



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

**EL TERRENO DE EVA: UNA MUESTRA DE INNOVACIÓN
EN LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO.**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA

BRENDA NOHEMÍ BARRERA DOMÍNGUEZ

ASESOR

Mario Alberto Revilla Basurto

ACATLÁN, Estado de México

Febrero, 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A mis padres:

Por ser mis guías y enseñarme que *hay que seguir adelante pese a las dificultades del camino.*

A mis hermanas:

Por aleccionarme, en el sentido de que, *cuando las cosas se desean con el corazón, las herramientas para defenderlas son fáciles de encontrar cuando se tiene cerca a la gente que amas.*

A mis amigos:

Por recorrer junto conmigo este andar y demostrarme que *no importa cuán lejos o cerca estemos mañana unos de otros, porque valió la pena sólo por el hecho de tenerlos un momento conmigo.*

A mis profesores:

Por compartir conmigo su conocimiento y despertar en mí las ganas de aprender. En especial a *Mario Revilla* que guió mis pasos para ver concluido este proyecto, por su paciencia y esperar a que las lagunas se alejaran, pero sobre todo *por su amistad.*

A todos ustedes

MUCHAS GRACIAS

Atte. Brenda Barrera Domínguez

TALLER DE COMUNICACIÓN

SOBRE LAS REPRESENTACIONES DE GENERO Y ESTILOS DE VIDA

A lo largo del último año hemos trabajado en un taller con una veintena de alumnos de la carrera de Comunicación que confiaron en la propuesta que les hice y aceptaron con entusiasmo el compromiso. El presente trabajo es resultado de esta experiencia, tomó los elementos que en el taller pusimos a su disposición, los adaptó 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, entre otros, donde es posible distinguir cambios en la esfera de las prácticas apreciables. Sin embargo, los asuntos de índole cultural, los que tiene 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 generaciones o varias décadas, antes de que logre percibirse un cambio concreto en las Representaciones, independientemente de la velocidad y profundidad de las modificaciones en las practicas 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 consumo 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

reconocimiento de sus derechos; así como un impresionante universo de estudios con que se refiere a los roles y comportamientos de género y/o estilos de vida)

Por esta razón el TCRGEV, 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 ya con las prácticas asociadas a los roles de género de hace algunas décadas, se pueden confrontar, por otro lado, con los modelos representacionales a que alude y explota la comunicación a través de sus relatos. Las representaciones sobre los roles de género, como tema, cumple con la exigencia central para evaluar hasta dónde la comunicación está comprometida con el impulso o 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 a fortalecer la identidad, la cohesión y la organización sociales 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 sinsentido 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 TCRGEV 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, entre otros, en los relatos del sistema de comunicación. Analizar el ideario o conjunto de ideas, valores, acciones con los cuales se configuran los modelos de género y estilos de vida –que eventualmente afectarán o 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 TCRGEV 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 en lo relativo a la dinámica de enculturización en que intervienen los relatos

de los medios de comunicación o dicho de otro modo, sobre las innovaciones que introducen (o excluyen) 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 la mujer y con los infantes, en la asunción y exposición de los gays y lesbianas, por mencionar algunos aspectos.

El taller se ha desarrollado en 2 grupos, a lo largo de dos años. Con cada grupo trabajamos en la exposición de los conceptos teóricos que sustentan el proyecto: Teoría de la Mediación, específicamente de los procesos de Mediación Cognitiva, por una parte. Y, por otra, se estableció el método de trabajo, a partir de los “análisis lógicos de roles”, con los ajustes requeridos, para que fuera capaz de dar cuenta del examen de cada relato analizado en el taller, a la vez que nos arrojara datos semejantes o equiparables entre los estudios particulares.

Lejos estamos de haber cumplido nuestros objetivos en el Taller, excepto en que el esfuerzo de ellos se traduzca en un trabajo de titulación. Y gracias al desarrollo de estos trabajos, es que se pudo someter a prueba los conceptos, 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 los alumnos. Reconocemos a los profesores sinodales de estos trabajos sus comentarios, críticas y consentimiento.

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

Mtro. Mario A. Revilla Basurto

Diciembre de 2004

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO UNO. EL COMIENZO DEL TERRENO	12
1.1 LO PRIMERO: La Teoría	12
1.1.1 ¿Qué es comunicación?	13
1.1.2 Lo privado y lo público	16
1.1.3 Realidad y Mediación	17
1.1.4 Los modelos representacionales y el habitus	19
1.1.5 Producción / Reproducción	21
1.2 CREANDO LAS REPRESENTACIONES DE GENERO	23
1.2.1 Género... ¿ biológico, social o cultural?	23
1.2.2 Un modelo tradicional	27
1.2.3 El cambio: renovarse o morir	35
CAPÍTULO DOS. PASO A PASO EN EL TERRENO DE EVA	40
2.1 OBJETO DE ESTUDIO	40
2.2 EL TERRENO DE EVA	41
2.2.1 Las Evas	42
2.2.1.1 Raquel Bigorra	43
2.2.1.2 Stasia de la Garza	44
2.2.1.3 Claudia Domínguez	45
2.2.1.4 Marintia Escobedo	45
2.2.2 Las otras Evas y los Adanes	46
2.2.3 La tentación	47
2.2.4 Los promotores	47
2.3 DESCUBRIENDO EL TERRENO DE EVA	48
2.3.1 Los primeros pasos	48
2.3.1.1 La Muestra	48
2.3.1.2 La Técnica	49
2.3.1.3 El Instrumento	51

2.3.2 El Registro de los datos	53
2.3.2.1 Los personajes: sus acciones, actitudes y expresiones	53
2.3.2.2 Las Relaciones	55
2.3.2.3 Atributos	57
2.3.2.4 Objetivos	58
2.3.2.5 Herramientas	59
2.3.3 Después del registro qué	59
2.3.4. Un nuevo sendero	69
CAPÍTULO TRES. Los hallazgos	71
3.1 LAS TABLAS	71
3.1.1 Tablas de acciones	72
3.1.2 Tablas de actitudes	75
3.1.3 Tablas de expresiones	76
3.1.4 Tablas de relaciones	80
3.1.5 Tablas de atributos físicos	81
3.1.6 Tabla de atributos intelectuales	85
3.1.7 Tabla de atributos morales	86
3.1.8 Tablas de objetivos	86
3.1.9 Tablas de herramientas	87
3.2 LAS ENTREVISTAS	89
CAPÍTULO CUATRO. El último paso: ¿Innovación o Conservación?	91
CONCLUSIONES	106
FUENTES	110
ANEXOS	113
A Datos brutos	114
B Entrevistas	135
C Hojas de Registro	139

INTRODUCCIÓN

La sociedad de la que somos parte desde el momento en que nacemos, ha establecido modos de conducta que permean a cada ser humano desde el momento en que ve la luz del día por primera vez. Estos modos de conducta a los que nos referimos son todos aquellos valores morales y sociales que nos indican las cosas que están y no permitidas; de esta misma forma es como los géneros hombre y mujer se ven definidos de manera diferente.

A este proceso de aprendizaje, donde los sujetos sociales aprenden códigos sociales, que sirven para mantener orden y cohesión en la sociedad, se le denomina enculturización, y son instituciones como la familia, la escuela, la iglesia y los Medios de Comunicación Masiva, entre otros; quienes a partir de su transmisión y reafirmación han ayudado a darles validez y permanencia, así como de emitir juicios de valor sobre la realidad.

El objetivo de este trabajo es analizar aquellos códigos sociales que hacen referencia a las representaciones de género transmitidas en particular en el programa de televisión “El terreno de Eva”, transmitido del 30 de julio hasta el 31 de diciembre de 2003, por el Canal 4, todos los miércoles a las 22:00 horas.

Esta investigación parte de la interrogante ¿la comunicación ayuda o entorpece los procesos de cambio respecto al género?, porque nuestra premisa se fundamenta en “si la comunicación es innovadora, entonces ayuda al cambio social respecto a la representación del género”.

Para el estudio de este programa utilizamos la técnica de Análisis de Mediación Cognitiva que nos permite estudiar las representaciones del relato que nos muestra nuestro objeto real de estudio; dando pie a averiguar cómo se construyen o de qué forma se

representan los modelos de género a partir de las acciones, expresiones, relaciones y actitudes, que realicen los actores y que serán las mismas que se les adjudican a cada género.

La aplicación de esta técnica se da, registrando la frecuencia con la que se presentan las acciones, actitudes, expresiones, entre otros; realizadas por los personajes del relato que se estudia y que en este caso es el programa de televisión El terreno de Eva.

Utilizar esta técnica, es con la finalidad de conocer lo que el relato nos muestra acerca de los roles de los hombres y mujeres; y poder comparar los resultados obtenidos con un Modelo que denominamos Tradicional y que es el que nos marca la percepción que se tenía de ambos géneros tiempo atrás; para que finalmente determinemos si el relato da o no cuenta de los cambios que los géneros han tenido.

Otra técnica que utilizamos fue la entrevista enfocada, que es aquella en donde existe de forma predeterminada un tema o foco de interés hacia donde está dirigida la conversación y se tiene la libertad de seleccionar a las personas objetos de la entrevista.

Ésta se empleo con la finalidad de conocer la perspectiva que tenían los espectadores acerca de lo que se mostraba en el programa de televisión El Terreno de Eva y observar si las percepciones de cada uno de ellos eran semejantes a los datos que nos arrojó el análisis del contenido de dicho programa.

El desarrollo de este trabajo se presenta en cuatro capítulos, ayudando a que su lectura sea comprensible y de fácil manejo, pretendiendo que los temas que se tratan se encuentren de forma ordenada y coherente.

Dentro del Capítulo Uno. *El comienzo del camino*, encontraremos la explicación teórica a cerca del papel e importancia de la Comunicación dentro del proceso de Mediación Cognitiva. Además de contar con explicaciones biológicas, sociológicas y antropológicas de la formación y transmisión social de las representaciones de género.

En el Capítulo Dos. *Paso a paso en el terreno de Eva*, pretendemos dar a conocer lo referente a El Terreno de Eva, nuestro Objeto Real de Estudio. En primera instancia presentamos una breve explicación de lo que es un Objeto de Estudio, seguido de toda la información referente al programa El terreno de Eva. En un segundo momento, explicamos el instrumento de análisis que utilizamos así como la forma en que se realizó el registro de los datos.

El Capítulo Tres. *Los hallazgos*, expone los datos que recopilamos en la fase de registro. Estos datos se presentan en tablas que contienen a la par la información de hombres y mujeres, esto con el fin de facilitar su lectura y, más adelante, su manejo.

Es en el Capítulo Cuatro. *El último paso: ¿innovación o conservación?* donde se presenta la interpretación de los datos, basado en la Teoría de la Comunicación y la de Género. Se interpretan los datos buscando determinar qué tan innovador o conservador es el producto comunicativo que se estudio. Más en específico, pretendemos determinar si El Terreno de Eva da o no cuenta de los cambios que de las representaciones de género tiene la sociedad.

Finalmente, desarrollar el tema de la Comunicación y el Género, nos ayuda a exponer cómo aquellos mitos y valores que por varios años nos han perneado como sociedad a través de discurso emitido por las instituciones enculturadoras y, más en específico, los Medios de Comunicación Masiva.

En un segundo momento, tratar de entender cómo es que nos apropiamos de ellos y los hacemos valer con nuestros actos; así mismo, intenta mostrar las desigualdades entre los géneros y ubicar las acciones que se realizan para cambiarlas.

También, pretendemos entender el papel que juegan las instituciones enculturadoras como los Medios de Comunicación Masiva, en específico la televisión, en este proceso de transmisión - aprendizaje de los códigos sociales. Y su compromiso para

apropiarse de la realidad y transmitir los cambios y permanencias que a través del tiempo continúan validándose o rechazándose.

Creemos que la aportación está en observar a los Medios de Comunicación Masiva, cómo un apoyo para la adopción y modificación de valores, pensamientos, actitudes y demás elementos que nos sirven como soporte para el actuar e identificarnos dentro de un medio social más o menos heterogéneo. Además de las reflexiones que puedan surgir a partir de los resultados logrados por este análisis.

Otro de los sentidos, bajo los que se realiza este trabajo, es con miras a apoyar a quienes están a favor de crear una educación de Género, para tratar de erradicar las mentalidades y practicas sexistas o cualquier otro ejercicio que tienda hacia la exclusión de lo diferente e inclusión de la supremacía de unos sobre otros. Dejando de lado la idea de que es un estudio de Género, sino un estudio de comunicación para observar qué pasa en los medios y cómo es que aportan información a las audiencias sobre este tópico.

CAPITULO UNO

EL COMIENZO DEL TERRENO

Este capítulo presenta las bases teóricas que fundamentan nuestro estudio, a través de las cuales pretendemos exponer los temas y/o conceptos básicos bajo los cuales se realiza el estudio de nuestro objeto de estudio, que es el programa de televisión El Terreno de Eva.

Para el desarrollo de la primera parte de dos que conforman este capítulo, nos basamos primordialmente en los postulados propuestos por Manuel Martín Serrano en La Teoría de la Comunicación (1993), así como de la Mediación (1978) y Producción Social (1989).

En esta primera parte, es donde explicamos de qué forma se lleva a cabo el proceso de mediación cognitiva a través de los Medios de Comunicación Masiva (MCM), así como de los elementos que intervienen para su realización. En otras palabras, la forma en que la comunicación participa para que a través de los medios de comunicación masiva se transmitan modelos representacionales, y que en este caso en particular se refieren a los de género.

En la segunda parte, es donde desarrollamos el tema del Género para tratar de comprender su conformación, así como de conocer las representaciones sociales que por medio de diversas instituciones enculturadoras hemos adoptado, respecto a lo que es ser hombre o ser mujer.

1.1 LO PRIMERO: La Teoría

Fundamentar este trabajo en una teoría se debe a que, como lo dice Manuel Serrano (1993, pp. 72-73) **“la teoría está para poder explicar lo que se sabe por experiencia y para poder comprender lo que se conoce por la cultura”** Esto es, que a partir de nuestro conocimiento

es como podemos crear fundamentos, o viceversa, que a partir de lo que se dice es como podemos experimentar y aprobar o no lo dicho.

De esta forma, La Teoría de la Comunicación, a consideración propia, es la que nos lleva de la mano, para comprender en primera instancia el postulado que Manuel Martín Serrano hace de la Comunicación, seguido del de Mediación y Producción Social; temas que logran complementarse y así dar sentido a este trabajo de tesis.

Consideramos que valernos de estos temas nos ayudará a entender el papel que juegan los MCM en la construcción de las Representaciones de Género. Para comenzar explicaremos algunos conceptos, que no necesariamente tienen que ver con los MCM, sino en general con todos los miembros de una sociedad.

1.1.1 ¿Qué es comunicación?

Para conocer, entender y/o adaptarnos al mundo en el que estamos inmersos, así como de los cambios que éste tiene a lo largo del tiempo, nos valemos de la observación y la comunicación.

Para la primera de ellas podemos mantenernos inmóviles o estáticos, es decir, conocer por medio de la observación no requiere de la interacción con otro ser, aunque si necesitamos del exterior. A diferencia de ésta, para la comunicación es necesaria la interacción de al menos dos Actores que usen e intercambien información para lograr fines.

Preferimos utilizar la palabra Actores, debido a que la comunicación como un medio de interacción es utilizada, desde antes que los humanos, por la especie animal ya que fue la primera que se valió de la información para poder interactuar con otros seres. Por ello, al igual que Martín Serrano, preferimos no hacer distinción alguna y utilizar la palabra Actor que refiere, dentro del proceso de comunicación:

“A cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos de su misma especie o de especies diferentes recurriendo a la información...estos se diferencian por la posición que ocupan en dicha interacción: EGO es quien inicia el intercambio comunicativo; mientras que ALTER es quien en esa misma interacción resulta ser solicitado comunicativamente por EGO” (Martín, 1993, p. 13)

En este proceso comunicativo, ambos Actores hacen uso de una serie de elementos de los que daremos cuenta a continuación, ya que a simple vista podemos pensar que la Comunicación está dada simplemente con la interacción entre ellos: el primer elemento son las **sustancias expresivas**, las cuales refieren a la materia orgánica o inorgánica que es modificada parcial o totalmente para lograr emitir expresiones; éstas son transmitidas y percibidas gracias al segundo elemento que son **los instrumentos** de comunicación, quienes pueden ser biológicos o tecnológicos. Finalmente, encontramos **las representaciones**, que es la referencia que hace el hombre de los objetos; es decir, todas las cosas, personas o situaciones de las que el hombre ha sido capaz de tomarlas como referencia y que sólo son designados. (Martín, 1993, p. 20)

Al ser las representaciones las cosas de las que se hace referencia dentro del proceso de comunicación, son quienes a nuestro parecer están cargadas de **información**, la cual es entendida como la que **da o provee de un orden lógico a los datos, con el fin de poder acordar cosas, establecer reglas o identificarnos con los otros**. Martín (1993, p. 86) nos dice que “informar es sinónimo de introducir un orden en el flujo de señales”

Es decir, el código (lenguaje) del que nos valemos debe estar estructurado de tal forma que sea comprensible para ambos Actores de la comunicación, esto se logra tomando en cuenta las posibilidades biológicas o tecnológicas que tiene Alter para poder captar las señales que le están siendo emitidas (Martín, 1993, p. 86). De nada serviría que hablara de los colores que tiene el arcoiris frente a una persona que jamás ha visto la luz del día. Esto es, para que el proceso de comunicación se dé, hay que asegurarnos que los medios que estamos utilizando para hacer llegar nuestro mensaje sean los adecuados.

Tomando en cuenta lo anterior, podemos observar que la Comunicación dentro de las sociedades, ha ayudado para acordar cómo hacer cosas materiales, para crear y establecer reglas o normas de convivencia, y para identificar ideas y/o valores comunes.

Habermas (1987, pp. 122-146) es quien ahonda en este punto y nos explica que hacer cosas materiales (carácter teológico), tiene que ver con acciones concretas y en conjunto para anticipar las acciones necesarias para la producción y reproducción de bienes o servicios. Seguido de esto, nos encontramos con los acuerdos para establecer reglas o normas de convivencia (carácter normativo), es decir todo lo referente a cómo se realizarán dichas cosas materiales, así como de los beneficios que se obtienen por hacerlo. Finalmente, la identificación de ideas y/o valores (carácter dramático¹) sirve para entender en qué sentido es bueno o valioso la realización o creación de la cosa material

Para este autor, el desarrollo o cumplimiento de los fines de la comunicación ya expuestos, se realizan en lo que denomina campos de acción² el primero de ellos es el de la **Acción de la Producción Material**, que como su nombre lo indica tiene que ver con la producción de bienes o servicios; el campo siguiente es el de las **Acciones Regidas por Leyes**, que tiene que ver con la producción intelectual y moral de la sociedad, es decir sus leyes y tradiciones. Un tercer campo es el que se refiere a los **Mundos subjetivos**, en otras palabras las ideas y los sentimientos que se exponen frente a los demás para decir lo que quiero, lo que pienso y lo que siento. Con él nos damos a conocer a los otros. Por último encontramos la **Acción Comunicativa**, que es la que hace posible el logro de los tres campos anteriores, por su intervención en ellos no tiene campo propio

Retomando lo dicho líneas arriba, llegar a acuerdos de lo que queremos hacer y cómo lo podemos lograr ha sido por la comunicación que se ha dado entre las personas encargadas de ello en los diferentes niveles de convivencia que podamos tener los seres humanos. Es

¹ Su carácter es dramático, ya que se ponen en escena frente al otro las ideas y valores con el fin de lograr el consenso.

² Por campo entendemos que es un lugar o sitio, así mismo la acción, serán las cosas o situaciones que los sujetos hacen. De acuerdo a esto campos de acción son los momentos en donde los sujetos ponen en practica los fines de la comunicación. Los fines perseguidos pueden ser de carácter personal o, a su vez, pueden ser compartidos por un grupo social.

decir, dentro de los diferentes círculos sociales en los que nos desenvolvemos existen reglas, valores e ideas ya establecidas y que son las que nos permiten o no realizar diferentes acciones en solitario o en conjunto.

1.1.2 Lo privado y lo público

Existen acciones que finalmente a la hora de realizarlas tienden a afectar o interesar a un grupo reducido, como puede ser la familia, los amigos, o gente cercana a uno mismo, a éstas se les da el carácter de privado, porque su relevancia o resultado no trasciende más allá del grupo en el que nos desarrollamos comúnmente.

Pero cuando esos hechos o temas de los que hacemos referencia afectan a una sociedad, se consideran de interés colectivo, y son estos lo que ocupan a este estudio, ya que por su relevancia son tomados para ser transmitidos por un medio de comunicación masiva (MCM) y darlos a conocer a esa sociedad que se ve afectada o interesada por ellos.

Para Martín Serrano, la comunicación pública es la forma de comunicación en la cual la información se produce por el recurso a un sistema de comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto (Martín, 1993, p. 72)

En otras palabras, para que los asuntos de interés colectivo puedan ser transmitidos a las masas, es necesario que un grupo de personas interesadas en su difusión se dote de recursos humanos, técnicos y financieros, para poder realizarlo. Generalmente estos recursos se concentran en medios o empresas que difunden la información de carácter público; estos medios se encargan de tratar los temas que interesan y afectan a toda la sociedad y se institucionalizan en la medida en que se le otorgan recursos.

Es así como los hechos considerados de interés colectivo, se convierten en públicos por su transmisión y difusión a un grupo considerado masivo; e institucional por que son las

empresas especializadas quienes realizan este trabajo. Estas empresas son lo que comúnmente llamamos Medios de Comunicación Masiva.

La producción y difusión de la información considerada de carácter público y que la sociedad requiere para producir y reproducir, se logra a partir de la creación de un producto comunicativo que es el “material que soporta información y que tiene una dimensión material que hace referencia al objeto y una dimensión simbólica o cognitiva que son los datos que sobre la realidad aporta” (Martín, 1989, pp. 55-56) De esta forma, la comunicación pública interviene en los procesos de producción y reproducción social.

Como lo mencionábamos, la producción se da en la organización y coordinación del producto comunicativo, mientras que la reproducción está por el lado de las ideas que ayudan a crear identidad y cohesión en las sociedades.

Pero ¿de qué se vale este grupo de personas para la creación de los productos comunicativos?, ¿a qué se refieren cuando nos hablan de los “datos aportados por la realidad?”, ¿De qué se compone la realidad? Las respuestas a estas preguntas esperamos puedan ser despejadas con la exposición de los temas subsecuentes.

1.1.3 Realidad y Mediación

Como veíamos en el punto anterior, la realización de productos comunicativos se basa en los referentes que se tienen del entorno que nos rodea; es decir, de aquella **realidad** que percibimos, entendiendo a ésta como **aquellos sucesos o aconteceres que ocurren en el mundo y que afectan a los miembros de un grupo social tomando el carácter de público en el momento en que son seleccionados por los MCM y sirven como referentes de los sucesos ocurridos en algún lugar del mundo** (Habermas, 1987, p. 106 y ss).

“Acontecer es un emergente que como consecuencia de su ocurrencia afecta o puede afectar aun grupo social concreto, durante el período de tiempo que es

objeto de observación... El acontecer público es aquel acontecer a propósito del cuál se ocupan los MCM” (Martín, 1989, p. 52)

Esta realidad de la que hacemos mención tiene dos planos, el del **parecer** y el del **hacer**; el plano del parecer es aquel que se relaciona con el reconocimiento que hace la conciencia de las ideas, en otras palabras, todos los hechos o acontecimientos ocurridos en un tiempo y lugar; mientras que el plano del hacer es la realidad material o los sucesos que afectan a la sociedad y que han sido seleccionados para presentarse a través de un producto comunicativo (Revilla, 2001, pp. 07-08)

Cuando esta realidad se nos muestra a través de un medio de comunicación masiva, no es más que una representación de la realidad, que puede o no coincidir con el modelo o percepción que de forma individual tenemos del mundo. Las representaciones por tanto son un conjunto de elementos relacionados de forma específica que nos muestran aspectos determinados de la realidad; además de ser una mediación entre ésta y el conocimiento que sobre ella se tiene.

Estas representaciones además de crearlas a partir de la mediación que de la realidad hacen los MCM, se dan por la combinación de otros tres aspectos (Martín, 1986, p. 49):

- La **cultura**, que es la suma o conjunto de experiencias históricas de una sociedad o comunidad, que genera una manera de representarse ciertos aspectos de la realidad.³ Este nivel es el depósito de símbolos y valores que una sociedad guarda o resguarda a lo largo de su historia y que no necesariamente son privativos de un pueblo.
- Lo **ideológico o colectivo**, que es una interpretación válida para un momento histórico específico y que podemos identificar con los grupos hegemónicos de ese momento particular⁴.

³ Para ejemplificar este punto diremos que cuando nos preguntan ¿qué es ser mexicano?, generalmente lanzamos una serie de características de lo que nos podría identificar y diferenciar.

⁴ Lo colectivo tiene que ver con la idea que se tiene de algo, por ejemplo, en los países nórdicos, cuando una pareja está esperando un bebé, a ambos (mujer y hombre) se les da el mismo tiempo de

- Lo **personal o individual**, el cual se forma a partir de la experiencia única e indivisible que cada persona tiene y que es la interpretación de cada uno de nosotros de las otras dos representaciones. Este nivel es el que permite la innovación.

Las representaciones que nos hacemos de forma individual, se ven influenciadas por los modelos que nos establecen las instituciones enculturadoras con las que tenemos contacto desde el momento de nacer como lo es la familia, la escuela, la iglesia, entre otras. Y se les denomina enculturadoras ya que ejercen su función de control cognoscitivo utilizando códigos sociales (normas, coerciones, prohibiciones) que transmiten juicios de valor sobre la realidad. (Martín, 1978, p. 42)

Estas instituciones enculturadoras realizan la función mediadora, ya que son quienes nos imponen límites a lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden, ya que como dice Martín (1978, p. 80) la mediación se da porque “ciertos objetos del medio humano (materiales o inmateriales) van a ser relacionados con ciertos objetivos, a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognitivo”

1.1.4 Los modelos representacionales y el habitus

Los comportamientos y las acciones que han sido delimitadas por las diversas instituciones enculturadoras, finalmente, al ser transmitidas a los demás, pasan a ser modelos representacionales: pautas de conducta o códigos sociales establecidos y acordados por la sociedad en su conjunto, desde antes de nuestro nacimiento y que nos indican las prácticas y relaciones benéficas/funcionales, pero éstas serán aprobadas, validadas y ajustadas por nosotros, de forma individual, a partir de que las experimentamos por primera vez. (Revilla, 2001, pp. 11-14)

incapacidad. Esto es porque en aquellos países se considera que así como se adquieren obligaciones con el bebé, también se tiene el derecho de compartir momentos de esa índole.

Esta adopción y adecuación de los modelos representacionales, son para nosotros un esquema de percepciones y apreciaciones del mundo social (Bourdieu, 1991, p. 93), y que, finalmente ponemos en juego con la práctica cotidiana. Esto nos da la posibilidad de validarlas o rechazarlas de acuerdo a esa experiencia y los intereses que de forma individual nos hemos creado.

