



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE BIBLIOTECOLOGIA**

**SEIS AÑOS DE LA REVISTA *fem* VISTOS A TRAVÉS
DE LA BIBLIOMETRÍA**



T E S I N A
PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN BIBLIOTECOLOGÍA
P R E S E N T A :
SONIA ROMERO CORONA

ASESORA: DRA. JUDITH LICEA DE ARENAS

COLEGIO BIBLIOTECOLOGIA

2005



**FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
U.N.A.M.**

0349837





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Dedicatoria

Esta tesina está dedicada a mi padre José Romero Cervantes por sugerirme estudiar esta carrera y por todos sus consejos. Disfrútalo adonde quiera que estés.

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecerle a Dios por permitirme llegar a este momento y por darme las fuerzas y la fe para estudiar esta carrera.

También quiero agradecer mucho a mi mamá Rebeca Corona Martínez y a mi hermano Miguel Ángel Romero Corona por apoyarme siempre en este proyecto. Este logro es también de ustedes.

A toda mi familia por su apoyo moral, en especial a mis primos Maricela, Keyla, Andrea, Jorge y a mis tías Prisca, Chelo, Magda y Mica

A todos mis amigos que conocí en la carrera de bibliotecología. En especial a mis dos grandes amigos que son: Enrique García Bautista y Fabiola Rosales Salinas.

A mi asesora Dra. Judith Licea de Arenas por guiarme en mi tesina, además por su gran paciencia y profesionalismo.

A todos mis sinodales y maestros por compartir todos sus conocimientos conmigo. Muy en especial al Lic. Daniel de Lira Luna y al Maestro Eric González por orientarme en todas mis dudas académicas.

A todo el personal de la Biblioteca Central de la UNAM por su gran ayuda para realizar esta investigación.

A todos mis amigos, compañeros y autoridades de la Biblioteca de México. "José Vasconcelos" por apoyarme en esta investigación.

¡Cualquier cosa que valga la pena tener merece que se trabaje por ella!

-Andrew Carnegie

Las mujeres constituyen la mitad de la sociedad. Si las mujeres no se liberan, entonces la sociedad no es libre.

-Ho Chi Minh.

No deseo que las mujeres tengan el poder sobre los hombres, sino sobre ellas mismas.

- Mary Wollstonecraft

Índice

Introducción

1 Revistas femeninas

1.1 Concepto.....	1
1.2 Características.....	1
1.3 Objetivos.....	2
1.4 Las revistas femeninas como subliteratura.....	2
1.4.1 Subliteratura.....	2
1.5 Historia de las revistas femeninas.....	4
1.5.1 En el mundo.....	4
1.5.2 En México.....	7
1.6 Tipos de revistas femeninas.....	14
1.7 Temas comunes.....	21

2 Revistas feministas

2.1 Concepto de feminismo.....	25
2.2 Las feministas y los medios de comunicación impresos.....	26
2.2.1 Publicaciones periodísticas feministas.....	28
2.3 Historia de las publicaciones feministas.....	29
2.3.1 En el mundo.....	29
2.3.2 En México.....	32

3 Revista *fem*

3.1 Historia.....	39
3.2 Objetivo.....	45
3.3 Importancia.....	45
3.4 Periodicidad y tiraje.....	47
3.5 Directores generales	47
3.6 Directorio actual.....	47
4 Métodos	50
5 Resultados.....	52
6 Discusión.....	65
Conclusiones.....	67
Notas y referencias	68

Índice de cuadros

Cuadro 1. Número de artículos publicados en la revista <i>fem</i> por mes y año.....	52
Cuadro 2. Distribución de artículos publicados en la revista <i>fem</i> por autoras.....	53
Cuadro 3. Distribución de artículos publicados en la revista <i>fem</i> por autores.....	55
Cuadro 4. Distribución de las secciones publicadas en la revista <i>fem</i>	58
Cuadro 5. Distribución temática en la revista <i>fem</i>	60
Cuadro 6. Género periodístico de los artículos publicados en la revista <i>fem</i>	63
Cuadro 7. Género literario de los artículos editados en la revista <i>fem</i>	64

Índice de ilustraciones

Fig.1 Revista Harper's Bazaar.....	10
Fig.2 Revista Cosmopolitan.....	12
Fig.3 Revista Eres.....	13
Fig.4 Revista femenina de información general.....	15
Fig.5 Revista femenina especializada y de divulgación.....	19
Fig.6 Revista femenina especializada de servicios.....	20
Fig.7 Revista El Álbum de la mujer.....	34
Fig.8 Revista Violetas del Anáhuac.....	35
Fig.9 Suplemento feminista Triple Jornada del periódico La Jornada.....	38
Fig.10 Revista fem del año 1991.....	42
Fig.11 Revista fem del año 1998.....	43
Fig.12 Revista fem del año 2003.....	44

Introducción

El movimiento feminista desde un principio ha luchado por la equidad de género, por tanto, para expresarse éstas siempre han necesitado de los medios de comunicación, principalmente de los impresos como: revistas, periódicos, etc. Actualmente existen otros medios de comunicación como los electrónicos y las telecomunicaciones que también sirven para dar conocer el significado del feminismo, pero no han podido eliminar los medios impresos, porque aún siguen siendo la fuente principal de difusión.

En México se publicaron las primeras revistas feministas hace 180 años, sin embargo sus periodos de vida eran muy cortos. No obstante, en 1976 aparece una revista de nombre *fem* que ha superado a todas las revistas de su género, ya que se editó durante 30 años; este largo periodo de vida la convierte en la revista feminista más permanente e importante de México y en general de Latinoamérica.

El objetivo de hacer este estudio bibliométrico es conocer la tendencia de los artículos de la revista, además de otros aspectos importantes como: las autoras y autores más productivos, secciones más cotidianas, los temas más importantes para revista, los géneros periodísticos y literarios más comunes entre los autores durante los últimos seis años de esta revista (1999-2004).

Esta investigación se divide en tres capítulos que tratan los siguientes temas:

Capítulo 1 Revistas femeninas: Se describe en forma breve la historia, el objetivo y la influencia de estas revistas que son leídas por una cantidad importante de mujeres y se consideran como las antagonistas de las revistas feministas.

Capítulo 2 Revistas feministas: Aquí se analiza la importancia de los medios de comunicación para el movimiento feminista y, además se da a conocer un cuadro cronológico de las primeras revistas feministas tanto en el mundo como en México.

Capítulo 3 Revista *fem*: Aquí se narra en forma breve la historia, el objetivo y organización editorial de la revista.

Los resultados, sin duda alguna, servirían a otras publicaciones dedicadas a las mujeres, revistas donde la equidad de género tendría que hacerse explícita.

Finalmente se presentan las conclusiones más significativas de la investigación; así como las referencias bibliográficas que aportan el sustento teórico de la presente tesina.

1. Revistas femeninas

1.1 Concepto

Según Gallegos Ayala⁽¹⁾, las revistas femeninas son: “Las publicaciones que están pensadas y dirigidas fundamentalmente a las mujeres, centradas en el ámbito de lo privado y cuya temática, enfoque y lenguaje utilizado se refiere y define lo que es ser mujer, hoy por hoy, en nuestra área cultural.”

Con la definición anterior se puede decir que las revistas femeninas generalmente centran sus contenidos para decirnos cómo debemos ser las mujeres, ya sea en el hogar, el trabajo, en lo familiar y en lo físico, así que las miles de mujeres que tienen acceso a estas revistas viven convencidas de estar cumpliendo con su papel y con su destino de matrimonio y maternidad, con su naturaleza y ser lleno de abnegación, dulzura y fragilidad⁽²⁾

1.2 Características

Estas revistas se caracterizan de las demás publicaciones periódicas por tratar temas de la vida cotidiana, del arreglo personal, aspectos sentimentales y amorosos; pueden publicarse semanal, quincenal y mensualmente. Y, aunque están dirigidas a las mujeres, es curioso ver que no se orientan hacia todas las mujeres, ya que los altos costos de las revistas, que oscilan entre los 30 y 45 pesos, éstas sólo pueden ser adquiridas por mujeres que pertenecen al estrato medio de la población, olvidando así a los grupos populares.

1.3 Objetivo

El objetivo primordial de estas revistas es fomentar el consumismo, es decir, que utilizan la publicidad para inducir a sus lectoras al consumismo. Charles ⁽³⁾ lo explica al decir que:

“Su objetivo último no es otro que introducir a la lectora en el consumismo. Por eso, aunque se presenta como su aliada, no la provee del conocimiento necesario para concienciarse de la historia de la subordinación común. En cambio, se dedica a convertirla en ávida compradora, lanzando el anzuelo de los productos dietéticos y las cremas contra el envejecimiento”.

Con esto podemos explicar que gracias a la publicidad, estas revistas promueven el consumismo entre las mujeres, sin importar el sentimiento de insatisfacción que pueden provocar en éstas, debido que:

“Para que las mujeres seamos consumidoras incansables es necesario que la publicidad nos haga sentir insatisfechas pero, a la vez, nos haga creer firmemente que al comprar objetos podemos cambiar nuestra situación y ser felices.”⁽⁴⁾

1.4 Revistas femeninas como subliteratura

1.4.1 Subliteratura

La subliteratura es una forma de lectura para hacerse en el tiempo libre y dirigida a las mentes que requieren de un mínimo esfuerzo de pensar. Trata

de mantener los valores vigentes de la sociedad para así incrementar el capital de las industrias que las producen. Por tal motivo, la subliteratura carece de valores estéticos, se sujeta sólo a las leyes de la oferta y la demanda. ⁽⁵⁾ Esta literatura se fabrica en serie.

