



# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN**

**¿SOY COMO ME VEN LAS REVISTAS?**

**SEMINARIO DE TALLER EXTRACURRICULAR**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE**

**LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN COLECTIVA**

**PRESENTA**

**SUSANA ALBERTINA CÁCERES MARTÍNEZ**

**ASESOR: LIC. DANIEL LARA SÁNCHEZ**

**DICIEMBRE 2007**



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.



## DEDICATORIAS

A ese ser, energía o luz que siempre, siempre ilumina mi camino, calma mis tristezas y da paz a mi alma cuando no encuentra fuerza o fe para continuar. A Dios, no él de la religión o el de la Iglesia, sino el de la FE, al amigo que me escucha y acompaña día tras día y ha permitido que tenga a mis padres junto a mí, a mi hermano, a mis amigos, salud y fe para enfrentar lo que venga. Gracias DIOS

A esa familia que Dios se llevo junto a él,  
a mis Abuelos: Teódulo y Victoria  
a mi tío Jorge, Ubaldo y Esperanza  
porque sé que ellos se sentirían orgullosos  
de ver que por fin termino un proyecto  
largamente soñado

A mi Papá  
Por enseñarme que los verdaderos hombres  
se arriesgan ante el mundo aunque éste les sea adverso,  
que lloran cuando se equivocan  
y se esfuerzan por enmendar su error,  
que aunque le temen a la muerte  
le hacen frente y siguen luchando  
Gracias por ser mi padre y ayudarme a ser mejor

A mi Mamá  
Cuando pareciera que todo iba mal  
siempre estabas ahí en medio de la tempestad,  
dándome calma, sosteniendo mi mano y escuchando,  
cuando no creía en mí, de nuevo tú me hacías ver  
que estaba equivocando el camino pero que debía continuar  
y no dejar que nadie me dijera como actuar,  
siempre has estado junto a mí, en presencia, esencia y amor  
Gracias Mamá por siempre estar junto a mí

A ambos  
Por su paciencia, su esfuerzo, su trabajo y su amor,  
La persona que hoy soy es gracias a ustedes

A mi hermano  
Por ser muchas veces mi ejemplo,  
por no ayudarme de pequeña con las tareas,  
gracias a ti aprendí a no depender de nadie,  
a ser responsable de mis acciones y de mis decisiones.  
Gracias por la paciencia y la comprensión de los últimos tiempos

A Yaneth  
Siempre he creído que los amigos  
que uno se encuentra en la vida  
y que perduran son los elegidos por Dios  
para ser tus hermanos del alma.  
Gracias por tantos años de cariño,  
por escuchar y estar ahí  
cuando lo necesito y cuando no también,  
por tantas aventuras, alegrías  
y tristezas compartidas.  
Gracias por ser mi amiga y mi lado fuerte

A Luz

Quién pensaría que tu y yo  
seguimos juntas,  
la vida nos ha llevado  
por distintos caminos,  
pero cuando el cariño  
es fuerte y sólido  
no lo derrumban,  
ni el tiempo, ni otros amigos,  
ni la distancia.

A mi otra hermana del alma  
Gracias por el apoyo,  
por las lágrimas y las sonrisas  
y por juntas demostrarle al mundo  
que aún seguimos y seguiremos siendo amigas

A mis amigos Mag y Christian  
Gracias a cada uno por su cariño  
por su apoyo y por estar eternamente  
preguntando por la tesis  
pero ante todo por no permitirme caer  
por darme sus brazos para sostenerme  
y por qué sé que siempre estarán ahí,  
cada quién desde su trinchera

El principio de todo esfuerzo académico,  
de toda tarea finalizada tiene un inicio,  
siempre hay un maestro que te transforma  
la perspectiva que tenías de la vida,  
al tutor de esa metamorfosis académica  
le dedico esta tesis,  
Gracias Maestro DIEGO JUÁREZ CHAVÉZ  
(con mayúsculas), por los desvelos,  
por el conocimiento, por los consejos,  
por ser usted mi faro en este mundo de caos.

En medio del camino uno siempre se encuentra  
con personas valiosas que nos brindan  
nuevas perspectivas y senderos para poder continuar.  
Gracias Profesor Obed Arango  
por ampliar mi visión de la vida y el conocimiento (saber)

Existen personas a las que admiramos  
y que sabemos que con ellos rendiremos el 1000%  
pero que al final por diversas circunstancias debemos dejar.  
Gracias Maestro Miguel Maciel (Michi) Me mordí la lengua  
Por decir de esa agua no beberé...

Al Profe. Daniel Lara Sánchez, MI ASESOR  
La vida siempre nos depara sorpresas,  
y es agradable que una de ellas sea conocer  
a alguien paciente, tolerante, comprensivo y ecuánime,  
pero más importante es agradecer  
porque esa persona estuvo junto a nosotros,  
ayudándonos y alentándonos a seguir.  
Gracias por la guía que represento en  
éste camino angustioso de la titulación. *¡Qué chido!*

A mi Alma Mater

Cómo agradecer a la UNAM por ser mi casa de estudios,  
especialmente a Acatlán,  
por darme las herramientas y los conocimientos  
para ser mejor, no sólo profesionalmente  
sino como persona,  
jamás pense llegar a querer tanto a esta Facultad,  
gracias por los Profesores y Maestros  
qué conformaron mi formación académica:  
Yolanda Aquino, Silvia González, Julio Morán,  
Jorge Olvera, Martha Alicia Marqués,  
Joaquín A. De los Monteros, Moramay Soto,  
Laura González, Lourdes Perkins, José Botello,  
Pilar Barroso, Manuel Oropeza +, Alma Rosa Alva de la Selva,  
José Luis Hernández, Enrique Arellano (Bunny),  
Tarsicio Charreaga, Alejandro Bird, Liliana López Arnuada,  
Humberto Ramírez y Diego Juárez.