Bourdieu (1991, p. 91) nos dice que “los objetos de conocimiento son construidos y no pasivamente registrados... el principio de esta construcción es el sistema de disposiciones estructuradas y estructurantes constituido en la práctica y orientado hacia funciones prácticas”

La interpretación que hacemos es que los modelos representacionales pueden estar dados por la sociedad, pero que la adopción o registro que hacemos de ellos no es de manera inconsciente. Además, si se han establecido los modelos representacionales de la forma en la que están, es porque su estructuración sirve para mantener un orden y cohesión que sirve para funcionar dentro de un grupo social.

Pero Leach agrega que “en todos los sistemas viables, debe haber una zona donde el individuo sea libre para adoptar sus decisiones de forma que pueda manipular el sistema en su propio beneficio”(Bourdieu, 1991, p. 92). Es decir, que pese a que los modelos representacionales nos indiquen el camino para poder ajustarnos y pertenecer a un grupo social, habrá momentos en que como seres individuales nos crearemos nuestro propio juicio de las cosas y podremos estar en desacuerdo, además de tener la libertad para intentar un cambio que vaya más acorde con nuestro pensar, nuestras expectativas e intereses.

En otras palabras, los modelos representacionales que nos transmitan las instituciones enculturadoras, podrán ser modificados de acuerdo a las posibilidades y necesidades de cambio dentro del orden establecido de forma individual y grupal, dando pie a la producción de nuevos modelos representacionales o, en su defecto, a la reproducción de aquellos que sean válidos para mantener cohesión dentro del grupo social al que se pertenece.

“producir es fundamentalmente transformar; y reproducir es conservar; lo primero conlleva el esfuerzo energético de la modificación, lo segundo conlleva la conservación de la experiencia colectiva” (Revilla, 2001, p. 16)

La aplicación de estos conceptos, está en que tanto los individuos como los MCM en todo momento se encuentran ligados a la dualidad producción/reproducción, por el hecho de que no todos los modelos necesitan un cambio, y tampoco es necesario mantenerlos por una eternidad; estos van en función de la vigencia o la caducidad que tengan los modelos representacionales, al mostrar la realidad que se vive en un espacio y tiempo específico.

1.1.5 Producción / Reproducción

Los Medios de Comunicación Masiva (MCM), siendo instrumentos tecnológicos que transmiten información a la audiencia sin importar el tiempo ni la distancia, se apoyan en un producto comunicativo para mostrarnos modelos representacionales de lo que acontece en el mundo y que al público le sirven para interpretar el mismo acontecer. (Martín, 1989, p. 51)

En este caso, es a los MCM a quienes les concierne mediar entre el hacer (realidad) y el parecer (representación), siendo así “la mediación el sistema de reglas y operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden” (Martín, 1978, p. 49) Están interesados en la **reproducción** para mantener un orden o lógica del mundo al que representan, pero que en el momento en que ésta cambie, optarán por la **producción** de nuevos modelos que estén más acordes con la realidad.

Los procesos de producción y reproducción social se entrelazan con la vigencia o caducidad de los modelos representacionales, de los compromisos de los sujetos/agentes sociales con los modelos: mientras el modelo se considera expresión válida de la Realidad, no se pondrá mayor empeño en construir un modelo alternativo... Si el modelo ya no es expresión válida de la organización social, entonces la discrepancia generará desordenes sociales, cuyo grado

aumentará en la medida en que el hacer se distancie cada vez más de los pareceres, que no cambian o no se ajustan (Martín S., 1978, p. 107 y ss)

Entenderemos así que, con la reproducción/producción los MCM proveen a los miembros de la sociedad de relatos, sean escritos, orales o con imágenes, que proponen una interpretación del acontecer del mundo.

Será a partir del contenido de este relato que podremos encontrar y evaluar si la comunicación es innovadora o conservadora, diferenciándolas porque la **comunicación conservadora** será la que retrase o **no identifique las transformaciones sociales**; donde sus relatos estarían interesados en presentar aquellas circunstancias que en la sociedad permanecen: esta comunicación es la que se encargará de mantener vigentes los modelos representacionales en sus relatos aunque no correspondan con los cambios generados en la realidad social (Martín, 1993, p. 45).

Por su parte, será **comunicación innovadora** si los relatos favorecen y **reconocen las transformaciones sociales**, ya que da cuenta de los elementos del cambio de la realidad. Esta comunicación, ofrece en sus relatos interpretaciones nuevas del entorno social y de lo que en su ámbito acontece. (Martín, 1993, p. 51)

Lo expuesto en este capítulo aplica en el análisis del programa El Terreno de Eva, porque tratamos de identificar cuáles son las representaciones de género que son transmitidas a una audiencia y comparar los resultados con un modelo que denominamos tradicional, por marcar códigos sociales sobre lo que deben hacer los hombres y mujeres; para determinar si la comunicación que presenta en su relato tiende hacia la innovación o conservación.

Para complementar esta exposición es necesario exponer lo concerniente al Género, tema que nos sirve de apoyo para la comparación de un antes y un ahora con relación a los códigos sociales establecidos para cada uno de los géneros. También nos sirve como complemento para cumplir la finalidad de este trabajo, que es identificar las representaciones

expuestas dentro del programa El Terreno de Eva. Tomando en cuenta estas justificaciones, el siguiente punto será el que aborde dicho tema.

1.2 CREANDO LAS REPRESENTACIONES DE GENERO

Hablar de representaciones de género, tiene que ver con los modelos que social y culturalmente se establecen, que pueden o no tener algún parecido con alguna otra sociedad. Son los códigos sociales que han ayudado a diferenciar y definir a cada uno de los géneros dentro de la sociedad.

En este apartado expondremos lo referente al Género, tema que es nos ayudará a entender cómo es que se han establecido los roles de género a partir de las instituciones enculturadoras, así como la forma en que los adoptamos y practicamos.

Tocar este tema, cuando se está estudiando un producto comunicativo como El Terreno de Eva, transmitido por un MCM, se debe a que ellos se encargan de presentarnos una representación de lo que es la realidad, la cual se conforma de nuestros haceres de forma grupal, o nuestros hábitos de forma individual.

Así mismo, lo que se expondrá nos sirve para determinar si El Terreno de Eva es más o menos conservador o más o menos innovador, con base a lo que nos dice del género y comparado con el modelo que denominamos conservador.

1.2.1 Género... ¿ biológico, social o cultural?

Durante mucho tiempo, hombres y mujeres fueron diferenciados por aspectos que tenían que ver con lo biológico, así mismo, sus roles o funciones dentro de la sociedad se justificaban por esas diferencias. Muchas fueron las explicaciones que validaban la subordinación y opresión de las mujeres, que finalmente se constituyeron como desigualdad ante los hombres. Esto fue evidente en la asignación de actividades distintas, así como la separación de sus ámbitos de acción.

Una de esas explicaciones, argumentaba que la inferioridad femenina se derivaba del hecho de que su cerebro, frente al del masculino es de menor tamaño. Otras sugerían que, debido a su condición física, proporcionalmente eran más débiles que los hombres.

Una última, y la que prevaleció en el tiempo, es la que tiene que ver con las diferencias biológicas, o mejor dicho con las capacidades biológicas de cada sujeto. La subordinación femenina, se consideró algo natural e inevitable, debido a que son ellas quienes dan vida; es decir, están ligadas a la maternidad. Debido a este suceso, los campos de acción de la mujer se situaron en lugares privados, como lo es el hogar. Mientras que para los hombres, lo natural tenía que ver con los lugares públicos, en donde pondría en práctica toda esa fuerza de la que había sido dotado de forma, nuevamente, natural. Uno de esos sitios podría ser el campo, donde se dedicaban a la siembra y cosecha.

Estas situaciones fueron sólo algunas de las que hicieron que surgieran en los años sesenta, en Europa, y en los setenta en Latinoamérica, movimientos denominados feministas. Las cuales acuñan el término género, con el fin de determinar si las diferencias a las que estaban expuestas tenían que ver con aspectos biológicos o sociales, y diferenciar el término género del de sexo.

Con relación a esto último, ellas con ayuda de la ciencia biológica, pretendían dejar claro que para definir lo masculino y femenino, se tendría que tomar en cuenta la relación que existe entre cinco áreas fisiológicas; como lo son los genes o cromosomas, las hormonas, las gónadas, los órganos reproductores internos y genitales externos (Cucchiari, 2003, p. 186)

Por ello, las feministas explican que el sexo biológico tiene que ver con la apariencia externa de los genitales, y que generalmente es a partir de esto, que al momento de nacer se nos cataloga en las dos únicas opciones que la sociedad tiene para diferenciar: hombre o mujer. Así, retomar el término género, fue para poder explicar, a partir de él, las diferencias entre las relaciones, los reconocimientos y el prestigio, tan desiguales entre hombres y mujeres.

Fueron numerosos los estudios que trataron el tema de las diferencias, así como de dilucidar cómo y dónde surgieron. Pero fue el de la antropóloga Sullerot, junto con Lwoff, en 1976, quienes reconocen que es posible que existan diferencias sexuales de comportamiento asociadas a un programa genético, pero dejan claro que tales diferencias no justifican la superioridad de un sexo sobre el otro (Lamas, 2003, p. 107)

Así como ellos, pero aproximadamente treinta años antes, Margaret Mead, en 1935, fue la primera mujer que habló de que las construcciones con relación al género eran producto de la cultura y no de la biología, además de que cada una de estas concepciones podrían variar de sociedad en sociedad.

Otro más fue Talcott Parsons, quien escribió que “los papeles de género tienen un fundamento biológico y que el proceso de modernización había logrado racionalizar la asignación de estos papeles”. Para él, la racionalización tenía que ver con la definición de papeles de género con base en las funciones económicas y sexuales (Conway, 2003, p. 21)

Parsons pensaba que hombres y mujeres estaban para apoyarse mutuamente, tanto económica como emocionalmente. Además de que la capacidad del hombre para el trabajo instrumental se complementaba con la habilidad de la mujer para manejar los aspectos expresivos de la vida familiar y la crianza de los hijos (Conway, 2003, p. 22)

Estos estudios provenían de diferentes ramas o ciencias, una de ellas fue la antropología a la que le interesaba uno, esclarecer qué características o conductas son aprendidas culturalmente y; dos, cuáles están inscritas genéticamente. Además de hacer una comparación transculturalmente.

Pero ¿cómo es que se adoptan aquellas características que nos hacen diferentes? Robert Stoller, fue uno de los que hablo acerca de esto, y explicaba que lo que determina nuestra identidad de género son las experiencias, ritos y costumbres que vivimos desde nuestro nacimiento, además de asegurar que es esta identidad adquirida la que importa más que la genética (Lamas, 2003, p. 112)

Kaufman (1989, pp. 32-33), nos explica que la adquisición individual del género se da a partir de dos circunstancias, una de ellas es la que nos dice que nuestros deseos son limitados y moldeados con el fin de adecuarnos a las exigencias de la sociedad a la que pertenecemos. Otra forma en la que se adquiere la identidad, es de acuerdo a las figuras paternas (madre y padre) que se tengan.

Para esto último, Kaufman refiere que desde pequeños por medio de la observación nos percatamos de las conductas que padre o madre tienen y que son con base a ellas, con las que nos identificamos y actuamos. Es decir, que desde pequeños somos capaces de identificar características que definen y diferencian a ambos géneros, como pueden ser la pasividad o vulnerabilidad en la mujer; y en el hombre la agresividad y la valentía. Además es uno de los que, de acuerdo a lo anterior, cree que “la familia refleja, reproduce y recrea el sistema jerárquico de género de la sociedad en su conjunto” (Kaufman, 1989, p. 34)

También encontramos que las tres condiciones bajo las que se adquiere el género y en donde podemos agrupar lo que anteriormente leímos. La primera de ellas es lo que conocemos como asignación de género y que tiene que ver con la asignación que se da al bebé a la hora de nacer por la apariencia de sus genes. La otra, la identidad de género, es la que se establece más o menos al tiempo que el infante adquiere el lenguaje. El género al que pertenece lo hace identificarse en todas sus manifestaciones. Y por último, el papel de género, que se forma en el conjunto de normas y prescripciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino o masculino (Lamas, 2003, pp. 113-114)

Como vemos en lo que se ha expuesto, socialmente es como se han impuesto modelos de género, los que cambian de acuerdo al tiempo y al grupo social en el que se establecen, debido a que son éstas las que indican cuáles son las actitudes “apropiadas” para cada género.

No hay que olvidar que éstos modelos son transmitidos o mediados a través de instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas (Conway, 2003, p. 23). Instituciones a las que estamos ligadas desde el momento en que nacemos, como son la familia, la escuela, la

iglesia, hasta la misma sociedad a la que se pertenece. En la cual, ya están establecidas las normas, las reglas, es decir, los modos de convivencia.

Con relación a esto último, Kaufman (1989, p. 29) nos dice que “nuestra personalidad, sexualidad e identidad propia son creadas y no simplemente adquiridas, a través de nuestra realidad vivida”. Así mismo, Lamas (2003, p. 114) nos dice que “la dicotomía masculino-femenino, establece estereotipos las más de las veces rígidos que condicionan los papeles y limitan las potencialidades humanas de las personas al estimular o reprimir los comportamientos en función de su adecuación de género.

Entonces, si la sociedad es quien, a partir de instituciones, se vale para establecer modelos de género que estimulan o reprimen de forma específica las actividades tanto de hombres como mujeres, es preciso hablar de ellas y de la forma en que se considera nos moldean socialmente.

A continuación, hablaremos de algunas de estas instituciones enculturadoras y que sirven de referente a los MCM para representar modelos, y que en este caso se refieren a los de género. Ya que no podemos olvidar que a partir de los haceres es que se realizan los productos comunicativos, y que de alguna forma sirven al medio para dar una interpretación de lo que sucede en el mundo.

1.2.2 Un modelo tradicional

Adentrarnos al término Género, es decir, conocer cómo es concebido así como explicar algunas de las posturas que sobre éste existieron, fue lo que nos dio la pauta para pensar en lo que llamamos “modelo tradicional”, ya que a partir de las explicaciones que encontramos con base a las divisiones entre hombres y mujeres, así como la concepción que sobre cada uno de ellos se tiene, hallamos un consenso dentro de ellos.

Recordemos que la reproducción es conservar y que en este sentido es la concepción que sobre cada uno de los géneros se tiene. Con ello podemos decir que algunas de las

características que se le atribuyen a la mujer son la abnegación, la belleza, la compasión, la perspicacia y la ternura; mientras que el hombre es quien tiene el valor y la fuerza. (Ocampo, 2003, PW⁵)

Además de que son ellas quienes “deben dar al marido obediencia, agrado, asistencia, consuelo y consejo, tratándolo siempre con la veneración que se debe a la persona que nos apoya y defiende”. Por su parte ellos “deben dar a la mujer, protección, alimento y dirección, tratándola siempre como a la parte más delicada, sensible y fina de sí mismo, y con la magnanimidad y benevolencia generosa que el fuerte debe al débil” (Ocampo, 2003, PW)

Pero ¿de dónde vienen estas concepciones?. Una explicación la encontramos con Engels (1992, p. 72), quien nos dice que al instituirse la monogamia, el esclavizamiento de un sexo por el otro comenzó a tomar fuerza, en el sentido de que se dio la primera división del trabajo donde la mujer servía sólo para la procreación de los hijos. Lo que la hacía estar ligada a los sentimientos por la crianza y protección de los hijos. Los hombres serían entonces los que proporcionarían el alimento encargándose de la creación de los instrumentos que requiriera para ello.

En este caso Engels (1992, p. 63) consideró a los hombres como los fuertes y protectores de la familia⁶; mientras que a la mujer la percibía como una persona “envilecida, domeñada, trocarse en esclava de su placer y en simple instrumento de reproducción.

Otra explicación la encontramos con el funcionamiento del patriarcado, el cual se basa en el poder masculino y que difícilmente ha permitido el acceso de las mujeres a las áreas públicas, las cuales sólo estaban dominadas por ellos. La permanencia de este sistema, se ha debido a que “la cultura patriarcal en nuestro país es dominante y se vale de todas las instancias que generan ideología para seguir reproduciéndose (Sánchez, 2003, p. 53)

⁵ PW son las siglas que utilizaremos de aquí en adelante para referir que los datos fueron localizados en una página web

⁶ Acciones o atributos que se parecen a los que Melchor Ocampo describe en su Epístola, escrita en 1859

Por su parte, en el siglo XIX, el matrimonio cobra relevancia debido a que es a partir de éste que los esposos garantizaban que la herencia quedara en manos de legítimos herederos. Para lograr esto, a la mujer le “impusieron códigos sexuales, en los que se debía entregar a su marido para complacerlo y por su deseo de maternidad”. Esto es, “ellas no debían sentir deseo carnal... la misión de una esposa era la de dar a luz y educar a los hijos” A los hombres, en cambio, “se les permitía gozar con prostitutas” (Bornay, 1998, pp. 54, 58)

La ciencia por su parte, a mediados del siglo XX, se apoyaba en la Teoría de Darwin quien “conceptualiza a la mujer como tierna y bondadosa, pero débil, vulnerable y sumamente delicada. Con ello, el arquetipo de mujer de aquella época fue el de un ser indefenso, poco apto para la acción y el pensamiento reflexivo, y necesitado de la protección de su esposo” (Bornay, 1998, p. 59)

Pero ¿de qué forma es que aprendemos este tipo de percepciones que tenemos de los géneros? La profesora Sánchez (2003, p. 52) nos dice que a su consideración son las instancias o instituciones de las que hemos hecho mención, las que permiten el establecimiento y desarrollo del sistema sexo/género

Una de estas instituciones es la familia, en donde las actividades de las mujeres son las de ser esposa y madre educadora. Situación que se da de forma paulatina a partir de la revolución industrial, debido a que ellas dependían económicamente de sus maridos, lo que hacía que tuvieran más tiempo libre y se dedicaran a ser amas de casas. (Bornay, 2003, p. 68)

Pero ¿serán ellas, única y exclusivamente las que nos enseñen todo lo relacionado al comportamiento que debemos tener de acuerdo al género que se pertenece? Podemos reconocer que desde que nacemos, formamos parte de un grupo social denominado familia, y que es en él, donde nos proveen de todos los elementos que nos servirán para desarrollarnos dentro de otro grupo llamado sociedad.

En la familia es donde nos enseñan pautas de comportamiento a través de valores, actitudes, ideas, etcétera, que de alguna forma nos van dejando claro nuestro lugar dentro de

ella, así como los comportamientos adecuados tanto para hombres como mujeres. Es en ella, donde se comienzan a transmitir la desigualdad o diferencia entre ambos.

Como se observa, no hemos desligado esta función a las mujeres exclusivamente, ya que las familias no sólo están constituidas por ellas, al contrario, son padres e hijos quienes las conforman y en la convivencia diaria con ellos es como aprendemos, en este caso, pautas de comportamiento para cada género.

Una de las formas en que se pueden aprender las conductas, es a través de la observación, debido a que desde pequeños podemos ver las diferentes acciones que realizan nuestros padres, a partir de los cuales nos identificamos y adoptamos el género. Un ejemplo nos lo muestra Carlos, el personaje principal del libro de José Emilio Pacheco, *Batallas en el Desierto*:

Mi madre escuchaba todas las radionovelas de la XEW mientras hacía sus quehaceres y a veces descansaba leyendo algo de Hugo Wast o M.Delly... Mi padre leía *Cómo ganar amigos e influir en los negocios, El dominio de sí mismo, El poder del pensamiento positivo, La vida comienza a los cuarenta* (Pacheco, 1981, p. 51)

Además de observar, el aprendizaje se da a partir de que constantemente se nos dice que podemos hacer o que no, por ejemplo a las niñas no se les deja jugar con soldaditos, trepar árboles, ser toscas, entre otras cosas, porque supuestamente “son cosas de niños”. Por su parte, a ellos no se les permite expresar sus sentimientos con el llanto o ayudar en quehaceres que tengan que ver con la limpieza del hogar.

Con relación a lo anterior, la profesora Sánchez (2003, p. 53) dice que “la socialización aprendida en el hogar, enfatiza el carácter hipertónico para los varones: actitudes decididas, autónomas, libres, independientes; en las mujeres en cambio, acentúa conductas hipotónicas: comportamientos dependientes, pasiva, insegura

Además de ser los padres quienes nos muestran pautas de comportamiento, y como lo mencionamos líneas arriba, los hermanos mayores son quienes en muchas ocasiones sirven de modelo o guía para seguir. Es de ellos, de quienes también estamos al pendiente para saber cómo comportarnos. “Héctor que ya tenía veinte años... pasaba las semanas en el Swing Club y en billares, cantinas, burdeles. Su pasión era hablar de mujeres, política, automóviles (Pacheco, 1981, p. 33)

Es en el hogar en donde observamos continuamente las actividades a las que las mujeres se dedican mientras los demás salen a trabajar o estudiar: “Mi madre siempre arreglando lo que dejábamos tirado, cocinando, lavando ropa, ansiosa de comprar lavadora, aspiradora, licuadora, olla express, refrigerador eléctrico” (Pacheco, 1981, p. 22)

La convivencia con los miembros de la familia, es lo que nos define las actividades, los estereotipos y los valores bajo los que debemos regirnos para convivir con una sociedad que ya ha establecido sus reglas para relacionarnos. Es por ello, que podemos valernos de la frase que dice que es en el hogar donde se aprende la primera educación. Es en esta donde se nos dice y observamos qué somos, además de lo que podemos o no hacer y decir.

Por su parte, la escuela es otra institución enculturizadora que ayudó a reforzar tales modelos y tan fue así que hasta antes del siglo XIX, la educación era algo a lo que sólo los hombres podían acceder, debido a que era considerado un ámbito público, del que estaban relegadas las mujeres.

La entrada de ellas a este ámbito estuvo condicionada y limitada, porque solamente podían estudiar la primaria con el fin de que aprendieran cosas que les permitieran llevar una mejor administración del dinero, del que les proveían los hombres para la manutención del hogar. Tiempo más tarde, pudieron tomar capacitación para ejercer tareas de magisterio, comercio, correos, archivos (Sánchez, 2003, p. 59), pero se observa que también dentro de este ámbito las mujeres están ligadas a actividades que tienen que ver con los hijos y el hogar.

Pero ¿de qué forma contribuyen los profesores a reforzar estos estereotipos? Dentro de las aulas, ellos son quienes inculcan otros valores y aprendizajes, a partir de los cuales los alumnos cambian su percepción del mundo y comienza a modificarse.

Las actividades que realizan dentro de la institución puede decirle al infante mucho, por ejemplo, el afán de considerar a hombres y mujeres como dos grupos distintos, colocándolos a menudo en franca competencia entre ellos, marcando el acento sobre las diferencias de comportamientos, estableciendo un trato diferenciado para hombres y mujeres vía el lenguaje, gestos, tonos de voz, frecuencia y duración en la atención proporcionada a unos y otros. (Sánchez, 2003, p. 57)

Tanto en la familia como en la escuela se nos muestran de forma indirecta modelos que representan al género, de la misma forma la religión, en específico la católica, se vale de dos imágenes que representan la dualidad bueno/malo; además de reforzarla con las creencias y valores que establece a quienes siguen y comparten esta ideología.

Eva y María son esas imágenes de las que hablamos, la primera representa lo malo, mientras que la otra es lo bueno. Eva por su parte, es quien encarna las tentaciones del mundo terrenal, del sexo y del demonio, y es menospreciada por desconocer la virginidad. (Bornay, 1998, p. 33) Mientras que María es adorada y glorificada por la iglesia medieval, por ser la mujer desexualizada, la que fue concebida y concibió a su vez sin el pecado.

La historia de Eva, muchos la conocemos y tiene que ver con el mito de la creación de la Tierra. Ella es la mujer malvada que indujo a Adán a pecar, aún cuando el castigo tuvo efecto cuando ambos comieron de la fruta del árbol prohibido. (Bornay, 1998, p. 33)

De acuerdo a lo anterior, al relacionar a Eva con el sexo, es evidente que la iglesia indica que la práctica de él queda prohibida, o al menos es una actividad que no debe de practicarse antes del matrimonio. El que desacate tal mandato será concebido como un pecador.

La misma sociedad es la que ha interpretado y, al igual que a Eva, entre los siglos XII y XIII, a la mujer se le relacionó con el diablo y con la lujuria. Tal situación hizo que los artistas de aquella época la representaran, tanto en relieves como esculturas, sufriendo las penas del infierno, con su cuerpo desnudo abrazado por serpientes que succionan sus pechos y sus órganos sexuales (Bornay, 1998, p. 36)

Estas son algunas de las explicaciones bajo las cuales las mujeres se rigen para su actuar; debido a que, de acuerdo a lo que dicta la iglesia, es el género femenino quien carga con las culpas de Eva. Y pareciera que por ello, constantemente tenemos que alejarnos del deseo carnal, así como de las actitudes que tengan que ver con la capacidad de decisión y libertad, optando por la sumisión, acato y rectitud en cada una de nuestras acciones.

Pero no solo en instituciones como la familia, la escuela y en la religión encontramos la reiteración de los papeles que tanto hombres como mujeres debemos seguir dentro de la sociedad, el ámbito laboral ha sido otro en donde se marcan las diferencias, las cuales en ocasiones son injustas y desfavorables para el género femenino.

Una de estas circunstancias que marcan las diferencias es el sueldo, debido a que pese a que las mujeres tengan la misma capacidad o actividad para desempeñar el trabajo, los sueldos son más bajos para ellas. Tal situación no es algo que podamos decir que se ha dado a últimas fechas, es circunstancia por la que han tenido que pasar desde mucho tiempo atrás, tal y como lo menciona See (1977, p. 30):

El empleo de ...las mujeres en la industria fue una de las consecuencias más evidentes de la revolución económica... Estos fenómenos son ya una consecuencia directa de la creación de la gran industria capitalista; los fabricantes han encontrado ventajoso emplear mujeres y niños, debido a que los salarios son inferiores a los de los hombres (See, 1977, p. 30).

A pesar de que las mujeres tengan la posibilidad de estudiar una profesión y contar con la capacidad para desempeñarse en puestos similares a la de hombres que tienen la misma preparación, su ubicación “en puestos con poca autonomía se encuentran generalmente influidos por el predominio de relaciones patriarcales” (Sánchez, 2003, p. 60)

Lograr que las mujeres pudieran separarse o desligarse del ámbito privado al que habían sido relegadas por la familia y el trabajo doméstico, muchas veces fue producto de críticas o prejuicios, hechas no sólo por varones, sino por mujeres mismas que no aceptaban tal condición: “La madre de Alberto trabajaba en una agencia de viajes, y una mujer decente no debía salir de su casa” (Pacheco, 1981, p. 17)

Finalmente, como observamos con lo expuesto podemos decir que las pautas de socialización que se nos han impuesto o transmitido de generación en generación, a través de la familia, la escuela, la religión, entre otras instituciones, nos exigen conductas, valores y percepciones del mundo diferentes para uno y otro género.

