedan ser una herramienta que le facilite la realización de un instrumento de análisis para posteriores trabajos de investigación como el que se presenta en este momento.

La tabla que se presenta a continuación corresponde al primer encuentro con el programa analizado. En esta hoja de registro solo se encuentran las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de las conductoras.

Capítulo 1 (7 de Abril de 2003)

NOMBRE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES	RELACIONES
Maggie Hegyi Annette Cuburu	Chismean	Burlona	Cambiar la imagen de Erika	Con mujeres Trab./compañerismo Trab./igualdad Aprendiz./sumisión
Maggie Hegyi	Interrumpe Conversa Recomienda productos Ríe Grita Pregunta Critica Se burla Chatea Escucha Baila Alburea Canta Se para sexy Cruza la pierna Pone las manos en la cintura	Seria Hipócrita Sexy Apurada Mando Alegre Soberbia Atenta Efusiva Enojada Sarcástica Miedo	Problemas ginecológicos Nutrición Dieta Sobrepeso Salud sexual Cuerpo delgado en mujeres bronceado Viajes Salud Horóscopos	Con hombres Trab./ igualdad Trab./compañerismo Seducción Conquista Con Gay Aprendiz./sumisión

Las siguientes tablas corresponden a las frecuencias de cada uno de los personajes que se analizaron en **Con Sello de Mujer**. Cómo se explicó en el capítulo dos, **Un método: con sello de mujer**, estas tablas se dividieron en mujeres conductoras y mujeres invitadas, así como en hombres conductores y hombres invitados. A continuación se anexa una hoja de registro para cada caso.

Capítulo 1

Mujeres conductoras

Anette Cuburu

ACCIONES	FREC.	ACTITUDES	FREC.	EXPRESIONES	FREC.	RELACIONES	FREC.
Chismeo	1	Sexy	21	Cambiar de imagen	1	Con mujeres	
Interrumpe	15	Seria	19	Ejercicio	1	Trab./compañeris.	1
Conversa	6	Harta	4	Depilación	1	Trab./ igualdad	3
Abraza	4	Coqueta	3	Viajes	1	Trab./autoridad	1
Ríe	11	Tranquila	1	Noviazgo	1	Trab./ sumisión	1
Grita	14	Mando	1	Desempeño de cantantes	1		
Pregunta	8	Alegre	19	Matrimonio	1	Con hombres	
Se embellece	2	Indiferente	3			Trab./compañeris.	1
Hace ejercicio	1	Pícaro	1			Trab./autoridad	8
Se burla	3	Atenta	9			Trab./igualdad	3
Recomienda productos	1	Efusiva	15			Sedución	10

Capítulo 1
Mujeres invitadas

NOMBRE	ACCIONES	FREC.	ACTITUDES	FREC.	EXPRESIONES	FREC.	RELACIONES	FREC.
Mujer 1	Conversa	3	Alegre	2			Trab./sumisión (cm)	1
	Canta	1	Seria	2			Trab./cooperac. (cm)	3
			Efusiva	1				
Lula	Conversa	1	Alegre	1			Trab./cooperac. (cm)	1
Gaby	Conversa	1	Alegre	1			Trab./cooperac. (cm)	1
Guille	Opina	1	Tranquila	1			Trab./cooperac. (cm)	1
Estrella	Conversa	1	Triste	1	Apoya a un amigo	1	Amist./ solidaria (ch)	1
							Trab. /cooperac. (cm)	1
Laura	Baila	1	Tranquila	1				1
	Conversa	1	Alegre	1	Desarrollo profesional	1	Trab./ cooperac. (cm)	1
Alejandra	Abraza	1	Carifosa	1			Atracción	1
Elisa	Llora	1	Triste	1			Trab./sumisión (cm)	1
Miriam	Conversa	2	Inocente	2	Responsabilidades	2	Amor/ sumisión (ch)	1
							Trab./ cooperac. (cm)	1
Erika	Conversa	1	Alegre	1	Lucha profesional	1	Trab./ cooperac. (cm)	1
Toña	Conversa	1	Seria	1			Trab./ cooperac. (cm)	1
	Abraza	1	Carifosa	1			Amistad solidaria (ch)	1
Mujer "x"	Modela	6	Seria	6			Trabajo/ indifer.(cmh)	6

