



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**“GÉNERO, COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
(análisis de las imágenes sobre género de la revista 15 a 20)”.**

TESIS

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

PRESENTA

MARÍA XANATH MARTÍNEZ ZUBELDÍA

Asesor: MTRO. MARIO ALBERTO REVILLA BASURTO

JUNIO, 2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Gracias a :

Mamá, Nallely, Edgar Norberto, Mario Revilla
Kari Almanza y Cony Reyes, por su paciencia,
cariño, amor, por estar y a veces enseñarme
el camino.

Semactr-10

ÍNDICE.

Introducción.

Pág.

CAPÍTULO I.

Gente y Comunicación.

1.1. Ideas de Acción.....	7
1.2. Comunicación como mediadora.....	12
1.3. Comunicación Innovadora/Conservadora.....	19
2. Género.....	23
3. Enculturización según el Género.....	28
3.1. Femenino.....	30
3.2. Masculino	32
3.3. Lesbianas	34

CAPÍTULO II.

Instructivo Metodológico

2.1. El objeto real de estudio: Revista 15 a 20.....	40
2.1.1. ¿Quién es 15 a 20”	40
2.1.2. La Historia	40
2.1.3. Distribución	41
2.1.4. Secciones	41
2.1.5. Elección de temas	44
2.1.6. ¿Qué se anuncia en 15 a 20 ?.....	45
2.2. Procedimiento	45
2.2.1. ¿Por qué 15 a 20 ?	45
2.2.2. Artículos Seleccionados	46
2.3. El Instrumento: Análisis de Mediación Cognitiva	47
2.3.1. Origen den instrumento de análisis.....	47
2.3.2. Aplicación de la teoría de Mediación Cognitiva.....	48

2.4. Tablas	51
2.4.1. El primer registro	55
2.4.2. Categorización	55
2.4.3. Registro de Tablas	57
2.4.4. Frecuencias y Porcentajes	67
2.4.5. Lectura de la Tabla	68

CAPÍTULO III.

El Desglose.

3.1. Tabla general Acciones, actitudes y relaciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.	70
3.2. Tabla comparativa de porcentajes de Acciones : Mujeres, Hombres y Lesbianas.	71
3.2.1. Abandono	72
3.2.2. Amor	73
3.2.3. Análisis	73
3.2.4. Arrepentimiento	74
3.2.5. Artísticas	74

3.2.6. Asesoría	75
3.2.7. Comunicación	76
3.2.8. Condescendientes	77
3.2.9. Confianza	78
3.2.10. Decisión	78
3.2.11. Desconfianza	79
3.2.12. Diversión	80
3.2.13. Domésticas	81
3.2.14. Económicas	82
3.2.15. Enfermedad	82
3.2.16. Embellecimiento	83
3.2.17. Estorbo	84
3.2.18. Imitación	84
3.2.19. Intelectuales	84
3.2.20. Información	85
3.2.21. Nocivas	86
3.2.22. Protesta	87
3.2.23. Seducción	88
3.2.24. Sentimentales	88
3.2.25. Sexuales	89
3.2.26. Socialización	90
3.3. Actitudes	91
3.3.1. Actitud Alineada	92
3.3.2. Apoyo	93

3.3.3. Bienestar	93
3.3.4. Egocéntricas	94
3.3.5. Fachosa	94
3.3.6 Gasto	95
3.3.7. Infantil	95
3.3.8. Inseguridad	96
3.3.9. Intelectual	97
3.3.10 Dañina	97
3.3.11. Seductora	98
3.3.12. Seguridad	98
3.3.13. Sentimental	99
3.3.14. Sexual	99
3.4. Tabla comparativa Relaciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.	100
3.4.1 Tabla comparativa Relaciones: Mujeres con Mujeres, Hombres y Lesbianas.	101
3.4.2. Tabla comparativa Relaciones: Hombres con Mujeres, Hombres y Lesbianas.	101
3.4.3. Tabla comparativa Relaciones: Lesbianas con Mujeres, Hombres y Lesbianas.	102

3.4.4. Tabla comparativa Relaciones Desglosadas: Mujeres con Mujeres, Hombres y Lesbianas.	103
3.4.5. Tabla comparativa Relaciones Desglosadas: Hombres con Mujeres, Hombres y Lesbianas.	105
3.4.6. Tabla comparativa Relaciones Desglosadas: Lesbianas con Mujeres, Hombres y Lesbianas.	106
3.5. Tabla Comparativa de Expresiones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.	107

CAPÍTULO IV

Análisis y resultados

4.1. Mujeres.	110
4.2. Mujeres en 15 a 20.	111
4.3. Hombres en 15 a 20.	118
4.4. Lesbianas en 15 a 20	120
CONCLUSIONES.	121
FUENTES CONSULTADAS.	123

Introducción

La presente investigación no es un estudio de género, se trata de un trabajo de índole comunicativa cuyo objetivo es averiguar si por su contenido la revista **15 a 20**, es un producto comunicativo de carácter innovador o conservador a partir de los modelos de representación y roles de género que en ella se presentan.

En los últimos tiempos se ha escuchado la palabra género y una de las interpretaciones erróneas es considerar que solamente se relaciona con cuestiones de mujeres. Sin embargo, género es el conjunto de características sociales y culturales que determinan de manera diferenciada el ser de las mujeres y también de los hombres en una sociedad y en un momento histórico dado.

En tanto perspectiva de género nos permite identificar cómo una sociedad como la nuestra interpreta la sexualidad, la cultura y la historia y cómo en este contexto, se dan las relaciones entre hombres y mujeres.

Actualmente, crece la denuncia del hecho que las experiencias de vida de muchas personas no se ajustan al esquema tradicional de género como simbolización de la diferencia sexual, que históricamente ha definido a los opuestos hombre/mujer como seres complementarios y plantea la normatividad heterosexista como algo “natural”. Por tal motivo, a las investigaciones sobre este tema se le han tenido que sumar las distintas orientaciones sexuales, más allá del modelo clásico hombre/ mujer, así como la representación que la sociedad tiene de ellas.

Para cumplir el objetivo de esta investigación, el análisis realizado, se hizo bajo un planteamiento tanto teórico como metodológico.

Para tal efecto, se analizaron los relatos de la publicación bajo un análisis de mediación cognitiva, el cual nos permite conocer la construcción de roles, como

representaciones, en este caso de género; a través de acciones, actitudes, expresiones y relaciones que se atribuyen a cada uno.

Para el caso teórico, se tomó como base la teoría de la mediación, modelo teórico que se ocupa de analizar los procesos de ajuste entre planos distintos de la realidad, es decir, entre lo que sucede en el plano de la realidad y las representaciones o modelos que la interpretamos.

Las representaciones se definen como ideas formadas acerca de la realidad; ideas que estructuran simbólicamente nuestras relaciones sociales, son redes de imágenes y nociones que construyen nuestra manera de ver, captar y entender el mundo. Las fuentes principales de nuestras representaciones son tres: los conceptos culturales, la ideología y la experiencia personal. Las representaciones encuadran y guían la experiencia así como las intenciones de los sujetos.

Por lo tanto marcan la pauta de lo que está o no permitido hacer dentro de una sociedad de acuerdo a sus normas, usos y costumbres.

La realidad está en constante transformación, lo ideal es contar con modelos de interpretación vigentes, es decir, que se ajusten a la par que la experiencia, para que sean capaces de explicar y regular el acontecer, para evitar desórdenes sociales. Sin embargo, en ocasiones dentro del grupo se tienen representaciones tan arraigadas que permanecen, lo cual representa un problema, pues las representaciones quedan atrás de las transformaciones sociales, es decir, la realidad avanza más rápido que las ideas y concepciones de lo que entendemos por nuestro mundo, es entonces cuando nos enfrentamos a un desequilibrio entre experiencia y modelos de interpretación.

Las representaciones pueden ser transmitidas, modificadas y/o conservadas, a éste proceso de transmisión de valores y formas de comportamiento se le denomina enculturización, el cual es propenso a ser analizado por la teoría de la mediación, pues el individuo aprende prácticas entre los distintos planos de la realidad.

En dicho proceso, la comunicación juega un papel preponderante, pues es a través de ella que las representaciones y sus modelos se hacen colectivos, con ayuda de productos comunicativos y medios de transmisión. No sólo ayudan a la reproducción de modelos convenientes y / o válidos para la sociedad sino que también pueden ofrecer innovaciones a lo ya existente. En este caso también nos referimos a una actividad que media entre los distintos planos de la realidad, por lo tanto, también la comunicación es susceptible de ser analizada por la teoría de la mediación.

El género no escapa a la interpretación de la colectividad, pues de acuerdo a él se asignan roles y patrones de comportamiento a los sujetos dentro de la sociedad, por lo que no está exento de transformaciones sociales.

Bajo la óptica de innovar o conservar establecemos, que si el contenido de los mensajes que presenta un producto comunicativo nos muestra modelos, es decir, patrones de acuerdo al modelo clásico, entonces estamos frente a un producto comunicativo de carácter conservador, ya que apuesta por la conservación de los modelos de interpretación, si por el contrario presenta modelos que se alejan de las formas de interpretación clásicos, entonces tenemos un producto comunicativo de carácter innovador, pues nos mostrará modelos distintos de interpretación debido a que toma en cuenta el cambio de la realidad, parte de la idea que hay que ajustar los modelos que la interpretan.

Una forma de contribuir a definir si la comunicación que experimentamos en México se inclina a la conservación de modelos o más bien innova ofreciendo nuevos modelos de interpretación de la realidad, es analizando los mensajes de sus productos comunicativos, en este caso las representaciones de género que en ellos se presentan.

Para tal efecto se tomó como objeto de estudio la revista **15 a 20**, por ser un producto comunicativo al alcance de los jóvenes con la particularidad de abarcar claramente éste rango de edad, en el cual aún no existe un criterio

adulto y es susceptible de actuar de acuerdo a influencias de los medios. Se trata de una publicación para mujeres que si bien muestra representaciones

femeninas, también bajo su óptica, brinda representaciones de otros géneros, lo cual deja claro que contiene propuestas que van más allá del modelo clásico.

Frente a una realidad cambiante, las representaciones colectivas no pueden permanecer estáticas. Sin embargo el proceso de ajuste entre los dos planos no es tan sencillo ni rápido como debería, por lo que nos encontramos con un producto comunicativo el cual si bien se innova en algunos aspectos también reproduce estructuras establecidas.

Por lo tanto, como hipótesis de esta investigación se propone que ni la revista **15 a 20**, ni ningún otro producto comunicativo presentarán un relato totalmente innovador o totalmente conservador, debido a la lenta adecuación de los modelos de interpretación, por lo que se encontrarán en el relato elementos tanto innovadores que propongan formas de interpretación de género, como modelos que reproduzcan el modelo clásico.

Si bien el relato de un producto comunicativo no se inclinará totalmente hacia la innovación o a la conservación, de acuerdo al análisis del mismo se puede concluir, si tiende más bien a la producción de nuevas o a la reproducción de estructuras existentes.

Se considera que la publicación **15 a 20**, estará más orientada a ser un productivo comunicativo innovador por proponer modelos alternativos, sin embargo, no dejará de reproducir los modelos tradicionales ya existentes, así como todo sistema social, los relatos también para su conservación se mueven en esta dialéctica Producción / Reproducción, es decir introducen innovaciones para adecuarse a los cambios del entorno y a la vez, conservan los modelos clásicos socialmente aceptados.

En el primer capítulo se desarrolla la base teórica que sustenta la presente investigación, se encontrarán los conceptos que se manejarán durante la misma.

En el segundo capítulo se muestra de manera detallada la estrategia metodológica utilizada para este trabajo, así como los antecedentes del producto comunicativo que aquí se maneja.

El tercer capítulo, corresponde al desarrollo de la investigación, es el desglose sistematizado de la información, con sus respectivas lecturas y resultados.

En el cuarto capítulo se presentan las interpretaciones de los resultados obtenidos durante el proceso de la investigación, producto de la confrontación del marco teórico con el análisis presentado de los datos cuantitativos obtenidos en el capítulo 3, lo que nos permitirá concluir si la revista *15 a 20* resulta ser un producto comunicativo de carácter innovador o conservador a partir de los modelos de representación y roles de género que en ella se presentan.

Al final se presentan las conclusiones a las que este proceso nos llevó, en las cuales se destacan aspectos relevantes de la investigación.

CAPÍTULO I

GENTE Y COMUNICACIÓN

En este capítulo se define lo que son las representaciones sociales y su función de interpretar y ordenar la realidad. A partir de la teoría de la Mediación, se explican los modelos mediadores, así como su función de ajuste entre los distintos planos de la realidad. Con base en el proceso de producción y reproducción de representaciones se presenta lo que en adelante se denominará comunicación innovadora y comunicación conservadora.

También, se definirá el concepto de género y se mostrarán representaciones sociales que con el paso del tiempo se han arraigado y que al día de hoy encuadran la manera de actuar e interactuar de los sujetos, de acuerdo al género que poseen.

1.1 Ideas en acción.

El término **realidad** designa: “en su dimensión sistemática, el ámbito físico, biológico, psíquico cultural, institucional, social en que cada sujeto desenvuelve su existencia: y en su dimensión procesal, todo lo que acontece en ese ámbito”¹

Las ciencias sociales reconocen a la realidad en dos planos: uno que corresponde a la realidad material, es decir, la manipulación de objetos (haceres) y el otro que corresponde a la conciencia, el cual pertenece a las ideas (pareceres).

“Los humanos vivimos unidos en grupos porque así se obtienen ventajas en la producción de la vida material y aun en la reproducción de la sociedad o de la especie”.² El mismo grupo establece prácticas y relaciones convenientes que le son deseables y/o funcionales, con el tiempo estas prácticas se transforman en valores e ideales, *pareceres* aceptados por sus miembros. Es así como los

¹ Martín S. Manuel. La producción social de comunicación. 2ª. Ed. Alianza, México, 1993. pág.46.

² Revilla B. Mario. Comunicación y reproducción. Tesis de Maestría, CADEC, México 2001. pág.11

integrantes de una sociedad establecen lo que es aceptado o no dentro de la misma.

A estas interpretaciones o formas de apropiarse simbólicamente de la realidad se le denomina representaciones, son: “modelos estructurados y estructurantes tanto de percepciones y expresiones, como de interacciones y manipulaciones de objetos”.³ Es decir, son ideas formadas acerca del mundo, que encuadran las acciones y relaciones de los sujetos dentro de una sociedad dada, lo que les da un carácter normativo.

Las representaciones son “una clave para comprender la dinámica de las relaciones sociales y de los constructos simbólicos”.⁴ Surgen de las experiencias colectivas consolidadas de toda una comunidad (prácticas, valores, ideales) y “son reinterpretadas por cada sociedad para informar y dar sentido a los símbolos que sostienen sus relaciones”;⁵ de esta manera, la sociedad establece los parámetros de interpretación de la realidad, ordena y estructura tanto las relaciones entre los sujetos como su entorno.

La religión es considerada como la primera representación y se califica como “la proto-representación colectiva por excelencia pues a través de ella el individuo obtiene significaciones sociales de temas como el amor, la muerte, verdad, etc., le aportan sólidos marcos de pensamiento que permitirán al sujeto entender la realidad en la que se desenvuelve.”⁶

³ ibidem. Pág.8

⁴ Beriain, Josetxo. Representaciones colectivas y proyecto de modernidad. Ed. Anthropos. 1ª. Ed. Barcelona, Marzo, 1990. pág.90

⁵ Revilla. Pág. 12

⁶ Beriain. Pág, 97

A partir de los textos de Durkheim, Beriain resume los tres elementos que caracterizan a las representaciones colectivas:

Normatividad legítima	Externalidad	Intersubjetividad
<ul style="list-style-type: none"> • Obligatorias • Consigna que debe obedecerse (norma que ordena y prohíbe) • Deseables • A partir de ellas se establecen reglas usos y costumbres. • Son ideales que se busca alcanzar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Son independientes y externas a los individuos, pues existen antes que él mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las representaciones son las estructuras simbólicas de conciencia de una sociedad.

Las representaciones anteceden a la experiencia: “el modelo se ante- pone a la vivencia y pro-pone cómo la vivencia debe ser o es – vivida. Porque los modelos representacionales son adquiridos o interiorizados por los sujetos sociales en su proceso de enculturización, o sea, desde la cuna”.⁷

Estas estructuras simbólicas son modelos y pautas de comportamiento que se viven desde que se nace, poseen un carácter social, pues son aceptadas y compartidas en miras de la unión y fortalecimiento, por lo tanto garantizan la existencia del grupo. Para éstas se conserven a través del tiempo, es necesario que sean transmitidas, esto se logra a través de las llamadas “Instituciones enculturadoras”. Este proceso de transmisión comienza desde la familia y

⁷ Revilla. Pág. 11.

más adelante va reafirmandose en la escuela, la iglesia, en los medios de comunicación: radio, televisión, internet, revistas, libros, etc. Y finalmente cada sujeto las adecua de acuerdo a su vivencia personal.

Por ejemplo: cuando a una persona se le presenta una situación tiene una representación, es decir, un modelo previo que guiará su acción en ese momento, sin embargo, la interiorizará de acuerdo a su experiencia personal, a la época a la posición que el sujeto tenga dentro de la sociedad.

De esta manera, cada sujeto obtendrá una enseñanza diferente de lo ocurrido, por lo tanto le dará una interpretación distinta.

Hasta aquí se ha visto que se crece con patrones de conducta que se refuerzan a lo largo de la vida, orientado a "lo que debe ser", lo denominado "normal", según creencias y conveniencias del grupo social al que se pertenece, así como de acuerdo al rol que se desempeñe en el mismo, es decir, la realidad está condicionada por pautas de comportamiento que a su vez están marcadas por una sociedad, en el proceso de la convivencia se aprende lo que está o no permitido dentro del grupo, en el que cada sujeto se desenvuelve.

Las representaciones son ideas que van dando orden y significado a la sociedad, con el paso del tiempo son interiorizadas y reproducidas por los sujetos. Como se mencionó anteriormente, esto es lo que le da un carácter social a las representaciones, (son parte de la forma de pensar de la sociedad) y a la vez cumplen una función ordenadora, (esta función implica la regulación de las interacciones entre los sujetos sociales), para que esta función se lleve a cabo, deben ser difundidas por el grupo, en este proceso de transmisión y / o conservación la comunicación juega un papel esencial.

El lenguaje es "el portador (carrier) de interpretaciones, tradiciones, formas de ver el mundo, definiciones máximas costumbres, usos, instituciones, etc. Este

lenguaje es código de recetas, reglas, procedimientos, por lo tanto, es sedimento de formas de vida, tradiciones culturales; y por otra parte es condición de posibilidad de la comunicación social (humana)".⁸

Las instituciones encargadas de garantizar la reproducción de ideales, de acuerdo a las interpretaciones de la sociedad, deben de tener en cuenta que la realidad cambia velozmente y debe haber una interpretación vigente al momento de lo que se está viviendo, es decir que se adecue y sea capaz de explicar la realidad; sin embargo, esto no siempre sucede, pues en ocasiones las ideas se arraigan y/o constituyen beneficios, o resultan convenientes para ciertos grupos, lo cual hace que esta interpretación se mantenga aunque no se adecuen con la realidad material.

Las prácticas cotidianas pueden transformar los pareceres, los pareceres se transforman por las prácticas cotidianas. Ambos conceptos se encuentran íntimamente relacionados, de esta mutua afectación surgen diferencias y por ende la necesidad de crear modelos de ajuste que ayuden a reducir la disonancia entre estos dos planos de la realidad.

La realidad cambia y reconoce que, en consecuencia, "los modelos pueden perder vigencia y entonces se requiere buscar o configurar modelos alternativos que se ajusten adecuadamente con esa realidad que ha cambiado o este en proceso de cambio".⁹

En este proceso de adaptación o ajuste entre la realidad material (haceres) y las representaciones (pareceres) intervienen los modelos mediadores, entre los que también se encuentran los medios masivos.

⁸ Beriain. Pág. 14

⁹ Revilla. Pág.17.

1.2 . Comunicación como mediadora

La mediación se define como “la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden”.¹⁰

Orden equivale al modo establecido de entenderse con el mundo, de todas las maneras de reaccionar ante algo el individuo solo puede reaccionar de una forma constante.

En la ideología existe un **código**, es decir una estructura probabilística común que funda el consenso.