A partir de ello es que actitudes como la competencia, el éxito y el liderazgo, solemos relacionarlas con los varones, mientras que en la mujer encontramos los servicios y cuidados para los otros, el mundo de los sentimientos y afectos, los valores morales de obediencia, recato y resignación (Sánchez, 2003, p. 77)

Si tomamos en cuenta que estas características, divisiones y diferenciaciones impuestas a cada uno de los géneros, son constructos sociales y que quienes las llevan a cabo somos los individuos, cabe la posibilidad que este modelo tradicional ya no tenga nada que ver con la realidad a la que nos enfrentamos día a día. Y sea por ello que dentro del desarrollo de la sociedad se están dando cambios de manera paulatina.

1.2.3 El cambio: renovarse o morir

Las mujeres y los hombres somos diferentes y tenemos capacidades y necesidades distintas. Pero ser diferente no quiere decir ser inferior, ni siquiera cuando, a causa de las diferencias se es vulnerable.

Carta de los derechos de la mujer. CNDH

Como vimos con anterioridad, producir es transformar o modificar, así dentro de una sociedad que durante mucho tiempo valoro a la mujer sólo por su capacidad reproductiva y al hombre por la productora, se han dado cambios en donde ambos géneros están en el proceso de observarse diferentes, así como de luchar por superar las condiciones impuestas.

Parte de ello, nos lo muestra la educación pública feminista que está en contra de la violación, el maltrato físico, el acoso sexual, pero sí a favor del control de las mujeres sobre sus propios cuerpos (Kaufman, 1989, p. 59); aspectos que, entre otros, son indispensables para fomentar el cambio social.

Por ejemplo, en el aspecto que tiene que ver con la sexualidad, las mujeres se han preocupado por emplear algún método que les asegure no quedar embarazadas, práctica que se llevo a cabo desde antes, por decir algo, “las mujeres del mundo romano empleaban diafragmas para evitar la concepción. Pero sobre todo, ingerían sustancias cuya composición se asemejaba a la de los abortivos” (Duby, 1992, p. 331) En ese tiempo, tal vez era para evitar ser rechazadas por la familia o el prometido de ellas, debido a las condiciones que de sobra conocemos.

Actualmente el uso de ellos es con otros fines: para la planificación. Actividad que ya es considerada un derecho y un medio bajo el cual pueden verse cumplidas las expectativas de vida tanto familiares, económicos y profesionales.

Pero antes de poder llegar a tal situación, en donde la elección de la maternidad, estaba abierta para las mujeres, en 1870, cuando comenzaban a realizarse campañas a favor del control de la natalidad, la sociedad no sólo las rechazaba sino que las calificaba de inmorales. (Bornay, 1998, p. 78)

En la actualidad, vemos que este tipo de críticas pasan desapercibidas al observar a través del informe del Consejo Nacional de Población (CONAPO), publicado en el 2000, que el descenso de la fecundidad se inició a mediados de los años sesenta, pero que fue a partir de 1974 cuando ésta se produjo de manera acelerada.

Cabe señalar que la planificación familiar estaba poco extendida, generalmente quienes conocían en qué consistía, eran las mujeres con educación y que vivían en las principales ciudades del país. En estos tiempos, hablar de planificación familiar es un asunto mucho más aceptado, así como de mucho mayor conocimiento en los diferentes estratos sociales y en los distintos estados de la República.

Por su parte el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) reafirma que, efectivamente, la fecundidad dentro del territorio nacional va en descenso. Ya que la población creció entre 1990 y 1995, un total de 9 908 645, mientras que de 1995 a 2000 fue de 6 325 122.

Cuadro resumen Indicador	1990	1995	2000
Población total	81 249 645	91 158 290	97 483 412
Tasa de crecimiento medio anual de la población	2.6	2.0	1.9
Tasa global de fecundidad	3.2	2.9	2.4
Tasa bruta de mortalidad	5.1	4.6	4.3

FUENTE. INEGI. Tabla de cuadro resumen

Los hombres por su parte, en un ámbito diferente se han dedicado a realizar campañas “denunciando la violencia contra la mujer, así como rechazando la pornografía y enfrentando la violencia”; lo que se proponen al hacer tales cosas es construir desde su propia práctica personal y política una nueva identidad de género (Kaufman, 1989, p. 7)

En lo laboral, observamos que la incorporación de las mujeres en los procesos de la vida económica remunerada se debió a factores sociodemográficos y económicos que están relacionados a “los cambios en las pautas matrimoniales, el descenso de la fecundidad y la significativa elevación de los niveles educativos de la mujer” (CONAPO, 2000)

Los empleos en los que las mujeres desempeñan sus actividades ya no sólo son aquellas que estaban reservadas para este género, como lo son la educación, el secretariado, la enfermería, entre otras, sino también en aquellas que no presentan una división marcada por uno u otro género.

Lo que podemos resaltar es que las mujeres son quienes en algunos casos, gracias al desarrollo profesional y la captación de un salario, les permiten mantener un hogar. Nuevamente el INEGI, nos muestra datos comparativos que nos indican que esta situación va en aumento.

Cuadro resumen Indicador	1990	1995	2000
Porcentaje de hogares familiares, respecto al total de hogares con jefatura femenina	84.5	ND	84.6

FUENTE. INEGI. Tabla de Cuadro resumen

Como observamos, el crecimiento de esta situación fue de sólo 0.1 (punto uno por ciento) pero si tomamos en cuenta que en el 2000, el total de hogares habitados fue de 21 513 235, entonces podemos decir que ese 84.6% equivale a 18 200 196 de hogares mantenidos por las mujeres, dentro del territorio nacional. Mientras tanto, su participación en el mercado laboral, también va en aumento, ya que en 1970 era del 17.6% y en 1990 fue de 19.6% (Sánchez, 2003: 80)

Como sabemos, los cambios se dan de forma paulatina, y en muchas ocasiones se sigue observando la preferencia de alguna especialidad considerada para hombres o mujeres. Así, “los alumnos se incorporan a aquellas áreas de la cultura que consideran transmiten los conocimientos más cercanos a su identidad de género, por ejemplo talleres de electricidad, automotriz y carpintería para los hombres; de cocina, costura y mecanografía para las mujeres” (Sánchez, 2003, p. 23)

En esa subdivisión de talleres que existen en las escuelas, a ninguno de los géneros se les obliga a escoger o preferir alguna de ellas, lo que hace ver a las instituciones educativas,

como un medio que también puede estar libre de prejuicios sexistas que transmite y refuerza valores y actitudes de equidad entre los géneros.

Romper el esquema que se tenía de que eran ellos quienes tenían la preferencia para dominar los espacios públicos, se logra a partir de que son cada vez más las mujeres quienes comienzan a dominar, al menos el espacio educativo.

Sexo	1950	1960	1970	1990	2000
Hombres	6 602 218	9 297 774	13 338 423	21 267 386	22 579 345
3 a 5 años	1 222 050	1 806 145	2 575 476	3 275 045	3 394 484
6 a 12 años	2 476 949	3 527 874	5 135 323	7 441 058	7 857 769
13 a 15 años	862 452	1 192 208	1 755 447	3 059 399	3 157 403
16 a 19 años	974 003	1 366 678	1 941 877	3 753 756	3 866 089
20 a 24 años	1 066 764	1 404 869	1 930 300	3 738 128	4 303 600
Mujeres	6 752 630	9 261 248	13 232 853	21 534 435	22 880 979
3 a 5 años	1 199 029	1 753 724	2 477 188	3 197 832	3 301 641
6 a 12 años	2 367 562	3 366 139	4 902 961	7 260 639	7 636 437
13 a 15 años	865 708	1 184 337	1 739 206	3 098 014	3 139 355
16 a 19 años	1 087 761	1 414 845	2 011 457	3 886 915	4 036 012
20 a 24 años	1 232 570	1 542 203	2 102 041	4 091 035	4 767 534

FUENTE. INEGI. Tabla de Población en edad escolar de 3 a 24 años por sexo y grupos de edad 1950 - 2000

A través de la tabla observamos que a pesar de que es mayor el número de hombres que ingresan a educación primaria, con 221 332 más niños que niñas; en la educación superior vemos que las mujeres superan a los hombres con un total de población de 463 934. Y, finalmente, de forma general, son 301 634 más mujeres que estudian algún nivel de educación. Estos son sólo algunos datos que nos muestran los cambios que ha tenido el género con base en lo que se consideraba propio y adecuado para cada uno de ellos.

Anotaremos que, el hecho de que dentro de este capítulo se tocaran temas como la Comunicación y el Género, fue para tener las bases y poder interpretar los datos que se obtuvieron en el análisis del programa El Terreno de Eva. Estos datos serán quienes nos darán pie a calificarlo como más o menos innovador o más o menos conservador de acuerdo a lo que, en específico, se expuso de Género.

Por lo que a continuación presentamos a nuestro Objeto de Estudio, y que en este caso fue el programa de televisión El Terreno de Eva; además, explicamos cómo se obtuvieron los datos de la muestra estudiada.

CAPITULO DOS

PASO A PASO EN EL TERRENO DE EVA

El primer capítulo nos ayudó a sentar las bases teóricas bajo las cuales se llevará a cabo el análisis de mediación cognitiva del programa de televisión El Terreno de Eva. mientras que este segundo capítulo *Paso a paso en el Terreno de Eva*, será el que nos explique la metodología aplicada. Así como la presentación de nuestro objeto de estudio que fue el programa de televisión.

En la primera parte de este capítulo explicaremos cómo se conforma un Objeto de Estudio, seguido detallaremos nuestro Objeto Real de Estudio (ORE), el cual se trata del programa de televisión El terreno de Eva. En una segunda parte exponemos la metodología que se utilizó, es decir todos y cada uno de los pasos que se siguieron para el registro y obtención de los datos.

2.1 OBJETO DE ESTUDIO

Una investigación como la que se presenta en este trabajo se conforma de dos elementos: el Objeto Formal de Estudio (OFE) y el Objeto Real de Estudio (ORE), los cuales están estrechamente ligados y de ninguna forma pueden estar separados.

Mario Revilla (1998, p. 7) explica qué al hablar del OFE, nos estamos refiriéndonos a construcciones teóricas que pretenden dar cuenta de la realidad por medio de una serie de conceptos, leyes y clasificaciones. En este caso, son los postulados propuestos por Manuel Martín Serrano en *La Teoría de la Comunicación* (1993), así como de *la Mediación* (1978) y *Producción Social* (1989), en específico son los conceptos que estas teorías nos proponen a cerca de la comunicación y la mediación, así como de las representaciones.

Por su parte, el ORE 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 (Revilla, 1998, p. 7). En este trabajo nuestro ORE es sin duda alguna, el programa de televisión El terreno de Eva, producto comunicativo que se analizó.

A la parte uno de este capítulo dos, le corresponde presentar y dar a conocer lo relacionado al programa El terreno de Eva, es decir nuestro Objeto Real de Estudio. Mientras que lo correspondiente a la metodología aplicada está expuesta en la parte dos.

2.2. EL TERRENO DE EVA

El terreno de Eva, considerado un *talk show*¹, se transmitió por Canal 4, todos los miércoles a las 22:00 horas, desde el 30 de julio hasta el 31 de diciembre de 2003, fecha en la que finalizó.

La creación e idea original del programa fue de Rafael Baldwin, quien funge además como productor general de la Barra Nocturna de 4TV. Dentro de las expectativas de éste para el programa de El terreno de Eva era que el público lo aceptara y participara, así como que se sintiera identificado con los temas que en él se tocarían. El productor consideraba que el programa era una oferta que tenía algo de innovación: “espero que la oferta que estamos haciendo, que tiene algo de innovación, algo de novedoso, la gente lo acepte, la gente participe, que la gente cuando lo esté viendo de repente se codee con su pareja y que le diga ya viste, así son todos los hombres” (Flores, 2003, PW).

¹ Esta clasificación se le da IBOPE, empresa dedicada al estudio de audiencias y medidores de ratings. (www.revistaneo.com/numeros/num66/ratingstv.asp)

Pero “se conoce como talk show aquellos programas en los que se tratan aspectos de la vida cotidiana, en los cuales el eje está dado por el protagonismo del relato de uno o varios testimoniantes (sic). Los mismos quedan expuestos en una escena que se monta a modo de show televisivo.

Este género se constituye como “el show” de la palabra, en donde “el contar” constituye el atractivo. La temática elegida se exhibe ofreciéndose como producto para ser consumido, promoviendo en el espectador sus inclinaciones voyeuristas. A modo general, la estructura de estos programas incluye los siguientes actores: un grupo de invitados, los protagonistas del show, que exponen su testimonio, un conductor o conductora, un panel con invitados que observan la escena y a veces intervienen de diversos modos (hacen preguntas, dan su opinión, etc.) y, en algunos casos, especialistas en diversas áreas (psicólogos, abogados, sociólogos, según la estructura del programa). Los programas se desarrollan en torno a distintas problemáticas sociales, familiares o sexuales. (Bauer, M., 2005, PW)

Cuatro fueron las conductoras base del programa: Marinita Escobedo, Claudia Domínguez, Raquel Bigorra y Stasia de la Garza. Cada miércoles, tenían como invitada a un artista diferente para que junto con ellas, por medio de diversos cuestionamientos de diversos temas, lograran mostrar qué tan mandilones, machos o misóginos eran sus invitados, los cuales eran actores, cantantes o comediantes. (Sánchez, 2003, PW)

El o los invitados del día son sentados en una silla, simulando un banquillo de acusados, en donde deben contestar los cuestionamientos que se le hacen a lo largo de los 60 minutos que tiene como duración la transmisión.

A la mitad del programa, para el ojo masculino, intervienen modelos mujeres mostrando sus atributos femeninos, mientras que para entretener la pupila de las mujeres se encuentra Edgar, el modelo hombre, quién se presenta vestido como Adán, mostrando su musculoso cuerpo cubierto solamente con un tapa rabo.

Así mismo, durante el programa se promocionan algunos productos, servicios y causas altruistas, dicha promoción es realizada por las mismas conductoras del programa o por personas especialistas en dichos productos.

En un principio se pretendía que dentro del programa se contaría con la intervención de especialistas en género, que dieran su punto de vista sobre la personalidad del personaje entrevistado y saber si tenía tendencias machistas, misóginas o si era mandilón, pero por causas desconocidas, esto no se llevó a cabo.

2.2.1 Las Evas

La conducción del programa El terreno de Eva, como se mencionó líneas arriba, queda a cargo de cuatro profesionales: Raquel Bigorra, Stasia de la Garza, Claudia Domínguez y Marinita Escobedo, de quienes conoceremos su trayectoria a continuación.

2.2.1.1 Raquel Bigorra²

Raquel Bigorra nace en La Habana, Cuba, el 15 de junio de 1974. Desde pequeña tenía intenciones de dedicarse a la actuación o la conducción, y comenzó, como ella lo dice, a ser “el payaso de la familia”: recitaba poemas, cantaba, bailaba. A la edad de 16 años comienza a trabajar como modelo.

Su carrera universitaria la hace en su país natal, estudiando Literatura y Español. Años más tarde, se va a España, junto con otras tres modelos, trabajando como corista de un cantante cubano durante seis meses. En aquel país entra a una agencia de modelaje, y seguido comienza a trabajar en televisión en un programa llamado “TeleMadrid”. Esta experiencia hizo que reafirmara su pasión por el medio.

Se regreso a Cuba con un contrato de la televisora española, pretendiendo regresar a laborar en aquel país y a pesar de que llevaba su contrato, su país no le concede la VISA para regresar. Pero surgió la oportunidad de venir a México, obteniendo por parte de gobernación el permiso para trabajar más no para estudiar, por lo cual deja pendiente su carrera universitaria.

Estando aquí trabaja durante un año como modelo y gracias a la agencia de modelos “Glenda”, entra al CEA de Televisa donde se prepara durante aproximadamente siete meses.

En 1996, comienza su labor en el canal Ritmoson Latino, en el que se programa música latina y es transmitido por televisión por cable. Su trabajo lo realizó durante cuatro años y medio, comenzó como presentadora de videos logrando entrevistar a personalidades como Celia Cruz, Marc Anthony, Gloria Estefan, entre otros artistas más.

Años más tarde, su simpatía y chispa frente a las cámaras fueron quienes le ayudaron para que el productor Rafael Baldwin, le hablara para que participara como conductora del programa El terreno de Eva.

² La información que se presenta acerca de Raquel Bigorra fue obtenida en entrevista, realizada el día 29 de junio de 2004.

Actualmente participa en la conducción de espectáculos y moda dentro del programa “Nuestra Casa”, que se transmite en canal 4, por la tarde; además de tener participaciones esporádicas en los telejuegos del Canal 2.

Próximamente incursionará al mundo de la actuación, con la obra de teatro “Nada de sexo que somos decentes”, junto con la actriz y conductora Talina Fernández. Esta obra está dirigida por Otto Sirgo.

2.2.1.2 Stasia de la Garza

Actualmente conduce el programa “Por un México Mejor”, que se emite por el 660 de AM, de 9:30 a 10:00 de la mañana. Además, junto con Ricardo Rocha, conduce Café en Sanborns, que se transmite por la misma frecuencia, de 10:00 a 11:00 AM. Cabe mencionar que la estación pertenece al Grupo Radio Fórmula, y la programación es parte de las emisiones de Detrás de la Noticia (DDN).

Ha participado como Productora General, para la colección México Nuevo Siglo. Uno de sus trabajos fue el de “Chiapas: La guerra y la paz” el cual se presentó en el 2001, y más tarde fue publicado por la Editorial Clío.

De la misma forma, Stasia de la Garza se ha desarrollado como productora ejecutiva, en la realización de programas para la serie televisiva “México Nuevo Siglo”, el cual se transmite por Canal Dos los martes a las 11:00 de la noche. Algunos de estos fueron *Amar a la mexicana*, *La costilla de México: la mujer del siglo XX*, *De la escoba a las estrellas: la mujer en el nuevo siglo*, entre otros.

Participó como moderadora a nombre de Detrás de la Noticia (DDN), en México, en un programa especial realizado por la BBC de Londres, en forma conjunta con varias emisoras de América Latina. Este ciclo fue denominado “Convivir con el SIDA” y la emisión se presentó el 17 de noviembre de 2003, simultáneamente desde Londres, Bogotá, Ciudad de México y Guayaquil, con la conducción de Carlos Chirinos de la BBC.

2.2.1.3 Claudia Domínguez

Claudia Domínguez inició su carrera en el periodismo de espectáculos en el año de 1994 en el programa de radio “Ande usted”, conducido por Juan “El gallo” Calderón donde era reportera. Al mismo tiempo y durante dos años fue columnista del periódico Novedades. A finales de 1995 comenzó a trabajar en la XEW, en el programa “De revista” al lado de Martha Susana. Un año más tarde comienza como comentarista en el programa “Válvula de escape”, conducido por Horacio Villalobos.

En 1997 regresó a trabajar con “El Gallo” Calderón a la XEW como co-conductora en “El canto del gallo” y en “Buenas noches W”. Y para 1999 participó en el programa radiofónico “La crema y nata” junto a Shanik Berman.

Es columnista de la revista Tvymás. Fue conductora del programa "El terreno de Eva" y colaboradora del programa “La oreja” donde participaba los jueves como conductora invitada. Actualmente conduce el programa “El mameluco” en el 1290 AM, una estación de Radio 13.

2.2.1.4 Marintia Escobedo

Marintia Escobedo nació en la Ciudad de México un 17 de junio. Su afinidad por los medios de comunicación surgió desde la infancia. Estudió fotografía en Canadá, y más tarde alternó la conducción con el periodista Ricardo Rocha en la última etapa del *talk show* “En Vivo”.

Así mismo, inició junto con otros periodistas el canal de noticias ECO. Posteriormente trabajó en una agencia de publicidad y seis meses después regresó a Televisa para incorporarse al equipo de Jorge Berry, con quien alternó en pantalla dentro de los programas ECO y “Este Domingo”.

Durante un tiempo, Marintia quedó al frente de los espacios que dejó Zabłudovsky y trabajó en la sección de espectáculos de ECO. Una vez más decidió dejar la televisión y se

dedicó a la Radio. Tuvo dos programas, “Música joven de ayer y hoy”, en la XEW y “Onda Corta” en W Radical, con Luis Gerardo Salas.

Marintia ha sido conductora del evento anual “Espacio” y conducía en el programa El Terreno de Eva, junto con Raquel Bigorra, Claudia Domínguez y Stasia de la Garza. Es parte del elenco de la puesta teatral “Los Monólogos de la Vagina”, conduce el programa de radio “La Ampolleta” y es columnista en la revista “Mujer Ejecutiva”.

Ha incursionado en el modelaje, y fue esculpida por Jorge Marín para ser la figura que representara la estatuilla para los premios Oye.

En septiembre de 2003 es parte del *reality show*, que produce Televisa y Endemol México, “Big Brother VIP”, y dentro de sus planes a futuro se encuentra; retomar sus actividades como conductora y actriz, además de tener el objetivo de estudiar actuación para cine en la escuela del actor Luis Felipe Tovar.

2.2.2 Las otras Evas y los Adanes

Las invitadas que alternaron con las conductoras, dentro de la muestra analizada, fueron Silvia Irabién, ex Big Brother y conductora; Sheyla quien es más reconocida por su trabajo como comediante que como cantante; y Shamila que es actriz. Estas, las otras Evas, apoyaron en la conducción e hicieron que el programa tuviera variedad y humor femenino.

Los Adanes, al igual que las Evas desempeñan diversas actividades. Mauricio Herrera, se dedica a la comedia y la actuación; Reynaldo Rossano es conductor de televisión y comediante; Gerardo Munguía, canta y actúa; Javier Carranza y Jaime Rubiel, son comediantes. A ellos se les sometió para ver que tan mandilones, machos o misóginos eran.

2.2.3 La tentación

Hemos denominado la tentación a los modelos que se presentan dentro del programa, esto es porque las modelos mujeres básicamente tienen la función de seducir a los invitados y, al igual que las conductoras invitadas, se presenta una diferente en cada programa. Las mujeres seductoras que vestían ropa muy ajustada y corta, fueron: Azucena, Sabrina y Carolina, de quienes se conoce su nombre, gracias a la presentación que hacen de ellas las conductoras del programa.

Edgar, es quien funge como Adán y es el atractivo visual para las mujeres que ven el programa. La función de él se reduce a hacer acto de presencia ya que se le tiene prohibido participar en la discusión. Como Adán, lo único que viste es un tapa rabo y muestra su musculoso cuerpo.

2.2.4 Los promotores

Dentro del desarrollo del programa El Terreno de Eva se promocionaban diversos productos, servicios y eventos altruistas, de los cuales se daba a conocer sus beneficios y utilidad; esta promoción corría a cargo de las conductoras o especialistas en el tema.

Dentro de la categoría de producto, la actriz Luz Elena González, promociona los SIMICONDONES. Su función es básicamente responder a los cuestionamientos que el público le hace vía Internet, relacionados a temas sexuales, así como del uso del condón.

Por su parte, el Sr. Tell, promueve VAPORELLA, mencionando sus múltiples beneficios, así como las facilidades que se tienen para poder comprar una. Además se invita a la audiencia, que así lo desee, a unirse a la fuerza de ventas ya que es un producto nuevo en el mercado.

En la promoción de servicios y eventos altruistas, están las conductoras por lo cual no las tomamos en cuenta para este rubro. Lo que sí mencionaremos es que estos servicios y

eventos altruistas se refieren a BANSEFI que son servicios bancarios y TELETON, el cual tiene que ver con la recaudación anual de recursos económicos, con los que se brinda ayuda a las personas con capacidades diferentes.

Todo lo expuesto hasta aquí ha tenido que ver con la presentación de nuestro Objeto Real de Estudio; a continuación se explicará la manera en que se recopiló la información; es decir, la metodología que se siguió para lograr el fin.

2.3 DESCUBRIENDO EL TERRENO DE EVA

Para poder conocer lo que el Terreno de Eva tiene que decirnos respecto a la comunicación innovadora o conservadora, es preciso que antes tengamos en claro algunos datos de nuestro producto comunicativo a estudiar.

Por ello, en este apartado se explica la estrategia metodológica. Es decir, trataremos de reseñar la forma como se realizó el registro de los datos que dentro de nuestro Objeto Real de Estudio encontramos.

2.3.1 Los primeros pasos

Antes de realizar el registro fue necesario preparar lo que serían nuestras herramientas de trabajo, es decir, aquellos elementos que nos permitirían realizar el análisis. Éstas fueron la selección de la muestra, la técnica que utilizaríamos y, finalmente el instrumento de análisis.

2.3.1.1 La Muestra

Ezequiel Ander Egg (1983, p. 179), nos dice que la muestra es “la parte o fracción representativa de un conjunto de una población, universo o colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo”

Para la fecha en que se decidió tomar a el Terreno de Eva como nuestro objeto de estudio, ya se habían transmitido 15 programas; por lo que se decidió grabar las siguientes emisiones con la finalidad de tener el material listo para cuando comenzará el análisis del mismo. Estas grabaciones comenzaron a partir del 5 de noviembre de 2003, pero no contábamos con que la emisión saldría del aire el 31 de diciembre de ese mismo año.

Para esta fecha contábamos con aproximadamente 9 programas grabados, de los 23 que finalmente se transmitieron a partir de su primera emisión el 30 de julio. Tomando esto en cuenta, consideramos al universo a esos 23 programas, de los cuales el 10% sería analizado y tomado como muestra.

Sacando ese 10%, daba como resultado que tendríamos que estudiar en promedio tres programas, y se optó porque la selección se hiciera de forma sincrónica actual, lo que quiere decir que se tomarían los tres primeros programas, de los nueve que se habían grabado con anticipación: los programas grabados fueron los de las emisiones de los días 12, 19 y 26 de noviembre del mismo año.

Esta selección sincrónica-actual, es a lo que llamaría Ezequiel Ander (1983, pp. 186-186) un muestreo intencional u opinático, donde “la persona selecciona la muestra procurando que sea representativa, pero haciéndolo de acuerdo a su intención u opinión”

De esa muestra seleccionada, observamos que cada uno de los programas tubo una duración aproximada de 1:30 minutos, por ello el tiempo neto que se analizó fue de 3:25 minutos, lo que hace un total de 195 minutos. Dentro de esta muestra, el total de mujeres estudiadas fueron 11 y hombres 8, el porcentaje quedo de la siguiente forma, respectivamente: 58% y 42%.

2.3.1.2 La técnica

La pertinencia de la aplicación de la Teoría de la Mediación en este estudio se debe a que las instituciones sociales que administran la producción y la oferta de información, como los

medios de comunicación masiva, ejercen un control social actuando sobre la interpretación que ejercen los individuos sobre la realidad.