Capítulo 2
Hombres conductores
Capitán Albores

<i>ACCIONES</i>	<i>FREC.</i>	<i>ACTITUDES</i>	<i>FREC.</i>	<i>EXPRESIONES</i>	<i>FREC.</i>	<i>RELACIONES</i>	<i>FREC</i>
Pregunta	2	Cachondo	1	Moda	1	Con Mujeres	
Conversa	2	Alegre	13	Clima	1	Trab./sumisión	1
Interrumpe	1	Efusivo	2			Trab./compañeris.	3
Juega	3	Serio	3			Aprendiz./sumisión	1
Baila	2	Atento	1				
Grita	1	Interés	1			Con Hombres	
Canta	3					Trab./compañeris.	1
Corre	1					Trab./igualdad	1
Habla	2						
Escucha	1						
Piropea	1						
Ríe	2						

Capítulo 1
 Gay Conductor
 Alfredo Cassini

<i>ACCIONES</i>	<i>FREC.</i>	<i>ACTITUDES</i>	<i>FREC.</i>	<i>EXPRESIONES</i>	<i>FREC.</i>	<i>RELACIONES</i>	<i>FREC.</i>
Piropea	3	Pícaro	1	Cuerpo gordito	5	Con Mujeres	
Pregunta	1	Insistente	1	Cuerpo esbelto	3	Trab./igualdad	1
Interrumpe	1	Serio	16	Cambio de imagen	1	Enseñanza/aut	15
Ríe	1	Alegre	3	Mujeres delgadas lucen bien	2	Amistad	1
Escucha	1	Atento	1				
Critica vestimenta	15	Cariñoso	1			Con Hombres	
Bromea	1	Apoyo	1			Enseñanza/aut.	3
Abraza a una mujer	1					Trab./igualdad	1
No baila	4						

Capítulo 2
Hombres Invitados

<i>NOMBRE</i>	<i>ACCIONES</i>	<i>FREC.</i>	<i>ACTITUDES</i>	<i>FREC.</i>	<i>EXPRESIONES</i>	<i>FREC.</i>	<i>RELACIONES</i>	<i>FREC.</i>
Marco	Abraza	1	Cariñoso	1	Su vida	1	Amistad (cm)	1
	Ríe	1	Alegre	14	Fantasías sexuales	1	Trab./compa (ch)	11
	Grita	1	Efusivo	2			Amistad (ch)	2
	Conversa	2	Emoción	1			Trab./cooperac. (cm)	3
	Juega	4						
	Responde	5						
	Baila	2						
	Canta	1						
Manuel	Abraza	3	Cariñoso	2	Bajar de peso	2	Amistad (cm)	1
	Habla	3	Serio	9	Profesión	1	Atracción (cm)	3
	Responde	7	Sarcástico	1	Esposa	1	Trab./compa. (cm)	10
	Juega	3	Alegre	11	Fantasías sexuales	1	Aprendiz./sumis. (cg)	1
	Bromea	1	Atento	1				
	Conversa	1	Efusivo	2				
	Baila	6	Tímido	1				
	Ríe	1	Burla	1				
	Escucha	1						
	Grita	1						
	Canta	1						

Las siguientes tablas corresponden a la unión de los personajes sin importar el nombre de cada uno de ellos, es decir, son las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de mujeres y hombres de ambos capítulos