Las revistas femeninas se consideran como subliteratura porque cumplen con las características que distingue a ésta:

- 1) Univocidad en su significado, puesto que es redundante. En todo mensaje se establece una identidad entre significante y significado, planteado por el autor, que será renovada por el decodificador; pero en tanto que el mensaje poético se carga de ambigüedad, de estructuras que estimulan las interpretaciones múltiples que obligan a fijar la atención en su propia estructura, el código subliterario remite a un código familiar que se conocía antes de recibirlo
- 2) Pronta caducidad: Su estar al día, ofrecer siempre “ algo nuevo” en consecuencia lo hace efímero.
- 3) Provocación de efectos: la emisión del mensaje subliterario se basa en la existencia de un sistema de posibilidades previsibles: trata de parecer bello, moral y vanguardista. ⁽⁶⁾

Las revistas femeninas, al momento de cumplir con estas características provocan que las lectoras escapen de la realidad y se identifiquen plenamente con los personajes. Así, se crea una realidad hermoseedada, presentando no “lo

que es”, sino “ lo que se debe ser”, dejando ver, así, que lo que se comunica es un contenido ideológico inspirado en el conformismo

Estas revistas también son consideradas como subliteratura porque aparecen como una expresión más de comunicación colectiva y, por ende, forman parte integrante de la industria de la cultura. Son medios sociales de evasión de la vida diaria de la mujer masa a quien va dirigida y la cual ésta acepta debido a la gran diversidad de títulos y tipos que existen.

1.5 Historia de la revistas femeninas

1.5.1 En el mundo

En “1693 empezó en Inglaterra la primera publicación femenina *Ladies Mercury*. Durante los 150 años siguientes se desarrollaría un estilo de comunicación, es decir, una polarización entre la prensa masculina -sobre el mundo de los negocios, la política, la vida pública, etc.- y la prensa femenina, galería mundial del vestido, el chismorreo y el comportamiento social. Una dominada por los hechos (masculino), y otra por los sentimientos (femenina). Tanto si el diario es popular como de calidad, la sección de mujeres y contenido no cambia. Los diarios, incluso radicales, incluían páginas especiales para la mujer sobre modas, belleza, salud, asuntos domésticos, etc.”
(7)

Durante el siglo XIX las revistas para “mujeres” se convirtieron en las “instructoras” y “educadoras” de las mismas. Aquéllas revistas se producían

en una sociedad de corte tradicional, escasamente industrializadas y con un concepto cultural basado aún en los cánones aristocráticos.

En nuestros días este formato de ser “educadoras” e “instructoras” sigue siendo igual, pero observamos, algunos cambios que menciona García en una entrevista que le hizo Ruiz Pavón⁽⁸⁾:

“Si vemos una revista femenina de los años 30 y otra de los noventa, creo que hay ejes que son constantes porque la imagen de la mujer se ha mantenido como ama de casa, madre de familia, joven que busca marido. Aunque ha sufrido ciertas modificaciones, esta imagen tiene una constante básica: el trabajo en el hogar, el de la mujer que está al cuidado de los niños, de la economía doméstica. Esa imagen simplemente ha variado en la moda, en que salen nuevos productos para cumplir mejor esa función, pero que va muy ligada a esos términos de utilidad; ahora encuentras 20 limpiadores: uno para el baño, otro que es mata gérmenes, con mil cosas, una característica propia del mercado”.

Hay otra imagen que ha variado mucho más. Quizá era muy difícil presentar una mujer estilo *Cosmopolitan*, que es un fenómeno totalmente vinculado a los movimientos de liberación feminista en Estados Unidos en los años 70 del siglo pasado, que después se trasladó a México, pero que obedece a esas modificaciones, las que se dieron en el entorno social como la incorporación de la mujer a los ámbitos laboral y educativo. En los años 30 del mismo siglo XX era muy difícil encontrar productos específicamente destinados a la mujer que va a trabajar, desde cosméticos hasta ropa y accesorios de oficina, un automóvil, una tarjeta de crédito.

También han cambiado otras cosas, como la carga de sexualidad en la publicidad, que es mucho más manifiesta cada vez, incluso en la forma de vestir, en el tipo de modelo, en las partes del cuerpo que se muestran, en las connotaciones que se dan en el doble sentido a nivel lenguaje y a nivel sugerencia de imagen.

La imagen de la mujer aunque ha cambiado, básicamente sigue estando en los mismos términos porque la sociedad no ha llegado a modificar amplia y totalmente el patrón, la mujer sigue estando a cargo de la familia, sigue siendo la mano que mece la cuna, el soporte a nivel ama de casa, madre. Pero también tiene este otro papel en la actividad económica, clásico de la sociedad de fines del siglo pasado.

Por último, es importante recalcar que las revistas de mujeres del siglo XX y de este siglo tienen un mensaje implícito en todo su contenido: cómo transformarse en una mujer triunfadora, con éxito en todos los aspectos de la vida. Y al ser esto imposible, se produce un sentimiento de insatisfacción en las lectoras, ya sea en su físico, en sus funciones y en sus relaciones amorosas, de tal forma que requieren de la lectura de éstas que, a su vez les brindan multitud de recetas para encaminarse al modelo planteado como ideal. La mayoría de ellas encaminadas al consumo de artículos que, supuestamente, le ayudarán a esta imposible tarea.

1.5.2 En México

Las primeras revistas femeninas mexicanas aparecieron aproximadamente hace 150 años. Las más importantes eran: *Panorama de las señoritas mexicanas* (1842) y *El presente amistoso de las señoritas mexicanas* (1847)⁽⁹⁾.

El objetivo principal de estas revistas era adoctrinar moralmente a las mujeres a través de textos en prosa y en verso en los que se difundían “preceptos morales, lecciones útiles y la educación” para el amor y la debida atención de una casa; o sea una potente educación ideológica y sentimental para las mujeres de esa época.

Las revistas del siglo XIX enseñaban a la mujer a ser sumisa y pasiva. El modelo de mujer ideal de esa época era ser una mujer pasiva, sin facultad creadora, poco fecunda de ideas y de una esfera limitada.

Los mensajes que se leían en estas revistas eran:

- ❖ Las mujeres son inferiores al hombre por mandato divino
- ❖ A las mujeres les hace daño saber porque las echa a perder al distraerlas de sus deberes.
- ❖ Ser fieles a la religión cristiana como María.

Según García⁽¹⁰⁾ la primera revista femenina en el siglo XX en nuestro país fue *La familia* :

“ *La familia* fue la primera revista dedicada exclusivamente a la mujer, que se publicó en México con un elevado tiraje. En los años veinte llegaban al país otras revistas femeninas, pero no alcanzaban popularidad por su escasa distribución: por ejemplo, la revista *Para ti*, publicada en Argentina, fundada en 1922.

La familia inició su publicación en 1930, editada e impresa por Libros y Revistas S.A.; Francisco Sayrols era su propietario, a la vez que poseía la principal distribuidora de revistas en esa época”

La familia basaba su venta esencialmente en las labores de costura, en las recetas de cocina y en otros temas que aún se incluyen en las revistas femeninas: consultas sentimentales, cartas de las lectoras pidiendo consejos, belleza, moda, decoración, bordados (incluyendo patrones y moldes), normas de etiqueta, cómo comportarse en las fiestas, la manera de servir la mesa, etcétera.

El contenido de *La familia* correspondía a la forma de pensar en esa época. La mujer estaba dedicada exclusivamente al hogar; su ocupación era cuidar a los hijos, tener bien preparada la comida, la ropa limpia y la casa aseada. La revista proponía ser muy femenina y esperar a llegar a ser la esposa o la madre, pero las técnicas para conquistar a un hombre que llenan las páginas de las revistas femeninas en la actualidad no existían en *La Familia*.

A principios de los años sesentas surgen otras revistas, la Hearst Corporation introduce *Vanidades Continental* y *Buenhogar*; funda una

editorial de revistas y en 1963 establece una distribuidora que años después acapararía cerca del ochenta por ciento del mercado.

El establecimiento de empresas norteamericanas incorpora modernas técnicas de impresión, papel de mejor calidad, portadas llamativas en color, un formato novedoso, y desplaza a las empresas nacionales que se dedicaban a la publicación de revistas de este tipo.

Las revistas que se publicaron a partir de 1960 trataban de moda, belleza, decoración, entrevistas con artistas de cine, aunque continuaban limitando el mundo de la mujer a su esposo, su casa y sus hijos; aportan como aspecto novedoso el hacer un lado cierto tradicionalismo al tratar algunos temas.

Mujer de hoy publicada en México por editorial Géminis desaparece en 1968.

Vanidades, *Claudia*, *Buenhogar* y *Kena* dominan el mercado de las revistas femeninas, son las únicas de importancia hasta 1973 en que surgen nuevas revistas.

En 1973 aparecen *Bienestar* de editorial Mex-Ameris, *Fascinación*, y *Cosmopolitan* de Publicaciones Continentales. De ellas, *Cosmopolitan* es la que muestra un enfoque distinto, proveniente de Estados Unidos como respuesta al movimiento de liberación femenina. (Fig.1)



Fig.1 Revista *Cosmopolitan*

En 1976 se publican *Casa, Mujer, Ser mujer, El mejor bordado* y también en este mismo año surge *Activa* en medio de una gran campaña publicitaria impulsada por Provenemex.