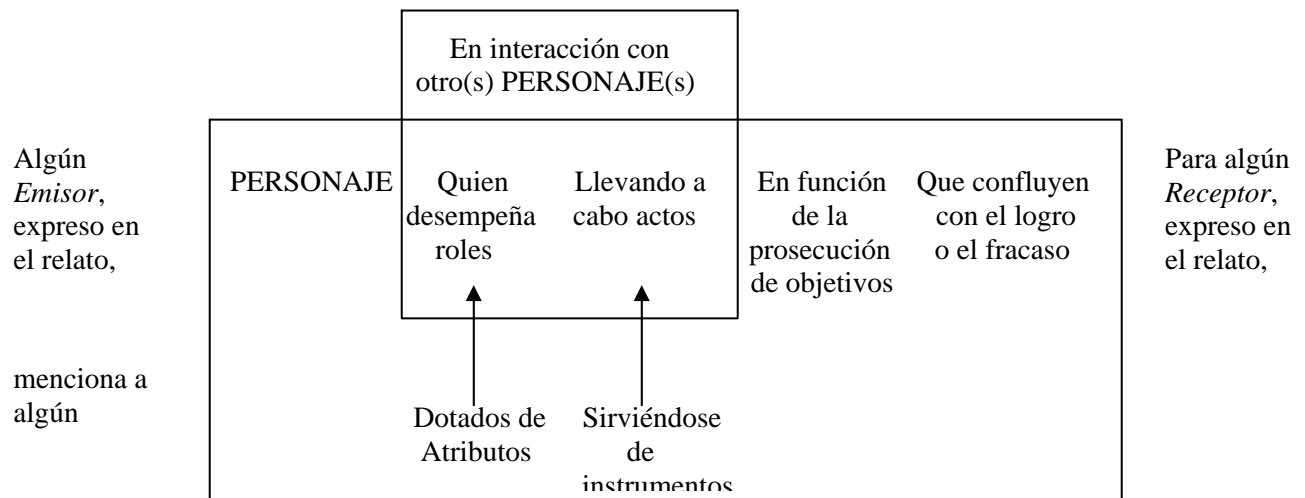
Así, la mediación nos propone representaciones de tiempo, de espacio y de lo que acontece, cuya intención es la de lograr que nuestra conciencia se historicice; es decir, que encuadre el conocimiento de la realidad en modelos históricamente determinados.

El análisis de la mediación cognitiva se operacionaliza con el llamado análisis lógico (Martín, 1978, p. 42) que “reduce el contenido del producto comunicativo a sus componentes, e identifica la lógica de sus procesos de formación de relatos”; es decir, permite reconstruir las relaciones que existen entre diversos elementos de un relato o de una interacción.

El autor nos explica que el componente por el que pueden ser estudiados los productos comunicativos es el de un **relato**, el cual es el que esta cargado de diferentes acciones en las que intervienen diversos **actores**. Pero además agrega que estos últimos pueden analizarse o conocerse “desmembrándolos” en su unidad más pequeña como lo es el **rol**³, el cual tiene características propias que lo definen de acuerdo a su función dentro del relato.

Esto se ve más explicitado en el Modelo Canónico que nos propone Manuel Martín Serrano (1986, p. 140) para el análisis de Mediación Cognitiva y que resume de la siguiente forma: el Actor, en el desempeño de su rol, trata (o no trata) de alcanzar unos objetivos determinados. Las acciones que emprende (o no emprende), en ocasiones concluyen con el éxito o el fracaso. Habrá tal vez implicado en sus actos a otros miembros del grupo o del exogrupo, con quienes mantendrá eventualmente relaciones solidarias o insolidarias, de cooperación o de oposición” (Martín, 1986, pp. 215-216)

³ El rol es la unidad objetiva de definición de las situaciones: es el componente del relato. (Martín, 1978, p. 43) El rol es el conjunto de funciones sociales institucionalizadas que resultan de la descomposición de cada personaje en su repertorio de roles. (Martín, 1986, p. 294)



Personaje y actuación evaluando
positiva y negativamente por la
invocación de normas generales,
mencionadas por el propio
Personaje, otro Personaje
o el Emisor

Modelo Canónico de Manuel Martín Serrano (1986, p. 140)

Es a partir de estos elementos de la mediación cognitiva que se diseña el instrumento de análisis, y donde se deja claro que las unidades de análisis que para efecto de esta investigación nos interesan, son las acciones, actitudes, expresiones, relaciones, atributos y objetivos.

2.3.1.3 El Instrumento

El instrumento de análisis será el que nos permita recoger los datos necesarios para determinar en primera instancia cómo es que están siendo definidos los géneros hombre y mujer dentro del producto comunicativo que estudiamos; y seguido, los resultados obtenidos nos ayudarán para responder a nuestra pregunta de investigación.

El instrumento nos permite mediante un análisis cualitativo obtener resultados cuantitativos. Su parte **cualitativa**⁴ esta dada porque produce datos descriptivos en donde las palabras, habladas o escritas, así como las conductas observadas son conceptualizadas y registradas de acuerdo a su categoría. Es decir, que los datos que se observan se registran de acuerdo a la categoría a la que pertenece: acciones, actitudes, expresiones, relaciones, atributos o herramientas.

La parte **cuantitativa**⁵ esta dada en el momento en que se registra el número de veces que aparece el concepto y se registra dentro del instrumento de análisis. Lo que buscamos finalmente, es conocer la frecuencia con la que se presentaron al finalizar el registro.

Finalmente, se determino que al modelo canónico de Manuel Martín Serrano tendríamos que agregarle otras categorías, para complementar nuestro estudio, por lo que nuestro instrumento se conformó por ocho conceptos o datos diferentes: acciones, actitudes, expresiones, relaciones, atributos morales, físicos, intelectuales; y las herramientas.

A nuestro instrumento de análisis lo denominamos **Hoja de registro**⁶, y debido a la variedad de conceptos que decidimos analizar, fue preciso diseñar varias Hojas de registro que nos facilitaran el registro de la información, así como su manejo.

⁴ El análisis cualitativo es un proceso dinámico y creativo que se alimenta, fundamentalmente, de la experiencia directa de los investigadores en los escenarios estudiados, por lo que esta etapa no se puede delegar. Los datos son a menudo muy heterogéneos y provienen tanto de entrevistas (individuales y en grupo), como de observaciones directas, de documentos públicos o privados, de notas metodológicas, etc., cuya coherencia en la integración es indispensable para recomponer una visión de conjunto. Aunque todos los datos son importantes, se precisa de una cierta mirada crítica para distinguir los que van a constituir la fuente principal de la teorización (ej. un relato biográfico) de los que sólo aportan información complementaria o ilustran los primeros (ej. cartas, fotografías, etc.). Huberman y Miles proponen tres subprocesos vinculados entre sí para realizar el análisis¹⁸: a) La *reducción de datos*, b) La *presentación de datos*, c) La *elaboración y verificación de conclusiones* (Amezcu, M. 2002, PW)

⁵ La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables, es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables y trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Se concreta a arrojar datos duros. (Amezcu, M. 2002, PW)

⁶ Formato bajo el que se registraron los datos obtenidos del desarrollo del programa televisivo El Terreno de Eva.

2.3.2 El Registro de los datos

Para el registro de los datos, se analizó uno a uno los programas, aunque los resultados se tomaron en conjunto para desarrollar las tablas y finalmente hacer las interpretaciones correspondientes.

Como lo vimos con anterioridad, nos vimos en la necesidad de crear varias hojas de registro para considerar los diferentes conceptos que se estudian dentro de esta investigación. Por tal razón, es necesario explicar a continuación la forma de registro de nuestra primera hoja, así como la conceptualización de cada una de las categorías que comprende.

2.3.2.1 Los personajes: sus acciones, actitudes y expresiones.

Para comenzar a utilizar nuestra Hoja de registro 1, es necesario conocer el concepto de cada una de las categorías que nos solicita registrar:

- **Personajes.** Para Manuel Martín Serrano (1986, p. 214), los personajes o Actores como él los llama son “el objeto de referencia que en la narración permite relacionar tres planos: el de acción, el de la comunicación y el de la propia estructura de la narración”

Así, en el terreno de la acción, nos encontramos que el Actor interactúa con otros Actores en un momento dado, es decir, son parte del acontecer mismo. En el campo de la comunicación, son Actores que hacen uso de la información y, a la par, la producen. Finalmente, en el campo de la estructura de la narración, pueden ser sujetos de referencia dentro de un relato. Tomando en cuenta lo anterior, los personajes en este trabajo son quienes participan en el desarrollo del relato, es decir, las conductoras, los invitados, las y los modelos, y los promotores.

- **Acciones**⁷. Por acciones entenderemos todo lo que realizan los personajes dentro del relato que se está analizando. Éstas se registran en la segunda columna de la hoja de

⁷ Acción. Efecto de hacer, hecho o acto. (Diccionario de la lengua española, 1999)

registro y, para ello es preciso utilizar verbos, que pueden o no ir acompañados de complementos que clarifiquen la acción.

- **Actitudes**⁸. Las actitudes son todas aquellas intenciones o emociones con los que se llevan a cabo las acciones. Su registro se realiza en la tercera columna de nuestra hoja de registro, y para ello se utilizan adjetivos calificativos como irónico, alegre, indiferente, etc. Para su identificación nos valemos del tono de voz o la intención con que se expresan los personajes, así como de alguna gesticulación. Es por ello que para el registro de esta categoría es preciso prestar mucha atención a lo que se observa y escucha.
- **Expresiones**. Las expresiones son, como lo define Martín Serrano (1993, p. 21) “aquello a propósito de lo que se comunica”; es decir, los temas de los que hablan los personajes dentro del relato. Son los temas de conversación y para su registro es preciso identificar el tema central de que se está hablando. Los temas centrales de conversación pueden ser dos o tres a la vez. Y cada uno de ellos se registra en la misma columna del personaje que hace alusión a ellos.

PROGRAMA: El Terreno de Eva			
PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES

Hoja de registro 1

Para efectos de esta investigación, se propone no registrar de manera textual los diálogos que sostiene los personajes, ya que provocaría confusiones, además de correr con el riesgo de tener demasiada información irrelevante. No olvidemos que se busca ser específicos y claros.

En el caso de *Personaje*, para identificarlos y a la vez diferenciarlos se procedió a utilizar las iniciales de sus nombres. Por ejemplo, para identificar a Marinita Escobedo,

⁸ Actitud. Disposición de ánimo manifestada exteriormente (Diccionario de la lengua española, 1999)

conductora del programa, se utilizaron las iniciales ME, y así con cada uno de los personajes que se presentan en El Terreno de Eva.

Con lo que respecta a las *Acciones*⁹, *Actitudes* y *Expresiones*, es necesario utilizar adjetivos calificativos que nos ayuden a definir o englobar una acción (reír, cantar, discutir, etcétera), una actitud (alegre, molesta, agresiva) y, finalmente, una expresión o bien los temas de los que hacían mención (familia, hijos, educación). De acuerdo a lo anterior, el registro quedaría de la siguiente forma:

PROGRAMA: El Terreno de Eva			
PERSONAJE	ACCIONES	ACTITUDES	EXPRESIONES
ME	Pregunta	Molesta	Condomes
RB	Interrumpe		

Cuadro 1. Ejemplo de la utilización de la Hoja de registro 1.

Una vez que se registraron los datos de cada uno de los programas en la Hoja de registro 1, se procede a hacer la contabilización de cada uno de los conceptos que se registraron y con ello obtener la frecuencia con que se presentaron dentro del relato. Es decir, cuantas veces se presentó la Acción de Interrumpir, una Actitud Molesta o una Expresión relacionada a los Condomes.

2.3.2.2 Las Relaciones

Las relaciones¹⁰ son las formas en que los personajes interactúan dentro del relato, y que normalmente se mantienen a lo largo de éste. Dentro de la tipología de relaciones encontramos dos posibilidades: las relaciones sociales y las de poder; a su vez se subdividen en otras categorías: las sociales pueden ser de trabajo, mancuerna, rivalidad o amistad; mientras que las de poder son autoritarias, subordinadas o democráticas.

⁹ En el caso del Terreno de Eva, es evidente que todo el tiempo conversan, y lo que se hizo en este caso fue especificar que elementos integraban esa conversación. Es decir, fue preciso reconocer si se trataba de una pregunta, una afirmación, un comentario, etcétera.

¹⁰ Relación. Trato entre personas por razones de amistad, de interés, etcétera. (Diccionario de la lengua española, 1999)

Las relaciones sociales serán aquellas en las que los personajes están relacionados por motivos emocionales o afectivos. Mientras tanto, las relaciones de poder las identificamos fácilmente de acuerdo a la posición jerárquica que ocupan los personajes dentro del relato. Éstas se registran en la Hoja de registro 2, que se muestra en la página siguiente:

PROGRAMA: El Terreno de Eva							
RELACION ENTRE PERSONAJES	SOCIALES				DE PODER		
	Trabajo	Mancuerna	Rivalidad	Amistad	Autoritaria	Subordinada	Democrática
ME – RB	1		1		1		
TOTAL							

Hoja de registro 2

En la primera columna: *Relaciones entre personajes*, deben anotarse todas las posibles combinaciones de relaciones que se pueden dar entre personajes; por ejemplo, Marintia Escobedo – Raquel Bigorra (ME – RB), Marintia Escobedo – Stasia de la Garza (ME – SG), Marintia Escobedo – Claudia Domínguez (ME – CD), etcétera.

Seguido, en las casillas siguientes debe anotarse un 1 (uno)¹¹, de acuerdo al tipo de relación (es) que hayamos podido identificar. Podrá ser que identifiquemos más de una; es decir, podemos ubicar que la relación Marintia Escobedo – Raquel Bigorra sea de Rivalidad, Trabajo y Autoritarias, lo que hará que en nuestra Hoja de registro 2 se muestre el registro de cada una de ella (ver ejemplo de la Hoja de registro 2).

Cabe aclarar que para tomar en cuenta la existencia de una relación, es preciso que los personajes tengan contacto verbal o corporal, ya que en algunas ocasiones se puede presentar que un personaje no tenga interacción alguna con uno o varios de los demás personajes. Como ejemplo podemos tomar a Edgar (el modelo), quien sólo interactúa con las conductoras y no

¹¹ Este tipo de registro no refiere ninguna escala, simplemente se utiliza como verificador de la existencia de las relaciones (en este caso). Es decir, por cada uno de las relaciones que se presentan se anota un 1 (uno), lo cual, al finalizar el registro, nos dará la facilidad de anotar su frecuencia y finalmente calcular el porcentaje correspondiente, tal y como se observa en la Hoja de registro 4.

toma en cuenta a los invitados hombres; por lo que sólo se registra la relación de Edgar con las conductoras más no con los invitados hombres.

Estas subdivisiones que se hicieron sirven para ser más específicos al hablar del tipo de relaciones que se pueden dar con los géneros. Hay que tener presente que si dentro del relato las relaciones cambiaran, se registra éste y se toma en cuenta en el conteo final.

2.3.2.3 Atributos¹²

Los atributos son características en las personas que las definen y diferencian unas de otras. Dentro de este trabajo se tomaron en cuenta tres tipos de atributos: físicos, intelectuales y morales. Para el registro de ellos, se utiliza la misma lógica que se empleó con el tipo de relaciones: se anotará un 1 por cada uno de los atributos que presenten los personajes del relato.

Los **atributos físicos**, serán aquellos que se observen a simple vista en el físico de una persona, su registro nos ayudará a formar un perfil tanto en hombres como mujeres, y que para el efecto de esta investigación es de suma importancia.

Debido a todas las características que había que considerar para el registro de atributos físicos se diseñó la Hoja de registro 3¹³, pero debido a su extensión no puede mostrarse a continuación. A continuación se enlistan todas las categorías que se tomaron en cuenta para calificar los atributos físicos tanto para hombres como mujeres:

- Del rostro: Ojos (color, tamaño), Nariz (tamaño, forma), Labios (apariencia), Boca (apariencia), Ceja (apariencia)
- Tez
- Complexión
- Estatura

¹² Atributo. Cada una de las cualidades de un ser. (Diccionario de la lengua española, 1999)

¹³ La **hoja de registro 3**, puede observarse en la parte de Anexos de este trabajo

- Cabello: Color, apariencia y tamaño
- Maquillaje: tonalidades*
- Uñas: Largo, Color*
- Cuerpo: Busto (tamaño), Piernas (apariencia)*

Los atributos intelectuales y morales se registraron a la par, dentro de la Hoja de registro 4. Donde, para los **atributos intelectuales** se tomo en cuenta el cumplimiento de los objetivos que cada personaje tiene que cumplir dentro del relato, quedando dos subcategorías: inteligente¹⁴ y tonto. Los **atributos morales** se ligaron con el papel que juega cada uno de los personajes dentro del relato, quedando las subcategorías siguientes: bueno, neutro, malo.

PROGRAMA: El Terreno de Eva				
PERSONAJE	INTELIGENTE	TONTO	BUENO	MALO
ME	1			1
RB	1		1	
Total	2		1	1

Hoja de registro 4

2.3.2.4 Objetivos

Los objetivos dentro del relato es lo que los personajes persiguen o quieren obtener. Para ello, hay que identificar cuáles son los objetivos que cada uno de los personajes persigue dentro del relato.

Dentro de los objetivos encontramos que podían dividirse en tres: de conducción, que tienen que ver con lo relacionados las entrevistas y los invitados; de diversión que son los que en un momento dado del programa sirven para amenizarlo; y de promoción, que como su nombre lo dice, se presentan productos diversos. Para esta categoría se creo la Hoja de registro

* Estos atributos físicos se tomaron en cuenta sólo para las mujeres

¹⁴ Inteligente, si cada uno de los personajes cumple con el (los) objetivo (s), en caso contrario se calificaría como tonto.

5, de la que se muestra sólo la parte correspondiente a las Mujeres (podrá verse completa en la parte de Anexos):

En la primera columna se enlistaron los objetivos, y en la parte superior, se anotaron las iniciales de los personajes por género, esto para identificar quienes cubrían con qué objetivos. De la misma forma, que venimos haciendo con las Relaciones y los Atributos, por cada cumplimiento de los Objetivos, se anotará un uno en la columna correspondiente al objetivo cumplido, así como del personaje que los llevó a cabo. Quedando más o menos de la forma como lo muestra el ejemplo de la Hoja de registro 5:

PROGRAMA: El Terreno de Eva											
OBJETIVOS	MUJERES										
	ME	SE	CD	RB	SI	SH	Sh	LEG	A	S	C
Presentar al invitado	1	1	1	1							
Describir el trabajo de los invitados	1	1	1	1							
Hablar de diversos temas	1	1	1	1	1	1	1				

Hoja de registro 5

2.3.2.5 Herramientas

Las herramientas son las que permiten a los personajes desarrollar su trabajo dentro del relato, es otra manera de identificar qué es lo que utilizan hombres y mujeres dentro de la muestra que se analizó.

Su registro se realizó en la Hoja de registro 6 (la cual podemos observar en la parte de Anexos), y para esta categoría se tomaron en cuenta diversos tipos de herramientas, las relacionadas al Vestido, Calzado y Accesorios.

2.3.3 Después del registro qué...

Una vez concluido el registro de los datos, viene una tercera etapa que consiste en darle orden y coherencia a cada uno de ellos. En este caso, dejamos de lado los videos y nos enfocamos

única y exclusivamente en las hojas de registro para crear esferas semánticas¹⁵, seguido del cálculo de los porcentajes por género y, finalmente la lectura de las tablas.

Dentro de esta tercera etapa, lo primero que se hace es la categorización de conceptos: separar cada una de las categorías y los datos que de ella se obtuvieron. Es decir, se hace una lista por género de todas las acciones que realizaron dentro del relato, lo mismo con las actitudes, expresiones, relaciones, objetivos y herramientas.

Una vez que se tiene lista la categorización de conceptos, se procede a crear esferas semánticas; cada una de ellas tendrá un nombre diferente para su identificación el cual tendrá que englobar los datos que en ella se encuentren.

Cuando uno comienza a registrar los datos que la muestra nos da, es preciso tener claro a que nos referimos con cada concepto o nombre dado para que cada que éste aparezca no se dude en donde se registra o cómo se registra. Esto forma parte también de la categorización de conceptos.

A continuación se muestran las esferas semánticas, la definición que a cada una de ellas les dimos, así como de algunos de los datos que las conforman. Presentar la información de esta forma, es como podemos resumir la información que se obtiene hasta este punto de la investigación.

¹⁵ Las esferas semánticas, son lo que conocemos como “**campos semánticos**” los cuales son conjuntos de palabras, cuyo significado tiene algo en común, de ahí que se le llame campo, aunque cada palabra tenga su propio significado. Las palabras que forman parte de un mismo campo semántico se relacionan de alguna forma, por pertenecer al mismo conjunto de cosas. (Gran enciclopedia científica y Cultural, Gramatica, 1982, p.125)

ACCIONES		
ESFERA SEMÁNTICA	DEFINICIÓN	DATOS
POSITIVAS	Son aquellas que ayudan a hacer sentir bien al otro, así como de expresar estados de ánimo buenos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reír ▪ Sonreír ▪ Aplaudir ▪ Sugerir
DE CONVERSACIÓN	Son aquellas que nos dicen de que manera se desarrolla la conversación verbal entre los personajes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preguntar ▪ Comentar ▪ Exclamar ▪ Asegurar
DE CORTESÍA	Tiene que ver con las atenciones que a los invitados y el público se les tiene dentro del programa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saludar al público ▪ Mencionar a los invitados ▪ Saludar de beso ▪ Agradecer la invitación
DE SEDUCCIÓN	Son las que tienen que ver con agradar al sexo opuesto, básicamente con el acercamiento corporal y palabras alusivas a su persona.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abrazar a los hombres ▪ Piropear ▪ Desvestir a los hombres ▪ Quitarse la ropa
DE DIVERSIÓN	Son las que tienen sirven para amenizar el programa y que salen de la rutina de la entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bailar ▪ Cantar ▪ Tocar y afinar un instrumento ▪ Tararear
NEGATIVAS	Son acciones que no favorecen la entrevista y que pueden o no dejar en mal a quien las lleva a cabo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reclamar ▪ Comparar ▪ Discutir ▪ Forcejear ▪ Interrumpir
OTROS	Son acciones diversas que llevan a cabo los personajes y que no son tan recurrentes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tomar líquidos ▪ Persignarse ▪ Planchar ▪ Rociar agua

ACTITUDES		
ESFERA SEMÁNTICA	DEFINICIÓN	DATOS
EMOTIVAS	Muestran la sensibilidad de los personajes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alegría ▪ Asombro ▪ Ternura ▪ Sensualidad ▪ Melancolía ▪ Pensativa ▪ Placer ▪ Sufrimiento ▪ Desacuerdo ▪ Romántico ▪ Seductor
BENÉFICAS	Son actitudes que ayudan a la fluidez de la conversación, así como de mantener la armonía.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interés ▪ Seguridad ▪ Bromeando ▪ Aprobación ▪ Tranquilidad
DAÑINAS	Son aquellas que muestran desagrado en los personajes y que dan una impresión mala de ellos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ironía ▪ Molestia ▪ Agresiva ▪ Seriedad ▪ Asco ▪ Rechazo ▪ Vanidad ▪ Despectivo ▪ Presunción
DE INSEGURIDAD	Su nombre lo indica, los personajes muestran inseguridad cuando se expresan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pena ▪ Duda ▪ Nerviosismo ▪ Preocupación

EXPRESIONES		
ESFERA SEMÁNTICA	DEFINICIÓN	DATOS
DE SENTIMIENTO	Como su nombre lo indica, refieren sentimiento al tratar de ello.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Matrimonio ▪ Pareja ▪ Mamás ▪ Amistad ▪ Etc.
PERSONAS	Cuando se refieren a los otros, tratando de describirlos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujeres ▪ Hombres ▪ Invitado ▪ Suegras ▪ Etc.
ATRACCIÓN	Cuando se quiere llamar la atención de cual estamos interesados.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seducción ▪ Sensualidad ▪ Citas ▪ Serenatas ▪ Etc.
DE RELACIÓN SEXUAL	Son aquellos que se relacionan o toman en cuenta para llegar a la relación sexual.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Condón ▪ Sexo ▪ Prótesis sexuales ▪ Afrodisíacos ▪ Etc.
DE DIVERSIÓN	Elementos que utilizan para divertirse, así como para desarrollar su trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Doble sentido ▪ Chistes ▪ Albur ▪ Humorismo
SOCIAL	Los que tienen que ver con el desarrollo y convivencia social.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Machismo ▪ Labores domésticas ▪ Deberes de las mujeres ▪ Educación de los hijos ▪ Etc.
DAÑINAS	Son temas en los cuales tratan de cosas negativas en las personas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infidelidad ▪ Vicios ▪ Divorcios ▪ Fama
DE PROMOCIÓN	Está relacionado con ofrecer diversos productos y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teletón ▪ Bansefi ▪ Vaporella ▪ Disco “La hora pico”
OTROS	Temas varios, que no tienen relación unos con otros.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo ▪ Big Brother ▪ Implantes

RELACIONES		
ESFERA SEMÁNTICA	DATO	DEFINICIÓN
SOCIALES	1. Trabajo	Se dan por cosas de trabajo y están implícitas las jerarquías.
	2. Amistad	Implica el afecto y conocimiento de tiempo atrás de las personas.
	3. Mancuerna	Alianza entre dos o más personajes dentro del relato.
	4. Rivalidad	Implica la competencia por sobresalir dentro del relato. Es evidente por que entre los personajes existen comentarios hirientes.
	5. Erótica	Implican el acercamiento corporal de ambos géneros, con miras a seducir.
DE PODER	1. Autoritaria	Se dan cuando uno de los personajes tiene el mando o control de la situación. En este caso, del programa.
	2. Subordinada	Dependen de otro para actuar en el desarrollo del programa.
	3. Democrática	Son libres de ejecutar su participación dentro del programa.

ATRIBUTOS		
ESFERA SEMÁNTICA	DATO	DEFINICIÓN
FÍSICO	1. Rostro	Dentro de éste se toma en cuenta el tamaño y/o color: ojos, boca, labios, cejas.
	2. Cabello	La apariencia, el color y el largo nos dan pauta para definir el cabello.
	3. Estatura	Las personas pueden ser altas, medianas o chaparritas.
	4. Compleción	La apariencia de las personas delgadas, gordas, llenitas y/o robustas.
	5. Tez	Tiene que ver con el color de la piel: morena, apiñonada o blanca.
	6. Cuerpo	Únicamente se tomo en cuenta para mujeres: busto y piernas. Se específico qué tamaño o apariencia tienen.
	7. Maquillaje	Para el rostro se tomaron en cuenta tres tonos: Natural, Fresco y Cálido. En las uñas, sólo si estaban pintadas de brillo o al estilo francés, así como si estaban largas o cortas.
INTELECTUAL	1. Inteligente	Será quien cumpla con su objetivo dentro del programa.
	2. Tonto	Quien no logre cumplir su objetivo.
MORAL	1. Bueno	Bueno o malo tiene que ver con el papel que le toca desarrollar a cada uno de los personajes dentro del programa.
	2. Malo	Bueno o malo tiene que ver con el papel que le toca desarrollar a cada uno de los personajes dentro del programa.