Capítulos 1 y 2
Mujeres

ACCIONES	FREC	ACTITUDES	FREC	EXPRESIONES	FREC	RELACIONES	FREC
Interrumpen	47	Seriedad	115	Moda	11	Seducción	60
Escuchan	46	Alegría	109	Sobrepeso	7	Trab./igualdad	22
Preguntan	35	Efusividad	36	Cambio de Imagen	5	Trab./autoridad	16
Opinan	8	Cariño	12	Cuerpo delgado	4	Aprend./ sum.	16
Responden	7	Apoyo	9	Bronceado	2	Amistad	9
Bailan	67	Tranquilidad	2	Alaciado permanente	2	Trab./compa	9
Juegan	26	Broma	1	Depilación	2	Trab/ indiferen.	6
Cantan	15			Abdomen plano	1	Atracción	5
Bromean	7	Sexy	61	Delineado permanente	1	Amis. Solidaria	3
Alburean	3	Cachonda	5	Imagen y talento	1	Trab./coop.	2
Se disfrazan	2	Coqueta	4	Salud	7	Enseñ./ autor.	2
Actúan	2	Pícaro	2	Nutrición	7	Amis./compa.	2
Hacen payasadas	2	Sarcasmo	13	Ejercicio	4	Conquista	1
Ríen	50	Mando	11	Dieta	4	Amist./sum.	1
Abrazan	24	Soberbia	5	Ginecología	4	Trab./igualdad	33
Regalan	9	Altivez	1	Problemas circulatorios	1	Trab./compañe.	23

Acarician	2	Arrogancia	1	Stress	1	Enseña./autor.	14
Se toman de las manos	2	Burla	4	Terapia psicológica	1	Aprendiz./sum.	13
Mandan besos	1	Enojo	3	Esterilidad	1	Trab./cooperac.	12
Gritan	53	Hipocresía	3	Pareja	4	Trab./ autor.	7
Se burlan	7	Tristeza	2	Matrimonio	2	Trab./indiferen.	6
Se enojan	3	Miedo	1	Compañeros	2	Amistad	5
Lloran	1	Preocupación	10	Amor	2	Trab./sum.	4
Se paran sexy	17	Hartanza	4	Noviazgo	2	Amis. Solidaria	2
Cruzan la pierna	8	Indiferencia	3	Maternidad	2	Amis. Compa.	1
Muestran cuerpo	5	Apurada	1	Apoyo	1	Aprendiz./ sum.	63
Modelan	18			Amistad	1	Amis. Solidaria	4
Hacen reportajes	6			Abuso sexual	2	Trab./ igualdad	3
Productos	6			Satisfacción sexual	2	Trab./ autor.	1
Libros	1			Sexualidad	2	Trab./ indiferen.	1
Doctores	1			Embarazo	1	Trab./ democ.	1
Ejercicio	7			Hormonas	1		
Chismean	6			Anticoncepción de emerg.	1		
Criticán	5			Horóscopos	3		
				Esoterismo	1		

			Espectáculos	2		
Se peinan	2		Muerte de famosos	1		
Se maquillan	1		Conquistar hombres	1		
Se depilan	1		Rel. Con hombres menores	1		
Cargan bebé	2		Responsabilidades	2		
Cocinan	1		Desarrollo profesional	1		
Hacen compras	1		Lucha profesional	1		
Comen	1		Niños y guerras	2		
			Percep. del tiempo	2		
			Cocinar más rápido	1		
			Vida personal	1		
			Robo de infante	1		
TOTAL	508	450		111		347

Las siguientes tablas corresponden a la unión de los personajes sin importar el nombre de cada uno de ellos, es decir, son las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de mujeres y hombres de ambos capítulos dispuestas por categorías, como se explicó en el capítulo dos, **Un método: con Sello de Mujer**.