En 1977 Provenemex lanza otra revista femenina, *La Buena vida*.

En 1978 surgen otras dos revistas: *Coquetas e Intimidades*.

A partir de los finales de los ochenta y principios de los noventa desaparecen algunas revistas como *Activa, Ser mujer*, etc.; sobreviven *Kena, Vanidades, Cosmopolitan*, éstas dos últimas, bajo la tutela de publicaciones Televisa, la cual en los noventas se encargaría de traer otras revistas femeninas de renombre internacional como *Harper's Bazaar* (Fig.2) , *Elle* , entre otras. Es importante decir que Televisa también se encarga de crear revistas femeninas de tipo juvenil que están dirigidas a mujeres de 15 a 20 años, aunque también las pueden leer hombres jóvenes que están en el mismo rango de edad, cómo es el caso de *Eres*, una de las revistas más leídas en nuestro país en la actualidad. (Fig.3)



BAZAAR
EN ESPAÑOL

ESTE VERANO
\$15,00

513
IDEAS
NUEVAS
TENDENCIAS
EN MODA
Y BELLEZA

ASHLEY JUDD
MEY AL
ESTILO AMERICANO

PIEL
ESPECTACULAR
A LA ADOLESCENCIA

COMPRALO HOY
EL MINTAGE
DEL MANANA



SEXO
TÁNTRICO
DESDE **ORIENTE**

Fig.2 Revista *Harper's Bazaar*

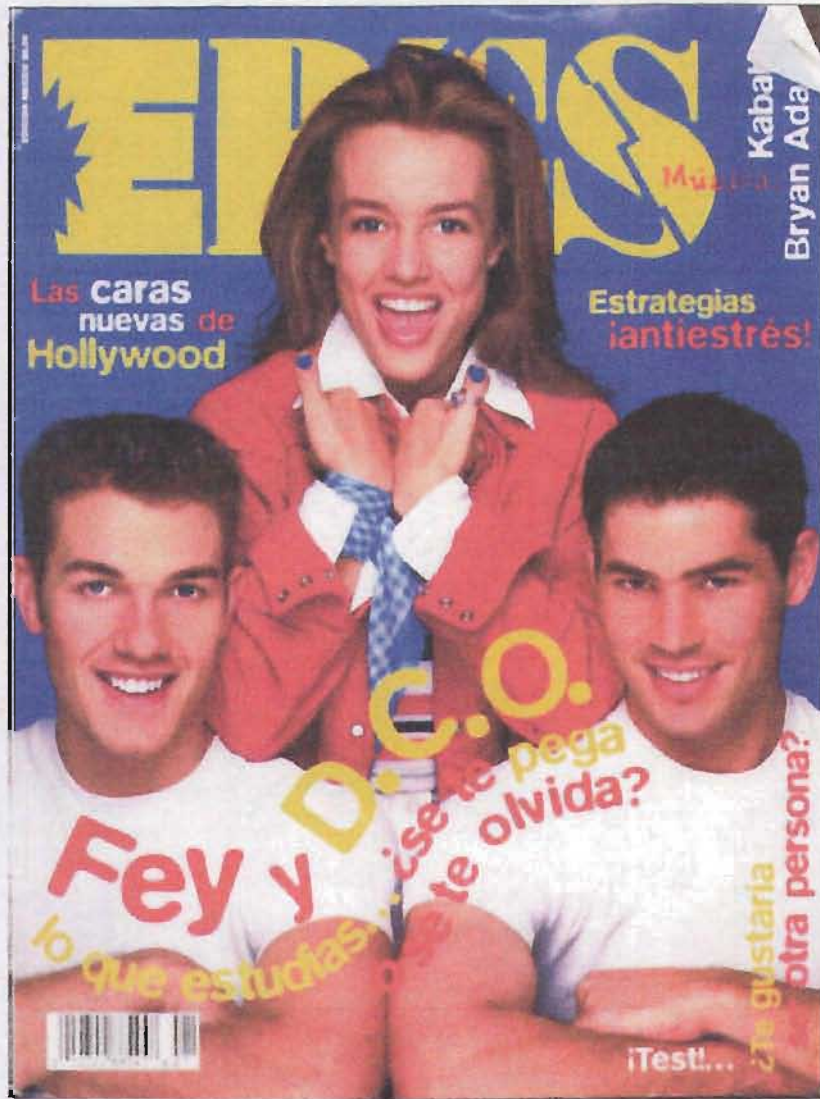


Fig.3 Revista *Eres*

1.6 Tipos de revistas femeninas

Las revistas de mujeres se pueden clasificar en tres tipos:

A) Revista femenina de información general: La revista de información general ofrece una visión global de lo que es y representa “ ser mujer” en la sociedad actual. (Fig.4)

Este tipo de revista se caracteriza por tener los siguientes rasgos:

* El llamado trinomio Belleza-Amor-Hogar⁽¹⁾, el cual se explica brevemente:

I. Belleza: La belleza como aspiración y como ritual. Esta parte de belleza está unida a dos conceptos muy importantes en las revistas de mujeres de información general:

- Moda. Es importante en estas revistas, ya que sirve para obtener la belleza o para ocultar la fealdad.
- Juventud. Este concepto de juventud es clave en las revistas, ya que sin juventud no hay belleza. De ahí que hay que mantenerse joven.

II. Amor: La importancia del amor en las revistas es fundamental; el amor ocupa en las revistas femeninas un lugar destacado ya que a través del amor se supone que se alcanzará la felicidad.



Fig.4 Revista femenina de Información General

III. Hogar: El hogar entendido como el lugar donde se materializa la felicidad, concepto que subyace en todos los contenidos de la revista femenina. El hogar es representado como un espacio, no sólo físico, que trasciende el marco de las paredes para convertirse en una idea, en un concepto. El hogar como reducto para las relaciones interpersonales gratificantes, para reponer fuerzas físicas y psíquicas.

Por tanto, puede decirse que este trinomio se conforma de la siguiente forma:

“Si obtenemos la belleza conseguiremos el amor que nos dará la felicidad, lo cual se materializará en el hogar.” ⁽¹²⁾

* El tono y estilo de la comunicación:

Una segunda característica común en todas las revistas femeninas de corte general es el tono empleado en la comunicación. La prensa femenina ha institucionalizado el estilo intimista de comunicación. La revista, efectivamente, pretende convertirse en una amiga en la que se puede confiar.

* La portada y el nombre:

Por último, otro rasgo que caracteriza a esta revista femenina es el título y la cubierta.

En cuanto a la cubierta de la revista, es:

Un distintivo que la diferencia de las demás

Una propuesta idealizada de cómo podría ser la compradora

La carta de presentación que vende no sólo esa revista sino todos los demás productos que en ella se anuncian.

Puesto que la revista propone, globalmente, un modelo de mujer, la cubierta de la revista es la concreción de ese modelo. Las revistas actuales han popularizado un único recurso: la foto en primerísimo plano del rostro de una mujer, junto a nombres cortos y sonoros, con frecuencia de mujer o que hacen referencia a un aspecto de la personalidad femenina.

La cubierta es pues un espejo idealizado de cómo a la compradora le gustaría ser. Induce a imitarla.

Por tanto, los tres rasgos sobresalientes de las cubiertas de estas revistas son las siguientes:

La belleza de las modelos según los cánones en uso (la perfección de los rasgos es total.

La juventud de las mujeres fotografiadas, entre adolescentes y veinte añeras. Pero nunca superiores a 30 años.

Estilo y personalidad que desea transmitir.

Resumiendo podríamos decir que la revista femenina tiene como objetivo fundamental lograr que las mujeres sientan deseos de imitar a las modelos que aparecen en la cubierta.

Otro rasgo distintivo de las revistas femeninas son los nombre de ellas, generalmente cortos, sonoros y que hacen referencia, de alguna manera, a la mujer.

B) La revista especializada de divulgación y orientación: Son todas aquellas que no ofrecen una “visión global”, sino que se especializan en un terreno concreto, en un aspecto de ámbito doméstico, por ejemplo, en asuntos que tienen que ver con la paternidad y maternidad, o revistas que se centran en todo lo referido a la salud o la moda. (Fig.5)

C) La revista especializada en servicios: Son aquellas revistas muy especializadas en un tema muy concreto, sobre el cual gira todo el contenido de la revista. Por tanto, los márgenes en la inclusión de temas son relativamente estrechos. (Fig.6)

Las revistas especializadas para la mujer (tanto las de divulgación y orientación como de los servicios), siempre han incidido en ese carácter “práctico”, ofreciendo a todas aquellas mujeres que por afición o profesión está relacionada con el tema, la información necesaria para sacar el máximo provecho de los recursos de que disponen (tiempo y dinero)



Fig.5 Revista femenina especializada y de divulgación



Fig.6 Revista femenina especializada de servicios

1.7 Temas comunes en las revistas femeninas

García ⁽¹³⁾ menciona que las revistas femeninas tienen los siguientes tipos de temas comunes:

- 1) “Belleza: Esta sección se forma con páginas de consejos de belleza, de artículos sobre el cuidado del cabello. Se caracteriza por estar ligada estrechamente a la publicidad. La belleza se eleva como principal cualidad femenina, lo que es imprescindible para la mujer, y para conseguirla, se le aconseja la compra de pinturas, mascarillas y todo tipo de artículos de belleza.
- 2) Moda: Moda es lo “novedoso”, lo que evoluciona constantemente referido a la ropa; presentan todas las vestimentas posibles, para todo tipo de reuniones y ocasiones, desde el traje informal hasta la ropa de gala; y claro, están las fotos de artistas y personajes, las colecciones de temporada y la costura internacional.
- 3) Cocina: La cocina se considera en las revistas como un aspecto importantísimo y determinante en la vida de la mujer. La ideología le ha señalado ese lugar, donde ella es señora y manda, donde nadie le dice qué tiene que hacer. Las revistas femeninas le aconsejan y le sugieren menús.
- 4) Decoración: La decoración gira, como los temas anteriores, sobre lo moderno, llámese “suntuoso” o “funcional”. Presenta objetos para todos los gustos, desde el departamento, hasta la mansión de una estrella

famosa. El confort es adquirible por medio de los objetos, la decoración como cumbre de confort, muebles, tapiz, lámparas, cuadros, aun la misma arquitectura moldeando la vida de los individuos.