En la medida en la que el código restringe la probabilidad de libre asociación, hay **ideología**; un conjunto de valores organizados supuestos al libre juego combinatorio: ciertas combinaciones están permitidas, otras prohibidas.

Manuel Martín Serrano, equipara un modelo de mediación con un código debido a que ambos permiten uniformar la diversidad del acontecer desde un punto de vista socio-cultural compartido a priori por el mediador y los receptores.

Todo modelo es un código, por lo cual, **código** significa lo mismo que coerción, coerción y código contienen los criterios de verdad que sirven para corregir las desviaciones del conocimiento y del comportamiento respecto a un único propósito prefijado.

Desde el punto de vista cognitivo la mediación equivale al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad para introducir un orden.

¹⁰ Martín S. Manuel. “La mediación social” los usos de la comunicación. AKAL. Madrid, 1978. Pág. 54.

Los tres planos que participan en la reducción de la disonancia:¹¹

1.- Mediación: Es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción, entre otros dos planos de la realidad social.

2.- Cambios que el acontecer opera en la realidad social: Un suceso que afecta al grupo; una norma o aspiración que cambian; un código nuevo que se adopta, etc. Plano de la situación

3.- Constancias cuya preservación es fundamental; para la reproducción del grupo; los bienes que deben seguirse poseyendo.

Antes de que un mediador ponga en orden las cosas y los acontecimientos heterogéneos que amueblan la realidad social, aquella se presenta al conocimiento como un “conjunto de estímulos”, los cuales no transmiten ninguna información.

La audiencia adopta las representaciones facilitadas por el médium para reducir la disonancia y mantener la realidad inteligible.

En este sentido el mundo es el conjunto de los hechos, no de las cosas. El mundo está determinado por los hechos; porque la totalidad de los hechos determina lo que ocurre y también todo lo que no ocurre.

Son **representaciones** las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los modelos.

¹¹ Ibidem. Pág. 73.

Son **ideologías** de las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y los actos.

Son **funciones** de las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los actos.

Para Martín Serrano, la mediación es utilizada por los sistemas sociales con la finalidad de introducir orden, de regular el cambio en el plano de la realidad (haceres) con las ideas (pareceres), provee a los receptores ideas cargadas de significado, permite reducir la disonancia entre estos dos planos.

Para introducir orden, el plano de los haceres y los pareceres, se necesita un sistema que permita reducir la disonancia entre estos dos planos, a estos modelos de integración se les denomina “sistemas mediadores o de mediación”.

Desde el punto de vista cognitivo, “la mediación equivaldría al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden”.¹²

Según Martín Serrano, **mediación** es: “la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden”.¹³ Los mediadores son, para él, como los códigos en cuanto a su función ordenadora, es decir, al indicar lo que se debe o no hacer dentro de una sociedad u orden determinado.

La realidad como tal, aparece ante los sujetos de una forma muy compleja porque a pesar de ser construida por ellos mismos están tan inmersos en ella que es difícil encontrar un orden y por tanto se vuelve necesaria la existencia de un sistema mediador que convierta esta realidad intelegible en algo

¹² Ibidem. Pág. 51.

¹³ Ibidem. Pág. 54

entendible, relacional e interactivo para todos. Los modelos mediadores introducen el sentido en el acontecer social, ya que por medio de ellos los sujetos sociales dan sentido a lo que sucede, proporciona un significado para interpretar el mundo y adoptan pautas de comportamiento dentro de la misma.

Invariablemente las sociedades tratan de mantener un orden, pensando en que desean conservar la visión del mundo que mejor le conviene, en el afán de mantener unas cosas necesariamente excluirá otras.

La mediación proporciona el modelo que puede por igual ser aplicado a los dos planos mediados.”sirve de criterio para distinguir las ideas, los acontecimientos, o los comportamientos que deben considerarse como desviaciones, de los que deben considerarse como legítimos”¹⁴.

Cuando la sociedad acepta un modelo y existe un consenso ante ello, se puede hablar de una forma de control que establece la coerción de todo el colectivo social y gracias a este *consensus* se permite la transmisión de un modelo de orden que establecerá y conservará una determinada visión del mundo.

La coerción y el código “contienen los criterios de verdad que sirven para corregir las desviaciones del conocimiento y del comportamiento respecto a un propósito prefijado”.¹⁵

Esta transmisión de valores y representaciones, como se mencionó anteriormente, se hace a través de las llamadas instituciones enculturizadoras, las cuales al ser portadoras de cierta visión del mundo para cierto grupo, son consideradas mediadoras.

Los medios masivos de comunicación juegan un papel preponderante en este proceso, pues proveen información que utilizan los receptores en sus

¹⁴ ibidem. Pág. 80

¹⁵ ibidem. Pág. 55

representaciones. Para garantizar este transporte de ideas, se necesita de vehículos, es por eso que la comunicación se vale de productos comunicativos.

Los productos comunicativos son instrumentos de transmisión de información. Gran parte de la comunicación, según Saussure y Pierce, tiene por objeto reproducir un repertorio de representaciones que conservan un modelo del mundo compartido por los miembros de una sociedad. Tales representaciones se refieren precisamente a aquellos valores que resisten el cambio sociopolítico

En consecuencia, “los relatos de la comunicación pública estarían interesados más bien en lo que permanece (o se desea que permanezca en la sociedad), que en ella cambia. Incluso los productos comunicativos mas revolucionados suelen estar vestidos en el molde de los mitos mas arcaicos”.¹⁶

La mediación específicamente comunicativa comienza cuando “los emisores (con la aceptación de la institución mediadora) eligen, en el marco de tales aconteceres públicos, determinados objetos de referencia. Los emisores ofrecen a sus audiencias un producto comunicativo que incluye un repertorio de datos de referencia a propósito de estos objetos”¹⁷.

A través de los MCM se hacen públicos los aconteceres y sus representaciones estos vehículos de transmisión de información consta de dos dimensiones:

Objetal: está alude al objeto fabricado, es decir, al equipo material y humano que se requiere para su formación y por que necesita de soportes materiales (televisión, periódicos, revistas, etc) para su difusión. Al proporcionar dichos productos marcos de referencia de interpretaciones, se entiende que tendrán cierta tendencia en cuanto al punto de vista que presentan.

Cognitiva, se manifiesta por el hecho de haber sido fabricado para la transmisión de información, de esta manera se tiene un producto que brinda

¹⁶ ibidem. Pág.45

¹⁷ ibidem. Pág.54

ciertas representaciones y por ende, se obtiene un relato que incluye un punto de vista específico de lo que acontece, lo cual será una representación objetivada.

Una representación objetivada, “es aquella que sale fuera de la conciencia de quien la ha elaborado y se expresa de manera tal que otro pueda conocerla”.¹⁸

Teniendo esta tensión entre **acontecer - realidad y representaciones – interpretaciones**, Martín Serrano sugiere que hay dos tipos de mediación para el manejo de dichas tensiones:

1.-Mediación cognitiva.

La Mediación Cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, “opera sobre los relatos de los medios de comunicación ofreciendo a las audiencias modelos de representación del mundo”¹⁹.

Esta clase de mediación reduce la disonancia entre lo que sucede en la realidad y la reproducción de las normas y valores sociales, ofrece una visión del mundo, así a través de la lógica del relato, podrá contribuir a reforzar o a sustituir cierta representación.

La mediación cognitiva mitifica al reiterar datos de referencia conocidos en el relato a cerca de lo que ocurre, pues opera con el acontecer / creer.

2.- Mediación estructural

La mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio adopta.

¹⁸ Martín S. Manuel. La producción social de comunicación. 2ª. Ed. Alianza, México, 1993. pág..126

¹⁹ ibidem. Pág.135.

La mediación estructural opera sobre los soportes de los medios ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación

Este tipo de mediación opera sobre los soportes de los medios, es decir, directamente sobre los productos comunicativos, productos comunicativos como es el caso de la revista **15 a 20**, sobre la forma en la que se presentan los relatos. La mediación estructural ritualiza, al repetir las formas estables del relato brinda seguridad a la audiencia.

Tipo de mediación	Producto comunicativo
Cognitiva (representaciones A través de relatos) →	Dimensión cognitiva (brinda información)
Estructural (sobre las Formas de presentación del relato.) →	Dimensión objetal (soportes materiales)

Según Martín Serrano propone, como diseño de investigación para averiguar las representaciones del relato, el “análisis de la mediación cognitiva” ,el cual surge de la definición del análisis de contenido el cual “consiste en identificar la forma en la que el mediador realiza su labor de mitificación cuando relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y valores sociales”²⁰

²⁰ ibidem. pág. 145

1.3. Comunicación Innovadora /Conservadora.

La comunicación pública “provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se les propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece. Tales narraciones ponen en relación los sucesos que ocurren con los fines y con las creencias en cuya preservación están interesados algunos grupos sociales”²¹

La representación social es una interpretación de la realidad que está destinada a ser interiorizada como representación personal por determinados componentes del grupo. En consecuencia, la representación social tiene que estar propuesta en un relato susceptible de ser difundido. Los medios masivos de comunicación transmiten representaciones, a través de los relatos que presenta; se mencionó que son considerados instituciones enculturadoras si a eso se le agrega su capacidad para llegar a las personas de manera masiva, cobran mayor importancia en este proceso.

La representación del mundo que cumple una función mediadora, se asimila procedente del relato ideológico, pero además se interioriza cuando se usan las cosas de una forma prescrita por el modo de utilización; y también se incorpora a la conciencia mediante el aprendizaje de maneras prescritas de ejecutar los actos públicos y privados ²².

Los acontecimientos y su mediador se encuentran en constante interacción, pues así como la realidad avanza, debe haber una adaptación de los relatos que ofrezcan representaciones válidas para el momento que se vive, lo cual quiere decir que los relatos pueden cambiar de acuerdo a la realidad, sin embargo, no sólo estos pueden cambiar, también los relatos de los medios de comunicación pueden influir en un cambio de la realidad social.

²¹ ibidem. Pág.36.

²² ibidem. Pág.66

Todo sistema u organización es “un orden que perpetuamente se equilibra ante las perturbaciones provocadas por su incesante interactuar- con su medio/entorno y consigo mismo--”, equilibrio que entraña dos grandes acciones, solidarias y vitales que permiten configurarlo: **la producción y la reproducción** ²³ .

La Producción se refiere a todas las acciones creadas por lo sistemas sociales encaminadas a su sobre vivencia.

La Producción implica creación, “la producción de bienes materiales para la satisfacción de las necesidades de la sociedad, para que esto suceda es necesario innovar, es decir, introducir nuevos y mejores métodos que alcancen a cubrir las demandas sociales de manera eficaz”²⁴ .

La reproducción implica recreación, apuesta por la conservación busca interiorizar las concepciones otorgadas por la producción, es la conservación de la experiencia colectiva, es la memoria de la sociedad, son las representaciones que brindan identidad, que mantienen unido al grupo; por lo tanto, se sitúa en el plano de las ideas “pareceres”, a diferencia de la producción cuyo esfuerzo energético va dirigido a la acción, lo que hace que corresponda al plano de los “haceres”.

La producción requiere del conocimiento previo y la reproducción incorpora lo transformado; en esta dialéctica se mueven las sociedades, por lo que se sugiere que las sociedades no son producto terminado, se encuentran en constante transformación.

²³ Revilla B. Mario. Comunicación y reproducción. Tesis de Maestría, CADEC, México 2001. pág.15

²⁴ ibidem. pág.16

La evolución o declive de un sistema social dependerá de la capacidad que tenga para aceptar y adaptarse a los cambios del medio, mientras una representación satisfaga las necesidades para interpretar la realidad, seguirá vigente y no se necesitará construir un modelo alternativo, en el caso contrario surgirán desórdenes sociales, en este caso las representaciones deberán ser ajustadas a la realidad. De acuerdo a ello, se llevará a cabo el proceso de producción o el de reproducción, según sea el caso.

Siguiendo esta lógica de producción y reproducción surgen dos perspectivas respecto a las representaciones sociales. La **innovadora y conservadora**, la primera parte de la idea de una realidad en constante transformación, de la necesidad de las sociedades por tener modelos de interpretación vigentes; y la segunda, opta por reproducir representaciones, sin tomar en cuenta las necesidades de transformación y/o sustitución de las representaciones para que se adecuen y sean una expresión válida de la realidad.

Para fines de esta investigación, se trasladarán los conceptos de producción y reproducción al ámbito de comunicación para establecer dos tipos de comunicación:

Comunicación Innovadora: La información que ofrece está destinada a la producción busca adecuarse a la realidad, introduciendo nuevas o adaptando representaciones, tiene la “capacidad de presentar otros datos y otros modelos del mundo”²⁵.

Comunicación Conservadora: Su función es “confirmar o evitar el quebranto de los modelos del mundo socialmente aceptados”²⁶, es decir; apuesta por la reproducción de las representaciones vigentes en el contenido de sus relatos, sin importar las constantes transformaciones del entorno.

²⁵ Martín S. Manuel. “La mediación social” los usos de la comunicación. AKAL. Madrid, 1978. Pág. 97.

²⁶ Ibidem. Pág.97

El objetivo sería que el contenido de la comunicación pública presentara representaciones coherentes con la realidad, cosa que no resulta tan sencilla, por una parte los medios de comunicación se encargan de la transmisión de representaciones válidas para la sociedad, mientras que la realidad se cambia, entonces, una representación a veces deja de ser válida, pero la sociedad aún no se percata de ello, por lo que tarda en tener una nueva representación.

Este proceso también es afectado cuando no existe una producción de representaciones que responda a las exigencias del medio, debido al desinterés por parte de ciertos grupos por cambiar la visión de la realidad que puede proporcionarles algún beneficio, económico, de poder, etc.

Por otro lado los medios a veces también presentan propuestas diferentes, que innovan en las representaciones, en la medida que los medios de comunicación tengan libertad y/o autonomía podrán presentar modelos actualizados, por ende más adecuados a la realidad, se obtendrá un equilibrio entre la representación del mundo que presentan los relatos de los medios de comunicación y la realidad misma.

2. Género.

Género es el conjunto de características sociales y culturales que determinan de manera diferenciada al ser de las mujeres y también de los hombres en una sociedad y en un momento histórico dado. En tanto, perspectiva de género nos permite identificar cómo una sociedad como la nuestra interpreta la sexualidad, la cultura, la historia y cómo en este contexto se dan las relaciones entre hombres y mujeres.

Se generalizó el uso género “para referirse a la simbolización que cada cultura elabora sobre la diferencia sexual, estableciendo normas y expectativas sociales, sobre los papeles, las conductas y los atributos de las personas a partir de sus cuerpos” ²⁷.

La simbolización de lo que significa lo masculino, femenino o cualquier otro alternativo varía de acuerdo a cada sociedad, cultura y tiene vigencia en cierto tiempo y espacio, como cualquier otra representación al paso del tiempo y en respuesta a las constantes transformaciones puede llegar a modificarse, o bien a permanecer.

Género se conceptualizó como “el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla, desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres, para simbolizar y construir socialmente lo que es “propio” de los hombres (masculino) y lo que es “propio” de las mujeres (femenino)”²⁸

Dentro de la sexualidad existen variantes que pueden detectarse y por lo tanto, clasificarse. Lejos de cualesquier consideración moral, es posible encontrar diversas manifestaciones que son propicias por el grupo social o cultural, como

²⁷ Lamas, Marta. Cuerpo: Diferencia sexual y Género. Ed. Taurus. México, 2002. pág. 52.

²⁸ Ibidem. Pág.132

la relación heterosexual que es más frecuente en la especie humana y del reino animal.

Aunque existen variantes, de acuerdo a la cultura, grupo, generación, etc. a la que pertenezcan los sujetos, “se puede identificar la división básica que corresponde a la división sexual del trabajo más primitiva”²⁹. Se establecen estereotipos que básicamente responden al modelo hegemónico, el cual se basa en la familia, de esta manera, los ideales de hombres y de mujeres, deben estar adaptados a ese modelo, condicionando actividades específicas para cada actor.

Por una parte las mujeres deben ser madres y los hombres ser el sustento de la familia, manteniendo cierto “equilibrio” y asegurar la reproducción de la especie. En este esquema no cabe mencionar alguna variante de identidad sexual, pues desobedece a los fines reproductivos y el concepto ideal de familia para ciertos grupos.

El género es un hecho social, es una categoría en la cual se articulan tres factores básicos:

1.- asignación, se nace con un sexo.

2.- identidad, se interioriza la representación que cada cultura otorga a ese sexo en cuanto al rol que desempeña, (normas y prescripciones que dicta la sociedad y la cultura sobre el comportamiento de acuerdo a este).

3.- finalmente la interacción, es decir la forma de conducirse y relacionarse de acuerdo a él.

Queda claro que el concepto de género es una construcción social, es una representación, sin embargo se menciona que parte de una diferencia sexual, la cual es meramente una diferenciación biológica. Al aparecer juntos los conceptos “sexo” y “género”, pueden ser confundidos o tomados en un mismo

²⁹ ibidem. Pág. 36

sentido, por tal motivo, para tener mayor claridad en el significado y entender la relación de ambos conceptos, se incluyen dentro de este capítulo.

“El committee on Understanding the Biology of Sex and Gender Differences, I Instituto de Medicina de Estados Unidos, dependiente de la Academia de Ciencias, define **sexo** como la clasificación de entes vivos entre machos y hembras, de acuerdo con sus órganos reproductivos y las funciones hacinadas por su determinación cromosómica; y **género** como la autorrepresentación, de las personas como hombres o mujeres y la manera en que las instituciones sociales responden a las personas a partir de su presentación individual. (Institute Of Medicine)”³⁰

Entre los dos y los tres años los niños y niñas saben referirse a sí mismos e femenino o masculino aún sin tener conciencia de su diferencia biológica, son capaces de diferenciar ropa, juguetes y símbolos propios tanto de hombres como de mujeres, más adelante, los juegos, la forma de relacionarse unos con otros también estará condicionada por la representación de género la que se cuente.

La condición femenina, planteada por Simone de Beauvoir, da una explicación del “ser para otro”, este atributo básico se manifiesta en todos los aspectos de la vida femenina y la define de un modo singular, situándola en un nivel de inferioridad respecto del otro sexo; esto se debe a que, por una parte, tiene como cualquier ser humano la posibilidad ontológica de trascendencia, y se descubre y elige en un mundo donde los hombres le imponen una forma de asumir su propia vida. Desde tiempo inmemorial pretenden destinarla a una inmanencia que nunca puede ser trascendida, ya que hay otra conciencia, la masculina, que se le impone como esencial y soberana y le impide ser “para sí”, y alcanzar la condición propiamente humana.

³⁰ ibidem. Pág.15

El “ser para otro” del que habla Beauvoir, se manifiesta concretamente en la mujer a través de su situación de inferiorización, control y uso. Son éstos los atributos derivados de su condición de opresión, como ser humano, a quien no se le concede la posibilidad de realizar un proyecto de trascendencia.

La categoría de “**ser para otro**”, puede y debe ser superada por parte de la mujer se recurre a la mistificación de la condición femenina. La expresión concreta de esta mistificación se da a través de dos procedimientos: el de los privilegios femeninos y el trato masculino galante. Por su parte, la mujer a fin de no perder ni los privilegios ni el trato galante, sostiene el statu quo de la condición femenina, se constituye en el baluarte de la ideología, que mantiene su condición de opresión.

Las características negativas de la condición femenina (interiorización, control y uso) subsisten independientemente de los privilegios y el trato galante, y fomentan los rasgos que se consideran positivos para la mujer, como son: la pasividad, la ignorancia, la docilidad, la pureza y la ineficacia.

Las características de interiorización, control y uso, sólo aparecen en forma descarnada en el personaje femenino más devaluado: el de la prostituta; y los rasgos que se presentan como positivos, son inherentes al modelo femenino más valorizado: el de la madre”³¹

A través de la mistificación de “lo femenino”, se garantiza la permanencia del statu quo de la condición femenina, la cual adquiere su expresión concreta en el “privilegio femenino” y el “trato galante”. El primero, es la ventaja económica de ser mantenida y el segundo, la obtención de un rango social de trato preferente. Y para conservar ambos, las mujeres desarrollan la actitud concomitante de “conservadoras” del orden social establecido; por esta razón,

³¹ Beauvoir Simone. El Segundo Sexo. Paidós. México, 1983. pág 75.

la mujer se convierte en el principal defensor y transmisor de la ideología patriarcal.