A mis amigas y amigos de la Universidad  
Ivanelly, Liliana, Cindy, Irma, Erika, Christian,  
Andrés, Mauricio, Fabián, Ariel, Karina, Luz,  
Maribel, Manuel, Luz María y Cynthia,  
por todos los momentos que ahora recuerdo  
como chispazos de vida, por las enseñanzas,  
por la compañía, por las aventuras,  
Gracias por hacerme sonreír cuando los recuerdo.

A las amigas del Seminario:

Chayito, Dulce, Estela, Gaby y Vianeth,  
Les agradezco por todos los momentos  
felices, traumáticos, por las llamadas  
en la madrugada para darnos ánimo y  
porque esta amistad continué.  
¡Sí por fin acabamos!

A los Maestros del Seminario:  
Edgar Morín, Fernando Martínez,  
Enrique Pimentel y Humberto Ramos  
Gracias por llevar a buen término  
el curso y por todo lo aprendido.

# INDICE

INTRODUCCIÓN.....	I - V
Capítulo 1. <b>¡EMPIEZA LA SEXPEDICIÓN!</b> Teórico Conceptual.....	1
1.1 ANTECEDENTES DEL CAPÍTULO TEÓRICO ESTADO DE RETOMANDO LO QUE SE HA DICHO EN EL ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	2
1.2 <b>¡Sexperta!</b> Categorías generales.....	4
1.2.1 <b>¡Avalado por expertos!</b> Cultura.....	4
1.2.2 <b>¡De que hablan cuando no estamos!</b> Comunicación.....	10
1.2.3 <b>¡Atrévete a cambiar!</b> Revistas Femeninas.....	13
1.2.4 <b>¡Sexy y segura bajo el sol!</b> Mujer.....	17
1.2.5 <b>¡Conviértete en su Diosa Sexual!</b> Representación Simbólica.....	20
1.2.6 <b>¡Miradas seductoras!</b> Formas simbólicas.....	23
1.3 <b>¡Wow, que especial!</b> ¿Qué vamos a investigar?.....	25
Capítulo 2. <b>¡AHORA O NUNCA!</b> Contextual.....	28
2.1 <b>¡En sus marcas!</b> El desarrollo del concepto de mujer occidental.....	29
2.2 <b>¡Listas!</b> Antecedentes.....	33
2.3 <b>¡Clímax!</b> El desarrollo del concepto de mujer en México.....	35
2.4 <b>¡Sus misterios resueltos!</b> Las revistas femeninas en el Mundo.....	40
2.5 <b>¡Sus secretos al descubierto!</b> Las revistas femeninas en México.....	41
2.6 <b>¡Sus reglas dictadas!</b> Editorial Televisa.....	47
2.7 <b>¡Nuestras dudas aclaradas!</b> Editorial Notmusa.....	48
2.8 <b>¡Para la mujer que lo quiere todo!</b> <i>Cosmopolitan</i> .....	50
2.9 <b>¡La representación de la chica divertida, moderna bella y enterada Veintitantos!</b> .....	51
Capítulo 3. <b>¡SENSACIONAL DE PIES A CABEZA!</b> Metodológico – Técnico.....	53
3.1 <b>¡Y llegaron las revistas!</b> Nociones generales.....	54
3.2 <b>¡Si no tienes uno, conquítalo!</b> Problema de Investigación.....	57
3.3. <b>¡Si el tuyo miente, enfréntalo!</b> Las técnicas de investigación.....	59
3.4 <b>¡Fuera ropa!</b> Análisis Diacrónico.....	78
3.5 <b>¡Gemidos Fingidos!</b> Interpretación - Semiótico.....	92
3.5.1 <b>¡Si ya durmieron juntos, analízalo!</b> Interpretación de los resultados del análisis semiótico.....	116
3.5.2 <b>¡Y si ya no quieres saber más de ellos: ya hay semen por catálogo!</b> Interpretación de los resultados de la segunda técnica (ASBI).....	128
3.5.3 <b>¡Dúos que dan en el blanco!</b> Presentación de resultados a partir del cruce de las dos técnicas.....	141

Capítulo 4. <b>¡SUBYÚGALO!</b> Reinterpretación.....	156
4.1 <b>¡Ojos para hechizar!</b> Relación entre la teoría y el contexto.....	157
4.2 <b>¡Labios para pecar!</b> Relación del contexto con los Datos.....	160
4.3 <b>¡Rostro para cautivar!</b> La Representación simbólica del concepto de mujer en las portadas de <i>Cosmopolitan</i> y <i>Veintitantos</i> .....	164
<b>¡DUDAS CARNALES!</b> Conclusiones.....	170
Bibliografía.....	176
ANEXOS.....	1- 52



## INTRODUCCIÓN

La mujer desde tiempos remotos ha sido una figura emblemática dentro de la sociedad, cualquiera que ésta sea, sin importar época o lugar, el papel que ha desempeñado ha sido tan importante y ha determinado en muchas ocasiones el rumbo de la historia, ejemplos de ello pueden darse en gran cantidad, qué tal hablar de una Cleopatra, María Antonieta, Isabel I, Eva Perón, La Princesa Diana y más cercanas a nuestra historia, La Malinche, Sor Juana Inés de la Cruz, Doña Josefa Ortiz de Domínguez, Consuelo Velázquez y Frida Kahlo.