- 5) Medicina: Las revistas incluyen una sección donde se hacen preguntas a un médico o se presentan artículos escritos por médicos para recubrirlos de un carácter científico y una credibilidad por la fuente. Bajo esta justificación médica se incluyen artículos “documentados” o escritos por expertos, donde se tratan temas como dietas, los anticonceptivos, la cirugía plástica. Es la belleza tratada a nivel médico.
- 6) Psicología y pruebas: Estas dos secciones que adquieren gran importancia en los últimos años. La psicología está reducida a un nivel simplista. Es el empleo de una disciplina científica en una praxis banal y manipuladora. Junto a la psicología se brindan los “tests”, encaminados a “conocerse”, a saber cómo se es realmente.
- 7) Astrología, horóscopos, espiritismo: Del conocimiento clínico, supuestamente basado en la realidad, en contacto con problemas reales, se pasa a la magia, a la astrología, a los horóscopos, dentro de ellos están incluidos la parapsicología, “lo inexplicable”, “el más allá”. Un fetiche más, las soluciones mágicas que disiparán temores y proveerán felicidad.
- 8) Cultura: Lo que se domina “cultural” aparece en las revistas como una nueva forma de consumo, se ofrece como un nuevo estilo, como una actividad consumidora. Dentro de esto brindan “el enterarse”, “ el estar

al tanto” de libros, pintura, cine, aprendidos con recetas, para recitar o comentarse y aparecer como “conocedora”.

- 9) Turismo: El turismo es una forma más de consumo que en las revistas se aprovecha y motiva el deseo de distracción, de salir a centros de atracción. Las revistas convierten al turismo en una rutina igualmente elaborada; la salida de lo cotidiano se convierte en visitas organizadas, en fechas fijas, en un consumo preestablecido.
- 10) Espectáculos: En la relación real-imaginario, las revistas femeninas incluyen “el mundo del espectáculo “: Los artistas son presentados a nivel “chisme”, y a la vez los reportajes pretenden acercarlos como personas comunes, hogareñas, como cualquier otra, pero no falta la dimensión de los escándalos, el relato de su ascenso a la fama, o la0s fotos y las historias fantásticas.
- 11) Cuentos y novelas: Lo fantástico culmina en las páginas de las novelas, en los cuentos y con los éxitos de librería condensados y publicados por entrega.
- 12) Cartas de las lectoras: Existe un espacio destinado a las cartas del público, una página que las revistas dedican para que las lectoras expresen su opinión sobre la revista, sugieran temas, pidan reportajes y consejos. También publican cartas en secciones de belleza, moda, medicina, horóscopos y psicología. En las repuestas las revistas se revelan como consejeras, sugieren cierta moral y pautas a seguir. Dan consejos que giran sobre cuestiones intrascendentes o sentimentales y

que finalmente abogan por el conformismo. Finalmente, también sirven para que las lectoras expresen agradecimiento a la revista y demuestren que cumple bien su papel de consejera”.

2. Revistas Feministas

2.1 Concepto de feminismo

La palabra feminismo entró en la lengua francesa en 1837. El *Dictionnaire Robert* lo define como la doctrina que preconiza la extensión de los derechos del papel de la mujer en la sociedad ⁽¹⁴⁾. Sin embargo, a través de los siglos, y, sobre todo, en los últimos 30 años el vocablo feminismo ha evolucionado hasta llegar a designar, entre otras cuestiones, un movimiento social y político que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo, de la opresión, dominación, subordinación y explotación de que han sido objeto por parte del sistema social, económico y político imperante. Este movimiento, en última instancia, busca transformar y revolucionar las relaciones entre los sexos, alcanzar una condición igualitaria entre ellos y democratizar a la sociedad. ⁽¹⁵⁾

Por tanto, el feminismo es la lucha por la igualdad de derechos y oportunidades entre las mujeres y los hombres, ni más ni menos; busca mejorar la condición de la mujer a nivel político, económico, educación, familiar en fin en todas las esferas de la vida social, todo cuanto tienda a reconocer en ella a una personalidad libre e independiente, pero no antagónica del hombre.

2.2 Las feministas y los medios de comunicación impresos

Es importante mencionar que en los últimos 30 años, las feministas han hecho uso de los medios de comunicación y de información para dar a conocer sus ideas y propuestas; han editado, coordinado y redactado multitud de artículos en revistas y periódicos, donde se manifiestan en contra de la violencia hacia las mujeres, por el ejercicio de una sexualidad libre, por la despenalización del aborto y a favor de los derechos humanos. Y se han dado a la tarea de publicar revistas especializadas e infinidad de estudios acerca de las características de las mujeres. Esto se observa tanto internacional, como nacionalmente.

Los medios de comunicación son importantes para las mujeres, esto lo explica Sreberny-Mohammadi ⁽¹⁶⁾ en los siguientes puntos:

1. “Los medios de comunicación son instituciones sociales de importancia creciente que cumplen una función en la definición del sentido y el mantenimiento de conceptos culturales en materia de cometidos y especificaciones de ambos sexos. La mundialización de los medios de comunicación suscita inquietud frente a la formación de conglomerados, la monopolización y la concentración de poder, así como los posibles efectos de las definiciones foráneas en materia de igualdad y cometido de los sexos en los diferentes medios culturales.
2. Los medios de comunicación contribuyen a definir la importancia de los temas sociales y políticos cruciales del momento, a poner

de relieve los problemas sociales y políticos, a centrar la atención en las cuestiones de importancia para las mujeres y al incluir (o no) las expresiones y perspectivas femeninas. Los medios de comunicación pueden promover los debates sobre el desarrollo y los derechos humanos incluyendo (o no) los derechos de la mujeres y la posición de las mujeres en la sociedad.

3. Los medios de comunicación pueden difundir muy diversas representaciones de las mujeres que reflejan la amplia gama de actividades que éstas cumplen en la sociedad, incluyendo los modelos positivos, por ejemplo mujeres especialistas o profesionales o las que desarrollan carreras en ambientes rurales o urbanos.
4. Los medios de comunicación pueden aportar información y conocimientos del mundo, es decir, recursos y ayudas que facilitan la participación en el poder. Esas informaciones y perspectivas debieran referirse tanto a hombres como a mujeres y ser sensibles a las cuestiones vinculadas a las diferencias entre sexos.
5. Los medios de comunicación son fuentes potenciales de creación de riqueza y de oportunidades de empleo. Los que están en manos de mujeres sean propietarias o administradoras, pueden difundir contenidos diferentes y favorecer la creación de empleos para mujeres.

6. Los medios de comunicación pueden suministrar información y estrategias favorables a la creación de riqueza y a la eliminación de la pobreza, también pueden elevar el nivel de debate público sobre el papel de la mujer y su contribución al desarrollo.
7. Los medios de comunicación pueden ser utilizados para la educación, así como para campañas sanitarias y desarrollo que tengan como destinatarias y protagonistas a las mujeres.
8. Los medios de comunicación son un instrumento gracias al cual las mujeres pueden difundir diferentes tipos de información, análisis e imágenes y crear redes”.

Por último, la autora menciona que los medios de comunicación son también medios para alcanzar otros fines destinados a facilitar el debate público sobre problemas y preocupaciones sociales más amplios (eliminación de la pobreza, defensa del medio ambiente, salud, paz) sobre los cuales las mujeres tienen mucho que ver.

2.2.1 Publicaciones periódicas feministas

De los medios de comunicación que escapan a los canales habituales, el mayor número corresponde a la prensa: periódicos, revistas y boletines informativos, también monografías y folletos ocasionales. Las publicaciones alternativas de mayor arraigo y tirada circulan en los Estados Unidos y Europa, pero en los países del sur se observa un importante progreso. *I/sis*

International publicó un directorio, *Third World Women's Publications* que ya en su edición de 1990 comprendía más de 300 publicaciones. Entre los títulos más recientes cabe mencionar, *Sister* (Namibia), *Speak* (Sudáfrica), *Tamania Mars* (Marruecos) y *Asmita* (Nepal).

En todo el mundo se han desarrollado los servicios de apoyo a la prensa feminista. En la actualidad existen diversos servicios de prensa de mujeres tales como *Depth News* en Asia, *Women's Internacional News Gathering Service (WING)* en Estados Unidos y la agencia de noticias latinoamericana *Fempres* con sede en Chile.