Los llamados “valores femeninos de pasividad, docilidad, pureza e ineficacia, se les confiere un significado profundo, cuando en realidad no son más que rasgos negativos y el instrumento de manejo ideológico de la mujer; en efecto, si se tratara de valores humanos, deberían ser compartidos también por los hombres”³²

La transmisión de la concepción de género, esa simbolización que cada cultura hace a partir de la diferencia biológica, inicia desde la cuna, la familia transmite a los pequeños lo que es propio o no de su sexo, cómo se deben relacionar de acuerdo a él, etc. Sin embargo un motor importante en la concepción de estas diferencias ha sido la iglesia, como institución enculturadora, tiene una importante aportación en la formación de representaciones de género.

Desde un principio, “la iglesia cristiana, y bajo la enseñanza patrística, se afirmó el concepto de que el sexo era el **pecado** por antonomasia”³³. Se conceptualizó el sexo como pecado, se condenó el acto sexual entre un hombre y una mujer que no estaban unidos en santo matrimonio era considerado más grave incluso que el asesinato. El goce sexual estaba reprimido y las relaciones sexuales se limitaban al matrimonio con fines de reproducción, en miras a la conservación del grupo.

En los textos sagrados durante este periodo, se pueden encontrar diversas concepciones sobre la mujer, si bien estas en su mayoría como esposa y madre, también existen las que señalan a la mujer como un ser inferior ante el hombre, “la mujer es, en virtud de una deficiencia, (por tanto) debe vivir en su casa y subordinada al hombre”³⁴

³² Hierro, Graciela. Ética y feminismo. UNAM. México, 2003. pág. 21

³³ Bornay, Erika. Las hijas de Lilith” Ed. Catedra.. 3ª. Ed. Madrid, 1998. pág. 32

³⁴ Ibidem. Pág. 40

Además de ser considerada inferior, se le atribuyeron cualidades perversas al provocar lo “prohibido” en los hombres, es decir, las tentaciones terrenales y el sexo, las cuales se pueden ver plasmadas en las imágenes de las iglesias del siglo XII y XIII, en las que se aprecian desde mujeres lujuriosas, jugueteando y provocando al demonio.

“Mujer deberías ir siempre de luto, estar cubierta de harapos y entregada a la penitencia, a fin de pagar la falta de haber perdido al género humano. Mujer, tú eres la puerta del diablo, eres tú quien has tocado el árbol de Satanás y la primera en haber violado la Ley divina”³⁵.

Bajo este esquema por una parte se tiene a una mujer reprimida que no debe de pensar en el goce sexual si no es para bienes meramente reproductivos, por lo tanto, si contrae matrimonio garantiza su rol de madre, a permanecer en el hogar al cuidado de él mismo, a ser guiada por un hombre al cual debe serle fiel sin importar que él no lo sea, pues él tiene la libertad de desfogarse en la calle, con mujeres dedicadas a ello.

3. Enculturización según el Género.

Cada sociedad establece marcos institucionales, dentro de los cuales sus miembros prácticamente desde que nacen, desarrollan actividades cotidianas que llegan a dividirse en apropiadas “para niñas y para niños, es decir existen, algunos condicionantes objetivos, más o menos preescritos, que determinan actividades específicas para cada actor, así como la forma de relacionarse con los demás.

En ocasiones, los comportamientos que corresponden a esas funciones, pueden ser asumidas, como si se tratase de opciones libremente elegidas.

³⁵ Ibidem. Pág.33.

Por ejemplo: una mujer difícilmente aspirará dedicarse a la albañilería, si en la sociedad en la que se desenvuelve este se considera un trabajo propio de hombres, pues así se lo inculcaron desde pequeña, según los valores usos y costumbres de la sociedad, en este caso es muy probable que desde pequeña haya jugado con muñecas, con juegos de té, lo que hará más fácil que se incline por actividades domésticas.

Los padres de niños en escuelas maternales, “esperan que los niños sean más agresivos y las niñas más amables, sumisas y afectivas”³⁶.

Lo anterior indica que desde niños se esperan ciertas conductas por parte de los sujetos, esto trasladado a un modelo tradicional de familia conformada por padre, madre e hijos, tanto la actividad como la aptitudes se dividen según el sexo, pues el padre trabaja fuera del hogar para proveer satisfactores a la esposa y a los hijos, mientras que la madre, se encargará de la administración del hogar así como del cuidado de los hijos, pues se le adjudica una mayor capacidad afectiva que al varón. Sherman, llama a este rol de la madre “pasivo“, parece que en todas las sociedades, la autoridad sobre la unidad familiar, es ejercida predominantemente por los varones”, esto significa que el rol activo es el masculino.

La mujer en este rol de madre, será la primera en transmitir la ideología, ya sea a manera de reproducción o producción, como se mencionó anteriormente desde la cuna empieza el proceso de enculturización, así los pequeños aprenderán cual es su función y cómo se tienen que relacionar de acuerdo a su género. Modelos que más adelante, a su vez, serán reforzados o sustituidos, según sea el caso, por la escuela, los medios de comunicación, la iglesia y demás instituciones enculturizadoras.

³⁶ Sherman A, Julia. Psicología de la Mujer. Ed. Marova. Argentina. 1978. pág. 60.

Es importante considerar, que tanto hombres como mujeres poseen características diferentes dentro de una sociedad, que los hacen encajar dentro de esquemas de comportamiento, los cuales, se definen a continuación, sin embargo el esquema clásico de hombre /mujer, no es suficiente para fines de la presente investigación, por lo que se incluye a los homosexuales en dichas definiciones.

3.1. Femenino.

A lo largo de la historia las mujeres han sido concebidas bajo pautas de comportamiento sustentadas, en gran medida, por estereotipos: “han sido consideradas seres pasivos, sumisos, dependientes, y responsables exclusivas tareas del ámbito hogareño”.

Las mujeres han sido educadas para “la permanencia, la estabilidad, la pareja y la familia, es decir la mujer se define, según términos androcéntricos, por su relación con los hombres, es decir, en función de los demás: esposa, madre, hija de, hermana de”³⁷

En esta concepción de feminidad la religión juega un papel histórico, pues afirma que la mujer fue creada a partir de una costilla del hombre, para ser su compañera, su complemento, lo cual la convierte en un ser dependiente de él, sin embargo, aún existen diferentes estudios, que “sugieren que las mujeres, combinando todas las edades, son más dependientes, pasivas y conformistas que los varones”³⁸. Características que justamente en el siglo XIX eran consideradas propias de las mujeres buenas, obedientes y devotas, lo contrario sería castigado con el mismo infierno. Es curioso como un modelo educativo se

³⁷ Lerer, María Luisa. La ceremonia del encuentro. Ed. Paidós. Argentina 1994, pág. 154.

³⁸ Sherman A, Julia. Psicología de la Mujer. Ed. Marova. Argentina. 1978. pág. 52.

arraiga de tal manera que puede pasar un siglo y no presentar muchas variaciones, esto muestra la influencia masculina en la educación.

Existen dos características, que no se habían mencionado, también atribuidas a las mujeres que juegan un papel importante en su vida, estas son: el amor y la ternura; lo cual no parece ser fortuito, pues curiosamente estas son cualidades asociadas con la maternidad, además, la “dependencia” , lleva a la mujer a buscar ser aceptada, esta inseguridad al buscar la aprobación de los demás, revela una necesidad de protección y seguridad continua, la cual busca satisfacer con su pareja, por lo que el amor cobra doble importancia.

Para Giddens el fenómeno del amor se hizo tarea predominante de la mujer, más no exclusivo de ellas. Califica al amor romántico como “amor feminizado”, el cual separa compulsiones erótico-sexuales. Esta clase de amor se trata de un proceso de atracción para alguien que puede hacer completa y plena la vida de otro.

Las mujeres al tener la capacidad de ver en otro, su complemento y a mantener reprimidas las compulsiones erótico sexuales se les atribuye también la característica de la fidelidad. Marco ideal de la relación matrimonial del siglo XVIII. De esta manera el amor romántico es para siempre, así como el matrimonio.

Con los años las concepciones de mujer, ha variado, pues poco a poco se han ido posicionando en el mercado laboral, ahora es más frecuente que se le asocie también con el trabajo, al ser incluida en este ámbito, empieza a tener un doble rol, pues también tiene el papel de madre, esposa y ama de casa, pues a la mujer se le adjudica la maternidad por naturaleza (debido a su función reproductora).

En la actualidad, las mujeres han roto diversas barreras socioculturales y han entrado en campos anteriormente propios de los varones, en la búsqueda de

una igualdad, se han introducido en el campo laboral formal, han destacado en el ámbito deportivo, político, cultural, cada vez existen más mujeres académicamente preparadas y ocupando puestos importantes en las empresas. A pesar de que las mujeres siguen siendo madres, ahora también es común verlas sosteniendo económicamente solas un hogar, prefieren incluso disminuir el número de hijos o retrasar la llegada de los mismos para su desarrollo profesional. Estos hechos muestran una perspectiva muy distinta a la que se vivía en décadas anteriores pues amplía el concepto de feminidad.

3.2. Masculino.

Los “hombres y mujeres tienen valores diferentes y los masculinos dominan en nuestra cultura”³⁹. Esta cita coloca en una posición ventajosa a los hombres frente a las mujeres, en una sociedad hegemónica los hombres crecen, adoptan e interiorizan un modelo de masculinidad que implica, dominación, poder, incluso, “muchas características asociadas con la masculinidad son rasgos valiosos, como por ejemplo, la fuerza, la audacia, el valor, la racionalidad, el intelecto y el deseo sexual”⁴⁰.

En la época victoriana las mujeres se acomodaron a los estrictos códigos sexuales, los cuales no les permitían el goce sexual, su función se limitaba a la reproducción de la especie humana. En cambio los hombres, ante esta situación para desfogar sus compulsiones sexuales, se les permitió infringir este código dando paso a relaciones con prostitutas, que sin compromiso alguno garantizaban el goce.

En general a los hombres se les concibe como seres fuertes, principales sostenes económicos dentro de su familia, por lo cual llegan a tener salarios

³⁹ Ibidem. Pág.39

⁴⁰ Kaufman, Michael. Hombres (Placer, Poder y Cambio). Colección Teoría. República Dominicana. 1989. pág. 22

más altos, puestos más importantes en las empresas, sus responsabilidades son fuera de la casa, lejos del trabajo doméstico.

Desde pequeños se espera que los hombres sean más agresivos, pues serán los que tendrán que conducir a la familia, a proveer los recursos económicos del hogar, deberán mostrar seguridad; la conducta que se espera del rol masculino, se dirige sobre todo, a no admitir ninguna debilidad como son; miedo, ansiedad, preocupación, por el simple hecho de tener que mostrarse valientes e independientes. Esta represión lleva a los hombres a no mostrar sus emociones, lo que implica que sea difícil que demuestren afecto, compasión, ternura, amor; sin sentir culpabilidad social, pues estas características se le atribuyen a las mujeres, por lo que a un hombre que muestra sus sentimientos se le considera débil, pues carece de fuerza para no demostrar lo que por su naturaleza de ser humano es capaz de sentir.

A pesar de que a los hombres es a quienes se les atribuye el trabajo fuera de casa, las mujeres son las que presentan mayor habilidad verbal. “Desde los 2 años, las niñas muestran un mayor interés por los demás; comienzan a hablar antes y de forma más articulada, por ello, logran un discurso funcional antes que los niños, es así como las mujeres a través del diálogo pueden llegar a una mejor comprensión de problemas, por lo que se les considera más simpáticas y sociables.

Las relaciones entre los hombres, son más bien frías, pues sus relaciones a diferencia de las mujeres están orientadas a un fin, tienden a distanciarse, por lo que sus relaciones no llegan a ser tan profundas como las femeninas.

El rol expresivo femenino se caracteriza dar respuestas gratificantes. Se da por sentado que una mujer está orientada a las relaciones con la gente, hacia sí misma y a los demás.

Al ser solícita, atractiva y comprensiva, una mujer busca obtener una respuesta agradable para agradar”⁴¹

En este caso los hombres presentan la limitante expresiva, pues como se mencionó anteriormente, no es que dejen de sentir, sino que no lo exteriorizan.

3.3. Lesbianas

La palabra Lesbianismo significa homosexualidad femenina, se refiere a la atracción sexual o emocional entre mujeres.

Resulta imposible determinar el momento en que surgió la primera relación lésbica. Sin embargo, gracias a algunos documentos, se puede tener una idea de la antigüedad de este tema, el cual por lo general va acompañado de discriminación.

Ya en el primer código de la historia, el código de Hammurabi (1770 a.C.), aparece a salzikrum, una figura que caracteriza a una mujer – hombre que podía tener una o varias esposas y derechos exclusivos de herencia. La palabra salzikrum significa hija- varón. Las salzikrum probablemente nunca tenían hijos, igual que los eunucos, e incluso por ley si los tenían, eran obligadas a darlos en adopción sin derecho a reclamarlos posteriormente.

Aunque la documentación al respecto es escasa, se piensa que en las comunidades aisladas de Albania, Yugoslavia, e Italia se aceptaban las

⁴¹ Ibid. Sherman A, Julia. pág. 123.

relaciones lésbicas en épocas pretéritas. Por ejemplo, en las zonas montañosas de Cabiria existía una comunidad aborigen compuesta únicamente por mujeres a las que se llamaba Sbrie. En china también se describen relaciones entre mujeres que interaccionaban entre sí como marido y mujer, situación a la que se hacía referencia con el término Dui. Sui.

Sin embargo, el antecedente más conocido, sin lugar a dudas es el de Safo (630-560 a.C.), poetiza griega que vivía en la isla de Lesbos, cuyos poemas y su trascendencia en siglos posteriores hicieron que el término Lesbianismo fuera aceptado internacionalmente como forma de denotar la homosexualidad femenina.

Safo tenía un internado para jovencitas de familia nobles y una escuela de danza, música y poesía, dentro del cual empezaban a surgir relaciones entre Safo y las chicas jóvenes que lo habitaban. A finales del siglo XVI, un escritor Francés llamado Piere de Bourdeille, recopiló poemas amorosos entre mujeres e un libro titulado “Las Lesbianas” en referencia a la isla en donde vivió Safo.

Desde entonces la palabra se popularizó y hoy en día “Lesbianismo significa homosexualidad femenina, atracción, sexual entre mujeres.”

Si bien en la antigua Roma y en Grecia el lesbianismo era aceptado con normalidad, existían baños públicos para mujeres que deseaban mantener contactos sexuales con otras mujeres, con la expansión del cristianismo, la iglesia empezó a condenar las relaciones homosexuales, otorgándoles el carácter de herejía, brujería, anormalidad.

Entre las interpretaciones que se proponen sobre la homosexualidad femenina, destacan dos aspectos, en ocasiones un integrante de la pareja se ubica en la postura activa correspondiente al hombre y otra en la pasiva o de la mujer,

lejos de ser relaciones netamente equitativas, mantienen una jerarquía entre los géneros, equiparables con el modelo tradicional de pareja de la sociedad hegemónica, por ejemplo:

“En América Latina, se tienen constancia de la existencia de mujeres lesbianas en comunidades aborígenes a finales del siglo XVI. Por ejemplo, las mujeres conocidas como Cacoaimbeguira, pertenecientes a la tribu de los Tupinamba, que ejercían oficios de hombre, iban a la guerra, y se relacionaban con otras mujeres que adoptaban el rol de esposa”.

Sin embargo, en otras ocasiones también puede ocurrir que la relación sea sumamente equitativa, al grado de no diferenciar la función de cada integrante de la pareja hasta llegar a la fusión.

A finales del siglo XIX con el surgimiento de la sexología, se clasificó al lesbianismo como una perversión patológica, equiparándola con el sadomasoquismo y se fijó la imagen de una lesbiana “como una mujer masculinizada”, dando lugar a un estereotipo que, si bien coincidía con algunas lesbianas, dejaba al margen a muchas otras mujeres que no se vestían de hombre o no presentaban pensamientos masculinos.

La diversidad en las posturas adoptadas en relaciones lésbicas puede llegar a caer en una falta de definición roles dentro de las parejas homosexuales femeninas.

Hasta el momento en la presente investigación se ha planteado que “la asignación y adquisición de una identidad es más importante que la carga genética, hormonal y anatómica”⁴². En la sociedad se manejan ciertos esquemas, formas de ver y entender el mundo, de ahí que el individuo podrá interiorizar y /o elegir alguna de acuerdo a sus vivencias y representaciones.

⁴² Lamas, Marta. Cuerpo: Diferencia sexual y Género. Ed. Taurus. México, 2002. pág. 35.

La sexología consideraba a las lesbianas enfermas mentales porque las contemplaba desde el rol estereotipado de la época, es decir, se apartaban de la normalidad que se atribuía al papel de la mujer, madre y cuidadora de la progenie.

A pesar de que actualmente se cuenta con Organismos No Gubernamentales (ONG's) por ejemplo, "Organización Triángulo" y movimientos, en pro de la igualdad social de la homosexualidad, aún en este siglo en ocasiones el tema es tratado con reservas.

CAPÍTULO II

INSTRUCTIVO METODOLÓGICO

En este capítulo se explicará la estrategia metodológica que se siguió en la presente investigación; tomando en cuenta que el objetivo de este trabajo es indagar si el contenido de *la revista 15 a 20*, nos muestra que es un producto comunicativo de carácter innovador o conservador respecto a las representaciones de los roles de género que en ella se manejan.

En las páginas siguientes se presentan los antecedentes, características y una breve historia de la revista *15 a 20*, que en este caso es nuestro objeto real de estudio. Así como el instrumento utilizado para el análisis y el proceso detallado de la aplicación así como ejemplos del mismo.



2.1. El objeto real de estudio: Revista 15 A 20

2.1.1 ¿Quién es 15 A 20?:

Slogan: divertida **Siempre**, ¿hueca?...¡jamás!

15 a 20 es una revista que se imprime a color, su editorial es Notmusa, es bastante vistosa, pues maneja muchos colores, fotografías, ilustraciones, dibujos y formas.

15 A 20 es una publicación mensual que básicamente consta de reportajes, consejos de belleza, moda e información de los artistas más populares cuya imagen va dirigida al público en este rango de edad.

Sus lectores, principalmente son mujeres, se considera una publicación femenina y el rango de edad abarcan entre los 15 y los 20 años principalmente.

Su tamaño promedio es de 96 páginas.

2.1.2. La historia

15 a 20 surgió en 1989, al principio como un especial de la revista notitas musicales, pero debido a la demanda que tuvo, la editorial decide lanzarla como revista independiente, así en el mes de junio de ese mismo año se lanzó como una publicación trimestral, hablamos de que para 1990, la revista comienza a ser mensual como la conocemos actualmente.

Es una revista para jóvenes que utiliza un lenguaje común, los reportajes que presenta, sin importar el contenido, muestran un lenguaje que cualquier persona puede entender, sin complicaciones, incluso personas más jóvenes podrían leerla sin problemas.

Su objetivo es “Ser tu amiga y confidente, acompañarte en esta etapa de tu vida y ayudarte a resolver todas tus dudas e inquietudes”¹

2.1.3. Distribución

15 a 20 se distribuye al interior de la República Mexicana, con un tiraje de 193462² aproximadamente, de los cuales se vende el 85%.

En el Distrito Federal es distribuida por unión de voceadores y expendedores periódicos; en el interior de la república la distribuye Publicaciones CITEM S.A de C.V.

2.1.4 Secciones

15 A 20 cuenta con secciones fijas:

Guapísima

Belleza 911: En esta sección se incluyen consejos de belleza y tipos de maquillaje que ayudan a resolver “emergencias de belleza”.

La polvera: Presentan productos y tips de belleza.

Trapos

Presenta tendencias y de moda, en cuanto a ropa y accesorios.

¹ 15 a 20 “Conócenos”. [http:// www. 15a20.com.mx](http://www.15a20.com.mx), Agosto 1, 2003.

² Revista 15 a 20. Marzo 2003. Pag. 4.

Sana

Tu cuerpo: Presenta información acerca del cuidado del cuerpo, por dentro y por fuera, alimentación y ejercicios.

Tu sexualidad: Trata temas de sexualidad

Tu mundo

Trata temas “del momento”, de interés general.

Papás vs Hijas: Habla acerca de problemas considerados comunes entre padres e hijas, presentan un caso específico y una “psicóloga” dice lo que es conveniente hacer para resolverlos.

Ellos

Las netas de Julio: En esta sección, las chicas envían cartas a la editorial contando sus problemas y Julio es el encargado de dar consejos a las lectoras desde un punto de vista masculino.