Personajes que con sus acciones han modificado la manera de conducirse de una sociedad, a veces en beneficio y otras en perjuicio de la misma, así como de la percepción que de ella tienen otros, transformando la forma de pensar incluso, la de su mismo género.

De tal manera, como ya se pudo dar razón de esta singularidad con la que se maneja la mujer, del mismo modo se puede entender que por esa misma, en la historia de la civilización se han dado diversas representaciones de lo que es una mujer, de su concepto, de su representación simbólica.

Y éste es el propósito de la presente investigación, analizar la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las portadas de las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, durante los meses de mayo a octubre de 2004.

Para el desarrollo de este trabajo es necesario comprender algunos conceptos que serán la base del escrito, el primero es el de **representación simbólica**, el cual es creado por la investigadora que lleva a cabo este estudio, con base en otros autores, entendiéndola como: la construcción de arquetipos que explican, interpretan, significan, dan sentido y legitiman una determinada forma de ver la realidad (visión) y que se expresan en formas simbólicas (acciones, expresiones y textos que encarnan a tal perspectiva) en relación con los contextos históricos sociales dentro de los cuales y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas, las representaciones simbólicas se expresan en formas simbólicas.

De la misma manera, en la que las representaciones y formas simbólicas se incluyen en contextos cognitivos, comunicativos, sociales, culturales, históricos y ecológicos, el ser humano al ser producido y productor de tales

construcciones, detenta un tipo de identidad en función de las representaciones que delimitan un marco de referencia que le dará las particularidades que lo determinen como tal.

En este caso, el ser que ocupa el interés en dicha investigación y segundo concepto, será el de *mujer*, la cual puede definirse como una construcción sociocultural históricamente definida.

Ya que es ella, el objeto de la representación simbólica de las portadas de las revistas femeninas y para ello debemos tener en cuenta que el género femenino a lo largo de la historia social y cultural ha estado delimitado por los preceptos dominantes, lo que lo ha configurado y singularizado en cada contexto específico.

Con ello, estamos indicando que de acuerdo a su localización histórica, cultural y social, es como la mujer establece una forma de ser y estar en el mundo, y esto puede verse reflejado mediante su representación en los diversos medios de comunicación a lo largo de la historia.

Siendo uno de éstos, el impreso y de forma más específica, las revistas femeninas, ellas se han encargado de construir una versión del proceso de desarrollo en el que se ha visto inmersa la mujer en la historia y en la sociedad, así como un tipo de representación de los diversos cambios en la condición de serlo.

Además de que han sido uno de los agentes que han contribuido para la consolidación o el cambio de los roles femeninos, ya que en ellas la mujer es transfigurada de las más diversas maneras, encontrándola primero como: objeto de adorno, persona de amor e inspiración o bien, de deseo, confrontación, como elemento de explotación sexual, persuasión y finalmente de consumo.

Para ello, es necesario precisar a nuestro tercer concepto, *las revistas femeninas*, las cuales se definen como el tipo de publicación periódica (semanal, quincenal, mensual) con escritos sobre varios temas o sobre uno en particular, que se dirige a la mujer. Además de que estos temas están contenidos en papel de calidad, con modernas técnicas de impresión y llamativas portadas en color lo que influye en su compra.

Y básicamente las portadas son nuestro objeto de estudio.

Una de las razones por la cual se seleccionaron las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, es porque, la primera es de las más antiguas en el mercado, llegó a México en 1973 y a través de los años ha sabido mantenerse vigente, pues mientras otras desaparecen, ésta continua en el gusto de sus lectoras, las cuales la siguen comprando.

De la revista *Veintitantos*, cabe decir que es de las primeras que va dirigida a la mujer joven, como su nombre lo dice, salió en 1994, abriendo un parteaguas en las revistas femeninas, ya que antes de ésta, las revistas estaban orientadas a las señoras o adolescentes.

Se pretende contestar al cuestionamiento de cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, para conocer cuál es este concepto y si a través de éste se pretende homogeneizar a la mujer mediante determinados estándares de conductas y de deber.

Se han hecho diversos estudios acerca de los estereotipos de la imagen de mujer que presentan algunas revistas, pero no acerca de la representación simbólica del concepto de mujer, a través de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas y en concreto fue lo que pretendió analizar esta tesis.

Ya que una investigación que contemplara no sólo el estudio semiótico de las portadas de las revistas, o el análisis diacrónico de las mismas, sino que además en su interpretación de los datos considere como parte importante al contexto sociohistórico no se había realizado como tal y mucho menos tomando en cuenta estudios como lo son las tesis profesionales, siendo este un pequeño aporte de la investigación.

De este modo, la investigadora plantea en su tesis un enfoque cualitativo, retomando lo que Thompson define como *Hermenéutica Profunda*, el cual contempla tres fases, el análisis sociohistórico en el que se produce, circula y es recibida la forma simbólica (portada), el análisis formal al observar los rasgos estructurales de las imágenes mediante el estudio semiótico, el diacrónico enfocado a las revistas en las que se encuentran contenidas tales portadas o discursivo cuando se estudia la oralidad de las mujeres a las que se les aplicó el ASBI y una interpretación de los datos incluyendo en él, el contexto sociohistórico, el aspecto cultural, el aspecto humanista, en el cual se relacionen todos los datos para llegar a una explicación que sea satisfactoria,

para que quién revise el estudio cuando ya se encuentre en los anaqueles para su consulta pueda obtener mayores beneficios al leerla, pues encontrará todos estos aspectos contemplados dentro de ella.