OBJETIVOS		
ESFERA SEMÁNTICA	DEFINICIÓN	DATO
DE CONDUCCIÓN	Son aquellos que tienen que ver directamente con el objetivo del programa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentar al invitado ▪ Describir el trabajo de los invitados ▪ Hablar de diversos temas
DE DIVERSIÓN	Son actividades que entre los invitados y los modelos realizan fuera del contexto de la entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amenizar el programa ▪ Seducir al invitado ▪ Modelar
DE PROMOCIÓN	Promoción diversos productos y/o servicios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teletón ▪ Simicondones ▪ Vaporella ▪ Bansefi

HERRAMIENTAS		
TIPOLOGIA	DEFINICIÓN	DATO
VESTIMENTA	Es toda la variedad de ropa que los personajes utilizan para cubrir su cuerpo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vestido ▪ Faldas ▪ Trajes sastres ▪ Blusas ▪ Playeras
CALZADO	Los diferentes tipos de zapatos que tanto hombres como mujeres utilizan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zapatos ▪ Zapatillas ▪ Sandalias ▪ Botas ▪ Huaraches
ACCESORIOS	Usualmente se usan para tener una mejor presentación o arreglo personal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aretes ▪ Anillos ▪ Pulseras ▪ Dijes ▪ Relojos

Seguido del paso anterior, procedemos a colocar la información en tablas, las cuales se forman con base a las esferas semánticas que ya describimos. Cada una de las tablas tiene la frecuencia y el porcentaje¹⁶ correspondiente, así como el género al que corresponden.

Para cada categoría (acciones, actitudes, expresiones y demás categorías) existe una tabla general, que engloba cada una de las esferas semánticas creadas y después se muestran específicamente los datos que conforman cada una de ellas, como lo vemos en el Cuadro 2:

TABLA GENERAL DE ACCIONES

Acciones	Mujeres		Hombres	
	Frec.	%	Frec.	%
Positivas	366	41.36	87	17.33
De conversación	355	40.11	291	57.97
De cortesía	57	6.44	30	5.98
Otros	44	4.97	19	3.78
De seducción	27	3.05	24	4.78
Negativas	19	2.15	21	4.18
De diversión	17	1.92	30	5.98

Cuadro 2. Este cuadro muestra el ejemplo de lo que sería una tabla correspondiente a la esfera semántica de las Acciones.

La presentación final de las tablas mostrarán únicamente los porcentajes correspondiente a cada uno de los datos, así como de cada género, resaltando con **negritas** los porcentajes que consideremos relevantes para la interpretación de los mismos. Además, contendrán en la parte baja, la lectura de los datos, tratando de ubicar cuáles fueron las diferencias y similitudes que existen en ambos géneros. Lo anterior está basado en dos criterios: la **concentración** que es cuando la frecuencia de los datos se presentan en su mayoría en un solo concepto, y la **dispersión**, que es cuando la frecuencia en los datos no se concentra en ningún concepto.

Otro de los apoyos con los que contamos para hacer la lectura es la siguiente tabla de razones y proporciones:

¹⁶ Los porcentajes deben sacarse, tanto para las tablas generales como para las particulares, sobre un valor de 100 en la frecuencia total de cada una.

PORCENTAJE	RAZÓN
100%	Todos
75%	2 de cada 4
66%	2 de cada 3
50%	1 de cada 2
33%	1 de cada 3
25%	1 de cada 4
10%	1 de cada 10

Cuadro 3. Tabla de razones y proporciones.

La utilizamos ya que resulta significativo decir, por ejemplo, que aproximadamente 1 de cada 2 veces las mujeres tienen alguna actitud positiva, que soltar llanamente un 41% sin mayores señalamientos. Tal y como lo muestra el siguiente cuadro:

TABLA GENERAL DE ACCIONES

Acciones	Mujeres	Hombres
	%	%
Positivas	41.36	17.33
De conversación	40.11	57.97
De cortesía	6.44	5.98
Otros	4.97	3.78
De seducción	3.05	4.78
Negativas	2.15	4.18
De diversión	1.92	5.98

La tabla anterior nos muestra que, aproximadamente 1 de cada 2 las mujeres tienen una acción positiva, mientras que los hombres tienen la misma proporción en acciones de conversación.

Cuadro 4. Ejemplificación de la presentación final de las tablas.

Tal y como lo muestra el cuadro 4, es la presentación final de cada uno de las tablas que hayan surgido de nuestro análisis. Estas lecturas, serán las que nos ayuden a dar una interpretación de ellos, y finalmente hacer nuestras conclusiones.

Claro está que todos los resultados expuestos en el siguiente capítulo han de tomarse como válidos para este producto comunicativo en particular; no son en modo alguno

resultados absolutos y tampoco tienen que guardar relación con la realidad social, son los resultados y representaciones pertinentes para El terreno de Eva.

2.3.4. Un nuevo sendero

Una vez concluida la interpretación de los datos, consideramos llevar a cabo diversas entrevistas, las cuales consisten en realizar “una conversación entre dos o más personas, en donde dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión determinada” (Ander Egg, 1983, p. 226)

Nuestro interés es conocer la opinión y percepción que tienen los espectadores del programa de televisión El Terreno de Eva y, con base en sus respuestas, comparar los resultados que obtuvimos en este estudio. Cabe aclarar que dentro del objetivo que perseguimos no está el estudio de la recepción de la audiencia, la información que esta técnica nos arroje solo servirá como referencia.

El tipo de entrevistas que aplicamos son las que Francisco Sierra (Galindo, 1998, p.299) define como entrevista enfocada donde “existe predeterminado de antemano un tema o foco de interés hacia el que se orienta la conversación y mediante el cual hemos seleccionado a la persona objeto de la entrevista”

Para su aplicación se diseñó un cuestionario de 10 preguntas (abiertas y cerradas¹⁷), las cuales estaban enfocadas en conocer la opinión que tenían los espectadores del programa en general, así como su identificación con las temáticas y opiniones que se exponían. Estas entrevistas se llevaron a cabo en una sola sesión por persona; es decir, se visitó de forma personal en diferentes días, ninguno de ellos tenía relación alguna.

La selección de la muestra de las persona a entrevistar se lleva a cabo con base a lo que se conoce como *muestras no aleatorias o empíricas* las cuales “no se basan una teoría

¹⁷ Las preguntas abiertas serán aquellas que permitan al entrevistado a exponer de forma libre y espontánea sus opiniones y percepciones con relación a un temas; mientras que las preguntas cerradas, serán la que busquen respuestas condicionadas y limitantes. (Galindo, 1998, p. 321 y ss.)

matemática-estadística sino que dependen del juicio del investigador” (Ander Egg, 1983, p.185); en específico el que tiene que ver con el *muestreo intencional u opinático* donde “la persona selecciona la muestra procurando que sea representativas, pero haciéndolo de acuerdo a su intención u opinión” (Ander Egg, 1983, pp.185-186)

De acuerdo a la función que tendrían las entrevistas dentro del desarrollo de este trabajo, consideramos que la muestra estuviera compuesta por tres personas, de diferentes edades y profesiones; donde cada una de ella fuera espectador asiduo de la emisión semanal del programa El Terreno de Eva.

Una vez realizada las entrevistas, se procedió a la transcripción de cada una de ellas y posteriormente se diseño la Hoja de registro 6, que sería la que resumiría la información. Lo que se pretende con ella, es tener de forma clara y sencilla las diferentes respuestas para conocer las similitudes o diferencias que tienen los entrevistados del programa estudiado.

Pregunta	¿Con qué frecuencia veías el programa?	¿Era de tu agrado el programa?	¿Por qué veías el programa?	¿Existía alguna identificación con alguna(o) de las conductoras o invitados?	¿Consideras que el terreno de Eva muestra parte de la realidad en la que vives? ¿Por qué?	¿Crees que hombres y mujeres somos como lo muestra el programa? ¿Por qué?	¿Cuál es tu opinión del programa?
Entrevistado							
E1							
E2							
E3							

Hoja de registro 6. Respuestas de los espectadores del programa El Terreno de Eva

Finalmente, serán los datos presentados en las tablas y en la Hoja de registro 6, los que nos ayudarán a hacer una interpretación de las representaciones de género contenidas en el programa de televisión El Terreno de Eva. Las tablas a las que nos referimos serán las que se presenten en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO TRES

LOS HALLAZGOS

Después de hablar de lo que significa la Mediación Cognitiva y la relación que tiene con las Representaciones de género que son transmitidas a través de varias instituciones denominadas enculturizadoras, presentamos la metodología que utilizamos para estudiar un producto comunicativo, El Terreno de Eva, y analizar las Representaciones de Género que se mostraban en esa emisión. Pero, ¿cuáles fueron los resultados?; este capítulo llamado *Los Hallazgos* es el que precisamente tiene la función de exponer la información que obtuvimos en el proceso de recopilación de datos.

La información se presenta en dos apartados; el primero de ellos nos presenta las tablas que contienen los datos de acuerdo al género, así como la lectura de cada una de ellas. La parte dos del capítulo presenta los resultados que se tuvieron a partir de las entrevistas realizadas a los espectadores del programa.

3.1 LAS TABLAS

Las tablas son las que nos proporcionan de forma resumida y clara, los datos obtenidos en el proceso de recopilación de datos. Estas se realizaron con base a las categorías analizadas: acciones, actitudes, expresiones, relaciones, objetivos y herramientas; pero además, con las esferas semánticas que se crearon para cada una.

El contenido o la presentación de las tablas contienen: el nombre correspondiente, los géneros para los que aplica, los datos encontrados y su porcentaje; así como la lectura de los datos relevantes.

3.1.1 Tablas de acciones

Las tablas de acciones presentan aquello que realizaron los personajes dentro del relato que se analizó.

TABLA GENERAL DE ACCIONES			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Positivas	41.36	De conversación	57.97
De conversación	40.11	Positivas	17.33
De cortesía	6.44	De cortesía	5.98
Otros	4.75	De diversión	5.98
De seducción	3.28	De seducción	4.98
Negativas	2.15	Negativas	4.18
De diversión	1.92	Otros	3.59

La tabla anterior nos muestra que mientras las mujeres tienen un 41.36 % de acciones positivas, los hombres tienen el 57.97% de acciones de conversación.

ACCIONES POSITIVAS			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Reír	45.90	Reír	58.62
Sonreír	25.68	Sugerir	14.94
Aplaudir	18.31	Aplaudir	10.34
Sugerir	9.84	Sonreír	9.20
Felicitar	0.27	Palmada en la espalda	4.60
		Felicitar	2.30

La muestra analizada indica que 1 de cada dos acciones positivas que realizan hombres y mujeres es la de reír. Así mismo, para mujeres le sigue sonreír con el 25.68%, y en hombres es la de sugerir con un 14.94%.

ACCIONES DE CONVERSACION			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Preguntar	42.25	Comentar	47.77
Comentar	23.66	Asegurar	30.58
Exclamar	18.31	Explicar	7.56
Asegurar	6.20	Preguntar	6.53
Describir	5.63	Exclamar	5.84
Aclarar	2.25	Aclarar	1.72
Explicar	1.69		

Mientras los hombres comentan en un 47.77%, las mujeres se dedican a preguntar en un 42.25%. Es decir, que de acuerdo a la muestra analizada, 1 de cada dos acciones de conversación de hombres y mujeres corresponde a comentar y preguntar.

ACCIONES DE CORTESIA			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Saludar al público	29.82	Saludar de beso a las mujeres	73.33
Mencionar a los invitados	19.30	Saludar al público	13.33
Mandar a corte	15.79	Agradecer la invitación	10.00
Presentar a los invitados	12.28	Saludar a hombres	3.33
Saludar de beso a los hombres	10.53		
Saludar de beso a las mujeres	7.02		
Agradecer la invitación	5.26		
<i>La muestra analizada indica que 1 de cada tres acciones de cortesía de las mujeres corresponde a saludar al público. Los hombres en un 73.33%, saludan de beso a las mujeres.</i>			

ACCIONES OTROS			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Gestos	85.71	Gestos	27.78
Tomar líquidos	4.76	Tomar líquidos	27.78
Promover	4.76	Promover	11.11
Persignarse	2.38	Planchar	11.11
Maquillarse	2.38	Cargar un objeto	5.56
		Chocar las manos	5.56
		Rociar agua	5.56
		Suspirar	5.56
<i>Como se puede ver en la tabla, 3 de cada cuatro acciones de las mujeres corresponde a hacer gestos, mientras que 1 de cada cuatro acciones de los hombres es hacer gestos y tomar líquidos.</i>			

ACCIONES DE SEDUCCION			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Abrazar a hombres	31.03	Piropear	40.00
Piropear	27.59	Abrazar a mujeres	24.00
Dar beso en las mejillas	17.24	Dar beso en las mejillas	12.00
Desvestir a hombres	6.90	Besar en la mano a mujeres	12.00
Tomar del brazo a los hombres	6.90	Abrazar a hombres	4.00
Dar masaje a hombres	3.45	Cargar a mujeres	4.00
Quitarse la ropa	3.45	Sentarse en las piernas	4.00
Sentarse en las piernas	3.45		

Como se puede ver en la tabla, 1 de cada tres acciones de seducción de las mujeres corresponde a abrazar a los hombres. Mientras que los hombres se dedican a piropear a las mujeres, en promedio en una de cada dos acciones que realizan.

ACCIONES NEGATIVAS			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Reclama	52.63	Titubea	42.86
Compara	26.32	Compara	14.29
Discuten	10.53	Discuten	14.29
Forcejean	5.26	Evadir el tema	9.52
Interrumpe	5.26	Reclama	9.52
		Forcejean	4.76
		Ordena	4.76

La tabla muestra que el 52.63% de las acciones negativas de las mujeres corresponde a reclamar, mientras que los hombres titubean en un 42.86%.

ACCIONES DE DIVERSION			
<i>Acciones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Acciones</i>	<u>Hombres</u> %
Bailar	27.41	Tocar un instrumento	36.67
Cantar	23.53	Cantar	33.33
Tocar un instrumento	23.53	Bailar	13.33
Tararear	17.65	Afinar instrumento	6.67
Actuar	5.88	Actuar	3.33
		Tararear	3.33
		Ventrílocuo	3.33

En la muestra analizada el 36.67% de las acciones de diversión de los hombres corresponde a tocar un instrumento, mientras que el 27.41% de las de mujeres, corresponden a las de bailar.

3.1.2 Tablas de actitudes

Recordemos que las actitudes son aquellas intenciones con las que se realizan las acciones. Estas, al igual que las tablas anteriores, nos muestran los datos de ambos géneros para facilitar su lectura.

TABLA GENERAL DE ACTITUDES			
<i>Actitudes</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Actitudes</i>	<u>Hombres</u> %
Emotivas	42.08	Benéficas	59.95
Benéficas	34.07	Emotivas	20.98
Dañinas	18.44	Dañinas	9.54
De inseguridad	5.41	De inseguridad	9.54

En la muestra analizada, observamos que el 42.08% de las actitudes emotivas, corresponden a las mujeres. Mientras tanto, el 59.95% de las actitudes benéficas corresponden a los hombres.

ACTITUDES EMOTIVAS			
<i>Actitudes</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Actitudes</i>	<u>Hombres</u> %
Alegría	65.24	Alegría	35.06
Asombro	19.52	Seductor	23.38
Ternura	7.14	Ternura	14.29
Sensualidad	2.86	Asombro	12.99
Melancolía	1.90	Melancolía	10.39
Pensativa	1.43	Pensativa	1.30
Placer	1.43	Desacuerdo	1.30
Sufrimiento	0.48	Romántico	1.30

La tabla indica que 2 de cada tres actitudes emotivas de las mujeres es la alegría, mientras que para los hombres ésta misma actitud se presenta en una de cada tres.

ACTITUDES BENÉFICAS			
<i>Actitudes</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Actitudes</i>	<u>Hombres</u> %
Interés	66.47	Bromeando	49.55
Seguridad	16.47	Seguridad	45.91
Bromeando	15.88	Interés	4.55
Aprobación	0.59		
Tranquilidad	0.59		

De acuerdo a lo que muestra la tabla, las actitudes benéficas para las mujeres en un 66.47% corresponden al interés, mientras que para los hombres el 49.55%, indica bromear.

ACTITUDES DAÑINAS			
<i>Actitudes</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Actitudes</i>	<u>Hombres</u> %
Ironía	53.26	Ironía	42.86
Molestia	18.48	Presunción	22.86
Agresiva	10.87	Molestia	14.29
Seriedad	9.78	Seriedad	11.43
Asco	5.43	Asco	5.71
Rechazo	1.09	Despectivo	2.86
Vanidad	1.09		

Según la tabla, 1 de cada dos actitudes dañinas de hombres y mujeres es la utilización de la ironía.

ACTITUDES DE INSEGURIDAD			
<i>Actitudes</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Actitudes</i>	<u>Hombres</u> %
Pena	44.44	Pena	65.71
Duda	37.04	Duda	17.14
Nerviosismo	14.81	Nerviosismo	14.29
Preocupación	3.70	Preocupación	2.86

Pese a que dentro de las actitudes de inseguridad para hombres y mujeres se encuentra la pena, en hombres es mayor ya que le corresponde al 65.71% y en mujeres sólo el 44.44%..

3.1.3 Tablas de expresiones

Las expresiones son todos aquellos temas de los que se hablan los personajes dentro del relato. No hay que olvidar que para su registro se tomaron conceptos generales.

TABLA GENERAL DE EXPRESIONES			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
De sentimiento	15.38	De Diversión	31.76
Personas	15.38	De sentimiento	13.30
Atracción	14.03	Personas	12.02
Otros	13.12	De relación sexual	10.30
De relación sexual	11.76	Atracción	8.58
De Diversión	11.31	Social	8.15
Social	10.41	Otros	7.73
Dañinas	6.33	Dañinas	6.44
Promoción	2.26	Promoción	1.72

Como muestra la tabla, los temas de conversación de las mujeres con el 15.38% se refieren a los sentimientos y las personas. Mientras que cada uno de dos temas de conversación de los hombres es referente a la diversión.

EXPRESIONES DE SENTIMIENTO			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Matrimonio	38.24	Matrimonio	35.48
Pareja	20.59	Pareja	25.81
Mamás	11.76	Amor	9.68
Amistad	8.82	Familia	9.68
Amor	8.82	Mamás	9.68
Familia	5.88	Felicidad	6.45
Felicidad	5.88	Amistad	3.23

De acuerdo a la muestra analizada, una de cada tres expresiones de sentimiento en mujeres y hombres es acerca del matrimonio.

EXPRESIONES DE PERSONAS			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Mujeres	26.47	Mujeres	39.29
Hombres	20.59	Gays	17.86
Invitado	20.59	Invitado	17.86
Suegras	14.71	Suegras	17.86
Demonio	11.76	Hombres	3.57
Gays	5.88	Demonio	3.57

Con base en la muestra analizada, tanto hombres como mujeres se expresan de mujeres en un 39.29% y 26.47%, respectivamente.

EXPRESIONES DE ATRACCIÓN			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Seducción	29.03	Seducción	20.00
Lo que a ellas les atrae de los hombres	25.81	Lo que a ellas les atrae de los hombres	15.00
Lo que a ello les atrae de las mujeres	16.13	Lo que a ello les atrae de las mujeres	15.00
Conquistar a las mujeres	9.68	Conquistar a las mujeres	15.00
Lo que a ellos les molesta de las mujeres	9.68	Lo que a ellos les molesta de las mujeres	15.00
Sensualidad	6.45	Madurez en las relaciones	10.00
Citas	3.23	Serenatas	5.00
		Sexualidad	5.00

Como se observa en la tabla, aproximadamente una de cada tres expresiones de atracción en los hombres se refieren a la seducción, mientras que en las mujeres la proporción es una de cada cuatro.

EXPRESIONES OTROS			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Trabajo	48.28	Trabajo	55.56
Big Brother	44.83	Big Brother	22.22
Implantes	3.45	Implantes	16.67
Profesión que les gustaría desarrollar	3.45	Profesión que les gustaría desarrollar	5.56

Como puede verse en la tabla, otro tipo de expresiones a las que se refieren hombres y mujeres es el trabajo, con un 55.56% y 48.28%%, respectivamente.

EXPRESIONES DE RELACION SEXUAL			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Condón	26.92	Condón	25.00
Sexo	23.08	Sexo	25.00
Prótesis sexuales	19.23	Tamaño del pene	12.50
Tamaño del pene	19.23	Afrodisíacos	8.33
Afrodisíacos	3.85	Prótesis sexuales	8.33
Swingers	3.85	Vasectomía	8.33
Vasectomía	3.85	Sex shop	4.17
		Orgasmos	4.17
		Viagra	4.17

La tabla nos muestra que uno de cada cuatro temas referentes a la relación sexual es de condones, tanto en hombres como en mujeres. Aunque en hombres, el 25% también es referente al sexo.

EXPRESIONES DE DIVERSION			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Doble sentido	72.00	Chistes	62.16
Albur	16.00	Doble sentido	32.43
Chistes	8.00	Albur	2.70
Humorismo	4.00	Humorismo	2.70

De acuerdo a la muestra analizada, 3 de cada 4 expresiones de diversión en mujeres es el doble sentido, mientras que el 62.16% de las expresiones de diversión en hombres son los chistes.

EXPRESIONES SOCIALES			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Machismo	34.78	Machismo	21.05
Los hombres ayudan en los quehaceres	30.43	Educación de los hijos	21.05
Deberes de las mujeres	8.70	Los hombres ayudan en los quehaceres	15.79
Educación de los hijos	8.70	Deberes de las mujeres	15.79
Prejuicios sociales	8.70	País	10.53
País	8.70	Prejuicios sociales	5.26
		Regionalismos	5.26
		Religión	5.26

De acuerdo a lo que se observa en la tabla, hombres y mujeres se expresan del machismo en un 21.05% y 34.78%, respectivamente.

EXPRESIONES DAÑINAS			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Infidelidad	42.86	Hipocresía	26.67
Hablar mal de las personas	21.43	Fama	20.00
Vicios	14.29	Infidelidad	20.00
Divorcios	7.14	Hablar mal de las personas	13.33
Hipocresía	7.14	Vicios	13.33
Fama	7.14	Divorcios	6.67

De acuerdo a los datos expuestos en la tabla, las expresiones dañinas de las mujeres es acerca de la infidelidad con un 42.86%, y los hombres, con un 26.67, se expresa de la hipocresía.

EXPRESIONES DE PROMOCIÓN			
<i>Expresiones</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Expresiones</i>	<u>Hombres</u> %
Simicondón	40.00	Teletón	50.00
Bansefi	20.00	Disco "la hora pico"	25.00
Teletón	20.00	Vaporella	25.00
Vaporella	20.00		

Con base a la muestra analizada, las expresiones de promoción en las mujeres se refieren al producto Simicondón con el 40%. Mientras que una de cada dos expresiones de promoción en los hombres, se refieren al Teletón.

3.1.4 Tablas de relaciones

Al hablar de las relaciones es preciso recordar que son de dos tipos: sociales y de poder. Así mismo, como se analizaron únicamente dos géneros (hombre y mujer), las relaciones que se dieron entre ellos fueron tres: mujer–mujer (M-M), mujer-hombre (M-H) y hombre–hombre (H-H). Las tablas que se exponen a continuación nos muestran la forma en que estas relaciones entre ambos géneros se dieron.

TABLA GENERAL DE RELACIONES					
<i>Relación</i>	M-M %	<i>Relación</i>	M-H %	<i>Relación</i>	H-H %
De Poder	60.44	De Poder	57.63	Sociales	54.55
Sociales	39.56	Sociales	42.37	De Poder	45.45

En la muestra analizada se observa que las relaciones entre mujeres son principalmente de poder con un 60.44%. El mismo caso se presenta en las relaciones entre mujeres y hombres con un 57.02%. La diferencia se encuentra en las que se dan entre hombres, ya que ellos prefieren las relaciones sociales con un 54.55%.

RELACIONES DE PODER					
<i>Relación</i>	M-M %	<i>Relación</i>	M-H %	<i>Relación</i>	H-H %
Autoritaria	43.64	Autoritaria	45.59	Democrática	60.00
Subordinada	43.64	Subordinada	45.59	Autoritaria	20.00
Democrática	12.73	Democrática	8.82	Subordinada	20.00

Como puede verse en la tabla las relaciones de poder que se dan entre los hombres están con un 60% las democráticas. Las relaciones entre mujeres con un 43.64% se encuentran a la par las autoritarias y las subordinadas. Mientras tanto, en las de mujeres con hombres están con un 45.59%.

RELACIONES SOCIALES					
<i>Relación</i>	M-M %	<i>Relación</i>	M-H %	<i>Relación</i>	H-H %
Trabajo	86.11	Trabajo	74.00	Trabajo	66.67
Amistad	5.55	Amistad	14.00	Amistad	33.33
Rivalidad	5.55	Sensual	12.00		
Mancuerna	2.77				

De acuerdo a la tabla, la relación social que se privilegia en los tres casos es la de trabajo. Entre mujeres se da en tres de cada cuatro; de igual forma entre mujeres y hombres. Mientras que entre hombres se presenta dos de cada tres.

3.1.5 Tablas de atributos físicos

Para tabular los atributos, fue preciso crear tablas independientes para cada uno de ellos. Las tablas siguientes nos presentan los atributos relacionados con el físico.

Hay que tomar en cuenta que en las tablas anteriores se presentaba una primera, la cual nos mostraba de forma general todas las esferas semánticas que se habían creado en ese tópico. En este caso, de los atributos físicos, no es así, no existe una tabla general. Los datos se exponen en tablas independientes.

ATRIBUTOS FISICOS: Tamaño de los ojos			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Medianos	45.45	Grandes	42.86
Chicos	27.27	Medianos	28.57
Grandes	27.27	Chicos	25.57
<i>De acuerdo a la muestra analizada, 1 de cada cuatro mujeres tiene los ojos medianos. En tanto, el 42.86% corresponde a ojos grandes en los hombres.</i>			

ATRIBUTOS FISICOS: Color de los ojos			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Claros	54.55	Oscuros	57.14
Oscuros	45.45	Claros	42.86
<i>De acuerdo a la tabla, una de cada dos mujeres tiene ojos claros, mientras que los hombres en la misma proporción los tienen en color oscuro.</i>			

ATRIBUTOS FISICOS: Forma de la nariz			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Respingada	54.55	Chata	57.14
Chata	45.45	Respingada	42.86
<i>Como se puede ver en la tabla, una de cada dos mujeres tiene la nariz respingada, mientras que los hombres la tienen chata.</i>			

ATRIBUTOS FISICOS:			
Tamaño de la nariz			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Mediana	72.73	Mediana	71.43
Chica	27.27	Chica	28.57

En la muestra analizada se observa que 3 de cada cuatro personas tienen una nariz de tamaño medio.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Labios			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Delgados	45.45	Delgados	42.86
Medianos	36.36	Medianos	42.86
Gruesos	18.18	Gruesos	14.29

Como se observa en la tabla, el 45.45% de las mujeres tienen los labios delgados, mientras que el 42.86% de los hombres los tiene delgados y medianos.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Boca			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Mediana	63.64	Mediana	71.43
Grande	27.27	Chica	28.57
Chica	9.09		

La muestra analizada que tanto hombres como mujeres tienen boca de tamaño mediano.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Cejas			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Delgada	100.00	Semipoblada	57.14
Semipoblada	0.00	Delgada	28.57
		Poblada	14.29

En la muestra analizada se observa que todas las mujeres tienen cejas delgadas, mientras que uno de cada dos hombres las tiene con apariencia semipoblada.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Tez			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Blanca	54.55	Apiñonada	57.14
Apiñonada	45.45	Blanca	42.86

Como se observa en la tabla, mientras que una de cada dos mujeres tiene la piel blanca, los hombres la presentan de color apiñonado.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Complejión			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Delgada	63.64	Delgada	42.86
Robusta	27.27	Gorda	28.57
Gorda	9.09	Atlética	14.29
		Robusta	14.29

De acuerdo a la muestra analizada, el 63.64% de las mujeres son delgadas, así mismo el 42.86% de los hombres.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Estatura			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Media	54.55	Alta	42.86
Alta	27.27	Baja	28.57
Baja	18.18	Media	28.57

Como se puede ver en la tabla, una de cada dos mujeres es de estatura media, mientras que el 42.86% de los hombres son altos.