Capítulos 1 y 2
Mujeres

ACCIONES	FREC	ACTITUDES	FREC	EXPRESIONES	FREC	RELACIONES	FREC
1. DEBATE		1. EMOTIVAS POSITIVAS		1. APARIENCIA		1. CON HOMBRES	
1.1 Interrumpen	47	1.1 Seriedad	115	1.1 Moda	11	1.1 Seducción	60
1.2 Escuchan	46	1.2 Alegría	109	1.2 Sobrepeso	7	1.2 Trab./igualdad	22
1.3 Preguntan	35	1.3 Efusividad	36	1.3 Cambio de Imagen	5	1.3 Trab./autoridad	16
1.4 Opinan	8	1.4 Cariño	12	1.4 Cuerpo delgado	4	1.4 Aprend./ sum.	16
1.5 Responden	7	1.5 Apoyo	9	1.5 Bronceado	2	1.5 Amistad	9
		1.6 Tranquilidad	2	1.6 Alaciado permanente	2	1.6 Trab./compa	9
2. DIVERSIÓN		1.7 Broma	1	1.7 Depilación	2	1.7 Trab/ indiferen.	6
2.1 Bailan	67			1.8 Abdomen plano	1	1.8 Atracción	5
2.2 Juegan	26	2. SEDUCCIÓN		1.9 Delineado permanente	1	1.9 Amis. Solidaria	3
2.3 Cantan	15	2.1 Sexy	61	1.10 Imagen y talento	1	1.10 Trab./coop.	2
2.4 Bromean	7	2.2 Cachonda	5			1.11 Enseñ./ autor.	2
2.5 Alburean	3	2.3 Coqueta	4	2. CUERPO SANO		1.12 Amis./compa.	2
2.6 Se disfrazan	2	2.4 Pícara	2	2.1 Salud	7	1.13 Conquista	1
2.7 Actúan	2			2.2 Nutrición	7	1.14 Amist./sum.	1
2.8 Hacen	2	3.		2.3 Ejercicio	4		

payasadas		AUTORITARIAS					
		3.1 Sarcásmo	13	2.4 Dieta	4	2.CON MUJERES	
3. EMOTIVAS POSITIVAS		3.2 Mando	11	2.5 Ginecología	4	2.1 Trab./igualdad	33
3.1 Ríen	50	3.3 Soberbia	5	2.6 Problemas circulatorios	1	2.2 Trab./compañe.	23
3.2 Abraza	24	3.4 Altivez	1	2.7 Stress	1	2.3 Enseña./autor.	14
3.3 Regalan	9	3.5 Arrogancia	1	2.8 Terapia psicológica	1	2.4 Aprendiz./sum.	13
3.4 Acarician	2			2.9 Esterilidad	1	2.5 Trab./cooperac.	12
3.5 Se toman de las manos	2	4. ATENCIÓN	32			2.6 Trab./ autor.	7
3.6 Mandan besos	1			3. EMOTIVAS		2.7 Trab./indiferen.	6
		5. EMOTIVAS NEGATIVAS		3.1 Pareja	4	2.8 Amistad	5
4. EMOTIVAS NEGATIVAS		5.1 Burla	4	3.2 Matrimonio	2	2.9 Trab./sum.	4
4.1 Gritan	53	5.2 Enojo	3	3.3 Compañeros	2	2.10 Amis. Solidaria	2
4.2 Se burlan	7	5.3 Hipocrecía	3	3.4 Amor	2	2.11 Amis. Compa.	1
4.3 Se enojan	3	5.4 Tristeza	2	3.5 Noviazgo	2		
4.4 Lloran	1	5.5 Miedo	1	3.6 Maternidad	2	3. CON GAY	
				3.7 Apoyo	1	3.1 Aprendiz./ sum.	63
5. SEDUCCIÓN		6. PREOCUPACIÓN	10	3.8 Amistad	1	3.2 Amis. Solidaria	4
5.1 Se paran sexy	17					3.3 Trab./ igualdad	3

5.2 Cruzan la pierna	8	7. HARTANZA	4			3.4 Trab./ autor.	1
5.3 Muestran cuerpo	5					3.5 Trab./ indiferen.	1
		8. INDIFERENCIA	3			3.6 Trab./ democ.	1
6. TRABAJO		9. APURADA	1	4. SALUD SEXUAL			
6.1 Modelan	18			4.1 Abuso sexual	2		
6.2 Hacen reportajes	6			4.2 Satisfacción sexual	2		
				4.3 Sexualidad	2		
7. RECOMENDACIONES				4.4 Embarazo	1		
7.1 Productos	6			4.5 Hormonas	1		
7.2 Libros	1			4.6 Anticoncepción de emerg.	1		
7.3 Doctores	1						
				5. SUPERSTICIONES			
8. EJERCICIO	7			5.1 Horóscopos	3		
				5.2 Esoterismo	1		
9. CHISMEAN	6						
				6. EL MUNDO DEL ESPECT.			
10. CRITICAN	5			6.1 Espectáculos	2		
				6.2 Muerte de famosos	1		