Además esta investigación puede ser interesante para las mismas revistas femeninas porque pueden tomar en cuenta la representación simbólica del concepto de mujer que se encuentra intrínseco en su publicación e incluso pueden propiciar mediante éste una continuación de este concepto y por lo tanto una identificación y con ello un incremento en las ventas de estas publicaciones.

Por lo que se pueden apreciar los beneficios que puede aportar un análisis de esta naturaleza en los diferentes campos de acción en los que se puede encontrar inmersa la representación simbólica.

La tesis quedó integrada por cuatro capítulos. El primero de ellos fue el conformado por la teoría, en el cual se retomaron autores como John B. Thompson, Luis Duch, Marc Auge, José Manuel Valenzuela y Naomi Wolf, el primero nos dará cuenta de la Concepción estructural de Cultura, el segundo nos permitió complementar la noción de cultura, con Auge se complementa la concepción de simbolización que la autora crea, Valenzuela permite entender el concepto de mujer y Wolf ayuda a explicar a las revistas femeninas, gracias a estos autores se puede exponer la relación entre cultura y comunicación y como se entrelazan con las demás concepciones.

El segundo capítulo estará dedicado al contexto, en éste se plantea el desarrollo de la mujer tanto en el ámbito mundial como de manera específica en México, considerando fechas importantes que marcan puntos determinados de la historia, de igual manera a las revistas femeninas a las cuales se ubican en el mundo y en el país, tomando en cuenta las etapas que marcaron una diferencia, particularmente se manejan a partir de 1960. Observando la historia particular de cada una de las revistas mencionadas.

En el capítulo tercero se encuentra todo lo referente a la metodología, desde cómo se escogieron las técnicas, las cuales fueron un estudio semiótico a las 10 portadas de las publicaciones ya referidas del 2004, un análisis diacrónico a tales publicaciones, así como la aplicación de ASBI (Análisis Semántico Basado en la Imagen), a 6 mujeres de 20 a 38 años, cómo se construyó el instrumento para generar la información que se deseaba obtener, cómo se

determinó la aplicación del ASBI y a las portadas y se sistematizó toda la información obtenida.

Y por último, el capítulo cuatro tendrá en sí la reinterpretación, esto es, la interpretación de los datos obtenidos de las técnicas relacionándolos con la teoría y el contexto, así como de éste con los datos y la relación de los datos con el objeto de estudio.

Aparte se encontrarán las conclusiones y el apartado de anexos en el que se podrá encontrar desde las transcripciones hasta las tablas utilizadas para poder sistematizar la información obtenida.

Es pertinente mencionar que los títulos de los capítulos y de los temas y subtemas fueron extraídos de las frases que aparecen en las portadas de las publicaciones, buscando la manera de adecuarlos al tema a tratar, con el fin de hacer más entretenida y ágil la lectura del texto.

El lector de esta obra tendrá la última palabra para decidir si se cumplieron las expectativas generadas con el estudio, pero para poder formarse una opinión de sí le fue o no de ayuda tal material, primero necesita darse la oportunidad de conocer mediante la lectura la representación simbólica del concepto de mujer de las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* que se explica a través de esta tesis.

***“Sólo el que sabe es libre,  
y más libre el que más sabe...  
Sólo la cultura de libertad...  
No proclaméis la libertad de volar,  
sino dad alas;  
no la de pensar, sino dad pensamiento.  
La libertad que hay que dar al pueblo  
es la cultura”  
Miguel de Unamuno***

***“No hay  
barrera, cerradura ni cerrojo que puedas imponer  
a la libertad de mi mente”  
Virginia Woolf***

***¡EMPIEZA LA SEXPEDICIÓN!***

**CAPÍTULO 1  
TEÓRICO CONCEPTUAL**

## **¡EMPIEZA LA SEXPEDICIÓN!**

### **1. MARCO TEÓRICO / CONCEPTUAL**

La comunicación y la cultura son dos procesos en los cuales se encuentra inserto el hombre, conceptos que en los últimos tiempos han tomado un auge relevante en los estudios de comunicación y que son la base de la presente investigación.

En esta parte del estudio se explica tanto estos conceptos como aquellos con los que establecen relaciones de acuerdo al objeto de estudio, tales como: Representación simbólica, Mujer y Formas simbólicas entre otros, así como las maneras en las que se entrelazan, considerando también a los autores que abordan tales nociones.

Asimismo es imprescindible conocer las disertaciones anteriores que se han llevado a cabo que tengan alguna conexión con la que aquí se presenta.

#### **1.1 Antecedentes del capítulo teórico retomando lo que se ha dicho en el Estado de la Cuestión**

El problema de las revistas femeninas y su relación con la mujer es un tema que ha sido abordado desde la década de los 80's.

Una obra pionera al interesarse en estudiar la relación que se da entre la mujer y las revistas femeninas fue la de **García Carola (1978) “Revistas femeninas una forma de penetración ideológica”** en donde describe cual es la ideología imperante en dichas publicaciones y a través de que medios se logra llegar a imponer. Finalmente puntualiza que las revistas son una forma de colonización cultural en donde se utiliza a la mujer mediante el sexo para provocar la enajenación y la proliferación de estereotipos.