Él : desde su muy particular punto de vista este joven habla de diferentes temas, relacionados con mujeres moda, formas de ser, lo que piensan ellos de ellas, etc.

Etc.

En la portada: Los reportajes que vengan según el número, de interés general.

Staff 15 a 20: En esta sección aparecen sitios de moda que puedes visitar, se califica lo que está (in/out) en cuanto a antros, películas, vestimenta y accesorios, música y diversión de a cuerdo a los distintos lugares de la República Mexicana; presentan al niño de la esquina, las lectoras envían fotos de chicos que ellas conocen y les parecen guapos.

En esta sección, según la revista, se refleja la forma de vivir y de pensar de las lectoras de cada estado de la República.

¡Quiero esa chamba! En esta sección presentan trabajos que hay para ellos, qué se necesita estudiar para emplearse en ellos, un aproximado de cuánto se puede llegar a ganar y las características o aptitudes que tienes que tener para desempeñarlo.

Q-riosidades: Presentan datos curiosos, divertidos e inútiles del mundo.

Estrellas: Presentan a los artistas del momento, reportajes, entrevistas, chismes y fotos.

En corto: En esta sección aparece una guía de películas: recomendaciones, sinopsis de las mismas y en ocasiones algunos datos a cerca del rodaje de las mismas.

Detrás de cámaras: En esta sección se critican ciertos aspectos de las cintas y se habla de nominaciones que han recibido diferentes producciones.

Zona trivia: En esta sección aparecen varios productos que se promocionan y un cupón en el cual envías tus datos y el nombre del producto que elegiste, lo envías y los primeros que lleguen se llevan lo que eligieron, se regalan discos, ropa, accesorios, paquetes de productos de belleza, etc.

Más Q- riosidades: Más datos curiosos, divertidos e inútiles.

De shopping: En esta sección aparecen todos los precios y los lugares en dónde puedes conseguir la ropa y los accesorios que aparecen en la revista.

Horóscopos : Sección de entretenimiento.

Tú hablas: Esta sección las lectoras envían felicitaciones, recados, saludos que aparecen ahí publicados.

De todo un poco: Presentan paparazzis de artistas del momento al natural, es decir sin arreglar, maquillajes de última; “En Breve” presentan a algún personaje del medio artístico, considerado de moda.

El forro del mes: Aquí las lectoras pueden enviar datos de chavos guapos y una foto, si son seleccionados se les hace un estudio fotográfico por parte de la revista, para el deleite de la pupila femenina, pueden ser chavos de cualquier parte, además de las fotos incluyen hobbies, tipo de mujer que buscan, actividades, edad y datos generales.

2.1.5. Elección de temas

15 a 20 elige sus temas basándose en lo que está pegando entre los jóvenes, incluso cuentan, además de su equipo de trabajo habitual, con un grupo de colaboradoras voluntarias de toda la República Mexicana que se encargan de decir que es lo que puede interesarles a los jóvenes.

2.1.6. ¿Qué se anuncia en 15 A 20?

Principalmente la publicidad que se puede encontrar en la revista son artículos para el cuidado personal y ropa (son los temas que predominan en ella).

Dentro de los mismos reportajes podemos encontrar centros de ayuda y/o consulta acorde con el tema que se esté tratando, por ejemplo en un reportaje de homosexualidad, dan teléfonos, nombres y direcciones de lugares especializados en el tema.

Esto es en cuanto a secciones fijas, pero de acuerdo con la temporada puede traer especiales, por ejemplo, en enero: sección desprendible de horóscopos, en febrero: especial de parejas, etc.

2.2. Procedimiento

2.2.1. ¿Por qué 15 a 20?

Tras la revisión de distintas revistas, tratando de encontrar un producto comunicativo cuyas características que pudiera ayudarnos a arrojar datos para los fines de la presente investigación, se llegó a la conclusión que **15 a 20** era la adecuada.

2.2.2 Artículos seleccionados

Los artículos que se trabajaron fueron:

Enero:

“¡Calcifícate!”, p19; “¡Suéltate el pelo!”, p24; “Tus broncas”, p28; “ÉL”,p32; “Las netas de Julio”, p33; “10 preguntas que ellos odian”, p34; “Sexo en línea”, p38; “Amigas o Piratas”,p42; “Estrellas (Katie Holmes y Cristina Aguilera)”, p50-51; “Papás vs Hijas”,p81; “Tú Sexualidad”,p82; “Enfrenta tus miedos”,p84; “Esclerosis múltiple”.p94.

Febrero:

“La base de todo” , pag.18; “¡Perfúmate!”, p22 ;“Alimentos transgénicos”, p26;“En la mira (Eminem), p28; “Estrellas (Yahir y Víctor)” , p32-33; “Solterita...¡y feliz!”,p46; “ Sexo y tu cuerpo, Geografía Masculina”, p50; “¿Por qué no tengo amigos?”, p52; “Tu sexualidad”, p58; “alcoholismo, ¿vicio o enfermedad?”,p60; “Papás contra hijas”,69; “ Las netas de Julio ,Netas Y más netas”, “ 5 formas de decir te quiero”, “No caigas en la rutina”⁴

Marzo:

“Galanes coquetos”, p22; “¿Te ligaste a un cuero?”,p26; “Las Netas de Julio”, p30; “Él”,p 33;“¿Te quieres ir de tu casa?”, p52; Sexo y tu cuerpo “Masturbación”, p56; “¡Mamá, papá soy lesbiana!”, p60; “Tu sexualidad”, p88.

⁴ en estos artículos no se incluye la página porque ese mes la revista se dividió en dos, debido al especial del 14 de febrero y una parte carece de numeración.

2.3 El instrumento: Análisis de Mediación Cognitiva.

Para fines de la presente investigación, se utilizó como instrumento, el análisis de mediación cognitiva, el cual cuenta con una base cualitativa y con otra cuantitativa.

2.3.1 Origen del instrumento de análisis:

La teoría de la mediación, es un “modelo teórico cuya ocupación es analizar los procesos de ajuste entre planos distintos de la realidad (haceres – pareceres)”¹

La enculturización puede entenderse como el proceso mediante el cual los actores sociales aprenden pautas de comportamiento, valores, es decir, prácticas entre planos distintos de realidad, por ello puede ser analizada por “la teoría de la mediación. La comunicación también participa en este proceso, al proporcionar información por medio de la cual los sujetos o actores pueden ponerse de acuerdo, compartir conocimientos y sentimientos; por lo que también media entre planos distintos, entonces igualmente puede ser analizada por la teoría de la mediación”².

Para fines de la presente investigación: El saber si la comunicación pública posee carácter innovador o conservador, se puede observar como a través de los productos comunicativos, en este caso la revista **15 a 20**, encontramos el proceso de enculturización en los modelos de roles de género que en ella se presentan. Vemos entonces como se media entre: **representaciones (“pareceres”) y comportamientos (“haceres”)**.

¹ Martín S. Manuel. “La mediación social” los usos de la comunicación. AKAL. Madrid, 1978. Pág. 55

² Ibidem. Págs. 49-53. 78.

2.3.2. Aplicación de la teoría de Mediación Cognitiva.

Una de las aplicaciones de la Teoría de la mediación en el campo de las Ciencias Sociales, consiste en el estudio del control social que ejercen las instituciones actuando sobre la interpretación que hacen las personas de la realidad. Participan en esta tarea de control aquellas instituciones sociales que administran la producción y la oferta de información, entre ellas, la familia, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación de masas. La mediación propone representaciones tiempo, espacio y de lo que acontece. Logra que nuestra conciencia se historicice, es decir, que encuadre el conocimiento de la realidad en modelos históricamente determinados. Tales modelos mediadores intervienen para dar un sentido a las experiencias concretas que van a ser incorporadas a nuestra visión del mundo.

La comunicación pública ofrece **representaciones sociales**. “Una representación social consiste en la propuesta de una determinada interpretación de lo que existe o de lo que acontece en el entorno. La representación social hace referencia precisamente a tales o cuales temas, incluyendo unos datos en vez de otros y sugiriendo ciertas evaluaciones en vez de otras posibles.

La representación social es una interpretación de la realidad que está destinada a ser interiorizada como representación personal por determinados componentes de un grupo.

La mediación en los relatos comunicativos se puede revisar por vía del “Análisis de la Mediación Cognitiva” (AMC), justamente el procedimiento que permite averiguar la construcción de los roles, como representaciones. En este caso, los roles que prefiguran o representan los géneros, a través de las acciones, actitudes, etc. que se atribuyen a cada género en los relatos.

El AMC tiene como finalidad, esclarecer las **representaciones contenidas/ofrecidas/reflejadas** en los relatos. No es un análisis de contenido o, se puede establecer, es un tipo especial de análisis de contenido, busca articular el sentido de los personajes y/o sus atributos y/o sus acciones y/o sus

relaciones, etc. contenidas en el relato, sentido que configura la o las **representaciones**.

El AMC se operacionaliza con el llamado “análisis lógico” que permite construir o re-construir, vale decir, descifrar las relaciones que caben entre diversos elementos sean de un relato, sean de una interacción. parte del axioma de que son semejantes las constricciones de un rol en una interacción con las constricciones de un personaje en un relato, es decir, en ambas situaciones se siguen un patrón o código; por eso **a)** se puede identificar los elementos y reglas de ese código de manera lógica y **b)** en un relato se pueden expresar o representar los roles. Un rol será el condensado de personaje, atributo, relaciones, instrumentos, objetivos y resultados.

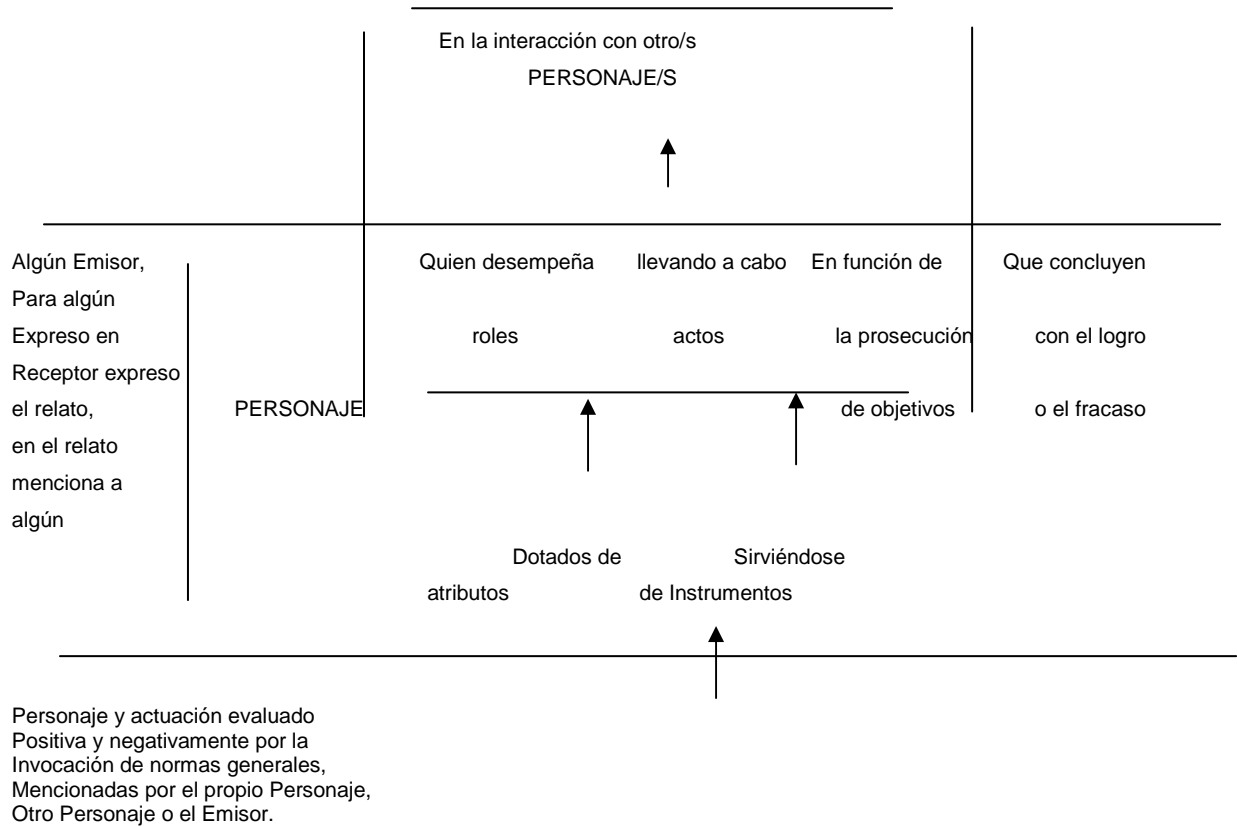
Este análisis establece **relaciones lógicas de asociación, oposición, implicación** entre los personajes, atributos, relaciones, instrumentos, objetivos y logros. Descubre así, los perfiles de los roles en los relatos y las características que los mediadores profesionales les asignan.

En nuestro caso, descubre los perfiles de los roles de género, asociando, según nuestro específico instrumento de análisis:

Rol de género.

Masculino- Femenino- Lesbianas, con (Acciones- Actitudes- Expresiones Relaciones).

**Modelo canónico para el análisis de la mediación cognitiva.
Estudio de los datos de referencia propuestos en los
relatos.³**



³ Martín S. Manuel. "La producción social de comunicación". AKAL. Madrid, 1978. Pág..167

2.4. Las tablas.

La base cualitativa se obtiene de lo que llamamos la lógica del relato, lo que dice éste con base en: acciones, actitudes (intenciones), expresiones y relaciones, para tal efecto se aplicó la técnica de **análisis de mediación cognitiva**.

La base cuantitativa consiste en el registro de las repeticiones que se den cada una de ellas. La presentación de estos datos se hizo por medio de tablas que además de ordenar la información ayudan a dar una visión clara para la interpretación.

Esta tabla corresponde a la tabla general en donde se ven el total de las acciones, actitudes expresiones y relaciones por género, en general de las tres revistas, pues para fines comparativos se decidió trabajarlas juntas.

Tabla General.

	Acciones	Actitudes	Relaciones	Expresiones
Mujeres	286	234	99	161
Hombres	162	112	93	62
Lesbianas	7	4	9	3

El instrumento se elaboró en hojas tamaño carta, para la comodidad del manejo y por cuestiones de presentación y la distribución se realizó por columnas: En la primera columna que corresponde a género, se coloca si es hombre, mujer o lesbiana, pues son los tres géneros identificados, en la columna de acciones se registra lo que el sujeto hace, en la columna de **actitudes** se colocan las intenciones con las que se llevan a cabo las **acciones**, en **expresiones** se registra los temas de los que se habla, **relaciones** abarca las formas con las que interactúa.

En este modelo de tabla quedarán registradas acciones por género y la frecuencia en la que se da cada acción.

Tabla 1. Acciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	Frec.	Hombres	Frec.	Lesbianas	Frec.
Nocivas	37	Nocivas	34	Sexual	3
Sexuales	34	Sexuales	25	Nocivas	2
Diversión	27	Diversión	17	Comunicación	1
Embellecimiento	25	Seducción	15	Amor	1
Total	123		91		7

De igual manera quedarán registradas las actitudes y expresiones por género, éstas son sólo categorías, de estas se desprenden las tablas específicas de cada tipo de acción que se presenta, por ejemplo:

Tabla 2. Acciones sexuales: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	Frec.	Hombres	Frec.	Lesbianas	Frec.
Tienen relaciones sexuales	11	Tienen relaciones sexuales	15	Tienen fantasías eróticas	2
Practican cibersexo	4	Faja	2	Tienen relaciones sexuales	1
Frees Fajan	4 3	Frees	2		
TOTAL	22		19		3

En esta tabla aparecen desglosadas las acciones que se engloban en una categoría, en este caso ponemos como ejemplo, las sexuales, también distribuidas por género. De igual manera se agrupan actitudes.

En cuanto al manejo de las expresiones y relaciones no podemos hacer un desglose tan detallado.

En el caso de las expresiones en la tabla se registra de qué hablan las mujeres, y la frecuencia en la que lo hacen, hombres y lesbianas.

Tabla 3. Expresiones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	Frec.	Hombres	Frec.	Lesbianas	Frec.
Sexualidad	37	Mujeres	13	Rrechazo familiar	2
Hombres	25	Relaciones	8	Aceptación	1
Problemas	18	Amor	6		
Mujeres	14	Diversión	5		
TOTAL	94		32		3

En la tabla de registro de las relaciones aparece la tabla general, la cual nos da datos en la columna de relación nos indica el tipo de relación que se lleva mujeres con mujeres, hombres y lesbianas; hombres con hombres, mujeres y lesbianas; lesbianas con mujeres, hombres y lesbianas, la cual también se desglosará más adelante.

Tabla 4. Tabla General de relaciones

Relación	Mujeres			Hombres			Lesbianas		
	M	H	G	M	H	G	M	H	G
Erótica	2	10	-	11	-	-	-	-	-
Filial	12	7	2	15	1	2	1	1	1
Amistad	19	6	1	7	11	-	2	1	-
Amorosa	-	37	-	39	-	-	-	-	-
TOTAL	33	60	3	72	12	2	3	2	1

Tabla 5. Relaciones: Mujeres con mujeres, Hombres y Lesbianas

Relación	Categoría	Mujeres	Hombres	Lesbianas
Erótica	Seducida	1	5	-
Erótica	Sedución	-	2	-
Filial	Protectora	3	2	-
Filial	Autoritaria	-	-	1
Amistad	Comprensiva	-	3	-
Amistad	Cooperativa	2	1	1
Amorosa	Subordinada	-	9	-
Amorosa	Seducida	-	3	-
TOTAL		6	25	2

La tabla es un ejemplo, del desglose de relaciones, esta vez se separaron las tablas por género, es decir en una sola, se muestran las relaciones que mantienen las mujeres con las mismas mujeres, con hombres y lesbianas; así se lleva a cabo con cada género, también podemos observar como cada relación se categoriza, esto se debe a que la definición de las relaciones exige dos niveles de análisis, debido a que en un mismo tipo de relación se pueden encontrar variantes. Por ejemplo: podemos encontrar relaciones de amistad en las cuales exista una persona subordinada, otras en las exista la equidad.

El contenido de las tablas va ordenado en forma descendente, de acuerdo a la frecuencia que presente cada acción actitud, etc., se presenta en una sola tabla a fin de hacerlas tablas comparativas y poder ver qué es lo que hacen más o de qué hablan entre los tres géneros.

2.4.1. El primer registro.

Al tener los artículos elegidos de las revistas, comienza el registro de cada uno de los datos. Se sugieren varias lecturas de los textos pues la característica del análisis de una revista es que no se tienen personajes que realicen ciertas actividades o desarrollen diálogos, sino que aparecen muchas veces aparecen implícitas las acciones, actitudes, expresiones y relaciones, por ejemplo: si aparece “los hombres se masturban más que las mujeres, quiere decir que tanto hombres como mujeres se masturban.

Es conveniente que se separen por género las acciones, actitudes, etc.

En el caso de las relaciones, la tabla se presenta distinta, ahí se pone primero el tipo de relación y después debajo de cada letra que corresponda al género se pone la frecuencia con la que se repite.

2.4.2 Categorización.

Para crear estas categorías primero es necesario agrupar nuestros conceptos en campos semánticos, es decir, ubicar todas aquellas palabras que sean similares o sinónimas y agruparlas.

Puede darse el caso que en el proceso de registro nos demos cuenta que las mujeres:

- Se pintan las pestañas
- Se pintan las uñas de los pies
- Se pintan los labios

Si se tomara de manera individual cada acción pudiera ser que en el resto de los textos no se volviera a mencionar de la misma manera, entonces tendríamos una serie de datos inútiles, por lo que se recomienda categorizar.

Por ejemplo:

- Podríamos resumir que las mujeres “se maquillan”
- Si tenemos también que las mujeres:
- Se ponen tratamientos para el cabello = 1 vez
- Se cepillan el cabello = 1 vez

Tenemos acciones similares que corresponden al género femenino, entonces sumamos las frecuencias en las que se presentan estas acciones, es decir, las agrupamos. Una vez que se han agrupado los conceptos es necesario darle un nombre a la categoría que los reúne. Por ejemplo:

- Las mujeres cuidan su cabello = 2 veces.