ATRIBUTOS FISICOS:			
Color del cabello			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Castaño	36.36	Negro	57.14
Negro	27.27	Canoso	28.57
Rubio	27.27	Castaño	14.29
Pelirrojo	9.09		

De acuerdo a la muestra analizada, uno de cada dos hombres tiene el cabello oscuro. Mientras que una de cada tres mujeres es de cabello castaño.

ATRIBUTOS FISICOS: Apariencia del cabello			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Lacio	63.64	Quebrado	71.43
Quebrado	36.36	Lacio	28.57

Como se observa en la tabla, el 63.64% de las mujeres tiene el cabello lacio, mientras que el 71.43% de los hombres lo tiene quebrado.

ATRIBUTOS FISICOS: Tamaño del cabello			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Medio	45.45	Corto	57.14
Largo	27.27	Calvo	28.57
Corto	18.18	Largo	14.29
Extensión	9.09		

De acuerdo a la tabla, uno de cada dos hombres tiene el cabello corto, mientras que uno de cada cuatro esta calvo. Así mismo, el 45.45% de las mujeres tiene el cabello mediano.

Las siguientes tablas corresponden únicamente a atributos físicos observables en las mujeres y que nos ayudan a dar un perfil de ellas.

**ATRIBUTOS FISICOS:
Largo de las uñas**

Atributos	Mujeres %
Cortas	81.82
Largas	18.18

De acuerdo a la muestra analizada, tres de cada cuatro mujeres utilizan las uñas cortas.

**ATRIBUTOS FISICOS:
Color de las uñas**

Atributos	Mujeres %
Brillo	81.82
Francés	18.18

Como se observa en la tabla, el 81.82% de las mujeres se pinta las uñas sólo con brillo.

ATRIBUTOS FISICOS:**Maquillaje**

Atributos	Mujeres %
Fresco	40.00
Cálido	30.00
Neutro	30.00

De acuerdo a la muestra analizada, dos de cada cinco mujeres opta por un maquillaje fresco.

ATRIBUTOS FISICOS:**Busto**

Atributos	Mujeres %
Grande	36.36
Chicos	27.27
Medianos	27.27
Operado	9.09

Como se observa en la tabla, el 36.36% de las mujeres tiene el busto grande.

ATRIBUTOS FISICOS:**Apariencia de las piernas**

Atributos	Mujeres %
Delgadas	63.64
Llenitas	36.36

En la muestra analizada, el 63.64% de las mujeres tiene las piernas delgadas.

ATRIBUTOS FISICOS:**Largo de las piernas**

Atributos	Mujeres %
Largas	72.73
Media	27.27

Como se puede ver en la tabla, tres de cada cuatro mujeres tienen las piernas largas.

3.1.6 Tabla de atributos intelectuales

Los atributos intelectuales tienen que ver con el cumplimiento de los objetivos que cada uno de los personajes tiene que cumplir dentro del relato.

ATRIBUTOS INTELECTUALES			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Inteligente	100.00	Inteligente	100
Tonto		Tonto	

De acuerdo a la tabla, los resultados indican que hombres y mujeres son inteligentes.

3.1.7 Tabla de atributos morales

Las últimas tablas relacionadas con los atributos, son las que se refieren a lo moral. Es decir, aquellas que califican qué tan buenos o malos son los personajes de nuestro relato. Esto tiene relación con el rol que juegan los mismos en el relato.

ATRIBUTOS MORALES			
<i>Atributos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Atributos</i>	<u>Hombres</u> %
Bueno (Juez)	72.73	Malo (Acusado)	71.43
Neutro	27.27	Neutro	28.57
<i>De acuerdo a la tabla, el 72.73% de las mujeres son buenas, mientras que el 71.43% de los hombres son malos.</i>			

3.1.8 Tablas de objetivos

Cuando hablamos de objetivos, nos referimos a lo que los personajes persiguen o desean cumplir dentro del relato. Otra forma de definirlos es reconociendo las funciones que tienen que realizar.

TABLA GENERAL DE OBJETIVOS			
<i>Objetivos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Objetivos</i>	<u>Hombres</u> %
Conducción	55.56	Conducción	45.45
Diversión	22.22	Diversión	45.45
Promoción	22.22	Promoción	9.09
<i>Como podemos observar en la tabla, el 55.56% de los objetivos para las mujeres es la de conducción, mientras que para los hombres son las de conducción y diversión con un 45.45%.</i>			

OBJETIVOS DE CONDUCCIÓN			
<i>Objetivos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Objetivos</i>	<u>Hombres</u> %
Hablar de diversos temas	46.67	Hablar de diversos temas	100.00
Describir el trabajo de los invitados	26.67		
Presentar al invitado	26.67		
<i>La tabla indica que, aproximadamente una de cada dos objetivos de conducción en las mujeres corresponde a hablar de diversos temas. En este caso y con el 100%, los hombres hablan de diversos temas.</i>			

OBJETIVOS DE DIVERSION			
<i>Objetivos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Objetivos</i>	<u>Hombres</u> %
Modelar	50.00	Amenizar el programa	80.00
Seducir al invitado	33.33	Modelar	20.00
Amenizar el programa	16.67		
<i>En la muestra analizada, una de cada dos objetivos de diversión en las mujeres corresponde a modelar, mientras que el 83.33% de los objetivos de diversión en los hombres es para amenizar el programa.</i>			

OBJETIVOS DE PROMOCIÓN			
<i>Objetivos</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Objetivos</i>	<u>Hombres</u> %
Teleton	33.33	Vaporella	100.00
Simicondones	33.33		
Bansefi	16.67		
Vaporella	16.67		
<i>Como se muestra en la tabla, los objetivos de promoción en los hombres corresponden al 100% a promocionar VAPORELLA. Mientras tanto en las mujeres, los objetivos de promoción corresponden a eventos como el Teletón, y productos como Simicondones, en un porcentaje igual al 33.33%.</i>			

3.1.9 Tablas de herramientas

Las herramientas son los accesorios que normalmente hombres y mujeres utilizan para desarrollar su trabajo. En este caso, nos enfocamos principalmente a la forma en que visten los personajes, así como de los accesorios que portan.

TABLA GENERAL DE HERRAMIENTAS			
<i>Herramientas</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Herramientas</i>	<u>Hombres</u> %
Accesorios	49.38	Vestimenta	47.92
Vestimenta	35.19	Accesorios	37.50
Calzado	15.43	Calzado	14.58
<i>La tabla anterior muestra que en las mujeres una de cada dos prendas que utilizan se refiere a algún accesorio. Mientras, los hombres en un 47.92% utilizan alguna prenda de vestir.</i>			

ACCESORIOS			
<i>Herramientas</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Herramientas</i>	<u>Hombres</u> %
Anillo	17.65	Cinturón	27.78
Arete	15.29	Reloj	22.22
Pulsera	11.76	Dije	11.11
Dije	11.76	Peluca	11.11
Arracada	9.41	Sombrero	11.11
Medalla (Cadena)	7.06	Anillo	5.56
Reloj	5.88	Anteojos	5.56
Cinturón	5.88	Gorra	5.56
Pasadores p/cabello	5.88		
Collar	3.53		
Gargantilla	2.35		
Boina	1.18		
Medias	1.18		
Sombrero	1.18		

De acuerdo a la muestra analizada, uno de cada cuatro accesorios que utilizan los hombres, son cinturones. Así, la tabla muestra que el 18.75% de los accesorios que utilizan las mujeres son anillos, y con el 1.25% encontramos a las medias.

VESTIMENTA			
<i>Herramientas</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Herramientas</i>	<u>Hombres</u> %
Pantalón	26.32	Playera	21.74
Vestidos	24.56	Traje	21.74
Blusa m/l	21.05	Camisa	17.39
Blusa s/m	12.28	Pantalón	13.04
Falda	7.02	Corbata	8.70
Blusa m/c	3.51	Tapa rabo	8.70
Vestido de novia	1.75	Bermudas	4.35
Traje sastre	1.75	Sotana	4.35
Estraple	1.75		

De acuerdo a la muestra analizada, las mujeres prefieren utilizar pantalón y blusas de manga larga, ya que el porcentaje correspondiente fue de 26.32% y 21.05%, respectivamente. Así mismo, como se puede ver en la tabla, los hombres visten de traje (21.74%) y playera (26.09%)

CALZADO			
<i>Herramientas</i>	<u>Mujeres</u> %	<i>Herramientas</i>	<u>Hombres</u> %
Sandalia	44.00	Zapato	57.14
Zapatilla	44.00	Bota	28.57
Bota	8.00	Huarache	14.29
Zapato	4.00		
<i>Con base en la tabla, aproximadamente uno de cada cuatro hombres prefieren utilizar zapatos. En la misma proporción, las mujeres utilizan sandalias y zapatillas.</i>			

3.2 LAS ENTREVISTAS

Como mencionamos en el capítulo dos, las entrevistas se aplicaron a tres personas que fueron seleccionadas al azar. Cada una de ellas tiene ocupaciones y edades diferentes, lo cual consideramos que puede enriquecer el trabajo, así como mostrar diferentes posturas respecto a un mismo punto. Hay que agregar que, para diferenciar sus respuestas, se utilizaron las iniciales de sus nombres.

El listado de los entrevistados se presenta a continuación, así como algunos datos que pueden ser de utilidad a la hora de tomar en cuenta la información obtenida a través de las repuestas dadas a nuestros cuestionamientos:

1. Rafael Díaz Carrasco (**RD**): 28 años / Masculino / Ing. en Sistemas
2. María de la Luz Guevara Molina (**ML**): 44 años / Femenino / Ama de casa
3. Alejandro Romo García (**AR**): 31 años / Masculino / Empleado de tienda comercial.

Enseguida, se presenta el cuadro donde pretendimos subrayar lo más interesante de las entrevistas, para poder observar las diferencias y similitudes que pudieran resultar de las respuestas dadas por los espectadores del programa.

Pregunta	¿Cuántos programas veían al mes?	¿Por qué veían el programa?	¿Existía alguna identificación con alguna(o) de las conductoras o invitados?	¿Consideran que el terreno de Eva muestra parte de la realidad en la que viven?	¿Consideran que dentro del programa se muestran las personas más abiertos de lo que somos en realidad?	¿Creen que hombres y mujeres somos como lo muestra el programa?	¿Cuál es su opinión del programa?
Entrevistado							
Rafael Díaz 28 años	2 de cada 4	La opinión de los invitados	Sí. Enrique Rocha, por su seriedad.	Si. Se dan a conocer muchos mitos.	Sí.	No. La sociedad es muy penosa a ser abierto.	Se habla de mitos que no reconocemos y que tratamos de ocultar.
María de la Luz 42 años	Cuatro	Los temas que se tocaban	Sí. Julio Alemán, por lo que se puede llegar a hacer por una familia.	Sí. Ellos hablan de la cotidianidad de su vida.	Sí.	Sí, los artistas son seres humanos igual a nosotros.	Existía variedad y se invitaba a toda clase de personas.
Alejandro Romo 31 años	Cuatro	Las entrevistas	Sí. Con Polo Polo	No. No tienen nada que ver con la realidad	No lo sé.	No, es parte de la dinámica del programa.	Las entrevistas eran dinámicas. Existían diferentes puntos de vista

CAPÍTULO CUATRO

EL ÚLTIMO PASO: ¿innovación o conservación?

Por muchos años a hombres y mujeres se nos establecieron límites de cómo ser, qué sentir y cómo actuar. Para ambos, intentar romper con tales lineamientos era casi imposible y a quienes se atrevían a desafiarlos se les calificaba como seres impropios y se les excluía del grupo social al que pertenecían.

Como lo explica el tema de Género, esos límites los fortalecemos diariamente con las prácticas socioculturales, normas y representaciones sociales, y que finalmente son las que dividen a los seres humanos en hombres y mujeres; o bien, nos enseñan lo que es lo masculino y femenino.

En este caso, el programa de televisión *El Terreno de Eva*, nos muestra una representación de la realidad con respecto a los perfiles de género, los que se ven definidos por diversos comportamientos realizados por los personajes y que son los que los caracterizan y los distinguen a la vez. Analizar sus acciones, actitudes, expresiones, relaciones, objetivos, atributos y herramientas nos da la pauta para concluir si el contenido de *El Terreno de Eva* es innovador o conservador a partir de las representaciones de los roles de género que nos ofrece el relato.

Los resultados de este análisis los comparación con las características que nos marca el Modelo Tradicional, las cuales definen a hombres y mujeres y, además regulan su comportamiento. Estas características que fueron tomadas de la bibliografía que utilizamos para el desarrollo del capítulo uno, en específico para el tema de Género, las presentamos en forma sintetizada en el siguiente cuadro:

MODELO TRADICIONAL	
MUJERES ♀	HOMBRES ♂
• Es delicada, sensible y fina.	• Es valiente y fuerte.
• Es abnegada, es bella, compasiva, perspicaz y tierna.	• Da protección, alimento y dirección.
• Da obediencia, agrado, asistencia, consuelo y consejo.	• Da apoyo y defiende.
• Es delicada.	• Es brusco, irritable y duro.
• Debe entregarse a su marido únicamente para complacerlos (esclava de su placer); y por su deseo de maternidad. (instrumento de reproducción)	• Puede gozar con prostitutas (deseo sexual)
• Tiene prohibido sentir deseo carnal.	• Capacidad de actuar bajo presión.
• Su misión es dar a luz y educar a los hijos.	• Es creativo e intelectual.
• Ser desvalida y poco apta para la acción, el pensamiento reflexivo.	• Audaz y enérgico
• Depende económicamente de su marido.	• Mundo público: espacio de realización de los varones (la economía, la política y la cultura)
• Mundo privado: espacio de realización de las mujeres (la familia y el trabajo doméstico)	• Carácter hipertónico: actitudes decididas, autónomas, libres e independientes.
• Religiosidad	• Competencia, éxito y liderazgo.
• Carácter hipotónico: comportamiento dependiente, pasiva e insegura.	• Está exento del trabajo doméstico.
• Trabajo doméstico: arreglar lo que dejan tirado los hijos y el marido, cocinar, lavar la ropa, etc.	• Es superior a la mujer.
• Atención, asistencia y beneficencia a terceros.	• Desempeña el rol de proveedor mediante el trabajo fuera del hogar.
• Obediencia, recato y resignación.	• Sus relaciones con otros hombres son de poder y hostilidad.
• Sus roles son el de madre, esposa y ama de casa.	• La masculinidad se caracteriza por la desvalorización de los sentimientos. Reprime sus emociones, no debe mostrarse vulnerable.
• Se desexualiza y sus características son la fidelidad y la pureza.	• Es violento y agresivo para demostrar sus relaciones de poder.
• Debe permanecer virgen hasta el matrimonio para considerarse, por ella y su pareja, como persona especial. Quien no lo hace se califica como indecente.	• Juega el papel de opresor con respecto a la mujer.
• El matrimonio es para siempre, no se aceptan los divorcios.	• Emprende aventuras extramaritales y son aceptadas socialmente.
• Tiende a idealizar a la persona amada.	• La mujer con la que se case debe ser virgen.
• Adquiere reconocimiento social en la medida en que cumple con sus obligaciones de esposa y madre.	• Posee experiencia sexual antes de contraer matrimonio.

Como observamos, en siglos pasados, escuchar que las mujeres debían de ser sumisas, aguantar las humillaciones del género opuesto, acallar los sentimientos y aceptar los abusos, era normal. Es más, el mismo género femenino adoptó como naturales tales acontecimientos, creyéndose en verdad que para ellas no había más presente que el que la sociedad les había impuesto.

Por su parte, los varones creyeron y aceptaron que debían ser los fuertes así como que merecían tener el mando en cualquier situación. Para la sociedad no se hacía escuchar otra voz más que la masculina y dichas actitudes provocaron que la imagen de los hombres estuviera relacionada con la superioridad, el mando y el control.

Pero, ¿qué es lo que *El Terreno de Eva* tiene que decirnos al respecto de estos esquemas? A continuación presentamos las interpretaciones que hacemos de los datos que nos arrojó el análisis.

El Terreno de Eva no nos muestra diferentes aspectos de la vida entre hombres y mujeres, es un programa en el que se desarrolla una conversación entre ambos géneros, la que nos permite observar comportamientos entre ellos que podemos calificar de innovadores o conservadores. Una de las primeras categorías que analizamos fueron las acciones bajo la interrogante ¿qué hacen las mujeres y qué los hombres?; y a partir de la respuesta, vino una segunda cuestión que fue determinar qué es innovador y qué conservador.

Primero observamos que dentro del grupo de acciones con mayor porcentaje en las mujeres, se encontraban las que definimos como *positivas*, que son las que ayudan a hacer sentir bien al otro, así como de expresar estados de ánimo buenos; por parte de los hombres, se encuentran las de *conversación*, que son aquellas que nos dicen de que manera se desarrolla la conversación verbal entre los personajes. (cfr. Supra, p. 68)

El dato referido al género femenino, nos marcaría que las mujeres tienden a ser conservadoras, tomando en cuenta una de las características que enlistamos bajo este esquema: dar atención a terceros y que en este caso se entenderá como hacer sentir bien al otro. Es decir,

las Acciones positivas están más ligadas al comportamiento tradicional de las mujeres y que se sustentan porque estas acciones se conformaron por datos como *Reír, Sonreír, Aplaudir*; datos que obtuvieron los porcentajes más altos de la tabla. (cfr. Supra, p. 79)

Pero ¿qué pasa con una acción como la de *Sugerir* que se expone en la misma tabla de Acciones Positivas con un 9.84%? Las mujeres, dice Kaufman (1989, p. 37 y p. 73), pertenecen a la esfera de la pasividad, la cual se asocia con una orientación más pacífica, receptiva y existencial; y si esto lo aunamos con el recato y la sumisión de la que nos habla Melchor Ocampo en su Epístola escrita en el año de 1859, entendemos que no hay cabida para exponer nuestros puntos de vista, que somos un género que está hecho para acallar lo que pensamos.

Entonces tenemos que pese que la acción de sugerir se presente con una frecuencia menor frente a las otras, es importante resaltarlo debido a que las mujeres de El Terreno de Eva están aportando características nuevas al rol conservador que hemos venido definiendo: “jamás le preguntaba a donde iba, ni de dónde venía; tampoco investigaba sus secretos”(Arrem, 1998, p. 14)

En lo que respecta a los hombres encontramos que sus acciones tienen que ver las de *Conversación*, y dentro de los datos que la conforman están en primeros lugares el *Comentar* y *Asegurar*, ambas nos definen a una persona segura ya que no todas las personas que atreven a dar su punto de vista sobre algunas cuestiones y menos asegurar lo que se ha dicho. Esto empalma con la esfera de actividad bajo la que Kaufman (1989, p. 37 y p. 73) engloba al género masculino debido a que está relacionada con la extroversión, la agresividad y la ambición; estas últimas entendidas como empuje o “garra” para defender y sustentar lo que se cree.

En lo que respecta a las demás acciones realizadas por las mujeres, encontramos que el *persignarse* tiene un 2.38, por debajo de un 10.53% correspondiente a *saludar de beso a los hombres, abrazarlos* con un 31.03, *darles beso en la mejilla* con un 17.24%, más aún de *quitarse la ropa* con 3.45% o *sentarse en las piernas de los varones* con 3.45%

Esto significa que el género femenino ha roto con los límites corporales; es decir, se atreven a tener un acercamiento o contacto físico con el género opuesto lo que en siglos pasados pudo ser considerado pecaminoso, debido a que tales actos podrían incitar al deseo carnal o la lujuria. Bornay (1998, pp. 25-33) nos cuenta que Lilith, quien fuera la primera compañera de Adán, por no renunciar a su igualdad polemizaba con su compañero sobre el modo y la forma de realizar la unión carnal, fue considerada una ramera, perversa y falsa. Por su parte, los padres de la iglesia Judeo-Cristiana han insistido en que fue Eva quien indujo a Adán a pecar. Pero en la actualidad podemos observar que tener contacto físico (más no sexual) entre los géneros no tiene nada de pecaminoso y se relaciona más con la amistad o la confianza.

Por parte del género masculino tenemos que las acciones restantes tienen que ver con aspectos como *Saludar de beso a las mujeres* (73.33%), *Piropearlas* (40%), *Abrazarlas* (24%), *darles beso en las manos* (12%). Todas ellas tienen que ver con el papel de conquistador, es decir, por mucho tiempo se ha establecido que los varones son quienes deben conquistar y galantear a las mujeres, por lo que consideramos que en estas acciones son de tipo conservador.

Pero no son estas las únicas acciones que realizaron los hombres: *Titubear* (42.86%), *Planchar* (11.11%) y *Cargar un objeto* (5.56%). La primera de ellas nos describe a un hombre inseguro, las últimas dos rompen con el esquema de que los “hombres están exentos del trabajo doméstico”.

Estos resultados nos llevaron a pensar que dentro del rubro de las acciones, las representaciones de género tienden hacia la innovación, porque a pesar de que existen conservadurismos dentro de ellas, es evidente que nos muestran pequeños cambios en el actuar de ambos géneros.

En otro rubro, siendo las actitudes las intenciones con las que se realizan las acciones, tenemos de forma general que las mujeres mayoritariamente tienen *actitudes emotivas* (42.08%), mientras que los hombres tienen *actitudes benéficas* (59.95%). Recordemos que las

actitudes emotivas muestran la sensibilidad de los personajes; y las benéficas son las que ayudan a la fluidez de la conversación así como de mantener la armonía. (cfr. Supra, p. 69)

Tenemos entonces que la féminas y los varones de El Terreno de Eva, son conservadores; esto es porque, de acuerdo al cuadro del Modelo Tradicional (cfr. Supra, p. 99), podemos observar que las mujeres se caracterizan por ser sensibles y tiernas; mientras que los hombres son quienes permiten el dialogo y se muestran seguros e inteligentes.

Las actitudes emotivas de las mujeres corresponden en primer lugar a la *Alegría* con un 65.24%, *Ternura* con un 7.14%, *Sufrimiento* con un 0.48%, entre otros más. Éstas en particular son características que definen a la mujer tradicional. Pero de nueva cuenta existe un dato que salta y que rompe con el esquema: *Placer* (1.43%). Recordemos lo que Bornay (1998, p. 54) nos dice a cerca del papel de las féminas frente a sentir placer y más aún expresarlo: “ellas no debían sentir deseo carnal”

Los varones, teniendo mayoritariamente *actitudes benéficas*, se relacionan con su capacidad para *bromear* (49.55%), lo que rompe con la imagen de un ser enérgico, violento y agresivo. Contrario a la actitud de *Seguridad* que presentaron con un 45.91% y que fortalece su imagen tradicional de una persona segura.

Si las mujeres fuésemos como lo indica Anderson (2000, p. 37) “adiestradas para ser sumisas y obedientes a los hombres”, actitudes como la *Ironía*, la *Molestia* o la *Agresividad* no estarían presentes en la cotidianeidad del género femenino. Estas características las ubicamos con los porcentajes más altos dentro de la tabla correspondiente a las *acciones dañinas*.

Pero ¿qué pasa si estas mismas características las posicionamos en el terreno masculino?, de acuerdo a nuestro modelo tradicional, los varones perpetúan las representaciones con relación a los roles que deben seguir. Así, dentro de el programa El terreno de Eva encontramos que la *Ironía*, la *Presunción* y la *Molestia* son las actitudes que obtuvieron los porcentajes más alto.

Finalmente, dentro de lo que corresponde a las actitudes, observamos que este rubro muestra una tendencia conservadora para ambos género, debido a que los datos que nos aportó en su mayoría los pudimos relacionar con el modelo tradicional, mientras que los menos fueron con tendencia innovadora.

A partir del estereotipo que nos marca el modelo tradicional con relación a los hombres y las mujeres, podemos notar que la opresión del género femenino no sólo se da en el hecho de relegarla a un espacio privado como lo es el hogar, sino que además los límites para expresar lo que pensaba o sentía estaban bien definidos.

El género femenino se vio coartado a tener relación únicamente con cuestiones que tuvieran que ver con aquellos “deberes” que la sociedad le había asignado: los quehaceres domésticos, los hijos, la casa, entre otros; lo que nos lleva a pensar en los temas de los que ellas podía hablar. Por su parte, los varones al tener la libertad para conocer lugares que tienen que ver con los espacios públicos, el relacionarse con diferentes personas y desarrollar diferentes actividades, hizo que su visión del “mundo exterior” fuera mucho más amplia y rica para comentar.

Si el deber de las mujeres es simplemente complacer, dónde queda la inquietud por compartir su postura frente a diferentes temas; dónde queda la inteligencia masculina para conocer más a fondo a la persona con la que ha decidido pasar el resto de su vida. Esto fue imposible observar en siglos pasados, pero dentro de El Terreno de Eva tenemos la posibilidad de mirar como ambos géneros se prestan para debatir y exponer su postura frente a temas tan controversiales como la práctica *swinger*, la que consiste en hacer intercambio de la pareja para experimentar nuevas sensaciones sexuales; o la importancia de tener un *Orgasmo* cuando tenemos un encuentro sexual con nuestra pareja. Ambos temas, pese a que su frecuencia de las de menor porcentaje (3.85% y 4.17, respectivamente), fueron los que más sobresaltaron por su condición de privados o prohibidos.

Con respecto a esto Anderson (2000, p. 31) nos dice que “los humanos tienen relaciones cuando su cultura lo considera oportuno” y dentro de la mexicana es evidente que

no se darán hasta que unan sus vidas en matrimonio y, más aún, está, obligados a la monogamia, al menos por el lado de las mujeres: “en los primeros libros del Antiguo Testamento el matrimonio exigía la fidelidad de la esposa, pero no la del marido”, además dentro de estas mismas prácticas tenemos que “el marido comete adulterio cuando tiene relaciones sexuales con la mujer de otro hombre, no cuando tiene relaciones sexuales con otra mujer” (Anderson, 2000, p. 45).

Consideramos que es este rubro, el de las expresiones, es el que tiene más tendencia hacia la innovación, debido a la gama de temas que tocan: Seducción, Implantes, el Condón, el Sexo, que nos dejan ver su interés por conocer más acerca de estos temas, que como hemos visto, por mucho tiempo fueron tabúes.