Cabe señalar que esta tesis posteriormente fue publicada como libro en 1980, con el título **“Revistas Femeninas, la mujer como objeto de**

**consumo”** y que la aspirante a licenciatura de aquellos años, ahora es una reconocida comunicóloga, catedrática y doctora en Sociología, especialista en el tema de revistas.

De igual manera las demás tesis encontradas tanto en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales así como las de Facultad de Estudios Superiores Acatlán ambas de la UNAM, correspondientes al área de comunicación, coinciden en abordar temas de Ideología, medios masivos, comunicación de masas y roles.

Se puede apreciar después de haber revisado esta información que hay una diversidad de estudios dedicados a las revistas femeninas, pero estos están avocados al análisis de la imagen, los estereotipos, la ideología, la influencia, las representaciones, los valores y la estructura del mensaje que se transmite a través de estas publicaciones.

Sin embargo no existen investigaciones acerca de la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas y que se aprecian a través de las portadas, además de que no utilizan una metodología cualitativa ni se realiza una interpretación tomando en cuenta el análisis sociohistórico en el que se encuentran inmersos estos referentes, por lo que representación simbólica, mujer y revistas femeninas son los conceptos fundamentales de este problema de investigación, obviamente permeados por los conceptos de comunicación y cultura.

Así que se realizará esta investigación con el fin de conocer cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas Cosmopolitan y Veintitantos a través de sus portadas y de esta manera conocer cuál es este concepto y si mediante éste se pretende homogeneizar a la mujer mediante unos estándares de conducta y de deber ser, todo esto visto a través de los ejes básicos de Comunicación y Cultura.



## **1.2 CATEGORÍA GENERALES**

### ***¡Sexperta!***

Es importante antes de empezar a explicar, el nombrar los conceptos en los cuales estará basada esta tesis como son: cultura, comunicación, representación simbólica, formas simbólicas, mujer y revistas femeninas.

Los conceptos eje cultura y comunicación son los que darán cuenta de las relaciones que se establecen entre las otras nociones y el cómo se determina de esta manera la representación simbólica de la mujer en la portadas de las publicaciones ya mencionadas.

### **1.2.1 ACERCA DE CULTURA**

#### ***¡Avalado por expertos!***

Para hablar del concepto de Cultura se remitirá a John B. Thompson, el cual explica en su libro *Ideología y Cultura Moderna*, específicamente en su capítulo 3, dicha noción, en donde menciona que la vida social no sólo está comprendida por los objetos e incidentes de la vida natural, sino también es una cuestión de acciones y expresiones significativas y de sujetos que se expresan a través de ellos y que tratan de comprenderse y de comprender a los demás al interpretar las expresiones que producen y reciben.

Del mismo modo, este estudio pretende explicar como por el concepto de mujer representado simbólicamente por las portadas de las revistas, es una forma de comprender y al tiempo comprenderse como mujer para aquellas que adquieren o ven las revistas, a través de la interpretación que hacen de las imágenes de las portadas.

De esta manera el estudio de los fenómenos culturales comprende el mundo sociohistórico como un campo significativo.

Esto es, que no se debe olvidar que este hecho de verse representado es un fenómeno cultural y como tal debe ser comprendido dentro de un contexto dado.

Así es necesario recordar que Thompson desarrolla los cuatro sentidos del concepto de Cultura: La concepción clásica, simbólica, descriptiva y estructural de la cultura.

Se comenzará con **LA CONCEPCIÓN CLÁSICA**.- “La cultura es el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna.” (Thompson, 2002, p. 189)

Recordando que el término o concepto de cultura, ha tenido diversas connotaciones a largo de la historia de la humanidad, aquí se mencionan tan sólo algunos que retoma Thompson en su escrito. Los primeros usos del término cultura, se referían al cultivo o cuidado de algo, como las cosechas o animales, posteriormente se fue modificando esta concepción y así se entendió como al cultivo de la mente.

En el s. XIX cultura era igual a civilización. En alemán eran opuestos estos vocablos, Zivilización era negativo y Kultur era positivo. El primero se asociaba con la cortesía y el refinamiento y el segundo se refería a los productos intelectuales, artísticos y espirituales.

Como se puede observar al leer esta concepción Clásica, esta es un tanto reducida para el objeto de estudio que ahora se está tratando, pues si bien las revistas femeninas son un producto cultural, no están consideradas dentro de la sociedad como obras eruditas o que ayuden a ennoblecer el carácter del ser humano, de manera que es necesario recurrir a la siguiente noción.

**LA CONCEPCIÓN DESCRIPTIVA**.- “La cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos,

objetos e instrumentos materiales, que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o sociedad” (Thompson, 2002, p. 191)

En los diferentes aspectos que se ven reflejados en las portadas de las revistas femeninas se aspira el ver representada de alguna manera la cultura que distingue a Latinoamérica y particularmente a México, tal vez no en cuestión estética pero si en cómo lo reflejan quiénes adquieren o ven tales revistas.

Sin embargo tal concepto, no contempla otros rasgos importantes del estudio como lo son la historia y la situación cultural dentro de la que se desarrolla la representación simbólica de las revistas, así que no es pertinente utilizarla.

E.B. Taylor define la cultura como la lista de todos los aspectos de la vida general de un pueblo representa esa totalidad que llamamos su cultura. Esto produce la cientifización del concepto de cultura ya que requiere investigación científica y sistemática.