Tenemos entonces, dos acciones que corresponden al embellecimiento de la mujer, “cuidan su cabello” “se maquillan”. Recordemos que debemos clasificar la información entonces queda: categoría “embellecimiento”

La distribución en la tabla **Género – Acción – Frecuencia** queda de la siguiente manera:

Tabla 6. Acciones de embellecimiento

Mujeres	Frec.	Hombres	Frec.
Hacen ejercicio	8	Se cortan el cabello	1
Se maquillan	4	Se tatúan	1
Se perfuman	3		
Cuidan su cabello	3		
Se ponen mascarillas	1		
TOTAL	19		2

2.4.3. Registro en tablas

a) Por género.

Cada tabla se separa por género, con la finalidad de saber quién realiza la acción, de quién es tal o cual actitud, ya sea de hombres, mujeres o lesbianas.

b) Acciones.

En “Acciones”, se registra lo que se dice que hacen los sujetos, recordemos que es una revista y que no tenemos acciones claras. Si en un mismo texto un sujeto dice por ejemplo, “toma mucho por que...”, pero es que es un bebedor.....”, con eso ya se entiende que el sujeto del que se habla bebe, entonces se registra solamente una vez por cada artículo en el que esta acción aparezca, en el caso de que se esté refiriendo a muchas mujeres, hombres o lesbianas que realizan la misma acción, se tomará la frecuencia de acuerdo al número de sujetos que la realicen.

A continuación se definen cada una de las acciones.

A C C I O N E S		
CATEGORÍA GENERAL	DEFINICIÓN	ACCIONES ESPECÍFICAS
ABANDONO	Acciones relacionadas con la separación, al desinterés hacia una persona.	Cortan a sus novios. Abandonan a sus hijos. Deja plantada a su novia
AMOR	Acciones relacionadas con el tener vínculos amorosos con una persona	<ul style="list-style-type: none"> • Enamorarse • casarse • buscar relaciones formales. • perdonan
ANÁLISIS	Ésta categoría surge con las acciones que implican reflexión y descomposición de algo para entenderlo.	<ul style="list-style-type: none"> • Analizan a los hombres
ARREPENTIMIENTO	Aquí se encuentran acciones de arrepentimiento cuando se comete algo que se considera una falta.	<ul style="list-style-type: none"> • piden perdón • reconocen que se equivocan • perdonan
ARTÍSTICAS	Actividades relacionadas con el medio artístico o del espectáculo.	<ul style="list-style-type: none"> • Graban discos • Escriben canciones
ASESORÍA	Acciones destinadas a guiar la conducta de alguna persona	<ul style="list-style-type: none"> • Piden consejo • Regañan • Educan • Aconsejan
COMUNICACIÓN	En esta categoría entran todas aquellas acciones que representen un intercambio de información entre dos o más sujetos.	<ul style="list-style-type: none"> • Platican con amigas, con la pareja, con los hijos, etc. • Catean • Hablan por teléfonoⁱ
CONDESCENDIENTES	Acciones encaminadas a la protección, cuidado y bienestar de terceros.	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudan a otros • Consiente • Protege
CONFIANZA	Acción de confiar en otra persona o en sí mismas.	<ul style="list-style-type: none"> • Confían en un hombre
SOCIALIZACIÓN	Acciones que impliquen interacciones con otros, se diferencia de las acciones de comunicación ,pues en estas no se especifica un l intercambio de información.	<ul style="list-style-type: none"> • Conviven con la familia • Conocen chavas (os)
DECISIÓN	Acciones encaminadas a la toma de decisiones, se desglosan solo para especificar el tipo de decisiones que se manejan.	<ul style="list-style-type: none"> • Decide • Elige a un hombre • Toman decisiones • Se arriesgan
DESCONFIANZA	Acciones de debilidad o falta de confianza en sí ismas o en treceros.	<ul style="list-style-type: none"> • Dudan de sí mismas • Buscar agrandar • Desconfían de los hombres
DIVERSIÓN	Acciones relacionadas con el esparcimiento .	<ul style="list-style-type: none"> • Van a antros • Bailan • Ven películas
DOMÉSTICAS	Acciones relacionadas con el cuidado del hogar y la familia	<ul style="list-style-type: none"> • Se encargan del cuidado de la casa

ECONÓMICAS	Acciones relacionadas con la adquisición de bienes.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajan • Mantienen a sus hijos • Consigue dinero
ENFERMEDAD	Acciones relacionadas con la falta de salud	<ul style="list-style-type: none"> • Se enferman • Sufren trastornos alimenticios
EMBELLECIMIENTO	Aquí se encuentran acciones dirigidas al cuidado de la apariencia física	<ul style="list-style-type: none"> • Hacen ejercicio. • Se maquillan • Se perfuman
ESTORBO	Cuando existe una acción que impide el desarrollo de alguna otra.	<ul style="list-style-type: none"> • QUITAN el tiempo
IMITACIÓN	En esta categoría se encuentran acciones encaminadas a repetir patrones de conducta entre sujetos.	<ul style="list-style-type: none"> • Imitan a otras mujeres
INTELECTUALES	Son las acciones que implican trabajo mental o reflexión	<ul style="list-style-type: none"> • Estudian
INFORMACIÓN	Esta categoría engloba aquellas acciones encaminadas a saber más acerca de un tema en específico, de interés general, pero que no requiere de actividad intelectual.	<ul style="list-style-type: none"> • Se informan (investigan acerca de temas en general) • Se informan acerca de el hombre que les interesa.
NOCIVAS	Acciones que implican un enfrentamiento, enojo, daño a terceros y a sí mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelean • Humillan • Ponen el cuerno • Lloran
PROTESTA	Las acciones de esta categoría se relacionan principalmente con la queja sin dañar a terceros ni a sí mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Protestan • Se quejan
SEDUCCIÓN	Acciones relacionadas con la finalidad de hacerse irresistible al otro.	<ul style="list-style-type: none"> • Caza • Liga • Coquetea
SENTIMENTALES	En esta categoría se encuentran acciones que implican una carga emotiva o sentimental.	<ul style="list-style-type: none"> • Abre su corazón • Sueña
SEXUALES	Acciones relacionadas con la práctica sexual.	<ul style="list-style-type: none"> • tiene relaciones sexuales • practica el ciber sexo • se excita

La tabla de registro de acciones finalmente quedaría de la siguiente manera:

Tabla 7. Acciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	Frec.	Hombres	Frec.	Lesbianas	Frec.
Sexuales	34	Sexuales	25	Sexual	3
Diversión	27	Diversión	17	Nocivas	2
Embelllecimiento	25	Sedución	15	Conversan	1
Conversación	18	Elegir	11	Amor	1
Estudio	17	Nocivas	10		
Condescendientes	15	Económicas	10		
Sedución	12	Conversación	8		
Amor	11	Estorbo	6		

c) De expresiones.

El registro de expresiones, se refiere a los temas de los que hablan mujeres, hombres y lesbianas, es decir, el tema que se este tratando Por ejemplo: “hombres, belleza, amor”.

A continuación se enlistan los temas que se tratan durante el presente trabajo y a lo que se refiere cada uno de ellos, información que nos servirá para entender mejor los criterios de categorización.

E X P R E S I O N E S	
CATEGORÍA GENERAL	DEFINICIÓN
SEXUALIDAD	Entran todas las actividades de carácter sexual, relaciones sexuales, cibersexo, uso de anticonceptivos, acoso sexual.
HOMBRES	Esta categoría se relaciona con todo lo que tenga que ver con este género, los hombres hablan de sí mismos, mujeres de su agrado, desagrado con ellos.
PROBLEMAS	Problemas en las relaciones personales, básicamente
MUJERES	Mujeres, deseables, indeseables.
BELLEZA	Cirugía, alimentación maquillaje , perfume , todo aquello que esté relacionado con conservar la belleza.
SENTIMIENTOS	Todos aquellos temas que incluyen una carga emocional, amor, desamor, enamoramiento, hablar de sentimientos.
SALUD	Alimentación, vicios, enfermedades, lo bueno, lo malo para conservarla.
ACTIVIDADES INTELECTUALES	Cuando se refieren a estudio, escuela, es decir a actividades mentales.
RELACIONES	Se refiere a todo tipo de relaciones ya sean de amistad, pareja , compromiso , admiración que existen,
TEMORES	Hablan de complejos, miedos y fobias.
FAMILIA	Padres, hijos , matrimonio. Se refiere a los problemas específicamente de la familia.
DIVERSIÓN	Habla de las actividades que se realizan con la finalidad de recrearse.
VALORES	Habla de valores y prejuicios sociales.
HOMOSEXUALIDAD	Trata específicamente de casos homosexuales (lesbianas y lesbianas).
INDEPENDIZARSE	Habla de las ventajas y desventajas de vivir independientemente
MODA	Lo que está o no de moda en el momento.
ENGAÑOS	Infidelidad, mentiras.
ACTIVIDADES ECONÓMICAS	Habla de las actividades encaminadas a conseguir dinero
CONQUISTA	Hablan de formas de conquista tanto en plano positivo como negativo
RECHAZO FAMILIAR	Trata específicamente temas relacionados con discriminación por parte de la familia.
ACEPTACIÓN	Sugiere la aceptación de preferencias sexuales en general.

La tabla queda de la siguiente manera:

Tabla 8. Expresiones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	Frec	Hombres	Frec	Lesbianas	Frec.
Sexualidad	37	Mujeres	13	Rechazo familiar	2
Hombres	25	relaciones	8	aceptación	1
Problemas	18	Amor	6		
Mujeres	14	Diversión	5		
Belleza	13	problemas	4		
Sentimientos	11	sexualidad	4		
Salud	8	Familia	4		
Activ. intelectuales	6	Sí mismos	3		

d) Actitudes

En el caso de la presente investigación, el registro de actitudes es un poco más difícil, al no tener personajes concretos que manifiesten de manera clara y observable a simple vista cierta intención y/o tono, este punto requiere un mayor nivel de interpretación. En algunas ocasiones, el mismo texto nos puede dar una respuesta, es decir, el mismo texto especifica, por ejemplo: "Estoy preocupada" ó puede darse el caso que en el texto nos revele los suficientes calificativos para llegar a saber a qué actitud se está haciendo referencia, por ejemplo: agrega calificativos; megaceloso, inseguro, panchero lo que nos remite a una actitud infantil.

ACTITUDES		
CATEGORÍA GENERAL	DEFINICIÓN	ACTITUDES ESPECÍFICAS
ALINEADA	Esta categoría engloba las actitudes que se tradicionalmente se esperan y/o se consideran correctas a seguir en una persona.	+ Divertida + agradable + simpática
APOYO	Actitudes que implican una ayuda para los demás .	+ protectora + precavida + retroalimentadora
BIENESTAR	Se refiere a las actitudes de bienestar personal.	+ Saludable
EGOCÉNTRICA	Actitudes que centran toda la atención sobre sí misma (o), de superioridad. Lo que repercute en la forma de tratarlos.	+ Vanidosa + egoísta + supervanidoso
FACHOSA	Se refiere a la mujer que no es alineada, que se exhibe.	+ Fodonga + Vulgar
GASTO	Actitudes compulsivas por las compras de artículos sin utilidad alguna.	+ consumista
INFANTIL	Actitudes espontáneas , que implican irresponsabilidad, falta de orientación, descubrimiento del mundo y la falta de tacto para tratar a los demás(sin mala intención).	+ curiosa + burlona + desorientada + distraída
INSEGURIDAD	Esta categoría se refiere a las actitudes de complejo, de debilidad, lo que pone en desventaja a las personas, o bien por la falta de seguridad ante cuestiones externas.	+ desconfiada + tímida
INTELLECTUAL	Son aquellas actitudes que se relacionan con el entendimiento, a diferencia de las acciones no son ejecutables.	+ estudiosa + analítica + creativa
DAÑINA	Este tipo de actitudes implican el daño a otros y/o a sí mismo(a).	+ Sufrimiento + Violenta + Fracaso
SEDUCTORA	Actitudes relacionadas con la finalidad de seducir, conquistar. De manera positiva.	+ Atractiva + Sexy + Bonita
SEGURIDAD	Actitud de superioridad ante el resto de un grupo.	+ Valiente + Fuerte + Desinhibido
SENTIMENTAL	Actitudes afectivas, orientada al romanticismo de pareja.	+ Emocionada + Enamorada
SEXUAL	Actitudes relacionadas con la finalidad de "atrapar", "enamorar" al otro de manera negativa.	+ Lagartona + fácil + excitada

tabla queda de la siguiente manera:

Tabla 9. Tabla comparativa de actitudes Mujeres Hombres y Lesbianas:

Mujeres	Frec	Hombres	Frec.	Lesbianas	Frec.
Infantil	42	Infantiles	23	inseguridad	2
Inseguridad	37	Alineado	20	Nocivas	2
Alineada	30	Egocéntrica	15		
Apoyo	22	Seducción	12		

e) Relaciones

En el registro de relaciones, se refiere a la manera en la que interactúan los sujetos entre sí, es decir, el rol que juegan los sujetos.

Las relaciones se dividieron en sociales y de poder, esto podría entenderse de la siguiente manera: el tipo de relación es **filial**, es la relación social, sin embargo, esta relación puede ser, por ejemplo, **subordinada**, en este caso estaríamos hablando de la relación de poder en esa relación filial.

A continuación se presentan las definiciones de los tipos de relaciones que se obtuvieron:

Relaciones

Amistad: Son relaciones cordiales que implican afinidad y afecto puro y desinteresado entre las personas.

Amor: Tipo de relaciones en las que podemos identificar elementos tales como: comprensión, cariño, ternura, la búsqueda del bienestar del otro y atracción sexual.

Compañerismo: Relaciones cordiales con personas que comparten un mismo espacio; sin que ello represente que sean afines o mantengan lazos afectivos. Éste tipo de relaciones, no necesariamente implican jerarquías entre los participantes.

Erótica: Tipo de relaciones en las que encontramos atracción física y seducción. A veces este tipo de relaciones pueden o no tener como finalidad llegar a una relación amorosa.

Enemistad: Relaciones que implican aversión u odio entre dos o más personas.

Filial: Son relaciones que se dan entre los miembros de una misma familia.

Laboral: Surgen de la actividad, la mayoría de las veces económica de los sujetos, éste tipo de relaciones implica jerarquía.

Categoría: Todas las relaciones a su vez pertenecen a una categoría, de poder, estas pueden ser relaciones:

Equitativas: En este tipo de relaciones, no existe superioridad en uno o en otro actor, son relaciones entre iguales.

Admiración: Tipo de relación que se da cuando uno de los implicados simpatiza con la forma de ser, pensar, actuar de otro e incluso lo toma como ejemplo a seguir.

Cooperativas: Tipo de relaciones en la que las partes implicadas son independientes, pero se unen para trabajar por algo.

Protectora: En estas relaciones encontramos que una de las partes defiende, ayuda y cuida de la otra.

Negociadora: En este tipo de relaciones el sujeto que toma las decisiones toma en cuenta la opinión del otro para ello.

Conflictiva: Este tipo de relaciones se dan cuando uno de los implicados o ambos causan daño.

Autoritaria: Este tipo de relaciones implican sumisión por parte de uno de los implicados.

Subordinada: En este tipo de relaciones un implicado se encuentra sujeto a las normas de la autoridad, sin capacidad para apelar.

Sedución: Relaciones en las que una persona pretende conquistar a otra.

Competencia: Implican rivalidad entre los implicados para lograr sus objetivos.

Sexual: En este tipo de relaciones se busca principalmente la satisfacción sexual por parte de los implicados, sin mezclar sentimientos.

Tabla 10. Relaciones: Mujeres con Mujeres, Hombres y Lesbianas

Relación	Categoría	Mujeres	Hombres	Lesbianas
Erótica	seducida	1	5	-
Erótica	seducción	-	2	-
Erótica	subordinada	-	1	-
Erótica	sexual	1	2	-
Filial	protectora	3	2	-
Filial	autoritaria	-	-	1

Para el registro de las relaciones, como muestra la tabla anterior, se separan por género las relaciones que tienen mujeres con mujeres, con hombres y con lesbianas, a cada género le corresponde una tabla, pues además de la relación social y la relación de poder, lo que nos interesa saber es la manera en la que se relacionan unos con otros.

2.4.4. Frecuencias y porcentajes.

Al llegar a este punto ya se cuenta con la frecuencia que sucede cada acción, actitud, expresión y relación, lo único que ahora tenemos que hacer es convertir esas frecuencias en porcentajes. Esto se logra por medio de una sencilla regla de tres.

La tabla general muestra totales, por lo tanto, no se hace ningún porcentaje de ella, los porcentajes aplican para cada una de las tablas específicas. Se obtienen de la siguiente manera:

Si tenemos un total de acciones de 50, tendremos que sacar qué acciones corresponden a qué porcentaje.

Total de acciones = 50

Bailar = 4

Besar = 6

Entonces 50-100

—————> = 8%

Tabla 11. Ejemplo de tabla con Frecuencias

Mujeres	Frec	Hombres	Frec.	Lesbianas	Frec.
Sexuales	34	Sexuales	25	Sexual	3
Diversión	27	Diversión	17	Nocivas	2

Tabla 12. Ejemplo de tabla final con porcentajes.

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Sexuales	12	Sexuales	16	Nocivas	28.6
Diversión	9.4	Diversión	11	Comunicación	14.2
Embelllecimiento	9	Sedución	9	Amor	14.2

Esta tabla nos muestra los datos a manera de porcentajes, lo que nos brinda claridad en la presentación de los datos.

2.4.5. Lectura de la tabla.

La lectura de la tabla es el resumen escrito de lo que observamos en la gráfica, sin apreciaciones personales, sólo los datos en bruto de los datos más relevantes de la misma, en la cual también se ejemplifica la manera en la cual es conveniente leerla ya sea en forma ascendente, descendente, de mayor a menor, etc.

CAPÍTULO III
EL DESGLOSE

En este capítulo encontraremos los datos estadísticos producto del análisis de la mediación cognitiva (técnica de ésta investigación) aplicado a nuestro objeto de estudio, en este caso los artículos seleccionados de la revista **15 a 20**.

Con la finalidad de tener claridad en la información, los datos fueron ordenados en tablas a manera de porcentajes y por género, lo que nos permite también realizar comparaciones entre ellos en cuanto a las acciones, actitudes, relaciones y expresiones que les son atribuidas, según esta investigación a cada uno.

3.1. Tabla general. Acciones, actitudes y relaciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

	Acciones	Actitudes	Relaciones	Expresiones
Mujeres	286	234	99	161
Hombres	158	112	93	62
Lesbianas	7	4	9	3

Esta es una tabla general, en la cual se muestran el total de acciones, actitudes, relaciones y expresiones registradas por mujeres hombres y lesbianas en los números analizados (enero, febrero y marzo 2003) de la revista **15 a 20**.

La tabla muestra que las mujeres realizan 286 acciones, hombres 158, y lesbianas 7.

En cuanto a actitudes tenemos a las mujeres con 234, hombres con 112 y lesbianas con 4.

En relaciones tenemos: mujeres 99, hombres 93 y lesbianas 9.

En expresiones: mujeres 161, hombres 62, lesbianas 3.

3.2. Acciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Nocivas	13	Nocivas	21	Sexual	43
Sexuales	12	Sexuales	16	Nocivas	28.6
Diversión	9.4	Diversión	11	Comunicación	14.2
Embellecimiento	9	Sedución	9	Amor	14.2
Comunicación	6.3	Decisión	7		
Intelectuales	6	Económicas	6		
Condescendientes	5.2	Comunicación	5		
Asesoría	4.5	Estorbo	4		
Sedución	4.2	Condescendientes	4		
Amor	4	Abandono	3		
Económicas	4	Artísticas	3		
Domésticas	3.4	Intelectuales	2		
Abandono	3.4	Asesoría	2		
Desconfianza	3	Sentimental	2		
Información	3	Embellecimiento	1		
Imitación	2.4	Domésticas	.6		
Decisión	2.3	Amor	.6		
Protesta	2	Protesta	.6		
Arrepentimiento	1	Socialización	.6		
Enfermedad	0.7				
Confianza	0.7				
Socialización	0.7				
Sentimentales	0.3				
Análisis	0.3				

* **Tabla comparativa**

En esta tabla podemos ver las categorías de acciones realizadas por mujeres hombres y lesbianas. El orden que seguiremos para su lectura es descendente.

Se observa que las acciones “nocivas”, son de las actividades principales tanto para mujeres, hombres y lesbianas pues se presenta con la frecuencia más alta en casi todos los casos, excepto en el de lesbianas, en el que se encuentra en el segundo lugar de acciones, sin embargo no deja de presentar una frecuencia alta (poco menos de la mitad del total de acciones).