2.3 Historia de las publicaciones feministas

2.3.1 En el mundo

1791 (Francia) Olimpe de Gouges (1748 –1793) autora de la declaración de los derechos de la mujer, dirige el diario *L' Impatient*.

1791 (Francia) Las mujeres comienzan a luchar con la pluma por sus derechos sociales, aunque la política es excluida por completo, lo cual se ve en los periódicos: *Le journal de dames et demoiselles*; *Moniteur de dames et demoiselles* y *Journal des femmes*.

1791 (Francia) Aparece la primera revista feminista de origen obrero, fundada por Marie Reine Guindof y Desirée Véret. Pronto es Suzane Voilquin la que dirige la revista, que es denominada *La femme libre*, que después cambia de nombre por el de *La femme del' avenir*, que cambia por *La femme*

nouvelle y finalmente por *Tribune des femmes*. Su lema era “igualdad de deberes, igualdad de derechos”

Las mujeres no vacilan en cuestionar el orden social establecido. Al no poder efectuar los cambios directamente se reconvierten en escritoras, periodistas, publicistas, para defender su causa.

1848 (Francia) Las teorías del socialismo feminista entraron en contacto con la cultura e instituciones que surgen en el seno de la clase trabajadora francesa. Por la necesidad de un vehículo de expresión de estas inquietudes, aparece el primer número del periódico socialista *La voix des femmes*, iniciado por Eugénie Niboyet, que reunió a su alrededor a mujeres de distintas tendencias. La idea general del periódico era que la mujer se emancipara mediante el trabajo. Por dificultades económicas, el periódico sólo llegó al número 46.

1857 (Inglaterra) Aparece el *Englishwoman's journal* bajo el impulso de Barbara Bodich y B. Rayner Parkers; pronto se convierte en un órgano que centraliza y organiza todas las iniciativas feministas en materia de legislación, emigración y educación. Estas mismas mujeres abren la primera oficina de empleo femenino.

1868 (EUA) Aparecen dos tendencias dentro del movimiento feminista norteamericano: una que se limita a pedir el voto y otra que relaciona la emancipación de la mujer con cambios en el matrimonio, en la moral, en la organización del trabajo y aún en el vestuario. Estas últimas editan un periódico llamado *The revolution*.

1869 (Francia) El fundador del feminismo francés, Leon Richier, crea la asociación para el derecho de las mujeres, cuyo presidente honorario es Víctor Hugo. Celebraron varios congresos. Publican una revista llamada *Les droits des femmes*.

1891 (Alemania) Publicación del primer periódico feminista, *Die Arbeiterinnen* que después cambia su nombre a *Die Gleichheit*, que sobreviviera hasta 1923, bajo la dirección de Clara Zetkin.

1891 (Francia) Maria Martin publica *Le journal des femmes*. Dura hasta 1911.

1897 (Francia) Aparece el diario político y literario redactado sólo para mujeres, *La fronda*. En la dirección aparece Marguerite Durand, Clemence Royer y Pauline Kergomard. Desaparece en 1902.

1911 (Puerto Rico) Luisa Capetillo funda la revista *La mujer*.

1919 (China) Aparecen publicaciones que hablan de la liberación de la mujer: *Hsi te Hou-Nan*, que ataca la teoría de las tres ataduras al gobernante, al padre y al marido; *Chung shu fu jem*, tiene como fin lograr la libertad e igualdad, y propone la solución de los problemas de las mujeres por ellas mismas.

1959 (Cuba) Editan la revista *Blanca* dirigida por la Unidad Femenina Revolucionaria.

1964 (Francia) Se crea el Movimiento Democrático Femenino integrado por mujeres de origen popular y por intelectuales. Publican una revista mensual: *Le femme du siècle XX*.

1970 (Francia) Surge el Movimiento por la Liberación de la Mujer; publica una revista: *Le torchon brule*.

1973 (Puerto Rico) La Federación de Puertorriqueños (FMP) publica la revista *Palabra de mujer*. Mujer Integrante Ahora (MIA) publica un periódico feminista: *El tacón de la chancleta*.

1975 (Ecuador) Nace en Quito el Comité Femenino de Solidaridad por los Conflictos Laborales. Editan un periódico, *Pachacana*.⁽¹⁷⁾

2.3.2 En México

1826 Aparece en Zacatecas la primera revista feminista, *El abanico*.

1873 Ángela Lozano funda en compañía de Manuel Acuña, Agustín S. Cuenca y otros poetas, una revista de literatura: *El búcaro*, destinada a las mujeres.

1877 Alumnas de la Escuela de Artes y Oficios publican *Las hijas del Anáhuac*.

1883 *El correo de las señoras* publica artículos sobre emancipación y derechos para la mujer.

1883 *El álbum de la mujer*, fundado por la periodista española Concepción Gimeno de Flaquer, realiza una labor constante en pro de la liberación (deja de aparecer en 1890). (Fig.7)

1883 *Violetas del Anáhuac*, publicada por Laureana Wright de Kleinhems, plantea el problema del voto femenino; aboga por la instrucción de la mujer y habla de la protección a la infancia. (Fig.8)

1888 Se publica *La voz de la mujer*, dirigida por Rafaela Sámano y Leonor Sanabria.

1901 Juana Belén Gutiérrez de Mendoza publica en Guanajuato el periódico *Vesper*, consagrado a la defensa de los trabajadores mineros y a combatir el clero.

1904 Emilia Enriquez edita *El hogar*. Julia Sánchez publica *El látigo justiciero*. Aparece *La mujer mexicana*, revista feminista burguesa editada por Luz F. Viuda de Herrera, y que dirige Dolores Correa Zapata.

1905 Guadalupe Rojo viuda de Alvarado, a raíz del asesinato de su marido Casimiro Alvarado, continúa publicando el periódico *Juan Panadero*, de oposición al régimen.

1906 Nace la Sociedad de Empleadas de Comercio. Publican *La abeja*.



El Álbum de la Mujer, 6 de septiembre de 1885.

Fig.7 Revista *El Álbum de la mujer*

1914 *La voz de Juárez* publica en Cuernavaca artículos de Dolores Jiménez y Muro en contra del buertismo.

1916 Hermelinda Galindo edita *La mujer moderna* y solicita el voto femenino.

1919 Surge el consejo Feminista Mexicano que lucha por la emancipación económica, política y social de la mujer, publica *La Mujer*, que dirige Julia Nava Ruiz Sánchez. Colaboran además, Elena Torres. Evelina Roy y María del Refugio García, entre otras.

1922 Fundación de la Gran Liga Obrera Femenina de Orizaba, que edita *Caridad y moral*.

1926 María Ríos Cárdenas edita *Mujer*. En ella afirma que las mexicanas deben llevar a cabo su propia liberación.

1974 Se crea el colectivo La Revuelta, cuyo objetivo se centra en la publicación de un periódico.

1976 Se publica el primer número del periódico del colectivo La Revuelta: *La revuelta*.

1976 Da inicio *fem*, revista feminista de amplia difusión, comienza a publicarse.

1977 Surge la Coalición de Mujeres Feministas. Lo integran el Movimiento Feminista Mexicano (MFM), el Movimiento de Liberación de la Mujer (MLM) el Movimiento Nacional de Mujeres, el Colectivo de Mujeres y el Colectivo La Revuelta. La coalición pública *Cihuatl*.

1979 Se publica *la Mitad de la Revolución*, boletín de mujeres comunistas. ⁽¹⁸⁾

1990 Se publica el libro-revista *Debate feminista*, cuyas características han sido la traducción de artículos académicos de todo el mundo y el hecho de que cada número esté dedicado a un tema en particular.

Desde ese mismo año aparece el primer lunes de cada mes el suplemento de la Jornada titulado *Doble Jornada*.

1998 En septiembre *Doble Jornada* se transforma en *Triple Jornada*. (Fig.9)

1998 Otra publicación que esporádicamente ha aparecido es la *Correa feminista*, que editan las mujeres integrantes del Centro de Investigación y Capacitación de la Mujer A.C. (CICAM). ⁽¹⁹⁾



Fig.9 Suplemento Feminista *Triple Jornada* del periódico *La Jornada*

3. Revista fem

3.1 Historia

1975 *fem* nació cuando Alaíde Foppa y Margarita García Flores, en un viaje de Uruapan a Morelia, consideraron necesaria la existencia de una revista con perspectiva feminista, filosofía, tendencia, movimiento, utopía, realidad y convicción que marcaba sus vidas; invitaron a diversas feministas como Marta Lamas, Elena Urrutia, Carmen Lugo, Lourdes Arizpe, Marta Acevedo y Elena Poniatowska, entre otras. Todas se reunieron a discutir el perfil y contenido de esa futura publicación.

1976 *fem* apareció en el mes de octubre; desde un principio fue una revista diferente, no sólo por su contenido, que propone señalar lo que es y debe cambiar en la condición social de las mujeres; invita al análisis y a la reflexión.

fem pretende ir reconstruyendo una historia del feminismo para muchos desconocida e informar sobre lo que en este campo sucede en el mundo y, particularmente, sobre lo que pasa en México y en América Latina. *fem* no publica sólo información y ensayo, da cabida a la creación literaria de las mujeres que escriben con sentido feminista y que contribuyen con su obra al reconocimiento de ese nuevo ser, libre, independiente, productivo, tal como empieza a manifestarse la mujer de hoy y, sin duda, la mujer de mañana; no excluye la colaboración de algunos hombres que comparten sus ideas.

fem no es el órgano de algún grupo: por tanto está abierta a todas aquellas que persigan sus mismos objetivos.