Malinowski en sus escritos de 1930 y 1940 maneja una teoría científica de la cultura, cuyo interés se basa en el enfoque funcionalista sobre cultura, en donde los fenómenos culturales se analizan con respecto a las necesidades humanas, ésta es una versión de la concepción descriptiva, en ella Malinowski distingue que los seres humanos son distintos en dos aspectos. Uno, varían en su físico y estructura corporal (Antropología física) y dos, en su herencia y/o cultura (Antropología Cultural)

Ahora es pertinente mencionar la **CONCEPCIÓN SIMBÓLICA**.- “La cultura es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas –entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos- en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (Thompson, 2002, p. 197)

En la década de 1940, L. A. White desarrolla en *The Science of Culture*, que los símbolos son el rasgo distintivo del ser humano y que los fenómenos culturales se dan en tres sistemas: el tecnológico, el sociológico y el ideológico, enfatizando el papel de la tecnología.

Clifford Geertz coloca la concepción simbólica de la cultura en el centro de los debates antropológicos en *The Interpretation of Cultures*, en ella describe su concepto de cultura como “semiótico” más que “simbólico”. Geertz se interesa en el significado, el simbolismo y la interpretación. “Al creer como Max Weber, que el hombre es un animal suspendido en tramas de significación tejidas por él mismo, considero que la cultura se compone de tales tramas y que el análisis de ésta no es por lo tanto una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado” (Veáse Geertz en Thompson, 2002, p. 196) La cultura es una jerarquía estratificada de estructuras significativas.

Los análisis de la cultura, como lo son los escritos etnográficos de los antropólogos son interpretaciones de interpretaciones.

Geertz ha reorientado el análisis de la cultura, es decir su significado y el simbolismo así como la interpretación como enfoque metodológico.

Este concepto se acerca más a lo que se desea investigar en este estudio, sin embargo no se contempla en él un análisis que incluya el contexto en el que se desarrolla el fenómeno cultural a tratar, por lo que no es pertinente utilizar esta noción.

Así se llega a la **CONCEPCIÓN ESTRUCTURAL**.- Ésta enfatiza tanto el carácter simbólico de los fenómenos culturales como que estos se insertan siempre en contextos sociales estructurados.

Análisis cultural.- “Como el estudio de las formas simbólicas – es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos sociohistóricos específicos y

estructurados socialmente dentro de los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas” (Thompson, 2002, p. 203) En resumen es el estudio de la constitución significativa y la contextualización social de las formas simbólicas (los fenómenos culturales son significativos tanto para los actores como para los analistas)

Todo esto se da dentro de contextos y procesos sociales e históricos.

La concepción estructural de cultura de Thompson, es la noción que se toma como eje en la investigación, ya que como se precisó anteriormente es ésta la que considera las formas simbólicas dentro de una sociedad histórica específica dada y las portadas de las revistas femeninas, son como tal, formas simbólicas que se encuentran dentro de un contexto sociohistórico específico como lo es el mexicano, de esta manera se realizará un análisis cultural en donde se estudie el fenómeno cultural de la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas, propiamente las portadas, en tanto se producen, transmiten y reciben las formas simbólicas.

Ya se ha mencionado en varias ocasiones el concepto de formas simbólicas, cabe decir que este será abordado detalladamente más adelante, pero para hacer más fácil su comprensión es prudente precisarlo ahora, entendiéndose a estas como:

construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden comprender, en tanto que dichas formas sean entendidas e interpretadas por individuos que las producen y reciben, pero también son constructos significativos que se estructuran de maneras diferentes y que se insertan en condiciones sociales e históricas específicas. (Thompson, 1993, p.398)

Más adelante este concepto será retomado para la construcción del concepto de representación simbólica, por el momento es conveniente conocer únicamente esta noción.

Pero hay que recapitular que Thompson no es el único autor que ha escrito acerca de cultura, se retoman a otros autores como Geertz y Malinowski. Ahora también se debe incluir a Michel De Certeau, el cual en su texto *La Cultura en Plural* (1999, p.156) particularmente el capítulo de la cultura en la sociedad, en donde menciona que la cultura se encuentra en todos los ámbitos de la vida social.

En este se dice que la cultura es acción y son estrategias que se llevan a cabo para conservar el poder, ya sea en pro de la cultura o para continuar manteniéndolo a través de la misma, obviamente se da más el segundo caso y esto se puede apreciar cómo cuando el poder económico toma en sus manos a la cultura, los objetos culturales se folclorizan, se vulgarizan, se masifican.

Del mismo modo existe una reestructuración de la vida privada que se visualiza con el éxito individual, esto es, se puede hablar de éxito si triunfas profesionalmente, si no, no se puede hablar de tal superación. Así también al explicar los diferentes términos de cultura (acción cultural, agente cultural, política cultural, actividad cultural, discurso cultural etc.) podemos darnos cuenta que la cultura como tal se encuentra inserta en todos los campos sociales y que los ciudadanos dejaron de serlo y se han convertido en consumidores.

Esto se puede considerar en tanto las revistas femeninas mencionadas manejan determinadas estrategias en cuanto a lograr conseguir o preservar el poder mediante la compra de las mismas, tal vez con el fin de preservar determinados conceptos de mujer y transmitirlos a través de las mismas publicaciones, las cuales llegan a un gran número de lectoras, masificándolas, convirtiéndolas en consumidoras, la cultura como tal se encuentra en todos los ámbitos de la vida social.

Esto se puede apreciar perfectamente con la aparición de los medios masivos de comunicación, los cuáles surgieron en Europa, a finales del siglo XV y comienzos del XVI, estas instituciones están relacionadas intrínsecamente con el poder y el valor económico de las formas simbólicas el

cual es mediado por los medios masivos, por lo que ahora es pertinente abordar este concepto.