Podemos observar también que otra acción que registra frecuencias importantes tanto para mujeres, hombres y lesbianas es la “sexual”, la cual para mujeres y hombres ocupa el segundo lugar, mientras que para las lesbianas es la acción principal.

La tercera acción que aparece en alto porcentaje, pero esta vez solo para mujeres y hombres es “diversión”. A partir de ésta tercera acción las columnas tanto de mujeres, hombres y lesbianas presentan actividades distintas y en diferentes porcentajes.

3.2.1. Acciones abandono: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Cortan a sus novios	50	Embarazan a mujeres y las dejan	40
Se divorcian	50	Cortan a sus novias	40
		Abandonan a sus hijos	20

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra de manera desglosada el porcentaje de acciones por género. De aquí en adelante las tablas correspondientes a acciones se presentan de manera separada y por orden alfabético.

Tenemos aquí el porcentaje de las acciones que comprenden la categoría de acciones de “abandono”, así vemos que dichas acciones en mujeres se dividen en dos, ambas al 50%, en hombres quedan tres acciones, por ejemplo; “embarazan mujeres y las dejan” corresponde al 40% dentro de la categoría, el 20% le corresponde a “abandonan a sus hijos”, mientras que las lesbianas al no presentar este tipo de acciones no aparecen en la tabla.

La única acción de abandono que presentan igual hombres y mujeres es la de “cortan sus novios(as)” las demás podemos observar que se dan en situaciones distintas.

3.2.2. Acciones amor: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Se enamoran	45	Se enamoran	100	Se enamoran	100
Buscan relaciones formales	36				
Se casan	18				

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra el porcentaje de las acciones de “amor” correspondientes a mujeres, hombres y lesbianas.

Podemos observar que la acción que mayor porcentaje presenta, es “se enamoran” en mujeres representa el 45% , poco menos de la mitad del total de sus acciones de “amor”, mientras que para hombres y lesbianas representa el 100%, observamos entonces que es la única acción dentro de la categoría.

Las mujeres por su parte, registran dos acciones más, tenemos que el 36% “buscan relaciones formales” y un 18% presentan acciones de matrimonio.

3.2.3. Acciones análisis: Hombres, Mujeres y Lesbianas

Mujeres	%
Analizan a los hombres	100

* Tabla comparativa

En esta tabla, que corresponde a acciones de análisis, las únicas que tienen presencia son las mujeres, el 100% de lo que las mujeres tienen como “analizan hombres”, por su parte ni hombres ni lesbianas marcan registro

alguno de este tipo de acciones, por lo tanto para la claridad en la presentación de los datos, no se incluyen en la tabla.

3.2.4. Acciones arrepentimiento: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Piden perdón	50
Se equivocan	50

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra acciones de arrepentimiento, podemos ver cómo las mujeres son las únicas en registrar éste tipo de acciones, las cuales se desglosan en dos: “piden perdón” con el 50% y “se equivocan” con el otro 50%. Recordemos que tenemos un total de acciones por género y que estas tablas corresponden al desglose de cada categoría.

3.2.5. Acciones Artísticas: Hombres, Mujeres y Lesbianas.

Hombres	%
Graba discos	50
Escribe canciones	50

* Tabla comparativa

En esta tabla se encuentran registradas las acciones que corresponden a la categoría “artísticas”, en este caso fueron las mujeres y las lesbianas las que no presentaron acciones de este tipo, mientras que los hombres en el desglose marcan dos acciones ambas con el 50% ,que son: “graban discos” y “escribe canciones”.

3.2.6. Acciones de asesoría: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Piden consejo	54	Piden consejo	33
Regañan	23	Aconsejan	33
Educan	15	Educan	33
Aconsejan	8		

* Tabla comparativa

Esta tabla correspondiente a acciones de “asesoría” registradas para mujeres, hombres y lesbianas, observamos que los únicos que presentan acciones son mujeres y hombres, para ambos tenemos que , “piden consejo” es una actividad principal, sin embargo para las mujeres es aún más importante, pues representa más de la mitad del total de sus acciones pertenecientes a ésta categoría, mientras que para hombres es una acción que realizan con la misma frecuencia que el resto de sus actividades desglosadas dentro de ésta categoría, es decir, a diferencia de las mujeres el pedir consejo , no tiene tanto peso para ellos como para ellas.

Tanto en mujeres como en hombres, se presentan las acciones “educan” y “aconsejan”, la diferencia de acciones entre géneros dentro de ésta categoría radica en que la acción “regañan”, sólo la presentan mujeres , además lo hacen como la segunda actividad más dentro de la tabla.

3.2.7. Acciones de Comunicación, Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Platican con amigas	22	Platican con su pareja	50	Platican con su familia	100
Chatean	22	Platica con amigas	25		
Platican con su pareja	11	Platican entre hombres	12		
Platican con su familia	11	Platican con sus hijos	12		
Platican con sus padres	11				
Platican con chavos	11				
Platican con sus hijas	5				
Hablan por teléfono	5				

* Tabla comparativa

En esta tabla encontramos que la actividad que resalta en cada columna es platicar, la diferencia radica en con quién o con quiénes platican las mujeres, los hombres y las lesbianas.

Podemos ver que las mujeres son las que registran mayor variedad de personas con las que platican, le siguen los hombres, mientras las lesbianas limitan la diversidad y sólo aparece que “platican con su familia”, lo que corresponde al 100% de sus acciones.

Las mujeres además registran dos acciones, una con porcentaje significativo que es “chatean” y otra, no tan significativa en frecuencia, pero significativa al parecer exclusiva de un género es “hablan por teléfono”.

3.2.8. Acciones condescendientes: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Ayudan a otros	33	Protege	86
Consiente	27	Consiente	14
Protege	20		
Escucha	13		
Comprende	7		

* Tabla comparativa

Esta tabla corresponde a las acciones “condescendientes”, que según la presente investigación realizan mujeres, hombres y lesbianas. Podemos observar cómo las mujeres son las que realizan mayor número de acciones de este tipo, los hombres sólo realizan dos y las lesbianas no presentan acciones “condescendientes.”

En el caso de las mujeres y los hombres, vemos que tanto “protege” como “consiente” son actividades que encontramos en ambos casos, las mujeres tienden con mayor frecuencia, según la tabla, a consentir que a proteger, no así en el caso de los hombres cuya frecuencia significativamente más alta (hablamos más del 50%) corresponde a “protege”.

Las mujeres como principal actividad condescendiente registran “ayudan a otros”, con menor frecuencia, también tienen otras actividades como son “escucha” y “comprende”.

3.2.9. Acciones confianza: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Confían en un hombre	100

* Tabla comparativa

En este caso tenemos solamente una acción, la cual pertenece a las mujeres, quienes la presentan en un 100%

3.2.10. Acciones decisión: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Eligen a un hombre	50	Elige a una mujer	91
Toman la iniciativa	25	Decide si una relación es formal o no	9
Toman decisiones importantes	12.5		
Arriesgan	12.5		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones de “decisión” que se presentan en nuestro objeto de estudio. Tenemos que la acción del registro, tanto para mujeres como para hombres, corresponde a “elegir a un hombre o a una mujer” según sea el caso, las mujeres presenta el 50% , poco menos que en el caso de los hombres para quienes equivale a más de la mitad del total de sus actividades correspondientes a esta categoría.

3.2.11. Acciones desconfianza: Mujeres, Hombres y Lesbianas

	%
Mujeres	
Dudan de sí mismas	50
Desconfían de los hombres	37
Buscan agradar	12

* Tabla comparativa

La tabla anterior muestra las acciones que corresponden a la categoría “desconfianza”, las mujeres presentan tres acciones de este tipo, “dudan de sí mismas”, es la que aparece con 50%, es decir, pertenece a la mitad de las acciones de éste tipo realizadas por mujeres, también aparece que “desconfían de los hombres”, con 37% y con solo un 12% aparece que “buscan agradar”, en este caso, ni hombres ni las lesbianas presentan acciones de este tipo.

3.2.12. Acciones diversión: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Van a antros	18	Salen con chavas	23
Bailan	15	Van de antro	23
Van a fiestas	11	Viaja	12
Ven películas	11	Festeja de feb	14
Salen con varios chavos a la vez	11	Tiene aventuras	6
Escuchan música	7	Van a fiestas	6
Van a conciertos	4	Salen con su novia y amigos	6
Organizan reuniones	4	Ve football	6
Cuentan chistes	4	Baila	6
Vacacionan	4		
Van al teatro	4		
Festejan el de feb.	4		
Salen a tomar café con amigas	4		

* Tabla comparativa

La tabla anterior, muestra acciones que corresponden a la categoría “diversión”, entre las actividades atribuidas, según ésta investigación, encontramos con mayor porcentaje que las mujeres como acción más frecuente (18%) presentan “van a antros”, como segunda acción “bailan” (15%), mientras que los hombres empatan en porcentaje como su actividad principal con 23% cada una, “salir con chavas” e “ir a antros” .

Mientras que “ir a antros” es una actividad frecuente en ambos casos, “bailar”, por ejemplo es para mujeres, la segunda acción con mayor porcentaje, mientras que para los hombres, ésta se presenta con sólo un 6%.

En esta categoría las lesbianas no presentan ninguna acción, es por eso que no se les incluye en la tabla.

3.2.13. Acciones domésticas: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Se encargan del cuidado de la casa	80	Se encargan de las compras de la casa	100
Se encargan de las compras de la casa	20		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones que corresponden a la categoría “domésticas”, las mujeres presentan dos acciones con el 80% “se encargan del cuidado de la casa”, la otra con el 20% “se encargan de las compras de la casa”, los hombres registran solamente una acción, con el 100% para ellos la actividad principal es encargarse de las compras de la casa. En este caso las lesbianas no presentan acción alguna dentro de esta categoría.

3.2.14. Acciones económicas: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Trabajan	82	Trabaja	70
Mantienen a sus hijos	9	Mantiene una familia	20
Se independizan (se mantienen a sí mismas)	9	Consigue dinero para invitar a salir a una mujer	10

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones “económicas” que registran mujeres, hombres y lesbianas, las mujeres presentan tres acciones, con mayor porcentaje (82%) “trabajan”, con un 9% “mantienen a sus hijos”, al igual que “se mantienen a sí mismas”; los hombres presentan también tres acciones que corresponden a ésta categoría, “trabajan” con 70%, “mantienen una familia” con 20%, “consigue dinero para invitar a salir a una mujer” 10%. Observamos que las lesbianas, según los datos arrojados por la investigación, no presentan actividades de este tipo.

3.2.15. Acciones enfermedad: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%
Sufren trastornos alimenticios	50
Se enferman	50

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones de “enfermedad”, podemos observar que las mujeres presentan dos acciones cada una con 50%, “se enferman” y “sufren trastornos alimenticios”, mientras que ni los hombres ni las lesbianas registran ninguna actividad dentro de esta categoría.

3.2.16. Acciones embellecimiento: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Hacen ejercicio	32	Se corta el cabello	50
Se maquillan	16	Se tatúa	50
Se perfuman	12		
Cuidan su cabello	12		
Se ponen mascarillas	4		
Cuidan sus pies	4		
Cambian constantemente de look	4		
Se pintan las uñas	4		
Se someten a cirugía plástica	4		
Cuidan su vestimenta	4		
Hacen dieta	4		

* **Tabla comparativa**

En esta tabla observamos las acciones de “embellecimiento” que presentan mujeres, hombres y lesbianas según los datos arrojados por la investigación; las mujeres presentan 11 acciones diferentes dentro de esta categoría, la que registra mayor porcentaje es “hacen ejercicio” con un 32%, la que menos registra es “hacen dieta” con un 4%; los hombres registran sólo dos acciones, “cortarse el cabello” y “tatuarse”, cada una con 50%. Las lesbianas no presentan acciones de este tipo.

3.2.17. Acciones estorbo: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Hombres	%
Quitán el tiempo	100

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra acciones de “estorbo”, los hombres registran la acción “quitán el tiempo”, la cual corresponde al 100% de su actividad dentro de ésta categoría, mientras que ni las mujeres ni las lesbianas presentan ninguna acción de este tipo, por eso es que no se encuentran incluidas dentro de la tabla.

3.2.18. Acciones imitación: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Se imitan unas a otras	100

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra acciones de “imitación”, las mujeres presentan una acción dentro de esta categoría, ni hombres ni lesbianas registran alguna.

3.2.19. Acciones intelectuales: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Estudian	100	estudian	100

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones “intelectuales” que presentan mujeres, hombres y lesbianas, para hombres y mujeres, la actividad principal y única es “estudian”, la cual equivale al 100% de las acciones que realizan dentro de ésta categoría, mientras que las lesbianas no presentan acción alguna.

3.2.20. Acciones información: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Se informan	80
Hacen preguntas indiscretas a sus novios para saber algo	20

* **Tabla comparativa**

En esta tabla podemos observar que la actividad principal es “se informan” con 80%, dentro de la categoría ni hombres ni lesbianas registran ninguna acción de este tipo.

3.2.21. Acciones nocivas: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Pelean	22	Beben	20	Beben	50
Humillan		Pelean		Consumen	50
	11		12	drogas	
Ponen el cuerno		Mienten para			
	8	tener sexo	9		
Se burlan del físico femenino	8	Maltratan a las mujeres	9		
Lloran		Discriminan a las mujeres por su físico	6		
	8				
Demandan legalmente a algún miembro de su familia		Juega con las mujeres			
	5		6		
Gritan		Maltrata físicamente a su esposa	6		
	5				
Hacen la barba		Vomita por ebriedad	6		
	5				
Insultan		Ponen el cuerno	6		
	3				
Beben		Consumen drogas	3		
	3				
Se deprimen	3	Grita	3		
Se burlan de la gente con defectos físicos	3	Avienta cosas			
	3		3		
Golpean	3	Critica	3		
Hacen drama		Manipulan a las mujeres	3		
	3				
Avientan cosas	3	Suicidan	3		
Se obsesionan por bajar de peso	3	Portan armas			
	3		3		
Reprochan	3				
Se obsesionan por un hombre	3				

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones “nocivas” que presentan mujeres, hombres y lesbianas, cabe señalar que entre las actividades principales tanto de los hombres como de las mujeres tenemos “pelean” para las mujeres la encontramos con un 22%, en los hombres con un 12%, en el caso de las lesbianas tenemos dos acciones cada una con el 50% dentro de esta categoría, al igual que los hombres como actividad principal las lesbianas registran en un alto porcentaje la actividad “beben” , la diferencia radica en que para las lesbianas ésta representa un 50% , en el caso de los hombres , aunque es su actividad principal , sólo alcanza un 20%, sin embargo para las mujeres podemos observar que ésta no alcanza más que un 3%.

3.2.22. Acciones protesta: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Protestan cuando no están de acuerdo con algo	60	Protestan	100
Se quejan de sus novios	40		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra que la actividad principal tanto de hombres como de mujeres es “protestan cuando no están de acuerdo con algo”, mientras que para los hombres esto significa un 100% de sus actividades dentro de la presente categoría, para las mujeres representa más de la mitad de sus actividades dentro de la misma 60%, el otro 40% de las mujeres lo ocupa la acción “se quejan de sus novios”. Las lesbianas no presentan actividades dentro de ésta categoría, por eso es que no fueron incluidas dentro de la tabla.

3.2.23. Acciones seducción: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Caza	50	Coquetea	40
Liga	33	Conquista	33
Coquetea	17	Liga	20
		Trata bien a las mujeres	7

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos observar que para las mujeres la actividad principal dentro de la categoría “seducción” es “cazar”, la cual se presenta con un 50%, mientras que para los hombres es “coquetea” con un 40% , curiosamente para las mujeres la misma acción se coloca en el último lugar con 17% . Para ambos aparece la actividad “ligar”, para las mujeres es la segunda actividad más frecuente, presenta un 33%, para los hombres se presenta con un 20%. En esta categoría las lesbianas no presentan registro de actividad alguna.

3.2.24. Acciones sentimentales: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Perdonan	100	Abre su corazón	33
		Tiene sueños	33
		hace realidad sus sueños	33

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos observar las acciones “sentimentales” atribuidas a mujeres y a hombres dentro de nuestra investigación, las lesbianas no presentan ninguna acción de éste tipo.

Tenemos registrado del lado de las mujeres una sola acción “perdonan”, la cual corresponde al 100% de sus actividades respecto a la presente categoría, los hombres presentan aquí tres acciones, todas en igual frecuencia.

3.2.25. Acciones sexuales: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Tienen relaciones sexuales	32	Tienen relaciones sexuales	60	Tienen fantasías eróticas	70
Practican cibersexo	12	Faja	8	Tienen relaciones sexuales	30
Frees	12	Frees	8		
Fajan	9	Besa	4		
Se cuestiona a cerca de su preferencia sexual	6	Masturba	4		
Fantasea sexualmente con gente de su mismo sexo	6	Sexo oral	4		
Fantasías eróticas	3	Sexo	4		
Exploran su cuerpo	3	Cibersexo	4		
sexo oral	3	Acosa	4		
se protegen	3				
Se masturba	3				
Se excitan	3				
Besa a una mujer cerca de la boca	3				
Ven revistas de desnudos masculinos	3				

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones “sexuales” registradas por mujeres, hombres y lesbianas, las mujeres presentan 14 acciones diferentes que corresponden a esta categoría, la acción que se presenta con mayor porcentaje, para mujeres es “tienen relaciones sexuales”, con un 32%, para los hombres la misma actividad se presenta como la principal, sólo que con un 60%. En el caso de las lesbianas tenemos únicamente dos acciones, en las cuales “tienen fantasías eróticas” parece ser su actividad principal.

3.2.26. Acciones socialización: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Conocen		Conoce	
chavos	80	chavas	100
Conviven con			
su familia	20		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las acciones de “socialización” que se presentan por género, las mujeres presentan dos acciones una, “conoce chavos”, con el 80%, la otra, “conviven con su familia”, con el 20%, mientras que los hombres presentan una sola acción. Con un 100% registran “conoce chavas”.

3.3. Actitudes: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Inseguridad	21	Infantil	21	Inseguridad	50
Infantil	18	Alineada	18	Dañina	50
Alineada	13	egocéntrica	13		
Apoyo	9	Seductora	11		
Dañina	9	inseguridad	11		
Sentimental	7	Apoyo	9		
Seguridad	7	Dañina	9		
Seductora	4	sentimental	4		
Egocéntrica	3.4	Seguridad	4		
Intelectual	3				
Bienestar	1				
Fachosa	1				
Sexual	1				
Gasto	0.9				

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos observar las actitudes atribuidas a mujeres, hombres y lesbianas dentro de la presente investigación. Tenemos que la actitud principal, tanto para mujeres como para lesbianas es la de inseguridad, para mujeres, ésta se presenta con un 21% y para las lesbianas representa el 50% de sus actitudes. Para los hombres la actitud “infantil” es la que presenta mayor porcentaje 21%, la misma actitud podemos encontrarla también en las mujeres dentro de sus tres frecuencias más fuertes con 18%.

3.3.1. Actitud alineada: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Divertida	13	Agradable	25
Agradable	10	Buena onda	20
Simpática	10	Sincero	10
Buena onda	10	Espléndido	10
Inteligente	10	Exitoso	10
Cálida	7	Satisfecho	10
Entregada	7	Talentoso	5
Responsable	7	Divertido	5
Aceptada	7	Niño bueno	5
Perfeccionista	3		
Hacendosa	3		
Talentosa	3		
Sincera	3		
Respetuosa	3		
Sencilla	3		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las actitudes que corresponden a la categoría “alineada”, las mujeres presentan 15 actitudes diferentes, la que presenta mayor porcentaje en mujeres es “divertida” y lo hace con un 13%, en hombres es “agradable” con un 25%. Vemos que las lesbianas no registran actitud alguna dentro de ésta categoría. Podemos observar que las mujeres son las que presentan mayor número de actitudes de éste tipo.

3.3.2. Actitud apoyo: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Protectora	36	Protectora	60
Consentidora	32	comprensivo	20
Incondicional	14	Buen padre	10
Precavida	9	Mandilón	10
Consejera	4		
Retroalimentadora	4		

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos ver las actitudes de “apoyo” de mujeres, hombres y lesbianas, observamos que las lesbianas no presentan este tipo de actitudes, por lo que no figuran dentro de la tabla, las mujeres son las que registran el mayor número de actitudes correspondientes a esta categoría. Tanto en el caso de las mujeres como de los hombres, la actitud “protectora” es la más frecuente, pues es la que aparece con los porcentajes más altos en mujeres con 36% y hombres con 60%, mientras más avanzamos en la lectura de esta tabla, ya no apreciamos actitudes iguales no existen actitudes iguales.