1976-1979 La revista feminista abordó varios temas. Se habló sobre el aborto, el trabajo doméstico, los estereotipos, la política, la cultura, la vida de las mujeres. La mayoría de los textos son ensayos, pero podían encontrarse entrevistas, artículos y creaciones literarias. El tiraje inicial fue de dos mil ejemplares, con periodicidad trimestral; después pasó a cuatro mil y llegó a 10 mil. *fem* era el espacio ideal para las voces feministas.

1980 Alaíde Foppa es secuestrada en Guatemala, nadie sabe de su destino. Tiempo después se confirma su muerte. Sin la madre de *fem*, se tuvo que seguir trabajando, así los siguientes números surgieron gracias a una dirección colectiva.

1981-1986 El diseño de la revista cambia para ofrecer selección de color en portada, el tamaño pasa a ser carta y se crea la Difusión Cultural Feminista A.C. Otras modificaciones tienen lugar. Margarita García Flores sale de *fem* y la dirección se transforma en colectiva. La publicación opta por los números monográficos o temáticos. De esta manera se publican diversos títulos: hombres, la mujer y los partidos políticos, etc., que se complementan por otra parte con textos sobre la actualidad en nuestro país y en otras partes, algunas secciones fijas como crítica de cine, teatro, libros y, por supuesto, una muestra de quehacer creativo: cuento y poesía. La riqueza de los contenidos la hace una lectura invaluable para el movimiento feminista.

1987 Cuando la revista cumple 10 años se transforma la dirección colectiva; toma la dirección Berta Hiriart. Ella le concede a la publicación un diseño diferente y un tono más periodístico, incluye notas informativas, entrevistas, crónicas y reportajes, reflexiones e información actualizada sobre mujeres.

1988-2000 En este periodo queda a cargo de la publicación Esperanza Brito de Martí. Poco a poco la revista equilibra el análisis formal feminista con el periodismo y la vida cotidiana logrando que en *fem* tengan cabida todas las ideas, tendencias, vivencias, denuncias, pensamientos y sueños de poetisas, filósofas, sociólogas, maestras, escritoras, madres, etc. *fem* cambia su formato una vez más y se convierte en una publicación mensual, a la postre vuelve a transformar su diseño e imagen. Es importante mencionar que para 1990 muchas integrantes de la revista se alejan por cuestiones ideológicas y de tiempo, muchas otras se incorporan al equipo (Fig.10). También hay cambios en títulos de secciones y administrativos, pero ello no modifica su carácter feminista. (Fig.11)

2001- 2005 *fem*, mejora la calidad del papel, haciéndola más agradable a la vista, refrescando su diseño e ingresando nuevas secciones. Se da una característica de iconografía a las secciones y se pone a la vanguardia publicando su página Web; *fem* ofrece a través de sus páginas un análisis cada vez más crítico, amplía su visión integrando la opinión masculina, da énfasis a la salud, literatura, al deporte, la política, a sus personajes, a la vida cotidiana, preocupándose siempre por defender los derechos de las mujeres. ⁽²⁰⁾ En el otoño de 2005 cierra su ciclo. (Fig.12)



Fig.10 Revista *fem* del año 1991



Fig.11 Revista *fem* del año 1998



Fig.12 Revista *fem* del año 2003

3.2 Objetivo

fem, desde 1976 hasta la fecha no ha varió; su objetivo fue un “proyecto editorial pensado y conducido por feministas para difundir las ideas del feminismo”⁽²¹⁾

3.3 Importancia

La revista *fem* ha sido la única publicación feminista mexicana que mantuvo por cerca de 30 años. Lo más curioso de esta revista es que las mujeres escritoras no estaban propiamente en el movimiento feminista, sino más bien en la academia y en la cultura.⁽²²⁾ *fem* abrió sus páginas a las mujeres que desearan escribir, denunciar y participar en el cambio de la situación de las mujeres mexicanas. También, estudió y analizó los movimientos feministas anteriores para que sirvieran como ejemplo y se evitaran errores y estructuras viejas. *fem* nace, pues, como una revista que contextualiza los problemas pasados y presentes que afectan a la mujer mexicana. *fem* destaca los problemas institucionalizados tales como la violencia, el trabajo, la salud, la represión sexual, etc, que no se denunciaban, que se mantenían ocultos. Desde el principio *fem* se declara feminista y denuncia abiertamente el sistema patriarcal opresor bajo el que ha vivido la mujer mexicana a través de la historia y que la ha mantenido subyugada, inactiva y callada en la vida del país.

fem se convirtió en la contrapartida de las revistas enajenantes y manipuladoras “para mujeres” que abundan en México. *fem* al declararse feminista expresaba que las mujeres no deseaban apropiarse del discurso

masculino en cuanto opresor, pero sí la incorporación de ellos al mundo de ellas para compartirlo todo. ⁽²³⁾ En algún momento la revista fue acusada de elitista, ya que era leída en su mayoría por mujeres de clase media con estudios universitarios, pero como Urrutia ⁽²⁴⁾ explicó: “ la revista ha logrado despertar conciencia de su situación marginada en mujeres que vivían un malestar, una inconformidad, sin tener una idea clara de cuáles podían ser sus causas.”

fem adquirió su renombre, su prestigio como instrumento de concientización y aprendizaje porque se ofreció a todas las reflexiones femeninas, siempre y cuando fueran: a) bien escritas; b) informadas, y c) persiguieran sus mismos objetivos. En otras palabras, *fem* fue un órgano culto de difusión, aunque se ocupara de una historia que pocas veces hasta entonces había adquirido el rango de prestigiosa: la historia de las mujeres comunes y corrientes de los países latinoamericanos.

Por otra parte, *fem* no sólo fue un órgano de difusión sino también una fuente constante de consulta para aquellas personas que investigan o hacen trabajos sobre aborto, por ejemplo, o sexualidad, trabajo, familia, matrimonio, las niñas, la educación, la mujer, y la literatura , la ciencia, la historia, los partidos políticos y la vejez, entre otros.

3.4 Periodicidad y tiraje

fem fue una publicación mensual, sin embargo, en el año de 2004 por motivos económicos sufrió retrasos; llegó a tener un tiraje de 16,000 ejemplares que se distribuían, la mitad en el D.F. y la otra parte en el interior de la República y en el extranjero por medio de suscripciones.⁽²⁵⁾

3.5 Directoras generales

La nómina de quienes han estado relacionados con la revista *fem* se dan a continuación:

Directoras generales

Alaíde Foppa (1976-1980)

Margarita García Flores (1980-1981)

Dirección Colectiva (1981-1986)⁽²⁶⁾

Berta Hiriart (1987-1988)

Esperanza Brito de Martí (1988-)

3.6 Directorio Actual

Dirección General⁽²⁷⁾

Esperanza Brito de Martí

Consejo Editorial

Graciela Hierro ⁽²⁸⁾

Elena Poniatowska

Berta Hiriart

Marcela Guijosa

Beatriz Martí

Angeles Mastretta

Marta Lamas

Isabel Custodio

Rosamaría Roffiel

Rosa Ofelia Murrieta

Laura Martí ⁽²⁹⁾

Consejo Editorial Administrativo

Rosa María Jasso

Patricia González

Consejo Editorial Colaboradores

Elina Hernández Caballido

María Esther Espinosa Calderón

Elsa Lever

Guadalupe López García

Guadalupe Díaz

Yoloxóchitl Casas Chousal

Rotmi Enciso
Mercedes Charles C.
Lucía Rivadeneyra
Elvira Hernández Carballido
Lydia Cacho
Anna Fernández Poncela
Anilú Elías
Francisco Delfin
Rubí de María Gómez
Josefina Hernández
Maricarmen Muñiz
Juan Guillermo Figueroa Perea
Francisco Cervantes
Fernanda Soler
Daniel Helen Ponce
Pierina Beckman
Alicia Lozano
Vianey Lamas
Silvia Calderón Fontana
Concepción Cuevas
Isabel Custodio

El análisis de una revista, sin importar su tendencia, significa revisar varias de sus facetas: Por tanto, emprendí un estudio bibliométrico que mostrara, en números, la vida de *fem* en sus últimos años.

Métodos

Análisis de contenido

Para realizar el estudio bibliométrico de la revista *fem* se delimitó el periodo comprendido entre 1999 y 2004 para su análisis.

Para obtener información del contenido de la revista se recurrió a las siguientes fuentes: índice, portada, contenido de los artículos; las variables con las que se trabajó fueron las siguientes:

Fecha de publicación

Se cuantificó el número de artículos publicados por año y por mes.

Autores

Se identificaron las autoras o autores más frecuentes en la revista, así como la proporción de mujeres y de hombres por año.

Secciones

El estudio de las diferentes partes de que consta la revista permitió determinar en cuántas secciones está dividida.

Tema

Se determinaron los temas más frecuentes en la revista.

Género periodístico y literario

Se analizó el género literario al que corresponde cada uno de los artículos.

Todos los datos fueron registrados en una bitácora para tener la información normalizada.

Por último, los datos fueron capturados en el programa Excel.