11. BELLEZA						
11.1 Se peinan	2			7. HOMBRES		
11.2 Se maquillan	1			7.1 Conquistar hombres	1	
11.2 Se depilan	1			7.2 Rel. Con hombres menores	1	
12. HOGAR				8. RESPONSABILIDADES	2	
12.1 Cargan bebé	2					
12.2 Cocinan	1			9. PROFESIÓN		
12.3 Hacen compras	1			9.1 Desarrollo profesional	1	
				9.2 Lucha profesional	1	
13. COMEN	1					
				10. NIÑOS Y GUERRAS	2	
				11. PERCEP. DEL TIEMPO	2	
				12. COCINAR MÁS RÁPIDO	1	
				13. VIDA PERSONAL	1	
				14. ROBO DE INFANTE	1	
TOTAL	508		450		111	347

Capítulos 1 y 2

Las siguientes tablas corresponden a la unión de los personajes, es decir, contienen los porcentajes de las acciones, actitudes, expresiones y relaciones de mujeres y hombres de ambos capítulos dispuestas por categorías como se explicó en el capítulo dos, Un método Con Sello de Mujer.

Capítulos 1 y 2

Mujeres. Porcentajes

ACCIONES	%	ACTITUDES	%	EXPRESIONES	%	RELACIONES	%
1. DEBATE	28%	1. EMOTIVAS POSITIVAS	62%	1. APARIENCIA	32%	1. CON HOMBRES	44%
1.1 Interrumpen	33%	1.1 Seriedad	41%	1.1 Moda	30%	1.1 Seducción	39%
1.2 Escuchan	32%	1.2 Alegría	38%	1.2 Sobrepeso	19%	1.2 Trab./igualdad	15%
1.3 Preguntan	24%	1.3 Efusividad	13%	1.3 Cambio de Imagen	14%	1.3 Trab./autoridad	10%
1.4 Opinan	6%	1.4 Cariño	4%	1.4 Cuerpo delgado	11%	1.4 Aprend./ sum.	10%
1.5 Responden	5%	1.5 Apoyo	3%	1.5 Bronceado	6%	1.5 Amistad	6%
		1.6 Tranquilidad	.70%	1.6 Alaciado permanente	6%	1.6 Trab./compa	6%
2. DIVERSIÓN	25%	1.7 Broma	.30%	1.7 Depilación	6%	1.7 Trab/ indiferen.	4%
2.1 Bailan	54%			1.8 Abdomen plano	3%	1.8 Atracción	3%
2.2 Juegan	21%	2. SEDUCCIÓN	17%	1.9 Delineado permanente	3%	1.9 Amis. Solidaria	2%
2.3 Cantan	12%	2.1 Sexy	85%	1.10 Imagen y talento	3%	1.10 Trab./coop.	1%
2.4 Bromean	6%	2.2 Cachonda	7%			1.11 Enseñ./ autor.	1%
2.5 Alburean	2%	2.3 Coqueta	5%	2. CUERPO SANO	27%	1.12 Amis./compa.	1%
2.6 Se disfrazan	1.6%	2.4 Pícara	3%	2.1 Salud	24%	1.13 Conquista	.60%
2.7 Actúan	1.6%			2.2 Nutrición	24%	1.14 Amist./sum.	.60%