## **1.2.2 ACERCA DE LA COMUNICACIÓN**

### ***¡De qué hablan cuando no estamos!***

Abordando el concepto de comunicación con los elementos que brinda Duch en su libro: *Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología*, (2004, pp. 89-127) en su capítulo “Notas para una antropología de la comunicación”.

Este autor expone que la comunicación es el soporte de la cultura. Esto se da porque la comunicación utiliza un vínculo de significados a través de la comunicación verbal o no verbal. Los medios de comunicación por lo regular trabajan sobre lo simbólico pero establecen reglas de mercado para ello.

La comunicación es un dato antropológico fundamental, porque desde el nacimiento hasta la muerte, la constitución del ser humano exige inacabables procesos de transmisión que permiten la conversión de la información en comunicación humana, es decir lo humano consiste en una construcción simbólica y social de la realidad, posibilitando la instalación del individuo en el mundo cotidiano, permitiéndole expresarse en su tiempo, espacio, sexo, condiciones psicológicas, intereses, temperamento, economía, política, memoria, imaginario colectivo, etcétera.

La racionalidad comunicativa propia del hombre, se ve reflejada en la vida cotidiana, el ser humano se presenta y representa y es ahí donde emerge de una forma u otra la comunicación. Duch exclama: “El hombre es inevitablemente un ser teatral que constantemente, entre el drama y la comedia, se ve forzado a representar un determinado rol social” (2004, pp. 95 – 96). De esta manera se puede decir que el hombre se encuentra inmerso en el juego que es impuesto por una tradición cultural de su contexto.

Para hacer más fácil la comprensión se puede ejemplificar cuando lo podemos apreciar en las portadas de las revistas que son la base de nuestro

estudio pues en ellas se maneja comunicación verbal y no verbal, que se refleja en lo simbólico que desean connotar. Así también mediante la transmisión de sus imágenes hacen una construcción simbólica de la realidad, la cual se expresa en los diferentes ámbitos en los cuales se desenvuelve la mujer, llámese familia, trabajo, amigos, escuela, etcétera, representando en ellos un particular rol social.

En la sociedad actual se pueden observar estas imitaciones promovidas por la moderna comunicación de masas, es decir el individuo se deja llevar y tiende a imitar los roles o representaciones que le presentan los medios masivos de comunicación como es el caso de las revistas femeninas, particularmente de las portadas, en donde la mujer representa determinado concepto de mujer que la sociedad le marca con el fin de pertenecer a un contexto cultural en el cual sea aceptada, todo por medio de las imágenes que le son transmitidas a través de las portadas de dichas revistas.

Duch plantea que la comunicabilidad humana implica traducir, imitar e interpretar a otro, punto que se pretende fundamentar en esta investigación cuando se analicen las representaciones simbólicas del concepto de mujer en las revistas femeninas, las cuales son un medio masivo de comunicación, así como en las mujeres que adquieren o ven las portadas de las mismas.

Es preciso en este momento hacer un momentáneo paréntesis a la categoría siguiente para realizar un breve esbozo de los medios masivos de comunicación y particularmente de los medios escritos, en el cual se encuentra la concepción de las revistas femeninas.

Thompson en su capítulo 4, "Transmisión cultural y Comunicación de Masas", del texto ya mencionado, realiza una historia concisa de los medios masivos de comunicación. Todo comienza con la imprenta de Gutenberg en el siglo XV, al generarse toda una serie de técnicas de impresión en los diversos centros comerciales de Europa, dio comienzo a una serie de desarrollos que no han parado hasta los presentes días, transformando las maneras en que las



formas simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas por los individuos en la vida diaria.

Dentro de la transmisión cultural se puede apreciar el proceso por el cual las formas simbólicas se transmiten de productores a receptores, pone en relieve una serie de características para comprender la comunicación de masas como son los mensajes escritos (imprensa, periódicos, revistas etcétera), la radiodifusión y la televisión entre otras.

Un punto importante a tomar en cuenta es el de la extensión de la disponibilidad de las formas simbólicas en el tiempo y en el espacio, este paso se logró cuando se facilitó el transporte de éstas, los medios que lo permitían eran el papiro y el papel, este hecho se puede trasladar a nuestra categoría de los medios masivos de comunicación, que al tener esta facilidad de acceder a las diferentes sociedades gracias a su penetración y capacidad de transmisión permite un acceso mayor a las masas.

En su capítulo 5, “Hacia una Teoría de la Comunicación de Masas”, Thompson en su texto de *Ideología y Cultura Moderna*, menciona que las formas simbólicas difundidas por la comunicación de masas se pueden poner a disposición de numerosos receptores, tal es el ejemplo de las revistas femeninas, ya que de manera general, la reproducción de las formas simbólicas contenidas en este medio impreso, es controlada por las instituciones de comunicación de masas, pues éstas se encuentran sometidas a la valoración económica.

Al mercantilizarse y ser tratadas como objetos, las formas simbólicas son vendidas, como prestaciones por los que se deberá de pagar y también como medios que facilitaran la venta de otros objetos o servicios, esto perfectamente puede apreciarse al observar las páginas de una revista femenina, ya que ahí se encuentran diversos productos publicitados a través de las imágenes contenidas en sus hojas.