Resultados

Fecha de publicación

La revista publicó durante los seis años estudiados un total de 1,168 artículos

El mes en el que se publicó la mayor cantidad de artículos fue el de octubre (n=111) y el mes que menos tuvo fue diciembre (n=82). (Cuadro 1)

Cuadro 1. Número de artículos publicados en la revista *fem* por mes y año

Mes	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total por mes
Enero	16	18	16	17	18	15	100
Febrero	16	18	17	23	17	0	91
Marzo	16	17	17	20	18	17	105
Abril	17	18	19	17	18	0	89
Mayo	16	17	13	19	18	16	99
Junio	17	18	18	19	19	0	91
Julio	18	15	18	17	15	16	99
Agosto	17	19	17	18	18	0	89
Septiembre	16	23	21	14	17	15	106
Octubre	24	26	29	15	17	0	111
Noviembre	18	17	20	17	16	18	106
Diciembre	17	16	18	14	17	0	82
Total por año	208	222	223	210	208	97	1168

Autores

En cuanto a la productividad entre el sexo femenino y masculino, las mujeres fueron las que escribieron más artículos (983 artículos en 6 años). Los años más productivos fueron el 2000 y 2001 con un total de 188 artículos cada uno y el de menor actividad fue el del 2004 con un total de 72 artículos. (Cuadro 2)

Cuadro 2. Distribución de artículos publicados en la revista *fem* por autoras.

Autora	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total de participaciones
Ávila Yanina	0	0	0	2	0	0	2
Becerril González Ileana	0	0	0	7	0	0	7
Brito de Martí Esperanza	0	0	0	4	0	0	4
Bueno Beatriz	0	0	0	0	2	0	2
Cacho Lidia	3	6	6	0	3	3	21
Calderón Silvia	0	0	0	0	9	0	9
Carrillo Ana María	2	0	0	0	0	0	2
Casas Causal Yoloxóchitl	0	0	6	0	0	0	6
Cuevas Concepción	0	0	0	9	2	0	11
Custodio Isabel	7	3	3	3	5	5	26
Charles C Mercedes	12	12	13	12	10	0	59
Díaz Castillo Guadalupe	7	5	0	0	0	0	12
Enciso Rotmi	0	0	2	12	11	0	25
Espinosa María Esther	9	12	12	13	11	6	63
Fernández Poncela Anna	11	10	13	12	11	6	63
García Molina Aleyda	0	0	0	0	3	2	5
Gómez Rubí de María	0	2	2	0	0	0	4
Guijosa Marcela	9	7	12	0	0	0	28

Hernández Carballido							
Elina	12	12	9	10	2	0	45
Hernández Carballido							
Elvira	13	13	12	13	12	5	68
Hernández Enriquez							
Virginia	2	0	0	0	0	0	2
Hernández Téllez							
Josefina	3	3	3	10	5	0	24
Hierro Graciela	2	0	0	0	0	0	2
Lamas Marta	2	0	0	0	0	0	2
Lamas Vianney	0	0	0	0	2	5	7
Ledesma Martínez							
Beatriz	0	3	0	0	0	0	3
Lever Elsa	8	11	5	9	8	5	46
López García Guadalupe	14	12	12	12	10	0	60
López Hernández Miriam	0	0	0	3	0	0	3
Lovera Sara	0	4	0	2	0	0	6
Lozano Alicia	0	5	0	0	0	0	5
Magali Silvia	0	0	2	0	2	0	4
Martí María Eugenia	0	0	0	0	0	6	6
Martínez Socorro	2	0	0	0	0	0	2
Minardi Giovanna	2	0	0	0	0	0	2
Muñiz Maricarmen	2	2	0	0	0	0	4
Ochoa Treviño Irma							
Alma	0	0	0	0	5	0	5
Quevedo Lourdes de	0	0	0	0	3	0	3
Rivadeneira Lucia	11	11	13	12	13	0	60
Rodríguez Corona							
Josefina	0	0	0	0	4	0	4
Sendón León Victoria	0	0	0	2	0	0	2

Valle Sonia del	2	5	0	0	0	0	7
Vaninna Romero Leticia	0	2	0	0	0	0	2
Vergara Patricia Karina	0	4	0	0	6	2	12
Wincor Mariana	0	0	0	0	2	0	2
Autoras con un solo artículo	39	44	63	40	33	27	246
Total por año	174	188	188	187	174	72	983

Los hombres publicaron (63 artículos). El año en que tuvieron más actividad fue el 2001 con un total de 16 artículos y el de menor fue el 2004 que tuvo 8 artículos. (Cuadro 3)

Cuadro 3. Distribución de artículos publicados en la revista *fem* por autores.

Autor	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total de participaciones
Aceves Mejía							
Rubén	0	1	0	0	0	0	1
Aranda Jesús	0	0	0	1	0	0	1
Barffuson Rene	0	0	1	0	0	0	1
Barraza Eduardo	1	1	0	0	0	0	2
Barrera Solozarno							
Luis de la	0	0	0	0	1	0	1
Carbonell Miguel	0	0	1	0	0	0	1
Carrillo Prieto							
Ignacio	0	0	0	1	0	0	1
Cervantes Francisco	0	0	0	0	0	1	1
Comte-Sponiville							
André	0	0	0	0	1	0	1
Contreras Antonio	0	0	0	0	1	0	1

Coria Sánchez							
Carlos M.	0	0	1	0	0	0	1
Corsi Jorge	0	0	1	0	0	0	1
Delfín Lara							
Francisco	0	3	1	1	1	2	8
Durán Eduardo	0	0	0	1	0	0	1
Figueroa Juan							
Guillermo	0	0	4	0	0	1	5
Fuentes Moisés							
Elias	0	1	0	0	0	0	1
Gómez Tapia José							
Luis	0	0	0	1	0	0	1
González Román	1	0	2	0	0	1	4
Jiménez Trejo							
Christian	0	0	0	1	0	0	1
Kaufman Jean –							
Claude	0	0	0	0	1	0	1
Linares Carranza							
Andrés	0	0	0	1	0	0	1
López Calvo							
Ignacio	0	0	1	0	0	0	1
López García							
Miguel	1	0	0	0	0	0	1
Maya Rafael	0	0	0	1	0	0	1
Medina Antonio	0	0	0	1	1	0	2
Millán Campuzano							
Marco Antonio	0	0	0	0	1	0	1
Muñoz Ortiz							
Rogelio Sergio	0	0	0	0	0	2	2
Navarro Juan	0	0	0	0	1	0	1

Name Frederick	1	0	0	0	0	0	1
Orozco Lupus							
Guillermo	0	0	1	0	0	0	1
Ramos Padilla							
Miguel Angel	0	0	1	0	0	0	1
Reyes Mario	0	0	0	0	0	1	1
Ricón Espriu Ivan	3	1	0	0	0	0	4
Rocha Ricardo	0	0	0	0	1	0	1
Salguero Miguel	0	0	0	1	0	0	1
Seid Richard	2	0	0	0	0	0	2
Singly Francois de	0	0	0	0	1	0	1
Soriano Reyes							
Tolentino	1	0	0	0	0	0	1
Tenorio G Lázaro	0	0	1	0	0	0	1
Valdez Castro							
Arturo	0	0	0	1	0	0	1
Villalobos Villagra							
Humberto Mariano	0	0	1	0	0	0	1
Zamora Pierce Jesús	1	0	0	0	0	0	1
Artículos sin autoría	25	29	20	20	31	17	142
Total por año	11	7	16	11	10	8	205

Secciones

La sección con mayor presencia en los seis años fue la “**Editorial**” (n=66) ; hubo dos secciones que sólo aparecieron una vez en los seis años. (Cuadro 4)

Cuadro 4. Distribución de las secciones publicadas en la revista *fem*.

Sección	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total
Análisis Feminista	8	8	9	10	6	4	45
Arte	2	0	1	7	4	2	16
Atletas, De	11	12	8	11	2	1	45
Cuento	3	4	1	4	4	1	17
Ecología	0	0	0	4	2	0	6
Editorial	12	12	12	12	12	6	66
Entrevista	8	6	4	10	7	3	38
Especial	0	0	0	1	2	0	3
Espectáculos	0	4	1	5	2	1	13
Fem libris	7	5	4	2	3	0	21
Literatura	2	4	2	2	4	0	14
Lucha, La	10	12	11	12	12	7	64
Medios, Los	8	10	7	5	6	0	36
Mujer y la gastronomía, La	0	0	0	2	5	4	11
Niños	7	7	5	6	4	3	32
Nosotras en el escenario	9	12	11	12	12	7	63
Nueva generación, La	0	0	0	8	0	0	8
Otras	6	1	1	5	0	1	14
Perfiles	0	0	0	0	1	1	2
Poesía	1	1	2	1	1	2	8
Política	8	10	7	4	8	3	40

Reconocimiento	1	0	1	1	0	1	4
Salud	9	6	8	6	5	4	38
Tendiendo puentes	3	4	6	4	2	4	23
Vida cotidiana	11	12	11	12	11	6	63

Tema

El tema más frecuente fue el de **política** con 148 artículos seguido de **delitos contra las mujeres y feminismo**. (Cuadro 5)