2.8 Hacen payasadas	1.6%	3. AUTORITARIAS	7%	2.3 Ejercicio	13%		
		3.1 Sarcásmo	42%	2.4 Dieta	13%	2. CON MUJERES	35%
3. EMOTIVAS POSITIVAS	17%	3.2 Mando	36%	2.5 Ginecología	13%	2.1 Trab./igualdad	27%
3.1 Ríen	57%	3.3 Soberbia	16%	2.6 Problemas circulatorios	3%	2.2 Trab./compañe.	19%
3.2 Abraza	28%	3.4 Altivez	3%	2.7 Stress	3%	2.3 Enseña./autor.	12%
3.3 Regalan	10%	3.5 Arrogancia	3%	2.8 Terapia psicológica	3%	2.4 Aprendiz./sum.	11%
3.4 Acarician	2%			2.9 Esterilidad	3%	2.5 Trab./cooperac.	10%
3.5 Se toman de las manos	2%	4. ATENCIÓN	7%			2.6 Trab./ autor.	6%
3.6 Mandan besos	1%			3. EMOTIVAS	14%	2.7 Trab./indiferen.	5%
		5. EMOTIVAS NEGATIVAS	3%	3.1 Pareja	27%	2.8 Amistad	4%
4. EMOTIVAS NEGATIVAS	13%	5.1 Burla	31%	3.2 Matrimonio	13%	2.9 Trab./sum.	3%
4.1 Gritan	83%	5.2 Enojo	23%	3.3 Compañeros	13%	2.10 Amis. Solidaria	2%
4.2 Se burlan	11%	5.3 Hipocrecía	23%	3.4 Amor	13%	2.11 Amis. Compa.	1%
4.3 Se enojan	5%	5.4 Tristeza	15%	3.5 Noviazgo	13%		
4.4 Lloran	1%	5.5 Miedo	8%	3.6 Maternidad	7%	3. CON GAY	21%
				3.7 Apoyo	7%	3.1 Aprendiz./ sum.	86%
5. SEDUCCIÓN	6%	6. PREOCUPACIÓN	2%	3.8 Amistad	7%	3.2 Amis. Solidaria	6%
5.1 Se paran sexy	57%					3.3 Trab./ igualdad	4.1%

5.2 Cruzan la pierna	27%	7. HARTANZA	.80%			3.4 Trab./ autor.	1.3%
5.3 Muestran cuerpo	16%					3.5 Trab./ indiferen.	1.3%
		8. INDIFERENCIA	.60%			3.6 Trab./ democ.	1.3%
6. TRABAJO	5%	9. APURADA	.20%	4. SALUD SEXUAL	8%		
6.1 Modelan	75%			4.1 Abuso sexual	23%		
6.2 Hacen reportajes	25%			4.2 Satisfacción sexual	23%		
				4.3 Sexualidad	23%		
7. RECOMENDACIONES	2%			4.4 Embarazo	11%		
7.1 Productos	75%			4.5 Hormonas	11%		
7.2 Libros	12.5%			4.6 Anticoncepción de emerg.	11%		
7.3 Doctores	12.5%						
				5. SUPERSTICIONES	4%		
8. EJERCICIO	1%			5.1 Horóscopos	75%		
				5.2 Esoterismo	25%		
9. CHISMEAN	1%						
				6. EL MUNDO DEL ESPECT.	3%		
10. CRITICAN	.90%			6.1 Espectáculos	70%		
				6.2 Muerte de famosos	30%		

11. BELLEZA	.70%					
11.1 Se peinan	50%			7. HOMBRES	2%	
11.2 Se maquillan	25%			7.1 Conquistar hombres	50%	
11.2 Se depilan	25%			7.2 Rel. Con hombres menores	50%	
12. HOGAR	.70%			8. RESPONSABILIDADES	2%	
12.1 Cargan bebé	50%					
12.2 Cocinan	25%			9. PROFESIÓN	2%	
12.3 Hacen compras	25%			9.1 Desarrollo profesional	50%	
				9.2 Lucha profesional	50%	
13. COMEN						
				10. NIÑOS Y GUERRAS	2%	
				11. PERCEP. DEL TIEMPO	1%	
				12. COCINAR MÁS RÁPIDO	1%	
				13. VIDA PERSONAL	1%	
				14. ROBO DE INFANTE	1%	

Estos anexos son un ejemplo de cómo deben trabajarse las hojas de registro. Una vez que se tienen los porcentajes de los géneros, que en el caso de la presente investigación, son Mujeres, Hombres y gays, se procede a realizar las comparaciones entre cada uno de ellos. Estas tablas, a las que les hemos denominado Tablas comparativas están contenidas en el capítulo tres, **Las Cantidades de los géneros** y por estar detalladas en ese apartado es por lo cual no han sido anexadas en la presente revisión.