3.3.3. Actitud bienestar: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Aludable	100

* Tabla comparativa

Esta tabla presenta las actitudes correspondientes a la categoría “bienestar”. Las mujeres presentan una actitud de este tipo, la cual corresponde al 100% de sus actitudes dentro de esta categoría; los hombres y las lesbianas no registran ninguna actitud dentro de esta categoría.

3.3.4. Actitud egocéntrica: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Vanidosa	37	Superficial	33
Admirada	37	Egoísta	27
Egoísta	25	Selectivo	20
		Súper vanidoso	13
		Irresistible	7

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las actitudes que corresponden a la categoría “egocéntrica”, las mujeres registran tres actitudes distintas, dos de ellas con 37%, la tercera con 25%; los hombres registran 5 actitudes, en su caso, la que se presenta con un mayor porcentaje, lo hace con 33% y es “superficial”, la de menor porcentaje 7% es “irresistible”; las lesbianas no presentan actitudes dentro de esta categoría.

3.3.5. Actitud fachosa: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Fodonga	67
Vulgar	33

* Tabla comparativa

Esta tabla presenta las actitudes correspondientes a la categoría “fachosa”, las mujeres presentan dos diferentes actitudes una se presenta con 67% y la otra con 33%; ni hombres ni lesbianas presentan actitudes de este tipo.

3.3.6. Actitud gasto: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Consumista	100

* Tabla comparativa

En esta tabla observamos las actitudes correspondientes a la categoría “gasto”, las mujeres son las únicas, según esta investigación, que presentan una actitud dentro de dicha categoría, la cual corresponde al 100% del total de sus actitudes; ni hombres ni lesbianas presentan actitudes de este tipo.

3.3.7. Actitud infantil: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Curiosa	33	Informal	13
Desorientada	24	Mentiroso	13
Inconforme	12	Rebelde	13
Burlona	10	Irresponsable	13
Fastidiada	7	Celoso	9
Huraña	5	Súper orgulloso	9
Inocente	2	Burlón	9
Rebelde	2	Mala onda	4
Berrinchuda	2	manipulador	4
Juguetona	2	Panchero	4
		Caprichoso	4
		Curioso	4
		Distraído	4

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las actitudes correspondientes a la categoría “infantil”, en este caso son a los hombres a los que se les atribuyen el mayor número de actitudes correspondientes a esta categoría, aunque también las mujeres presentan actitudes de este tipo, mientras que las lesbianas son las que no tienen registro alguno.

3.3.8. Actitud inseguridad: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Acomplejada	19	desconfiado	23	Miedo	100
Preocupada	17	Miedo	23		
Desconfiada	13	Tímido	15		
Miedo	10	preocupado	15		
Vergüenza	8	Desesperado	15		
Masoquista	6	confundido	8		
Rechazada	6				
Tímida	4				
Víctima	4				
Envidiosa	4				
Desesperada	4				
Defensiva	2				
Presionada	2				

* **Tabla comparativa**

En esta tabla podemos observar las actitudes correspondientes a la categoría “inseguridad” que se les atribuyen, según la presente investigación a mujeres, hombres y lesbianas. Tenemos que la actitud más representativa en las mujeres es “acomplejada”, la cual aparece con un 19%, en los hombres se presentan dos actitudes que parecen ser las más frecuentes, con un 23% tenemos “desconfiado” y “miedo”, ésta última en el caso de las lesbianas es la única que se presenta, es decir, “miedo” es la única actitud que presentan las lesbianas (100%) dentro de esta categoría.

3.3.9. Actitud intelectual: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%
Estudiosa	28
Analítica	28
Creativa	28
Reflexiva	14

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra que sólo a las mujeres se les atribuyen, según ésta investigación, actitudes de carácter “intelectual”, podemos observar 4 diferentes actitudes, casi todas con un mismo porcentaje.

3.3.10. Actitud dañina: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Sufrimiento	27	Fracaso	50	Represión	1
Violenta	23	Violento	20	Sufrimiento	1
Fracaso	18	Ebrio	20		
Deprimida	9	Deprimido	10		
Adicta	5				
Odio	5				
Enojada	5				
Reprimida	5				
Vengativa	5				

* Tabla comparativa

Esta tabla presenta las actitudes correspondientes a la categoría “dañina”, las mujeres registran 9 actitudes diferentes, la que presentan mayor porcentaje es “sufrimiento”, con 27%; los hombres registran 4 actitudes, dentro de las cuales, la que parece serles atribuida con mayor frecuencia, según la presente investigación es la actitud de “fracaso”, pues aparece con un 50% dentro de las actitudes correspondientes a esta categoría. Aquí vemos cómo las lesbianas registran sólo dos actitudes, por lo que cada una equivale al 50% de este tipo de actitudes.

3.3.11. Actitud seductora: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Atractiva	30	Conquista	100
Sexy	30		
Bonita	30		
Femenina	10		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las actitudes correspondientes a la categoría “seductora”, las mujeres presentan con igual porcentaje (30%) tres actitudes, “atractiva”, “sexy” y “bonita”; los hombres presentan la actitud de “conquista” con un 100% en el caso de lesbianas no tienen registro alguno.

3.3.12. Actitud seguridad: Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Mujeres	%	Hombres	%
Segura	29	Fuerte	25
Libre	23	Seguro	25
Despreocupada	18	desinhibido	25
Fuerte	12	Aventado	25
Valiente	12		
Desinhibida	6		

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos observar que la actitud que tiene una mayor frecuencia en el caso de las mujeres es “segura” con un 29%, mientras que los hombres tienen 4 actitudes correspondientes a esta categoría, cada actitud tiene el 25%, lo que nos indica que cada una de ellas se encuentra con la misma frecuencia, sus actitudes son: “fuertes”, “desinhibidos”, “seguros” y “aventados”. Las mujeres presentan también estas actitudes, sin embargo para ellas “desinhibida” se encuentra entre las de menor porcentaje 6% , “fuerte” la presentan con un 12% y “aventada” no presenta ninguna, las lesbianas por su parte no presentan ningún tipo de actitudes correspondientes a esta categoría, por eso es que no se incluyen dentro de la tabla.

3.3.13. Actitud sentimental: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%
Emocionada	47	Amoroso	50
Sentimental	18	Cursi	25
Enamorada	18	enamorado	25
Atraída	12		
Enternecida	6		

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos observar las actitudes que conforman la categoría de actitudes sentimentales atribuidas a mujeres, hombres y lesbianas dentro de la presente investigación. La tabla muestra que es a las mujeres a las que se les atribuyen mayor número de estas actitudes, entre las que destacan “emocionada” con un 47%, “sentimental” y “enamorada” con un 18% cada una; los hombres presentan como actitud sentimental principal “amoroso”, con un 50%, vemos como tanto en, mujeres como en hombres aparece la actitud “enamorado(a)”.

En este caso las lesbianas no aparecen, pues según nuestra investigación ,no presentan actitud alguna correspondiente a la categoría “sentimental”.

3.3.14. Actitud sexual: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%
Lagartona	33
Fácil	33
Excitada	33

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra las actitudes correspondientes a la categoría “sexual”, dentro de la cual, las mujeres son las únicas en presentar actividad. Presentan tres actitudes, todas con el mismo porcentaje.

3.4. Relaciones: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Relación	Mujeres		Hombres		Lesbianas			M%	H%	L%
	M%	H%	L%	M%	H%	L%				
Erótica	6	16	25	15			25			
Filial	33	11	50	20	7	75	25	50		
Amistad	57	10	25	9	79		50	25	100	
Amor		60		52						
Compañerismo		3		4		25		25		
Laboral					14					
Enemistad	3									

* **Tabla comparativa**

Esta tabla muestra a manera de porcentajes y de manera general el tipo de relaciones, que según los datos arrojados de este estudio, se dan entre mujeres, hombres y lesbianas; podemos observar que la relación más frecuente entre las mujeres es la “amistosa”, pues aparece con 57%, más de la mitad de todas sus relaciones, la relación que menos presentan es “enemistad” con 3%, en el caso de las relaciones entre mujeres y hombres, tenemos que la que se presenta con mayor frecuencia es “amorosa” un 60%, la que menos se presenta entre ellos es “compañerismo”, pues aparece con sólo 3%. En el caso de mujeres con lesbianas tenemos que el 100% de sus relaciones son “filiales”.

En el caso de los hombres podemos ver que con mujeres sus relaciones son 52% amorosas, de compañerismo en un 4%, con los mismos hombres el 79% de sus relaciones son amistosas y un 7% filiales, con lesbianas el 75% de sus relaciones son filiales y el 25% de compañerismo.

Las lesbianas, según esta tabla, mantienen en un 50% relaciones con mujeres de tipo amistosa, con hombres sus relaciones son 50% filiales y con lesbianas 100% amistosas.

3.4.1. Relaciones mujeres con mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres

Relación	M%	Relación	H%	Relación	L%
Amistad	57	Amorosa	60	Filial	50
Filial	33	Erótica	16	Erótica	25
Erótica	6	Filial	11	Amistad	25
Enemistad	3	Amistad	10		
		Compañerismo	3		

* Tabla comparativa

Esta es una tabla general de relaciones que mantienen las mujeres con mujeres, hombres y lesbianas, se presenta a manera de porcentaje, de mayor a menor y de manera general, sin especificar más que el tipo de relación.

La relación que mayor porcentaje presenta de mujeres con las mismas mujeres es “amistad” con 57%, la que menor presentan es “enemistad” con 3%.

La relación que mantienen mujeres con hombres en mayor porcentaje es la amorosa con un 60%, “compañerismo” queda en la de menor porcentaje con un 3%. Con lesbianas, las mujeres presentan tres tipos de relación, la de mayor porcentaje es “filial” con un 50%,”erótica” y “amistad” ambas registran 25%.

3.4.2. Relaciones Hombres con Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Hombres

Relación	M%	Relación	H%	Relación	L%
Amorosa	52	Amistad	79	Filial	75
Filial	20	Laboral	14	compañerismo	25
Erótica	15	Filial	7		
Amistad	9				
compañerismo	4				

* Tabla comparativa

Esta es una tabla general de las relaciones que mantienen los hombres con mujeres, hombres y lesbianas.

La relación que mayor porcentaje presenta de hombres con mujeres es la amorosa con 52%, la que menor presentan es “compañerismo” con 4%, La relación que mantienen hombres con hombres en mayor porcentaje es la amistosa con 79%, “filial” queda en la de menor porcentaje con un 7%. Con lesbianas, los hombres presentan dos tipos de relación, la de mayor porcentaje es “filial” con 75% y la otra es “compañerismo” con 25%.

3.4.3. Relaciones Lesbianas con Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Lesbianas

Relación	M%	Relación	H%	Relación	L%
Amistad	50	Filial	50	Amistad	100
Erótica	25	amistad	25		
Filial	25	compañerismo	25		

* Tabla comparativa

Esta tabla contiene las relaciones, de manera general que mantienen lesbianas con mujeres, hombres y lesbianas. La relación que se presenta con mayor porcentaje entre lesbianas y mujeres es la “amistad” con 50%, la que menor presentan es “filial” con 4%. La relación que mantienen lesbianas con hombres en mayor porcentaje es “filial” con 50%, la misma relación con mujeres tiene 25%. Entre lesbianas sólo se registra una acción, la cual corresponde al 100% y es “amistad”.

3.4.4. Relaciones desglosadas: Mujeres con Mujeres, Hombres y Lesbianas.

Relación/ Categoría	Mujeres %	Relación/ Categoría	Hombres %	Relación/ Categoría	Lesbianas %
Amistad/equitativa	21	Amor/sexual	19	Amistad cooperativa	25
Amistad/autoritaria	15	Amor /subordinada	17	Erótica/sexual	25
Amistad /cooperativa	12	Amor /equitativa	12	Filial/autoritaria	25
Amistad /competencia	3	Erótica/ seducción	11	Filial/negociadora	25
Amistad /admiración	6	Amor/seducción	8		
Filial/protectora	9	Filial /conflictiva	7		
Filial/negociadora	9	Amistad/cooperativa	6		
Filial/subordinada	9	Filial /equitativa	5		
Filial/conflictiva	6	Amor/autoritario	3		
Erótica/ subordinada	3	Erótica/ sexual	3		
Erótica /sexual	3	Filial /protectora	3		
		Amor/cooperativo	2		
		Amistad/autoritaria	2		
		Amor/protprotección	2		
		Erótica	2		
		/subordinada			
		Filial /negociadora	2		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra el porcentaje en forma comparativa las relaciones que presentan las mujeres con mujeres, hombres y lesbianas. Aquí podemos observar que las mujeres sostienen en un mayor porcentaje relaciones de “amistad igualitaria” con otras mujeres lo cual equivale al 21% del total de sus relaciones con estas, con hombres la relación más frecuente es la “amor sexual” y se presenta con 19%, mientras que en sus relaciones con lesbianas, las cuatro que se presentan lo hacen con el mismo porcentaje.

Todos los porcentajes están basados en el total de relaciones por género respectivamente, es decir, el total de relaciones de mujeres entre mujeres, de mujeres con hombres y de mujeres con lesbianas.

Como podemos observar, esta tabla además de mostrarnos el tipo de relación entre los sujetos, nos indica la categoría a la que pertenece cada relación, es decir, si tenemos una relación amorosa, aquí podemos identificar si es amorosa autoritaria, si es amorosa cooperativa, etc., es decir, tenemos el tipo de relación social y la parte de poder que le corresponde a cada una.

3.4.5 Relaciones Desglosadas: Hombres con Mujeres, Hombres y Lesbianas

Relación	Categoría	M %	Relación/ Categoría	H %	Relación/ Categoría	L %
Amorosa	Sexual	15	Amistad complicidad	43	Filial autoritario	25
Amorosa	Autoritaria	11	Amistad igualdad	21	Filial negociadora	25
Amorosa	Igualitaria	7	Filial conflictiva	7	Compañerismo Autoritario	25
Erótica	Sedución	7	Amistad cooperativa	7	Filial protectora	25
Filial	Autoritario	7	Amistad autoritaria	7		
Erótica	Autoritaria	4	Trabajo Subordinado	7		
Filial	Protectora	4	Trabajo autoritario	7		
Filial	Conflictiva	4				
Erótica	Sexual	4				
Amistad	Complicidad	4				
Amorosa	Sedución	4				
Amorosa	Subordinado	4				
Filial	Negociadora	3				
Amistad	Igualdad	3				
Amorosa	Negociadora	3				
Amorosa	Cooperativa	3				
Amorosa	Perjudicial	3				
Compañerismo	Conflictivo					

* Tabla comparativa

En esta tabla podemos observar el tipo de relaciones que, según nuestro objeto de estudio, mantienen los hombres con mujeres, hombres y lesbianas.

Los hombres sostienen en un mayor porcentaje relaciones amorosas sexuales con mujeres lo cual equivale a un 15% del total de sus relaciones con ellas, con hombres la relación más frecuente es “amistad/complicidad” con 43% , mientras que en sus relaciones con lesbianas, las cuatro que se presentan lo hacen con el mismo porcentaje, tres de esas relaciones son filiales y solamente una es de “compañerismo”.

3.4.6. Relaciones Desglosadas: Lesbianas con Mujeres, Hombres y Lesbianas

Relación	Categoría	M %	Relación/ Categoría	H %	Relación/ Categoría	L %
Amistosa	Comprensiva	25	Amistosa igualitaria	25	Amistosa igualitaria	100
Amistosa	Igualitaria	25	Filial subordinada	25		
Erótica	Sexual	25	Filial protegido	25		
Filial	subordinada	25	Filial subordinada	25		

* Tabla comparativa

Esta tabla muestra a manera de porcentajes las relaciones que mantienen lesbianas con mujeres, hombres y lesbianas.

En cuanto a las relaciones que mantienen con mujeres, podemos observar que la relación amistosa es la que predomina, también encontramos “erótica” y “filial”. En cuanto a sus relaciones con hombres tenemos que son amistosas y en su mayoría filiales, en cambio con las mismas lesbianas sus relaciones son 100% amistosas.

Esta tabla además de la relación de tipo social, nos indica categorías en las que se divide cada relación.

3.5. Expresiones: Mujeres, Hombres y Lesbianas

Mujeres	%	Hombres	%	Lesbianas	%
Sexualidad	23	Mujeres	21	Rechazo familiar	70
Hombres	15	Relaciones	13	Aceptación	30
Problemas	11	sentimientos	15		
Mujeres	9	diversión	8		
Belleza	8	problemas	6		
sentimientos	7	sexualidad	6		
Salud	5	Familia	6		
Activ. intelectuales	4	hombres	10		
Relaciones	4	engaños	3		
Temores	4	Moda	3		
Familia	2	Act. económicas	2		
Diversión	2	Activ.			
	2	Intelectuales	2		
Valores	2	Conquista	2		
homosexualidad	2	homosexualidad	2		
independizarse	1	Valores	2		
Moda	1				

*** Tabla comparativa**

En esta tabla podemos observar los temas que tratan mujeres, hombres y lesbianas, según la presente investigación. Con 23% tenemos los temas más frecuentes son los sexuales; los hombres como tema principal de conversación tienen “mujeres” con 21%; a las lesbianas esta investigación les atribuye como tema central de sus conversaciones rechazo familiar con 70%.

Como podemos ver , las mujeres y los hombres presentan expresiones, es decir, temas de conversación muy similares, en ambos casos hablan de

“moda”, “mujeres”, “hombres”, “homosexualidad”, “sentimientos”, “problemas”, “diversión”, etc. Sin embargo las lesbianas son las que presentan temas muy distintos como son: “rechazo familiar” y “aceptación”.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y RESULTADOS

“¿Por qué necesitamos, en efecto, “verlo todo claro”? Creo que se trata de una necesidad más vital que propiamente intelectual: una necesidad que me atrevería a calificar de atávica o neurótica.”

Xavier Rubert de Ventós

Por qué filosofía

En el cuarto capítulo se presentan las interpretaciones de los resultados obtenidos durante el proceso de la investigación, producto de la confrontación del marco teórico con el análisis presentado en el capítulo 3, lo que nos permitirá contestar nuestra pregunta de investigación y concluir si la revista **15 a 20** resulta ser un producto comunicativo de carácter innovador o conservador a partir de los modelos de representación y roles de género que en ella se presentan.

La publicación **15 a 20** fue creada principalmente para mujeres, esto se ve reflejado en que precisamente en este género recaen el mayor número de acciones actitudes, relaciones y expresiones. Estos últimos 4 conceptos, son los que en conjunto brindarán los elementos para conforman el (los) estereotipo (s) femenino, es decir, la (s) formas de lo que significa ser mujer, según los modelos que presenta esta publicación. De la misma manera, se formarán los perfiles de los hombres y de las lesbianas.

4.1. Mujeres

Al ser **15 a 20** una publicación creada para mujeres, en ella se presentan distintos perfiles, facetas de las mismas, características que en conjunto presentarán la tendencia de representación de género que tiene dicha publicación en cuanto a mujeres.

En ocasiones se puede encontrar información que se inclina hacia el lado innovador, cuando en la revista se presentan mujeres seguras de sí mismas, independientes, fuertes, que se divierten y trabajan fuera de su casa, que tienen deseos, seducen, etc. Y en otras se tiene se apega al modelo clásico que representa la mujer, pues también presenta mujeres sentimentales,

inseguras, confiadas, que ayudan a los demás , protegen, son las encargadas del cuidado del hogar, es decir , características más que femeninas maternas. “quienes definieron la naturaleza femenina tuvieron cuidado de hacerlo a manera tal que implicara todas las características de la buena madre.”

4.2. Mujeres en 15 a 20.

Como su nombre lo indica esta revista, sus lectoras oscilan entre los 15 y los 20 años de edad, por lo que se supone aun no tienen obligaciones consideradas en el modelo clásico como propias de madres y esposas, son jovencitas en proceso de formación que entre sus mayores preocupaciones están divertirse y descubrir lo que les permitiría lograr un desarrollo profesional.

Actualmente “en el léxico de las mujeres también aparece el trabajo, asociado no sólo a las tareas domésticas, sino a las de tipo remunerado.”