Con respecto al uso del condón, o más en específico de la prevención de la concepción, Bornay (1998, p. 78) nos dice que “las principales campañas para la emancipación de la mujer, tuvieron lugar en 1870. Una de las que causaron revuelo entre la sociedad, fueron las que tenían que ver con las del control de la natalidad, ya que el rechazo a la maternidad por parte de las féminas fue considerada inmoral”

Las expresiones de tipo social, aportan datos importantes; se tocaron temas como el Machismo, siendo una práctica que ha perdurado por varios años; lo que consideran los deberes de las mujeres, los hombres que ayudan en los quehaceres del hogar, la educación de los hijos, entre otros. Son cuestiones que afectan y corresponden a las personas que llevan el control y dirección del hogar. Recordemos que estos temas, al menos la mayoría de ellos correspondían únicamente a las mujeres.

Definitivamente las Expresiones (cfr. Supra, p. 83 y ss.) las consideramos con tendencia innovadora debido a la gama de temas que se discuten y por la apertura de ambos géneros a exponer sus puntos de vista relacionados a cada uno de ellos.

Relegadas al ámbito privado, las relaciones a las que quedo expuesta la mujer tuvieron que ver con las de tipo familiar (hijos y esposo), amorosa (marido); por su parte, los varones vieron que las posibilidades eran mayores, debido a que las relaciones que podía fomentar en el ámbito publico tenían que ver con las de trabajo, amistad, amante, familiar.

Dentro del análisis que desarrollamos con el programa de televisión El Terreno de Eva, vemos que la gama de posibilidades para las mujeres se extendió, incluyendo las *Relaciones de Poder*; mientras que para los varones permanecen más o menos igual.

Esto es, dentro de las *relaciones de tipo social*, encontramos que entre mujeres las que sobresalen son las que tienen que ver con el *trabajo* (86.11%). Este dato es valioso debido a que marca el avance de la participación femenina dentro del ámbito público; el cual fue abordado por el género en diferentes sectores y en proporciones diferentes. Booth (1998, p. 36) nos recuerda que en “el período preindustrial, su papel en la agricultura, en la industria doméstica y en la producción familiar estaba definido, este tipo de trabajo implicaba la producción lechera, la avicultura y la cría de animales; cuidaban de los huertos, realizaban ciertas labores de la cosecha, se ocupaban de la manufactura de tejidos y ropa, de cocinar y de los quehaceres domésticos”.

Durante la Segunda Guerra Mundial, las mujeres demostraron públicamente su capacidad para realizar trabajos especializados y agotadores; y siguiendo con ese camino lograron conseguir el derecho a acceder a la educación y, por ende, a la formación profesional lo que les ha permitido conseguir trabajos profesionales y directivos. (Booth, 1998, p. 43)

Con esta incursión de las mujeres al ámbito público, la tendencia de las relaciones de trabajo entre ambos géneros fue inevitable, por lo que observamos que las relaciones entre Mujeres y Hombres se presentó con un 74%; y la que tenía que se da entre el género masculino se mantuvo con un 66.67%.

Por parte de la relaciones de poder, donde la autoridad y subordinación siempre favoreció a los hombres: “como se fueron multiplicando las fábricas y otros centros de

actividad industrial a finales del siglo XVIII y durante el siglo XIX, emergieron funciones y tareas especializadas para las trabajadoras, en su gran mayoría, trabajaban junto a otras mujeres, aunque, por lo general, bajo la supervisión de hombres y para empresarios varones”(Booth, 1998, p. 37)

Nuestro análisis nos muestra que es el género femenino el que lleva la batuta en este rubro; explicamos, las *relaciones de poder* entre mujeres y de las féminas con los hombres tienen los siguientes porcentajes: entre mujeres las autoritarias sobresalen con un 43.64%, y las autoritarias de las mujeres frente a los hombres tuvo un 45.59%. Entre hombre, este tipo de relación es rebasada por las de tipo democrático con un 60%.

Así tenemos que lo referente a las Relaciones, tenemos que prevalece la innovación al romper el esquema que tiene que ver con la división de espacios; el público del privado; así como de posicionar al género femenino al frente de los varones y llevando la dirección, en este caso, de un programa de televisión.

Una vez que se incursiona en el ámbito laboral, hombres y mujeres se fijan objetivos, o el puesto que ocupan tiene establecido un proyecto; de tal forma que dentro de El Terreno de Eva cada una de los géneros persigue, en general, el mismo tipo de objetivos, la diferencia radica en la participación que cada uno de ellos tiene.

Por ejemplo, mientras que los hombres en un 100% se encuentra el de *hablar de diferentes temas*, dentro del objetivo que tiene que ver con la conducción; las mujeres ese mismo 100% lo distribuye en *hablar de diferentes temas* (46.67%), *Describir el trabajo de otros* (26.67%) y *presentar al invitado* (26.67%).

Dentro de los objetivos de diversión, encontramos que con un 50%, las mujeres se dedican a modelar, situación que de sobra sabemos es considerado por el modelo tradicionalista como impropio, perverso. El género masculino sobre sale con un 80% en su función de *amenizar el programa*.

Finalmente, dentro de rubro de los objetivos, tenemos los que tiene que ver con los de promoción. Por parte del género femenino sobre salen eventos altruistas como lo es el evento anual denominado “Teletón”, el cual se dedica a recabar recursos económicos valiéndose de la bondad del público que se compadece con los diferentes casos de niños que, por causas ajenas a ellos, son considerados “personas con capacidades diferentes”. Tal objetivo hace que las mujeres entren dentro del concepto de ser quien brinde asistencia y beneficencia a terceros. Con un porcentaje igual (33.33%), encontramos que también apoyan el uso del Simicondón; o bien el uso de anticonceptivos con la finalidad de evitar embarazos y/o enfermedades de transmisión sexual.

Este último aspecto, estar a favor de la anticoncepción vuelca el estereotipo de ser el género femenino quien, por naturaleza, poseen el deseo de ser madres y concebir todos los hijos que “Dios les mande”; este pensamiento cambio a partir de que el tema de la planificación familiar se hizo extensivo, así como el de revalorar su condición y darse cuenta que no necesariamente, las mujeres, nacimos para desarrollar el rol de esposa y madre.

Los hombres, en este rubro, de los *objetivos de promoción*, tiene en sus manos el dar a conocer las maravillas de un producto como “Vaporella”, la cual es una plancha de vapor, utilísima para el planchado rápido de sacos, pantalones y camisas (así como demás ropa que tenga que pasar por este proceso). Este lo ubicamos con un 100%, y recordemos que, según nuestro cuadro del Modelo Tradicional, las labores domésticas están descartadas para los hombres; y el hecho de utilizar una plancha y recomendarla rompe con el esquema conservador.

Por lo que anotamos, hemos deducido que este rubro tiende hacia la innovación porque presenta nuevos esquemas de lo que consideramos conservador.

Ligado a esto tenemos el rubro de los *atributos*, donde los *atributos intelectuales* los medimos con base en el cumplimiento de los objetivos que se persiguen dentro del programa; esto hizo que nuestra división quedara de la siguiente forma: Inteligente a quienes cumplieran

al 100% los objetivos, Tonto, si no cumplía alguno de ellos, y neutro en caso de ser únicamente espectador sin ningún fin específico.

Por lo que observamos en el apartado donde hablamos de los objetivos, tanto hombres como mujeres cumplen con ellos, por lo que podemos definir a ambos géneros como intelectuales, resaltando que esta característica fue atribuida únicamente para los varones.

Los *atributos morales*, nos marcan la Bondad o la Maldad, lo que hicimos fue atribuirlos de acuerdo al papel que jugaba cada uno de los géneros dentro del desarrollo del relato; lo que nos llevo a catalogar a las mujeres como aquellas que Juzgaban, mientras que los varones, son los Acusados. Recordemos que la finalidad del programa es abordar con cuestionamientos a los hombres para conocer su postura con relación a diferentes temas para poder calificarlos como machos o misóginos. Dentro de este juego, los papeles se cambian, ellos son las víctimas (71.43%) y nosotros los jueces (72.73%); el resto lo ubicamos en papeles neutros que nada tiene que ver con una categoría u otra.

Por último tenemos los *atributos físicos*, que sólo nos ayudan a crearnos un estereotipo de lo que son hombres y mujeres en el exterior. Así como se nos marcó a ambos géneros cómo debíamos ser, qué debíamos pensar o como teníamos que actuar; también se nos establecieron reglas de cómo deberíamos vernos.

Pero, al igual que las características que hemos analizado hasta este punto, las reglas de cómo tenemos que vernos también ha cambiado y si tomáramos en cuenta los porcentajes más altos de nuestras tablas relacionadas a los atributos físicos, tenemos que el modelo femenino que nos proponen es de ojos medianos y claros, con nariz media y respingada, de boca media y labios delgados, con tez blanca, complexión delgada, estatura media y cabello castaño; el busto grande y, finalmente, con piernas largas y delgadas.

Este tipo de mujeres de rasgos finos y delicados, poco tiene que ver con el estereotipo de mujeres “robustas” que prevaleció en la década de los 50, tipo Amazonas; o mejor aún más

semejantes a las mujeres de la vida “real”, como las mexicanas María Félix, Silvia Pinal o María Victoria.

Estas representaciones de cómo deben verse las mujeres, o bien cuál debe ser su apariencia física ha llevado a considerar que para lograr la “belleza perfecta” es necesario poner en riesgo la salud, y en casos extremos hasta padecer trastornos de la alimentación como la anorexia y la bulimia (Robles, 2005, p. 60). Con lo anterior queremos dejar claro hasta donde se puede llegar, con tal de seguir al pie de la letra los estereotipos fijados por los diversos medios de comunicación, aunque dentro del programa no se promuevan estereotipos tan rígidos como los mencionados.

Del mismo modo, El terreno de Eva, nos marca el estereotipo de hombre, el cual se representaría con ojos grandes y oscuros, de nariz mediana y chata, de boca y labios medianos, de complexión delgada y alto, tez apiñonada y color de cabello negro.

Evidentemente, poco ha sonado sobre las representaciones físicas establecidas o promovidas para los hombres; si acaso lo más sonado es una nueva generación de varones denominados “metrosexuales” y que son aquellos que cuidan en demasía cómo vestir, cómo comportarse y, más aún, como mantener una apariencia impecable, limpia y saludable. Pero esta tendencia, no se ha establecido o se ha hecho extensivo para todos los varones.

Estas circunstancias no nos ayudan a determinar si puede o no ser innovador o conservador, pero si nos da una idea de la representación de cada uno de los géneros en cuanto a su apariencia en el año de 2003, que podrá o no coincidir con las venideras. Y como dice Norma Lazo (2005, p. 64) “la estética se rige por lo que está de moda y, dentro de la televisión mexicana, se maneja un estándar de belleza que discrimina diferentes aspectos”

De igual forma, las herramientas: Accesorios, Vestimenta y Calzado, han cambiado con el paso del tiempo y su evolución han tenido que ver los diferentes estilos o modas, los materiales y tecnologías disponibles, los códigos sexuales, la posición social, las migraciones humanas y las tradiciones.

Como ejemplo de esta transición en los modos de vestir, podemos tomar a Carlomagno, emperador de Roma en el año 800 d.C., que utilizaba de forma cotidiana, una bajotúnica, una sobretúnica, con un ribete de seda de color, y calzones o pantalones sujetos en la rodilla, así como un manto semicircular sujeto en el hombro y forrado de piel en invierno y un bonete de tela. Por su parte, las mujeres vestían con una túnica larga con la cabeza cubierta y encima una sobretúnica sujeta por un cinturón; esta última a menudo llevaba adornos en el cuello, las mangas y el bajo. Un manto hasta los pies se sujetaba debajo del mentón y un velo ocultaba el cabello.

Más tarde, en el siglo XIX, la moda para las mujeres tenía que ver con la utilización de corsés, crinolinas y, en los hombres comenzó un paulatino abandono del formalismo y las tendencias favorecieron la utilización de prendas ajustadas.

Si estas características las tomásemos como elementos tradicionalistas por ser más acordes con los estereotipos fijados del ser hombres y ser mujer, notaremos que los datos que nos aporta en programa El Terreno de Eva nos muestran grandes diferencias, bajo las cuales podemos mencionar: utilizar pantalones en una proporción mayor a los vestidos (26.32% y 24.56%, respectivamente), los hombres pese a que siguen utilizando los trajes (21.74) notamos que suelen combinarlo mayoritariamente con playeras, esto es porque ambos se encuentran con porcentaje igual: 21.74%..

Dentro del rubro de los accesorios, observamos que dejaron los grandes sombreros, los abanicos, los guantes y las sombrillas; y los sustituyeron por anillos (17.65%), aretes (15.29%) y pulseras (11.76%), entre otros más. De la misma forma, los varones sustituyeron las pelucas blancas, los sombreros y los bastones, por relojes de mano (22.22%) y dijes (11.11%).

El calzado, ha sido el que pocas modificaciones muestra nuestro análisis debido a que las mujeres mayoritariamente utilizaban las zapatillas (44%) y los hombres los zapatos (57.14%); en las aportaciones que nos hace la muestra que estudiamos, podemos ver que las mujeres han incluido la sandalia (44%) que permite ver los dedos de las féminas que las

utilizan; y por parte de los caballeros tenemos que incluyen los huaraches (14.29) el que les da más libertad y desenfado al vestir.

Estas características nos lleva a determinar que la categoría de Herramientas nos muestra tendencias innovadoras, debido a que sus representaciones tienen que ver con la realidad que se vive, no trata de ocultar o mostrar modelos poco aptos para este tiempo.

Con base a todo el desglose que hemos venido haciendo de las categorías que se estudiaron, determinamos que El Terreno de Eva es un producto comunicativo que dentro del desarrollo de su relato contiene elementos que nos sirven como apoyo para sustentar que es innovador.

El medio por el que fue transmitido el programa, tenía que cumplir, en la medida de lo posible, con representar la realidad más no con modificarla, para contribuir a difundir las representaciones de roles femeninos y masculinos. Esto es, que los datos que logramos obtener estaban, en su mayoría, “conectadas con el momento histórico y da cuenta de las nuevas condiciones sociales”

Es importante dejar claro que estos resultados no pueden ser válidos para todos los seres humanos de los diferentes lugares y culturas existentes, pero si pueden ayudarnos a crearnos una imagen de lo que hombres y mujeres son en la actualidad.

Finalmente todos estos datos recabados nos dan las bases para poder responder el cuestionamiento que nos hicimos al comenzar este trabajo: ¿La comunicación ayuda o entorpece los procesos de cambio respecto al género?, la respuesta es evidente; sí, la comunicación que se presenta dentro del relato de El Terreno de Eva es *más o menos innovadora*, porque ayuda en los procesos de cambio respecto al género.

CONCLUSIONES

El Terreno de Eva: una muestra de innovación en las representaciones de género, es un trabajo que parte con una limitante que corresponde a no poder evidenciar todos los cambios y las permanencias que existen de aquel ayer con relación al presente, ya que al hacer una retrospectiva nos encontramos con un universo de posibilidades de las que podemos hablar o productos comunicativos con características diferentes que podemos estudiar.

Por otro lado, consideramos que su importancia radica en que es un estudio de Comunicación sobre el Género, más no un estudio del Género. Mayoritariamente, los estudios que se han realizado están sustentados por diferentes posturas que van de lo psicológico y social hasta el antropológico. Dichas orientaciones no las criticamos, ya que fueron las que ayudaron a comprender lo que paso con la asignación de roles, así como de aclarar el papel que juega la biología humana en ese rubro.

Siendo un estudio de Comunicación, y enfocándose en ello, sus aportaciones se encuentran enfocados en que explica como la sociedad, la familia, la religión y los Medios de Comunicación Masiva, a través de un proceso de mediación transmiten valores y creencias en las que va implícita la asignación de roles. En este sentido, fue la teoría, la que nos ayudo a construir mapas conceptuales que nos sirvieron para comprender el cómo y el por qué de la adquisición y aceptación de las diferentes características de los géneros.

Es claro que desde el momento en que nacemos, llegamos a una sociedad que ya acordó las normas y pautas de comportamiento que cada individuo debe tener; más en específico, ha dejado claro las funciones y actividades que hombres y mujeres deben tener para poder convivir. Pero lo verdaderamente importante aquí es entender cómo es que actúan las instituciones enculturadoras para que de manera personal empatemos con esas ideologías y finalmente nos apropiemos de ellas, para que finalmente la sociedad logre mantener orden y cohesión.

También pretendemos que este estudio se centré en comprender el proceso de Mediación Cognitiva, el cual para poderse desarrollar crea representaciones basadas en las aportaciones que la realidad le aporta. El Terreno de Eva, fue el medio por el cual observamos los perfiles de los roles para hombres y mujeres; es decir, las representaciones de género.

Pese a que los cambios que se pueden presentar en la división de funciones fuesen de manera paulatina, nos hace evidente que tanto la Comunicación como el Género se caracterizan por ser cambiantes y estar continuamente en movimiento. Esta paridad, está íntimamente ligada, debido a que si existiesen cambios en los roles y fueran divulgados por algún medio enculturizador, inevitablemente nos llevaría a cambiar de “paradigmas”.

Los cambios que se presenten en las representaciones partirán de la necesidad individual de cumplir con ciertas expectativas e ideales; es decir, con nuestra participación, tal fue el caso de las mujeres que en busca del reconocimiento deciden dar los primeros pasos para que su realidad comience a tornarse diferente.

Este estudio de Comunicación y Género, a diferencia de los otros enfoques, representa a personas capaces de decir si queremos seguir patrones establecidos o preferimos dar rienda suelta a nuestros deseos o aspiraciones y, así, experimentar nuevas perspectivas. Nuestras decisiones son las que le dan juego y posibilidad de cambio a las representaciones de la conformación de los roles.

Estamos convencidos que realizar un estudio donde desmembramos las características propias de mujeres y hombres, nos llevo a considerar los estilos de vida que venimos practicando, pero más aún, esperamos los inviten a reflexionar sobre lo que son y quieren ser más adelante, porque si la reflexión particular los incita al cambio, estaremos más adelante participando en las nuevas representaciones de género.

Se corre el riesgo de que las nuevas representaciones, y el movimiento entre estas dos vertientes: Comunicación y Género, no lleguen a esclarecer qué conductas son las apropiadas para hombres y mujeres; es decir, hay situaciones en las que es difícil

saber qué comportamiento es el que mejor va para cada uno. Por ejemplo ¿las mujeres debemos esperar a que se nos invite a salir?, ¿debemos pagar la cuenta correspondiente a nuestro consumo?, estas situaciones tenderían hacia lo innovador, pero que tan preparados estamos culturalmente para llevarlas a cabo.

Otro de los puntos considerados importantes que nos deja esta investigación es “desatanizar” al medio. Si bien es cierto que primordialmente persigue fines económicos, seguido del de entretener; podemos rescatar un aspecto positivo y pensar que de forma alguna nos aporta conocimiento o nuevos saberes.

Hemos venido observando, que los Medios de Comunicación de Masas amplían nuestro repertorio al mostrarnos diferentes situaciones o acontecimientos que se viven en lugares cercanos o no, pero que de alguna forma no los podemos experimentar o corroborar de forma inmediata.

Las representaciones que podemos observar a través de los diferentes medios, tienen la riqueza de poder mostrar no sólo lo que cultural y socialmente conocemos; sino que pueden traspasar fronteras y dejarnos una visión de las semejanzas y diferencias que pudieran existir entre las diferentes culturas y sociedades.

Somos conscientes de que existen productos comunicativos que siguen representando y recreando el Modelo Tradicional, pero los resultados que encontramos al analizar el programa televisivo de El Terreno de Eva, son una evidencia de que es posible la producción de nuevos modelos. Al mismo tiempo, no nos aleja de la perspectiva de que dentro de la sociedad mexicana a la que pertenecemos, existe un patrón de conducta común, que no es más que aquel que mayoritariamente nos propone seguir con los lineamientos de lo que las tradiciones sociales y la religión indican.

El interés de estudiar un producto comunicativo como lo fue El Terreno de Eva, sirvió para descubrir que el siglo XXI es un momento en donde la sociedad está en el intento de romper con las barreras o lineamientos antepuestos años atrás. También es un tiempo en el que observamos nuevos esquemas, donde hombres y mujeres se redefinen tratando de encontrar un lugar diferente y más acorde a sus expectativas e intereses; en donde se tiene la libertad de escoger conscientemente el papel que se quiere

desempeñar, sin necesidad de recurrir a lo que tiempo atrás la familia, la iglesia o la escuela nos establecieron.

Encontrarnos con productos que nos ofertan conservación/reproducción o innovación/producción, con respecto a las representaciones de género, nos permite tener a nuestro alcance la posibilidad de conocer los dos planos de acción bajo los que podemos actuar y, así mismo, el de seleccionar el que mejor se adapte a lo que tenemos como ideal de vida.

Finalmente, practicar el modelo tradicional dio a la sociedad la posibilidad de conocer las ventajas y/o desventajas de su aplicación, pero no posibilita el predecir que las nuevas representaciones de género tendientes a establecerse sean las mejores o más pertinentes. Pero evidentemente su aplicación o puesta en práctica, nuevamente nos llevará a conocer lo bueno o malo y reflexionar sobre aquellas situaciones que no nos dieron las satisfacciones esperadas, para que de nueva cuenta se trabaje sobre las modificaciones.

FUENTES

Libros

Ander-Egg, Ezequiel (1983) Técnicas de investigación social. (19ª. Ed.) Buenos Aire: Humanitas.

Anderson, Bonnie (2000) Historia de las mujeres: una historia propia. (3ª. Ed.) Barcelona: Ed. Critica.

Arrom, Silvia M. (1998) Las mujeres de la Ciudad de México: 1790-1857. México: Ed. Siglo XXI.

Booth, C. (coord.) (1998) La vida de las mujeres en las ciudades. La ciudad, un espacio para el cambio. España: Ed. Narcea.

Bornay, Erika (1998) Las hijas de Lilith. España: Editorial Cátedra.

Duby, G. y Perrot, M. (1992) Historia de las mujeres en Occidente. México: Taurus.

Engels, Federico (1992) Origen de la familia. La propiedad privada y el estado. (4ª. Ed.) México: Editores Mexicanos.

Galindo Cáceres, Luis J. (coord.) (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: Addison Wesley Longman.

Habermas, Jurgüen (1987) Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social. Taurus.

Kaufman, Michael. (1989). Hombres: placer, poder y cambio. Santo Domingo: CIPAF.

Martín Serrano, Manuel (1993) Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia. (2ª. ed.) Madrid: Ed. Roble.

_____ (1989) La producción de comunicación social. (2ª. ed.) Madrid: CONEICC

_____ (1986) La producción social de comunicación. Madrid: Alianza.

Pacheco, José E. (1981) Las batallas en el desierto. México: Era

Revilla Basurto, Mario A. (1998) Introducción a la Teoría de la Comunicación. México: S y G editores.

Sánchez Olvera, Alma R. (2003) La mujer mexicana en el umbral del siglo XXI. México: UNAM

See, Henri (1977) Orígenes del capitalismo moderno. México: FCE

Gran Enciclopedia Científica y cultural. Gramática (1982) Barcelona, España, Ediciones Cultural.

Diccionario de la lengua española (1999) México, Ed. Larousse.

Tesis de Maestría

Revilla Basurto, Mario A. (2001) Comunicación y reproducción: una reflexión desde el caso TELMEX. Tesis de Maestría, CADEC, México, D.F.

Capítulos de libros

Bourdieu, Pierre (1991) Estructuras, habitus, prácticas. En El sentido práctico. Madrid: Taurus

Conway, Jill; Bourque, Susan y Scott, Joan. (2003) El concepto de género. En Lamas, Martha (comp.), El género. La construcción cultural de la diferencia sexual. (pp. 21–33) México: PUEG-Porrúa .

Cucchiari, Salvatore (2003) La revolución del género y la transición de la horda bisexual a la banda patriarcal. En Lamas, Martha (comp.), El género. La construcción cultural de la diferencia sexual. (pp. 184-195) México: PUEG-Porrúa .

Lamas, Martha. (2003) La antropología feminista y la categoría de género. En Lamas, Martha (comp.), El género. La construcción cultural de la diferencia sexual. (pp. 97–125) México: PUEG-Porrúa .

Martín Serrano, Manuel (1978) Las tres formas de empleo de la comunicación. En La mediación social. Madrid: AKAL

_____ (1978) Los modelos mediadores del consenso social. En La mediación social. Madrid: AKAL

Revistas

Situación actual de la mujer en México. Diagnóstico sociodemográfico. (2000). Consejo Nacional de Población (CONAPO)

Lazo, Martha (2005, Octubre) ¿El retorno de las curvas? Día Siete, 273, 64.

Robles Félix, Martha (2005, Octubre). Mujeres reales: el regreso de las curvas. Día Siete, 273, 58-63.

Páginas web

Sitios académicos

Instituto Federal Electoral (IFE). Disponible en: www.ife.gob.mx (Consultada el 13 de junio de 2004)

Consejo Nacional de Población (CONAPO). Disponible en: www.conapo.gob.mx (Consultada el 13 de junio de 2004)

NEO. La Mercadotecnia de los negocios. (2003, Agosto) RatingsTV: IBOPE AGB. Disponible en: www.revistaneo.com/numeros/num66/ratingstv.asp (Consultada el 9 de febrero de 2004)

Amezcuca M. y Gálvez A. (Septiembre – Octubre 2002) Los modos de análisis en investigación cualitativa. Revista Española de Salud Pública, N.º 5. Disponible en: <http://www.index-f.com/cuali/ANALISIS.pdf> (Consultada en 08 de Septiembre de 2005)

Maria Bauer, Graciela Dotro, Graciela Mojana, Walter Paez. Trabajo exploratorio acerca de la temática de los talk-show. Publicaciones digitales COMFER (Comisión Federal de Radiodifusión). Disponible en: <http://www.comfer.gov.ar/pdf/pubvenezuela/talkshow.pdf> (Consultada el 20 Agosto de 2005)

Sitios no académicos

Flores, Alam. “Marcan su terreno”. www.esmas.com/espectaculos/farandula/303523.html (Consultada en Diciembre de 2003)

Epístola de Melchor Ocampo (1859), <http://mx.geocities.com/yaimemx/epistola.html> (Consultada el 24 de abril de 2004)

Sánchez, Jatziri. “Terreno peligroso” Disponible en: www.esmascompras.com.mx/esm/tienda.asp (Consultada el 18 Diciembre de 2003)

La oreja. “Claudia Domínguez. Curriculum”. Disponible en: <http://www.esmas.com/laoreja/conductores/304242.html> (Consultado el 18 de diciembre de 2004)

ESMAS. “Artistas. Marintia Escobedo” Disponible en: <http://www.esmas.com/espectaculos/artistas/317591.html> (Consultado en de Febrero de 2004).