Cuadro 5. Distribución temática en la revista *fem*

Temas	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total
Aborto	6	15	7	5	1	1	35
Arte	2	11	10	9	5	5	42
Cáncer	4	4	1	2	1	1	13
Condición jurídica	2	8	7	8	5	6	36
Crítica literaria	14	11	19	8	3	0	55
Cuento	5	4	7	4	6	1	27
Delitos contra las mujeres	14	17	25	20	24	11	111
Derechos de las mujeres	8	5	12	4	9	3	41
Derechos humanos	10	4	8	1	6	3	32
Derechos reproductivos	0	12	2	3	5	3	25
Discriminación	3	8	6	4	2	6	29
Ecología	0	0	0	5	4	0	9
Educación	13	4	5	4	8	4	38
Empleo	5	7	11	12	11	4	50
Familia	6	6	6	8	3	0	29
Feminismo	14	14	22	29	20	10	109
Gastronomía	0	0	0	3	7	4	14
Homosexualidad	0	5	3	3	10	2	23
Maltrato infantil	2	2	2	1	1	1	9
Mujeres	8	16	12	19	14	13	82
Mujeres atletas	12	12	9	11	1	1	46

Mujeres en el arte	17	11	6	16	8	7	65
Mujeres periodistas	3	4	3	4	5	2	21
Niños	10	16	9	12	6	3	56
Niños de la calle	3	2	2	1	1	1	10
Otros	13	13	11	7	9	5	58
Poesía	2	12	7	1	5	2	29
Política	25	37	24	12	35	15	148
Salud	18	18	13	9	17	7	82
Servicios para mujeres	5	6	6	4	1	1	23
Sida	2	2	2	5	0	1	12
Vida sexual	2	10	6	12	4	3	37

Género periodístico y literario

Género periodístico

El género periodístico más frecuente en los últimos 6 años de la revista fue el **artículo** con un total de 598 artículos y el año que más se publicaron fue el 2001 con un total de 121.

La **crónica** y la **entrevista** fueron los géneros menos frecuentes con un total de 52 crónicas y 52 entrevistas. La crónica apareció con mayor frecuencia en el 2003 con 15 crónicas; en los años 2002 y 2004 sólo aparecieron 4 crónicas en cada año. En cuanto a la entrevista, el año 1999 y 2000 fueron los años de mayor presencia con 11 cada uno ; el año de menor productividad fue el 2004.

Por otra parte, el año donde hubo mayor producción de artículos de género periodístico fue el año de 2003 con un total de 181 artículos y 2004 con menor producción periodística (85 artículos). (Cuadro 6)

Cuadro 6. Género periodístico de los artículos publicados en la revista *fem*

Género	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total por género
Artículo	95	109	121	113	112	48	598
Columna	15	14	11	11	12	6	69
Crónica	8	8	13	4	15	4	52
Editorial	12	12	12	12	12	6	66
Entrevista	11	11	7	10	10	3	52
Noticia	10	13	2	10	12	9	56
Reportaje	6	8	6	16	8	9	53
Total por año	157	175	172	176	181	85	946

Género literario

La **narrativa** fue el género literario más común en los 6 años con 48 artículos en total.

Los años más productivo de género literario fueron 1999 y 2001 con 50 artículos cada uno y el de menor productividad fue 2004.

El total de artículos literarios fue de 211 en los seis años de análisis.
(Cuadro 7)

Cuadro 7. Género literario de los artículos editados en la revista *fem*

Género	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total por género
Biografía	18	4	5	8	5	3	43
Crítica de arte	2	5	4	5	2	1	19
Crítica literaria	14	8	15	5	3	0	45
Cuento	5	4	7	4	6	1	27
Narrativa	9	14	12	4	4	5	48
Poesía	2	12	7	1	5	2	29
Total por año	50	47	50	27	25	12	211

Discusión

A pesar de que las primeras publicaciones feministas tienen aproximadamente 180 años de haberse editado en México nunca existió una revista como *fem*, la única publicación en su género con casi 30 años de vida, lo cual demuestra que las mujeres mexicanas están interesadas en el movimiento feminista, o mejor dicho, la equidad de género.

La mayoría de los 1,168 artículos identificados fueron enlistados en los índices de las revistas, sin embargo, la revista omitió algunos artículos como: noticias, poesías y la editorial.

Se puede observar que el último año (2004) la productividad de artículos fue la más baja de todos los años. Posiblemente, como preámbulo a su próxima desaparición.

Los meses de octubre del periodo analizado fueron los más productivos en cuanto al número de artículos incluidos, porque quizá en ese mes la publicación celebraba su edición de aniversario.

La revista *fem* además de tener un equipo de colaboradoras fijas que producían hasta tres artículos por número, dió también la oportunidad de publicar artículos de sus lectoras.

Las sección que más apareció fue la editorial, sin embargo, la revista no la registró como una sección.

La mayoría de los artículos trataron temas de gran interés para los investigadores sociales que estudian lo relacionado con los estudios de género y afines; pero también es de gran utilidad para estudiantes de nivel medio superior y superior que realizan investigaciones escolares porque su lenguaje no usa tecnicismos como suele suceder en las revistas científicas, por tanto, estos artículos son fáciles de comprender y, además, la mayoría contienen citas bibliográficas.

Otro punto importante es que de los temas más comunes o preocupantes, se llegaron a publicar de 3 a 5 artículos por número, mientras otros temas aparecieron sólo una vez en los seis años de análisis.

En cuanto a los géneros periodístico y literario se puede notar una gran preferencia de la dirección de la revista y de los colaboradores por escribir artículos y narraciones, dejando muy atrás los otros géneros.

Conclusiones

Las revistas femeninas y feministas no son de reciente invención o aparición en nuestro país; unas están marcadas por consumismo y por conservar el *status quo*, otras por cambiar o influir en mentalidad, primero de las mujeres y después de los hombres.

fem logró una vida, si se quiere larga si se compara con otras publicaciones que no tienen como fin el lucro.

Nuestros resultados evidencian quienes fueron sus colaboradores, las tendencias editoriales y los años seguramente de bonanza, en que hubo más participaciones. Sirva este estudio para resaltar el papel de quienes lucharon para que un canal de comunicación expresara una filosofía, unos ideales: equidad para la mujer.

Notas y referencias

-
- (1) Gallego Ayala J. Mujeres de papel: De papel: de ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina en la actualidad. Barcelona: ICARIA; 1990.
- (2) Hernández Enríquez V. Publicidad, mujeres y género. fem 1999 ; 192:4-7.
- (3) Charles M. Revistas femeninas y mujeres jóvenes. fem 2001; 215:12-14.
- (4) Charles M. Sexismo espectacular. fem 1998 ; 18: 6-7.
- (5) Martínez Musiño C. La información y los obreros [tesis]. México: El autor, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras; 1992.
- (6) *Ibíd.*
- (7) Gallego Ayala J. *Op. Cit.*
- (8) Ruiz Pavón M. La publicidad no crea aspiraciones, retoma las de la sociedad. fem 1998; 184:8-12.
- (9) Zúñiga A. Revistas femeninas: adoctrinamiento sobre la verdadera feminidad. Triple jornada 2005; 81:3
- (10) García C. Revistas femeninas: la mujer como objeto de consumo. México: El caballito; 1980.
- (11) Gallego Ayala J. *Op. Cit.*
- (12) Gallego Ayala J. *Op. Cit.*
- (13) García C. *Op. Cit.*
- (14) Michel A. El feminismo. México : FCE; 1983.
- (15) Lau Jaiven A. El nuevo movimiento feminista mexicano a fines del milenio. En: Bartra E, Fernández Poncela A M., Lau A. Feminismo en México, ayer y hoy. México: UAM; 2000. p. 12-41.

-
- (16) Sreberny-Mohammadi A. Comunicación y desarrollo un vínculo necesario. En: Portugal AM, Torres C., editores. Por todos los medios: comunicación y género. Santiago de Chile: ISIS; 1996 . p. 17-35.
- (17) Lau Jaiven A. La nueva ola del feminismo en México. Conciencia y acción de lucha de las mujeres. México: Planeta; 1987.
- (18) Ibid.
- (19) Lau Jaiven A. Op. Cit.
- (20) revistafem.com. [página Web]. México: Difusión Cultural Feminista; 2001[última modificación 05 de agosto de 2005; fecha de acceso 24 de febrero de 2005] Disponible en: http://www.revistafem.com/los_anos_de_fem.html.
- (21) Lau Jaiven A. Op. Cit.
- (22) Bartra E. Tres décadas de neofeminismo en México. . En: Bartra E, Fernández Poncela AM., Lau A. Feminismo en México, ayer y hoy. México: UAM; 2000. p. 44-81.
- (23) Coria Sánchez CM. fem: 25 años de periodismo feminista en México . fem 2001 ; 225: 18-21.
- (24) Urrutia E. Una revista feminista en México. En: Campuzano L. coordinadora. Mujeres latinoamericanas del siglo XX. Historia y cultura. Tomo II. México: UAM, Casa de las Américas ; 1998. p. 215-222
- (25) Diccionario Porrúa de historia, biografía y geografía de México Tomo 2 D-K .6 ed. México: Porrúa; 1995. p.1266-67.
- (26) Durante es periodo la revista no tiene una directora general, porque se deciden trabajar colectivamente todas las colaboradoras.
- (27) revistafem.com. [página Web]. México: Difusión Cultural Feminista; 2001[última modificación 05 de agosto de 2005; fecha de acceso 24 de febrero de 2005] Disponible en: <http://www.revistafem.com/directorio.html>.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

(28) Graciela Hierro muere en octubre de 2003, pero en enero del 2004 todavía se le seguía mencionando como integrante del consejo editorial.

(29) Laura Martí ingresa al consejo editorial en abril de 2004.