Contrario a lo que se apegaría al modelo clásico, **15 a 20** presenta mujeres que trabajan, toman decisiones, tienen una participación económica importante en su hogar, se independizan, se divierten, de hecho, las acciones de diversión son de las más recurrentes en la tabla de acciones, van a antros, bailan, van a fiestas, ven películas, salen con varios chicos, escuchan música, asisten a conciertos, etc.

Sin embargo no sólo presenta imágenes femeninas innovadoras, también reproduce algunas representaciones clásicas, por ejemplo dentro de las actitudes más recurrentes encontradas en la revista **15 a 20**, las mujeres educan , brindan consejo, escuchan, comprenden; al mismo tiempo que son infantiles, inseguras.

Probablemente la parte infantil sea “normal”, pues en el rango de edad de las lectoras no se puede hablar de un ser humano completo; sin embargo también esa parte infantil puede significar dependencia, es decir, un ser que necesita protección.

Bajo la óptica del modelo clásico las mujeres son dependientes, pues su rol en el mundo es en función de, son las hijas de, las esposas de, las hermanas de, etc. La exaltación del amor maternal como valor simultáneamente natural y social favorable a la especie y la sociedad.

Otra actividad recurrente que se puede encontrar en las mujeres es la comunicativa, el diálogo se da principalmente entre amigas, en segundo lugar con la pareja y en menor frecuencia existe una comunicación con la familia.

Debido al rango de edad que maneja la publicación, no es raro encontrar mayor actividad de las mujeres con sus amigas y con su pareja que con los mismos padres.

En esta etapa, la cual puede considerarse edad juvenil, se definen ciertos patrones de conducta, por lo que es común encontrar imitación entre mujeres, pertenencia a grupos de amigas, puesto que las chicas entre sí se apoyan, se imitan. Ellas intercambian experiencias, en su mayoría sin ser criticadas por su mismo grupo, se divierten, por lo que no es raro que las amigas sean lo más importante en esta etapa.

En segundo lugar se mencionó la actividad comunicativa con la pareja, precisamente a los 15 años es cuando, comenta Julia Sherman, “las mujeres se encuentran en una búsqueda total del sexo opuesto, por ende se supone que tendrán varios encuentros con chicos”.

Este desarrollo de la habilidad comunicativa, puede deberse, entre otras causas, a la necesidad de las mujeres por crear vínculos, en los cuales pueda sentirse protegida, dependiente, por ello puede decirse que están orientadas a las relaciones con la gente.

Un alto grado de actividad comunicativa femenina, podría traducirse en un bajo grado de violencia, pues el diálogo es una forma de resolver conflictos, “las mujeres son menos activas físicamente y más sedentarias ya desde el

nacimiento; son más precoces en el área verbal, tienen mayor fluidez verbal y menos problemas de lenguaje oral y escrito” sin embargo, los datos del estudio realizado muestran que las mujeres también presentan frecuentemente acciones violentas, no quedándose atrás de los hombres.

En este punto cambiando el esquema tradicional femenino de pasividad y dulzura por uno más agresivo, en donde las mujeres también pelean, humillan, gritan, etc.

A pesar de aparecer como seres más independientes, dentro de la representación encontrada en el análisis de las mujeres **15 a 20**, aún existe la tendencia a la estabilidad, como se mencionó anteriormente, a las mujeres se les ha educado para las relaciones estables, la creación de una familia, etc.

Esta tendencia a la estabilidad se encuentra reflejada en el tipo de acciones amorosas que presentan, no sólo se enamoran, si no también buscan relaciones formales y se casan.

Las acciones de diversión y embellecimiento, forman parte de las más recurrentes entre el perfil de las chicas **15 a 20**, las primeras se deben seguramente al rango de edad que abarca la revista, puesto que se trata de jóvenes que además de responsabilidades como la escuela o el trabajo, son afectas a la diversión. Las mujeres al ser consideradas seres con facilidad de relacionarse con los demás y ser más comunicativas que los otros géneros, no es raro ver que sean las organizadoras de fiestas, salir a tomar café, a bailar, etc.

En cuanto a la cuestión del embellecimiento, es evidente en este análisis que las mujeres tienen más actitudes de vanidad, son las más preocupadas por su físico, tanto interna como externamente.

Entre las mujeres el estar “bellas” o flirtear es importante, pues como se mencionó en párrafos anteriores las mujeres tienden a la búsqueda de una pareja, de casarse, en fin de lograr la atención y en el mejor de los casos el

amor de un hombre, se peinan, maquillan , perfuman, cambian de look , hacen dieta extrema sin importar lo dañino que pueda ser con tal de lucir delgadas, son capaces de caer en trastornos alimenticios, ejercicios exagerados, esta manera obsesiva de ser bella, es una forma obsesiva de ser agradable al sexo opuesto, pues la apariencia física es el primer paso para agradar al otro, incluso dentro de lo que se considera seductor en la muestra analizada es ser atractiva, sexy, femenina, bonita, pareciera que ser bella es una meta, que por supuesto no todas alcanzan , por lo que a las que no lo logran , se les critica, se les hace menos, incluso una parte que llama la atención es que no conforme con no alcanzar la belleza tiene que aguantar las burlas de hombres y mujeres por su condición de “fea”. Esta discriminación se observa, de acuerdo al análisis realizado, por parte de hombres y de mujeres, teniendo los primeros, más acciones nocivas de este tipo.

Si las mujeres **15 a 20** se preocupan de manera exagerada por su físico y los hombres tienden a criticar más a las mujeres que no logran lucir “bellas” para alcanzar el amor de un hombre, esta situación se vuelve una competencia , por lo que tiende a haber rivalidad entre mujeres, probablemente no se menciona una pelea explícita entre ellas en el texto , pero al existir esa rivalidad , las mujeres tienden obsesionarse por un hombre, lo cual muestra a una mujer dependiente emocionalmente de él, es decir una mujer apegada al modelo clásico.

Las mujeres, buscan el amor, de una manera tradicional, pues buscan permanencia, relaciones formales y existe cierta dependencia, al respecto Lerer menciona, que las mujeres han sido educadas para la permanencia, estabilidad, pareja y familia. Sin embargo en este caso las mujeres sólo buscan el amor, pero no manejan con ello necesariamente la maternidad, esto se puede considerar un paso algo “innovador”, el que el amor ya no necesariamente vaya ligado a la maternidad , se pone entre comillas innovador, pues por se mujeres tan jóvenes a las que va dirigida la publicación , podría tratarse de información no especificada, es decir, no es conveniente que a esa edad formen una familia, por cuestiones tanto biológicas como de madurez, además que actualmente no es usual , pero la búsqueda de una relación

formal, casarse, tener una pareja estable , aunque no se mencione, puede ser un terreno preparado para la creación de una nueva familia.

Pensar que el éxito de la mujer se encuentra exclusivamente en el hogar, además “como en la sociedad humana la regla ha sido, desde los tiempos prehistóricos, el dominio de la hembra por el macho, los comportamientos estarán esencialmente cimentados en la obediencia de la mujer y la autoridad del hombre“, dependiendo de la sociedad esta desigualdad tendrá diferentes matices, sin embargo no deja de ser una construcción social, una representación basada en la desigualdad de los sexos desde este punto de vista pareciera que el papel de la mujer no está destinado a ser protagonista (salvo dentro del hogar; ser tiernas, pasivas y dependientes, el estímulo es pensar en éxito pero hacia dentro del hogar).

Ciertamente, el trabajo productivo de las mujeres, no es un fenómeno reciente, pues han contribuido a la reproducción hogareña con trabajo no remunerado en actividades dentro o fuera de su hogar, por ejemplo: trabajadoras domésticas, aprendices, obreras y empleadas. Lo cierto es que actualmente las mujeres cuentan con una gama más amplia de oportunidades laborales remuneradas fuera del hogar, así como el acceso a una educación superior que le permita desarrollarse profesionalmente.

En el estudio realizado por la revista NEXOS titulado ¿hombres y mujeres en qué creen? se comenta que fue precisamente a mediados de la década de los 70's cuando en México inició la disminución de la fecundidad, así de 7 hijos que se tenían en promedio por mujer, al día de hoy la cifra disminuyó notablemente quedando en un 2.4 hijos por madre.

La separación entre sexualidad y reproducción, da la pauta para que en lugar de los intereses económicos de la familia, se reconozca al amor como parte importante de la vida familiar y de pareja.

Kauffman menciona que “.mientras que la masculinidad reprime lo pasivo y el niño solo exige para si la actividad de los hombres, la niña descubre que nunca

poseerá poder masculino y que, en adelante, lo más que puede aspirar es a ser amada por un hombre: es decir, a perseguir activamente la pasividad”.

La mujer **15 a 20**, se encuentra en plena búsqueda del sexo opuesto, Tal búsqueda puede ayudar a comprender la excesiva preocupación por la belleza, pero también que las acciones de carácter sexual ocupen una de las más frecuentes dentro de este estudio debido a que los tres géneros presentan una intensa actividad sexual en diferentes presentaciones, desde el contacto físico hasta el virtual pues se hace referencia al cibersexo.

Actualmente, los medios de comunicación, incluyen temas de sexualidad, pues a diferencia de épocas tan represivas al respecto como la época victoriana, en la cual se marca una exagerada represión de códigos sexuales, durante los cuales además de la conducta sexual, la mujer cobra especial importancia.

Desde esa época la mujer ha sido considerada como un ser lleno de pecado, pues la peculiar aversión por lo sexual de aquellos tiempos, es descargado en la mujer, mientras que el hombre al ser imagen y semejanza de Dios, no podía ser el causante del pecado , por lo que la carga de poseer todas las tentaciones terrenales , del “culposo” sexo , y del demonio, recayó en la mujer, y desde el siglo XII se establece la división de la mujer buenas y malas(Eva vs María).

Mientras Eva representa el pecado, la lujuria; el culto Mariano se fomenta, pues María es desexualizada, libre de pecado, moviendo así a la mujer en la dialéctica de lo bueno, lo malo, lo deseable y lo indeseable.

Ya en la última década del siglo XIX estas ideas sexofóbicas empiezan a rebatirse, dando inicio al proceso de una nueva concepción de sexualidad.

Y ese rechazo trata de ser explicado por muchos estudiosos y se crean diferentes hipótesis, por ejemplo, se justifica por apostar a la conservación del grupo, por el temor del hombre a ser desplazado, temeroso de perder el poder, reprime a la mujer, para no tener que competir con ella.

En esta investigación se encuentran dos “tipos de mujer”, las buenas, aparecen con características que coinciden con atributos maternales, como ser entregada, responsable, aceptada, perfeccionista, agradable, simpática, protectora, consentidora, incondicional. Cabe destacar que entre las actitudes recurrentes de las mujeres se encuentran las de inseguridad y las alineadas.

Y dentro del rango de actitudes sexuales en las mujeres, se hace referencia a ellas como fáciles, lagartonas. Condenando así a las actitudes sexuales, pues la mujer que seduce, según el análisis es atractiva, bonita, sexy, femenina. A pesar de que por un aparte **15 a 20** presenta temas de sexualidad aparentemente de manera abierta, por la frecuencia y diversidad de los temas con respecto al sexo que aborda, por la otra finalmente regresa a dividir a las mujeres entre buenas y malas.

Las asociaciones más recurrentes en el léxico de las mujeres se hacen con cualidades físicas: belleza para la mujer y fuerza para el hombre.

Los hombres coinciden con ellas que el término de mujer, es decir, también recurren más a la palabra belleza, pero a sí mismos se asocian más con su rol de “proveedores de la familia”.

En México se observa una opinión favorable de la actividad económica femenina: 73.5% de los hombres encuestados por la revista NEXOS y el 91.1% de las mujeres parece dejar atrás la idea de la actividad pasajera, marginal y complementaria al ingreso familiar. Cada vez son más las mujeres que no sólo contribuyen económicamente en sus hogares, sino que son las principales proveedoras de los mismos.

Dentro del análisis aplicado a la revista **15 a 20** se encontró que las mujeres estudian, se preparan para tener un desempeño laboral, trabajan, mantienen familias e incluso se independizan, se mantienen a sí mismas, al lograr la independencia económica, por ende se tiene independencia de los hombres

15 a 20 innova, al reconocer la creciente incorporación de las mujeres en el mercado laboral.

4.3. Hombres en 15 a 20

Si bien por la naturaleza de la publicación no se pueden equiparar en cantidad los registros de mujeres con los de hombres, en este caso también se encontraron resultados interesantes durante la parte del desglose.

Dentro del relato se puede encontrar que la mayoría de las acciones de los hombres son:

- De carácter sexual
- Discriminación y maltrato hacia mujeres
- Diversión
- Seducción

En este caso **15 a 20** reproduce estas características se les han atribuido a los hombres históricamente, como se mencionó anteriormente a los hombres se les ha permitido desarrollar y ejercer más abiertamente su sexualidad, se les relaciona con el amor pasional, con la fuerza, el poder y dominio sobre otros (especialmente sobre las mujeres), en este caso se encontraron en alto porcentaje acciones de discriminación y maltrato hacia las mujeres.

La mayoría de las relaciones que presenta con mujeres es igualmente de carácter sexual y amorosa autoritaria, las relaciones que mantiene con lesbianas también son de carácter autoritario en su mayoría, es decir, el mantiene las riendas de la relación. En cambio en las relaciones que mantiene con otros hombres, estas en su mayoría son igualitarias, en algunos casos hasta subordinado.

En menor frecuencia aparecen relaciones en las que se subordina ante una mujer, pero aparece.

Un dato interesante es que las relaciones laborales de los hombres son únicamente entre ellos, no se presentan registros de relación laboral con mujeres ni lesbianas, por lo que se deduce que en el ámbito laboral aún tienen el control.

Sin embargo contrario al modelo tradicional, la publicación innova presentando modelos de hombres que abren su corazón, se enamoran, incluso dentro de sus temas de conversación buscan relaciones de pareja estables. En las actitudes sentimentales, se encuentra que los hombres son cursis, que se enamoran, dejando atrás la exclusividad de la creencia que el amor romántico es sólo para mujeres.

Colaboran con las actividades domésticas (actividades que históricamente se le habían atribuido a exclusivamente a mujeres)muestra hombres que tienen inseguridades, incluso, inmaduros, vanidosos, capaces de deprimirse.

Si bien muestra hombres responsables que protegen a su pareja y familia, también se hace mención tal vez por la edad del público al que va dirigida, hasta tienen actitudes infantiles.

Dentro del texto se encontró un hombre “ideal” (actitud alineada) debe tener características: agradable, sincero, espléndido, talentoso, satisfecho, divertido, etc.

4.4. Lesbianas en 15 a 20

Las lesbianas no aparecen tan frecuentemente dentro de la publicación como las mujeres o los hombres.

Al igual que los hombres las acciones más recurrentes en ellas son las sexuales y las nocivas, en estas últimas son las únicas que presentan la acción de consumo de drogas.

El 50% de las actitudes que presentan son de inseguridad.

Se les atribuye características como miedo, represión, sufrimiento.

Los temas recurrentes son rechazo familiar, aceptación

En el caso de Lesbianas a diferencia de las mujeres y los hombres dentro de **15 a 20** no se encontraron modelos “ideales” para esta interpretación de género

Si bien **15 a 20** innova introduciendo lesbianas como una representación distinta a la tradicional hegemónica de género, conserva el tratar el tema con reserva, incluso con cierto rechazo.

Conclusiones.

Tomando como base los elementos de la interpretación obtenida del cuarto capítulo se obtuvieron las siguientes conclusiones.

15 a 20 no es un producto comunicativo totalmente innovador ni totalmente conservador, puesto que así como introduce novedades en la representación hombres y mujeres, también conserva algunas representaciones ya arraigadas. A pesar de que presenta una tercera interpretación de género (lesbianas) no le da importancia, no las niega, pero parece interesarle conservar únicamente las dos interpretaciones clásicas.

En el caso de los hombres, innova reconociendo que son seres capaces de expresar sentimientos, sufren se enamoran, buscan relaciones estables, caso contrario a la histórica represión de los mismos, pero reproduce la imagen de poder y abuso hacia las mujeres en ellos.

En el caso de las mujeres innova reconociendo la creciente participación de ellas en el campo laboral, incluso en la manutención de familias completas, pero no se les incluye en la mención de relaciones laborales con hombres.

Innova presentando mujeres con actividad sexual, que se divierten, que salen con varios hombres y conocen gente nueva.

15 a 20 Para las mujeres sigue siendo importante la constante búsqueda del amor, además de encontrarse entre los temas más recurrentes, siempre hace todo por conservarse bella y agradar al sexo opuesto.

Conserva al dividir a las mujeres en buenas y malas, A las primeras se les da características maternas protectora, consentidora, consejera y a las segundas se les caracteriza por medio de actitudes sexuales.

Innova presentando otra interpretación de género (en este caso las lesbianas) mismo que no es novedoso, pero conserva tratando el tema de manera superficial y sólo por no negar que estas existen en el plano de la realidad, sin embargo de ellas solo menciona situaciones negativas que cualquier persona que observe las tablas puede concluir que ser lesbiana es equiparable a sufrir dentro de la sociedad.

Es interesante ver cómo a partir de un texto aparentemente con tan poco contenido como en un principio consideré a esta publicación se puedan identificar modelos tan marcados de representaciones y roles de género.

En un mundo de constantes cambios la comunicación no puede quedarse atrás e ignorar lo que sucede en la realidad.

15 a 20 se puede decir que se inclina más al lado innovador por presentar innovaciones en cuanto a modelos de representación de género, efectivamente la publicación está al tanto de los cambios sociales; sin embargo confirmamos que no se puede decir que sea totalmente innovador o totalmente conservador pues requiere de esta dialéctica para garantizar su permanencia.

Fuentes consultadas.

Libros

BERIAIN, Josetxo. "Representaciones colectivas y proyecto de modernidad". Anthropos. 1ª ed, Barcelona, Marzo 1990.255pp

BADINTER, Elizabeth. "¿Existe el amor maternal?". 1ª edición castellana, Paidós Pomare. Colección padres e hijos, Barcelona 1981,311pp

BEAUVOIR, Simone. "El segundo Sexo". Alianza. México, 1982. 624pp.

BORNAY, Erika. "Las hijas de Lilith". CÁTEDRA 3ª ed. Madrid 1998. 404pp.

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA (CEPAL). "Mujeres en América Latina". Aportes para una discusión. 1ª. Edición, Fondo de Cultura Económica, México1975, 201pp

GIDDENS, Anthony. "la transformación de la intimidad" Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Trad. Benito Herrero Amaro.Ediciones Cátedra 2ª ed. Colección teorema Serie mayor, Madrid 1998,188pp

HIERRO, Graciela. "Ética y feminismo". UNAM. México, 2003. 258pp.

KAUFMAN, Michael. "Hombres placer, poder y cambio". Santo Domingo: CIPAF 1989, colección teoría, 99pp.

LAMAS Marta. "Cuerpo: Diferencia sexual y género". 1ª edición. Taurus. Pensamiento, México 1992, 214pp

LERER, María Luisa. "La ceremonia del encuentro". 1ª. Reimpresión. Paidós. Argentina 1994,201pp

MARTÍN Serrano, Manuel. "La mediación social"- los usos de la comunicación-. Akal. Madrid 1978,135pp

MARTÍN Serrano, Manuel. "La producción social de comunicación". 2ª ed. Alianza, México 1993, 149pp

REVILLA BASURTO, Mario. "Comunicación y Reproducción". Una reflexión desde el caso Telmex, tesis de Maestría, CADEC, México 2001. p7-20.

SHERMAN, Julia A. "Psicología de la mujer". 1ª edición castellana, Ediciones Marova, Madrid 1978, 353pp

Revistas

Revistas analizadas

Revista, "15 a 20". Enero, México 2003 #161, 104pp

Revista, "15 a 20". Febrero, México 2003 #162, 104pp

Revista, "15 a 20". Marzo, México 2003 #163, 96pp

Revistas consultadas

LÓPEZ , María de la Paz "Hombres y Mujeres: ¿en qué creen?" revista Nexos. Febrero, México 2002

Internet

15 a 20 "Conócenos". [http:// www. 15ª20.com.mx](http://www.15a20.com.mx), Agosto1, 2003.

Berthelot Olivier, Henry Natacha. masculino/femenino las identidades en entredicho." www.france.diplomatie.fr/label_france/ESPANOL/DOSSIER/femmes/07identites.html. Dossier. "Septiembre.2003

PISANO Margarita. www.mpisano.d/descambb/dcap4.html "el corte conflicto de lo masculino/femenino". Septiembre2003.