ANEXOS

La finalidad de este anexo es exponernos, en primera instancia los datos brutos que se recopilaron a lo largo de la investigación; en segunda, nos presenta los resultados de las entrevistas y, finalmente, mostramos los formatos que fueron creados para la recopilación de información, no olvidemos que estos datos fueron denominados Hojas de Registro y cada una de ellas tiene una finalidad distinta que versa en los datos que recopila.

Los datos brutos, se presentan en tablas que muestran la frecuencia con que se presentaron cada una de las acciones, actitudes, expresiones, relaciones, atributos, objetivos y herramientas; así como al género al que pertenecen.

Las entrevistas son las que se realizaron a los espectadores del programa El Terreno de Eva, y se presentan las repuestas que brindaron cada uno de los entrevistados.

Los formatos, por su parte, no contienen información alguna pero se anexan con la finalidad de que más adelante, en estudios similares a éste pudieran servir de apoyo para la realización de su investigación.

A.
Datos Brutos

ACCIONES			
<i>Mujeres</i>	Frecuencia	<i>Hombres</i>	Frecuencia
Reír	168	Comentar	139
Preguntar	150	Asegurar	89
Sonreír	94	Reír	51
Comentar	84	Explicar	22
Aplaudir	67	Saludar de beso a las mujeres	22
Exclamar	65	Preguntar	19
Gestos	36	Exclamar	17
Sugerir	36	Sugerir	13
Asegurar	22	Tocar un instrumento	11
Describir	20	Cantar	10
Saludar al publico	17	Piropear	10
Mencionar a los invitados	11	Aplaudir	9
Reclamar	10	Titubear	9
Abrazar a hombres	9	Sonreír	8
Mandar a corte	9	Abrazar a mujeres	6
Aclarar	8	Aclarar	5
Piropear	8	Gestos	5
Presentar a los invitados	7	Tomar líquidos	5
Explicar	6	Bailar	4
Saludar de beso a los hombres	6	Palmada en la espalda	4
Bailar	5	Saludar al público	4
Comparar	5	Agradecer la invitación	3
Dar beso en las mejillas	5	Besar en la mano a mujeres	3
Cantar	4	Dar beso en las mejillas	3
Saludar de beso a las mujeres	4	Comparar	3
Tocar un instrumento	4	Discutir	3
Agradecer la invitación	3	Afinar un instrumento	2
Tararear	3	Evadir el tema	2
Desvestir a hombres	2	Felicitar	2
Discutir	2	Planchar	2
Promover	2	Promover	2
Tomar líquidos	2	Reclamar	2
Tomar del brazo a los hombres	2	Abrazar a hombres	1
Actuar	1	Actuar	1
Dar masaje a hombres	1	Cargar a mujeres	1
Felicitar	1	Cargar un objeto	1
Forcejear	1	Chocar las manos	1
Interrumpir	1	Forcejear	1
Maquillarse	1	Ordenar	1
Persignarse	1	Rociar agua	1
Quitarse la ropa	1	Saludar a hombres	1
Sentarse en las piernas	1	Sentarse en las piernas	1
		Suspirar	1
		Tararear	1
		Ventrilocuo	1
TOTAL	885	TOTAL	502

ACTITUDES			
<i>Mujeres</i>	Frecuencia	<i>Hombres</i>	Frecuencia
Alegría	137	Bromeando	109
Interés	113	Seguridad	101
Ironía	49	Alegría	27
Asombro	41	Pena	23
Seguridad	28	Seductor	18
Bromeando	27	Ironía	15
Molestia	17	Ternura	11
Ternura	15	Asombro	10
Pena	12	Interés	10
Duda	10	Melancolía	8
Agresiva	10	Presunción	8
Seriedad	9	Duda	6
Sensualidad	6	Molestia	5
Asco	5	Nerviosismo	5
Melancolía	4	Seriedad	4
Nerviosismo	4	Asco	2
Placer	3	Desacuerdo	1
Pensativa	3	Despectivo	1
Aprobación	1	Pensativa	1
Preocupación	1	Preocupación	1
Rechazo	1	Romántico	1
Sufrimiento	1		
Tranquilidad	1		
Vanidad	1		
TOTAL	499	TOTAL	367

EXPRESIONES			
<i>Mujeres</i>	Frecuencia	<i>Hombres</i>	Frecuencia
Doble sentido	18	Chistes	46
Trabajo	14	Doble sentido	24
Big brother	13	Matrimonio	11
Matrimonio	13	Mujeres	11
Mujeres	9	Trabajo	10
Sedución	9	Pareja	8
Lo que a las ellas les atrae de los hombres	8	Condón	6
Machismo	8	Sexo	6
Condón	7	Gays	5
Hombres	7	Invitado	5
Invitado	7	Suegras	5
Labores domésticas	7	Big Brtoher	4
Pareja	7	Educación de los hijos	4
Infelicidad	6	Hipocresía	4
Sexo	6	Machismo	4
Lo que a ellos les atrae de las mujeres	5	Sedución	4
Prótesis sexuales	5	Amor	3
Suegras	5	Conquistar a las mujeres	3
Tamaño del pene	5	Deberes de las mujeres	3
Albur	4	Fama	3
Demonio	4	Familia	3
Mamás	4	Implantes	3
Amistad	3	Infidelidad	3
Amor	3	Mamás	3
Conquistar a las mujeres	3	Labores domésticas	3
Hablar mal de un compañero	3	Lo que a ellas les atrae de los hombres	3
Lo que a ellos les molesta de las mujeres	3	Lo que a ellos les atrae de las mujeres	3
Chistes	2	Lo que a ellos les molesta de las mujeres	3
Deberes de las mujeres	2	Tamaño del pene	3
Educación de los hijos	2	Afrodísíacos	2
Familia	2	Albur	2
Felicidad	2	Felicidad	2
Gays	2	Hablar mal de un compañero	2
País	2	Humorismo	2
Prejuicios sociales	2	Madurez en las relaciones	2
Sensualidad	2	País	2
Simicondones	2	Prótesis sexuales	2
Vicios	2	Teletón	2

Afrodisíacos	1	Vasectomía	2
Bansefi	1	Vicios	2
Citas	1	Amistad	1
Divorcios	1	Demonio	1
Fama	1	Disco “La hora pico”	1
Hipocresía	1	Divorcio	1
Humorismo	1	Hombres	1
Implantes	1	Orgasmos	1
Profesión que les gustaría desarrollar	1	Prejuicios sociales	1
Swingers	1	Profesión que les gustaría desarrollar	1
Teletón	1	Regionalismos	1
Vaporella	1	Religión	1
Vasectomía	1	Serenatas	1
		Sex Shop	1
		Sexualidad	1
		Vaporela	1
		Viagra	1
TOTAL	221	TOTAL	233

RELACIONES MUJERES - MUJERES							
TIPO DE RELACIÓN	SOCIALES				DE PODER		
	Trabajo	Mancuerna	Rivalidad	Amistad	Autoritarias	Subordinadas	Democráticas
ME-RB	1		1				1
ME-CD	1		1				1
ME-SG	1						1
SG-RB	1						1
SG-CD	1						1
CD-RB	1	1					1
ME-SI	1				1	1	
SG-SI	1				1	1	
CD-SI	1				1	1	
RB-SI	1				1	1	
ME-A	1				1	1	
SG-A	1				1	1	
CD-A	1				1	1	
RB-A	1						1
RB-LEG	1				1	1	
ME-SH	1			1	1	1	
SG-SH	1				1	1	
CD-SH	1			1	1	1	
RB-SH	1				1	1	
ME-S	1				1	1	
SG-S	1				1	1	
CD-S	1				1	1	
RB-S	1				1	1	
ME-Sh	1				1	1	
SG-Sh	1				1	1	
CD-Sh	1				1	1	
RB-Sh	1				1	1	

ME-C	1				1	1	
SG-C	1				1	1	
CD-C	1				1	1	
RB-C	1				1	1	
TOTAL	31	1	2	2	24	24	7

RELACIONES MUJERES - HOMBRES						
TIPO DE RELACIÓN	SOCIALES			DE PODER		
	Trabajo	Amistad	Sensual	Autoritarias	Subordinadas	Democráticas
ME-MH	1	1		1	1	
SG-MH	1	1		1	1	
CD-MH	1			1	1	
RB-MH	1			1	1	
SI.MH	1		1	1	1	
A-MH	1		1			1
ME-E	1			1	1	
SG-E	1			1	1	
CD-E	1			1	1	
RB-E	1			1	1	
A-E	1		1			1
ME-RR	1			1	1	
SG-RR	1	1		1	1	
CD-RR	1			1	1	
RB-RR	1			1	1	
ME-GM	1			1	1	
SG-GM	1			1	1	
CD-GM	1			1	1	
RB-GM	1			1	1	
SH-RR	1	1		1	1	

SH-GM	1	1		1	1	
S-RR	1		1			1
S-E	1					1
ME-JC	1			1	1	
SG-JC	1			1	1	
CD-JC	1			1	1	
RB-JC	1	1		1	1	
ME-JR	1			1	1	
SG-JR	1			1	1	
CD-JR	1			1	1	
RB-JR	1			1	1	
Sh-JC	1			1	1	
Sh-JR	1			1	1	
RB-Sr. TELL	1	1		1	1	
C-JC	1		1	1	1	
C-JR	1		1			1
C-E	1					1
TOTAL	37	7	6	31	31	6

RELACIONES MUJERES - HOMBRES					
TIPO DE RELACIÓN	SOCIALES		DE PODER		
	Trabajo	Amistad	Autoritarias	Subordinadas	Democráticas
MH-E	1				1
RR-GM	1	1			1
JC-JR	1	1			1
JC-Sr.TELL	1		1	1	
TOTAL	4	2	1	1	3
		6			5

ATRIBUTOS

	MORALES			INTELECTUALES	
	Bueno (Juez)	Neutro	Malo (Acusado)	Inteligente	Tonto
<i>ELLAS</i>					
Raquel Bigorra	1			1	
Claudia Domínguez	1			1	
Marintia Escobedo	1			1	
Stasia de la Garza	1			1	
Silvia Irabién	1			1	
Luz Elena González	1			1	
Sheyla	1			1	
Shamila	1			1	
Azucena		1		1	
Sabrina		1		1	
Carolina		1		1	
TOTAL ELLAS	8	3	0	11	0
<i>ELLOS</i>					
Mauricio Herrera			1	1	
Reynaldo Rossano			1	1	
Gerardo Munguía			1	1	
Javier Carranza			1	1	
Jaime Rubiel			1	1	
Edgar		1		1	
Sr. Tell		1		1	
TOTAL ELLOS	0	2	5	7	0

ATRIBUTOS FÍSICOS (Ellas)
I

Personaje	ROSTRO											
	OJOS					NARIZ				LABIOS		
	Tamaño			Color		Tamaño		Forma		Delgados	Medianos	Gruesos
	Chicos	Medianos	Grandes	Oscuros	Claros	Chica	Mediana	Chata	Respingada			
ME		1		1			1	1		1		
SG			1		1		1	1			1	
CD			1	1			1	1			1	
RB		1			1		1	1		1		
SI		1			1		1		1			1
AZUCENA	1				1	1			1	1		
LEG			1	1			1	1				1
S	1				1	1			1	1		
SABRINA	1				1	1			1		1	
SH		1		1			1		1	1		
CAROLINA		1		1			1		1		1	
TOTAL	3	5	3	5	6	3	8	5	6	5	4	2

Continua en la siguiente página...

II

Personaje	ROSTRO				CUERPO							
	BOCA			CEJA	BUSTO				PIERNAS			
	Chica	Delgada	Grande	Delgada	Chico	Mediano	Grande	Operado	Delgadas	Llenitas	Largas	Media
ME		1		1		1			1		1	
SG		1		1			1			1	1	
CD		1		1			1			1		1
RB		1		1		1			1		1	
SI		1		1			1		1		1	
AZUCENA		1		1	1					1	1	
LEG			1	1		1			1		1	
S	1			1			1			1		1
SABRINA			1	1				1	1		1	
SH			1	1	1				1		1	
CAROLINA		1		1	1				1			1
TOTAL	1	7	3	11	3	3	4	1	7	4	8	3

Continua en la siguiente página...

III

Personaje	TEZ		COMPLECCION			ESTATURA		
	Blanca	Apiñonada	Delgada	Robusta	Gorda	Baja	Media	Alta
ME	1		1				1	
SG	1			1			1	
CD		1		1			1	
RB	1		1				1	
SI	1		1			1		
AZUCENA		1		1			1	
LEG		1	1					1
S	1				1	1		
SABRINA	1		1					1
SH		1	1					1
CAROLINA		1	1				1	
TOTAL	6	5	7	3	1	2	6	3

Continua en la siguiente página...

IV

Personaje	CABELLO									
	COLOR				APARIENCIA				TAMAÑO	
	Rubio	Castaño	Negro	Pelirrojo	Lacio	Quebrado	Largo	Medio	Corto	Extensión
ME			1			1			1	
SG		1				1			1	
CD			1		1			1		
RB	1				1			1		
SI	1				1					1
AZUCENA		1				1	1			
LEG		1			1			1		
S	1				1			1		
SABRINA				1		1	1			
SH		1			1		1			
CAROLINA			1		1			1		
TOTAL	3	4	3	1	7	4	3	5	2	1

Continúa en la siguiente página...

V

Personaje	MAQUILLAJE						
	Cálido (Tono café)	Neutro (Tono natural)	Fresco (Tono rosado)	UÑAS			
				Tamaño		Color	
				Largas	Cortas	Brillo	Francés
ME		1	2		1	1	
SG	3				1	1	
CD	1		2		1	1	
RB		1	3		1	1	
SI		1		1			1
AZUCENA		1			1	1	
LEG	1			1			1
S		1			1	1	
SABRINA			1		1	1	
SH	1				1	1	
CAROLINA		1			1	1	
TOTAL	6	6	8	2	9	9	2

ATRIBUTOS FÍSICOS (Ellos)

I

Personaje	ROSTRO																
	OJOS					NARIZ				LABIOS			BOCA		CEJA		
	Tamaño			Color		Tamaño		Forma		DEL	MED	GR	CH	MD	DEL	S/POB	POB
	CH	MD	GR	OS	CL	CH	MD	CT	RDA								
MH	1		1		1		1		1	1				1		1	
RR		1		1		1			1		1		1			1	
GM				1			1	1				1		1	1		
JR			1		1		1	1		1				1		1	
JC				1			1	1			1			1	1		
Edgar		1		1			1	1			1			1			1
Sr. Tell	1		1		1	1			1	1			1			1	
TOTAL	2	2	3	4	3	2	5	4	3	3	3	1	2	5	2	4	1

Continúa en la siguiente página...

CH - CHICA
 MD - MEDIA
 GR - GRANDE
 OS - OSCURO
 CL - CLARO
 CT - CHATA
 RDA - RESPINGADA
 DEL - DELGADA
 S/POB - SEMIPOBLADA
 POB - POBLADA

II

Personaje	TEZ		COMPLECCION				ESTATURA			CABELLO							
	BCA	APÑ	DEL	RB	GD	ATL	BJ	ME D	AL	COLOR			APARIENCIA		TAMAÑO		
										CÑO	NG	CN	LAC	QDO	LG	CTO	CVO
MH	1		1						1			1	1			1	
RR		1	1				1				1			1		1	
GM	1			1					1		1			1			1
JR		1			1				1		1			1		1	
JC		1			1		1			1				1		1	
Edgar		1				1		1			1			1	1		
Sr. Tell	1		1					1				1	1				1
TOTAL	3	4	3	1	2	1	2	2	3	1	4	2	2	5	1	4	2

BCA – BLANCA
 APÑ – APIÑONADA
 DEL - DELGADA
 RB – ROBUSTA
 GD – GORDA
 ATL - ATLÉTICA
 BJ - BAJA
 MED - MEDIA
 AL - ALTA
 CÑO - CASTAÑO
 NG - NEGRO
 CN - CANOSO

LAC - LACIO
 QDO - QUEBRADO
 CT - CORTO
 CVO - CALVO
 LG - LARGO

OBJETIVOS

OBJETIVOS	ELLAS											ELLOS									
	ME	SE	CD	RB	SI	SH	Sh	LEG	A	S	C	T	MH	RR	GM	JC	JR	E	ST	T	
CONDUCCION																					
Presentar al invitado	1	1	1	1								4									0
Describir el trabajo de los invitados	1	1	1	1								4									0
Hablar de diversos temas	1	1	1	1	1	1	1					7	1	1	1	1	1				5
DIVERSION												15									5
Amenizar el programa											1	1	1	1	1	1					4
Seducir al invitado										1	1	2									0
Modelar										1	1	1	3						1		1
PROMOCION												6									5
Teletón			1	1								2									0
Simicondones				1				1				2									0
Vaporella				1								1								1	1
Bansefi				1								1									0
												6									1

HERREMIENTAS (Ellas)

I

Personaje	VESTIMENTA									CALZADO			
	Vestido de novia	Vestido	Traje sastre	Falda	Pantalón	Blusa ML	Blusa MC	Blusa SM	Estraple	Sandalia	Bota	Zapatos	Zapatilla
RB					6	1	1	5	1	2	1		1
CD	1	2		1	3	2	1	1			1		4
SG		2	1	1	1	2				3			2
ME		4		2		2				2			3
Niña 1		1											
Niña 2		1											
Niña 3		1											
SI					1	1				1			
LEG					1	1							
AZUCENA		1								1			
SH					1	1						1	
SABRINA		1								1			
Sh					1	1				1			
CAROLINA		1			1	1		1					1
TOTAL	1	14	1	4	15	12	2	7	1	11	2	1	11

Continua en la siguiente página...

II

Personaje	ACCESORIOS									OTROS				
	Reloj	Pulsera	Anillo	Arete	Arracada	Medalla (cadena)	Dije	Collar	Gargantilla	Sombrero	Boina	Medias	Cinturón	Pasador p/cabello
RB	2	1	3	1	4	2	1				1		2	1
CD		2	5	3		1	4							
SG	1		1	1	3		1	1	1			1		
ME		6	6	5		1	2	1	1					
Niña 1														1
Niña 2														
Niña 3														1
SI				1			1						1	
LEG														
AZUCENA				1		1								
SH	1	1			1		1							1
SABRINA				1				1						
Sh	1									1			1	
CAROLINA						1							1	1
TOTAL	5	10	15	13	8	6	10	3	2	1	1	1	5	5

HERRAMIENTAS (Ellos)

I

Personaje	VESTIMENTA							
	Traje	Sotana	Tapa rabo	Pantalón	Bermuda	Camisa	Playera	Corbata
Hombre 1	1					1		1
Hombre 2		1						
ME	1					1		
EDGAR			1					
Hombre 3	1					1		1
Hombre 4				1			1	
RR							1	
GR				1		1		
JC					1		1	
JR	1						1	
EDGAR	1		1					
SR. TELL				1			1	
TOTAL	5	1	2	3	1	4	5	2

Continua en la siguiente página...

HERRAMIENTAS (Ellos)

II

Personaje	ZAPATOS			ACCESORIOS							
	Zapatos	Botas	Huaraches	Sombrero	Gorra	Peluca	Anteojos	Reloj	Dijes	Cinturón	Anillos
Hombre 1											
Hombre 2											
ME	1									1	
EDGAR						1					
Hombre 3				1							
Hombre 4		1			1	1					
RR									1	1	
GR	1							1		1	
JC			1	1				1	1	1	
JR	1							1			
EDGAR		1									
SR. TELL	1						1	1		1	1
TOTAL	4	2	1	2	1	2	1	4	2	5	1

B

Entrevistas

Entrevista a los espectadores del programa “EL TERRENO DE EVA”

A. ¿Con qué frecuencia veías el programa?

RD. No era muy frecuente. De cuatro programas que se transmitían al mes aproximadamente dos.

ML. Lo veía los días que salía. Era muy bonito.

AR. Todos los jueves

B. ¿Por qué veías el programa? ¿Existía alguna característica que fuera de tu interés para que lo vieras?

RD. La opinión de los invitados. Solamente eso.

ML. Si, me gustaban las preguntas que les hacían a los invitados. En general, los temas que se tocaban.

AR. Todo el programa me gustaba. En específico por el tipo de entrevistas que presentaban.

C. ¿Llegó a existir alguna identificación con alguno de esos invitados? ¿Con algo que hicieran o dijeran?

RD. Sí. Fue con Enrique Rocha. Me impresionó.

ML. Lo que pasa es que les preguntaban cosas que uno no sabía, como lo que a los mismo actores les hubiera gustado ser, si no se dedicaran a esa profesión. (Conocer al artista desde otro punto de vista)

AR. Los comediantes que salían. La verdad, fueron muchos los que fueron. Pudo ser con Polo Polo.

D. ¿De qué manera fue que te identificaste con él?

RD. Por su seriedad, de cierta forma. Debido a que considero que soy serio

ML. Julio Alemán. Me gusto lo que comentó a cerca de lo que hizo por salvar y defender a un miembro de su familia: su esposa. Su experiencia fue muy fea. Él mató a un asaltante que se había metido a su casa y quería terminar con la vida de su mujer.

AR. Lo que me gusto de esta entrevista fue que fue muy rápida, dinámica, concreta.

E. ¿Piensa que dentro del desarrollo del programa, se muestre parte de la realidad en la que vives?

RD. Si, simplemente se dan a conocer muchos mitos, que muchas veces nosotros los hombres desconocemos de las mujeres y de nosotros mismos.

ML. Pues si, porque les preguntan que es lo que hacen, que otras cosas les gusta hacer. Esas son cosas de la vida cotidiana.

AR. No, eran entrevistas nada más. No tienen nada que ver con la realidad. Las respuestas de los invitadas eran básicas, no representaban la realidad.

F. ¿Existe alguno mito en particular que recuerdes?

RD. Simplemente por qué el hombre tenía que llevar la batuta a la hora de tener relaciones con su pareja.

ML. No, la verdad no recuerdo ninguno.

G. ¿Piensas que los hombres y mujeres que se presentan en el Terreno de Eva se asemejan en general a lo que es la sociedad mexicana? ¿O que se refleje parte de lo que se vive aquí en México?

RD. No creo que general, porque vivimos en una sociedad que desgraciadamente raciocina mucho y que a parte es muy penosa a ser abierto.

ML. Pues se asemejan porque ellos son iguales a nosotros. Son seres humanos. Y las preguntas que les hacen, también tienen que ver con nosotros que no nos dedicamos a eso.

AR. No. Solo eran comediantes que nada tienen que ver con nosotros.

H. ¿Considera que dentro del programa eran más abiertos de lo que somos en realidad?

RD. Sí. Exactamente

ML. Si, por las preguntas. Un ejemplo es Julio Alemán, no cualquiera confiesa que mató a un sujeto por defenderse. Nosotros lo negaríamos o, tal vez, diríamos solo una parte.

AR. Pues no lo sé. Siento que solo estaban ahí para divertirnos.

I. ¿Dentro del programa nos muestran a hombre que todo el tiempo bromean, crees que en verdad los hombres son así en la vida cotidiana?

RD. No, creo que solo funcionaba para el programa. Por su dinámica, o producto de la mercadotecnia para llamar la atención del público.

ML. Claro. Hay momentos para todo. EL programa se prestaba para que lo fueran. Algunas veces eres serio otras puedes volverte el más bromista.

AR. No. Creo que era parte de la dinámica del programa.

J. ¿Cuál es tu opinión del programa?

RD. Pues debería de seguirse pasando, por que dan opiniones de gente madura que sabe sobre el tema, aunque no especializada. A parte dan a descubrir muchos mitos que no queremos reconocer y que ocultamos. El programa puede ser una apertura para conocer esos temas.

ML. SI me gustaba por que había variedad. Invitaban a muchos artistas. A toda clase de personas y las chicas que estaban ahí, cada una tenía su personalidad Te pasabas un buen rato.

AR. Era muy bueno. Las entrevistas las manejaban de forma diferente. Eran frescas, rápidas, y las cinco conductoras tenían un punto de vista diferente, las preguntas eran totalmente diferentes para el entrevistado.

C

Formatos

HOJA DE REGISTRO 3: Atributos Físicos I (Ellas)

Personaje	ROSTRO											
	OJOS					NARIZ				LABIOS		
	Tamaño			Color		Tamaño		Forma		Delgados	Medianos	Gruesos
	Chicos	Medianos	Grandes	Oscuros	Claros	Chica	Mediana	Chata	Respingada			
TOTAL												

Continua en la siguiente página...

HOJA DE REGISTRO 3: Atributos Físicos I (Ellos)

Personaje	ROSTRO																
	OJOS					NARIZ				LABIOS			BOCA		CEJA		
	Tamaño			Color		Tamaño		Forma		DEL	MED	GR	CH	MD	DEL	S/POB	POB
	CH	MD	GR	OS	CL	CH	MD	CT	RDA								
TOTAL																	

- CH - CHICA
- MD - MEDIA
- GR - GRANDE
- OS - OSCURO
- CL - CLARO
- CT - CHATA
- RDA - RESPINGADA
- DEL - DELGADA
- S/POB - SEMIPOBLADA
- POB - POBLADA

II

Personaje	TEZ		COMPLECCION				ESTATURA			CABELLO							
	BCA	APÑ	DEL	RB	GD	ATL	BJ	ME D	AL	COLOR			APARIENCIA		TAMAÑO		
										CÑO	NG	CN	LAC	QDO	CT	CVO	LG
TOTAL																	

BCA – BLANCA
 APÑ – APIÑONADA
 DEL - DELGADA
 RB – ROBUSTA
 GD – GORDA
 ATL - ATLÉTICA
 BJ - BAJA
 MED - MEDIA
 AL - ALTA
 CÑO - CASTAÑO
 NG - NEGRO
 CN - CANOSO

LAC - LACIO
 QDO - QUEBRADO
 CT - CORTO
 CVO - CALVO
 LG - LARGO

HOJA DE REGISTRO 4: Atributos Intelectuales y Morales

	MORALES			INTELECTUALES		
ELLAS	Bueno	Neutro	Malo	Inteligente	Neutro	Tonto
Raquel Bigorra						
Claudia Domínguez						
Marintia Escobedo						
Stasia de la Garza						
Silvia Irabién						
Luz Elena González						
Sheyla						
Shamila						
Azucena						
Sabrina						
Carolina						
TOTAL ELLAS	0	0	0	0	0	0
ELLOS						
Mauricio Herrera						
Reynaldo Rossano						
Gerardo Munguía						
Javier Carranza						
Jaime Rubiel						
Edgar						
Sr. Tell						
TOTAL ELLOS	0	0	0	0	0	0

HOJA DE REGISTRO 5: Objetivos

OBJETIVOS	ELLAS											ELLOS										
	ME	SE	CD	RB	SI	SH	Sh	LEG	A	S	C	T	MH	RR	GM	JC	JR	E	ST	T		
CONDUCCION																						0
Presentar al invitado																						0
Describir el trabajo de los invitados																						0
Hablar de diversos temas																						0
DIVERSION												0										0
Amenizar el programa																						0
Seducir al invitado																						0
Modelar																						0
PROMOCION												0										0
Teletón																						0
Simicondones																						0
Vaporella																						0
Bansefi																						0
												0										0