BIBLIOGRAFÍA

Arango, Luz Gabriela, et al. *Género e identidad: Ensayos sobre lo femenino y lo masculino*. T.M., editores, Bogotá, Colombia, 1995, 299pp.

Berriain, Josetxo. *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*. Anthopos, España, 1990.

Bieber, Irving, et al. *Homosexualidad: Un estudio psicoanalítico*. México, D.F., Pax- México, 1984, 407pp.

Badinter, Elisabeth. *¿Existe el amor maternal?*. Traducción de Marta Vessallo, Barcelona, España, Piados-pomare, 1981.

Badinter, Elisabeth *Hombres ≠ Mujeres. Cómo salir del camino equivocado*. Buenos Aires, Argentina. Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2003

Bornay, Erika. *Las hijas de Lilith*, Madrid, España, Cátedra, 1998

Díaz Guerrero Rogelio. *Psicología del mexicano*. Tercera edición, México, D.F., Trillas, 1999, 415pp.

Giddens, Anthony. *La transformación de la intimidad*. Segunda edición, Madrid, España, Cátedra, 1992, 183pp.

Gonzalbo, Pilar. *La educación de la mujer en la nueva España*. México, D.F., Ediciones el Caballito, 1985, 155pp.

Kauffman, Michael. *Hombres: placer, poder y cambio*. CIPAF, Santo Domingo, 1989.

Lamas, Marta. Compiladora. *El género: La construcción social de la diferencia sexual*. México, Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG), 1996.

Lerer, María Luisa. *La ceremonia del encuentro*. Buenos Aires, Argentina, Piados, 1993, 193pp.

López, María de la Paz, Salles, Vania. Compiladoras. *Familia, género y pobreza*. México, D.F., Miguel Ángel Porrúa, Grupo Editorial, 2000

Martín Serrano, Manuel. *La mediación Social*. Akal, Madrid, España, 1978.

Martín Serrano, Manuel. *La producción social de la comunicación*. Segunda edición, Alianza, México, 1993.

Revilla Basurto, Mario Alberto. *Comunicación y reproducción: Una reflexión desde el caso Telmex*, tesis de Maestría en Comunicación Institucional, CADEC, México, 2001.

Revilla Basurto, Mario Alberto. *Introducción a la teoría de la Comunicación*. S.p.i.

Tompson, Keith. *Ser hombre*. Barcelona, España, Kairós, s.p. i.

HEMEROGRAFÍA

Hierro, Graciela. "El feminismo es un Humanismo". ¿Por qué las humanidades?. Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos. Cuernavaca. Marzo-junio de 1995

Lagarde, Marcela. "La regulación social del género: el género como filtro de poder". Consejo Nacional de Población, 1994

López, María de la Paz. "Hombres y mujeres: ¿En qué creen?". Revista Nexos, febrero de 2002

Martín Serrano, Manuel. "Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la enculturización". Revista española de la opinión pública, no. 37. Julio-septiembre de 1974.

INTERNET

www.tvazteca.com.mx/consellodemujer

www.ci-lapaz.gov.bo/género

www.prd.org.mx

www.cedoc.inmujeres.gob.mx

www.cimacnoticias.com

Todas somos Eva: Análisis de la mediación cognitiva de las representaciones de género en el programa Con Sello de Mujer, se terminó de imprimir en Naucalpan, Estado de México durante el mes de abril de 2005. La edición consta de 13 ejemplares.

Si tienes alguna duda o deseas más información contáctame en marianafonteboa@hotmail.com