Thompson propone que la comunicación de masas debería entenderse, en primera instancia, como parte de una serie de instituciones dedicadas, de diversas maneras, a la fijación, a la reproducción y la mercantilización de las formas simbólicas. (Thompson, 2002, p. 320)

Es aquí cuando se relaciona la comunicación con otro de los ejes de la tesis, las revistas femeninas, éstas utilizan más y más símbolos que pueden ser leídos por cualquiera, en diversos lugares es decir, se generalizan para hacerlos más comprensibles, además lo simbólico permite al individuo soñar o representarse en su contexto.

### **1.2.3 ACERCA DE REVISTAS FEMENINAS**

#### ***¡Atrévete a cambiar!***

Estos medios impresos se han encargado de construir una versión del proceso de desarrollo en el que se ha visto inmersa la mujer en la historia y en la sociedad, así como un tipo de representación de los diversos cambios en la condición de serlo.

Además de que han sido uno de los agentes que han contribuido para la consolidación o el cambio de los roles femeninos, ya que en ellas la mujer es transfigurada de las más diversas maneras, encontrándola primero como: objeto de adorno, persona de amor e inspiración o bien, de deseo, confrontación, como elemento de explotación sexual, persuasión y finalmente de consumo.

Estos cambios pueden apreciarse en primer lugar cuando hasta los años cuarenta, se trataba de preservar una imagen femenina socialmente aceptable, es decir, una mujer que se esmeraba en su arreglo personal aun cuando desempeñara labores masculinas debido a los conflictos bélicos. Posteriormente al terminar esta guerra, la mujer debía volver al papel tradicional, es decir aspirar a ser “una buena esposa, una buena madre y una administradora doméstica eficiente”, (Wolf, 1991, p. 83) con este cambio las empresas que se beneficiaban con la industria bélica debían lograr vender

bienes de consumo que llenasen el vacío de dichos contratos por lo que a través de las revistas se le vendió a la mujer la idea “de ser bella”, imagen que la acompaña hasta nuestros días.

Para ello, es necesario precisar a nuestro tercer concepto, el cual es creado por la investigadora, **las revistas femeninas**, las cuales se definen como el tipo de publicación periódica (semanal, quincenal, mensual) con escritos sobre varios temas o sobre uno en particular, que se dirige a la mujer, desde el punto de vista de una amiga, de una consejera que trata temas generalmente de belleza, moda, sexo, tests psicológicos, consultas sentimentales, espectáculos y cartas de las lectoras pidiendo consejo sobre diversos problemas, entre otros, pero que dependiendo de los temas de interés y actualidad, pueden aparecer otros.

Además de que estos temas están contenidos en papel de calidad, con modernas técnicas de impresión y llamativas portadas en color lo que influye en su compra.

Son en su gran mayoría escritas por mujeres, para mujeres y sobre problemas de mujeres, tomando en serio los temas que les interesan, sin que se juzgue en dichas publicaciones los temas como banales o frívolos y tampoco a sus lectoras por querer saber más de ellos, aún cuando sean temas que tengan que ver con moda o belleza.

Igualmente de que se investiga a partir de información científica, es decir con especialistas; de información no científica, esto es, datos que reúne la redactora de fuentes diversas y por último el testimonio de una mujer que tuvo el problema en cuestión, todo esto a través de un lenguaje sencillo, de amiga a amiga que facilita la comprensión del tema tratado, a diferencia de las revistas científicas en las cuales se utilizan términos técnicos. Sin embargo también existen secciones que pueden ser escritas por hombres, dirigidas a adquirir mayor información sobre el sexo opuesto y como conseguir y/o conservar a un hombre.

La voz de la revista ofrece a las mujeres “una autoridad femenina invisible a la cual admirar y obedecer, paralela a la relación mentor- protegido que ayuda a formar a muchos hombres en su educación y en su empleo, pero que rara vez se proporciona a las mujeres en ninguna parte, salvo en las páginas satinadas de su revista” (Wolf, 1991, p. 95)

Las revistas proporcionan servicios reales, mediante líneas de asistencia, sondeos de opinión entre las lectoras, instrumentos de información presupuestaria y financiera. Todo ello combinado hace que la revista parezca algo más que una revista: es como una mezcla de familia extendida, agencia, partido político y gremio.

Debido a que estos rasgos generales están contenidos en las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, es por ello que se eligieron para ésta investigación.

Siendo también una de las razones por la cual se seleccionaron tales revistas y no otras, es porque, la primera es de las más antiguas en el mercado, llegó a México en 1973 y a través de los años ha sabido mantenerse vigente, pues mientras otras desaparecen, ésta continua en el gusto de sus lectoras, las cuales la siguen comprando.

Algunas de las razones por las que se da la vigencia de la revista son porque trata en sus páginas temas de sexualidad como lo son, el placer, la seducción, las fantasías eróticas, infidelidad, posiciones, masajes, mitos; de belleza tales como: dietas, ejercicios para las zonas problemáticas, maquillaje de moda, nuevas tendencias; de salud como cáncer de seno, alimentación sana, asuntos que interesan a las lectoras y que aunque también son tratados en otras revistas es en *Cosmopolitan* donde depositan su confianza para saber de esto.

Además a pesar de la idiosincracia que maneja en sus páginas, (ya que es editada en México, pero sus oficinas de redacción se encuentran en Florida y en la versión en español, sólo son traducidos los artículos de la versión en

inglés que ya han sido publicados allá, a los cuales hacen algunos cambios y así se editan) pues dicho en otras palabras es una revista estadounidense que compran mujeres mexicanas que no tienen ni la estructura física, cultura, economía, ni tradiciones que las americanas e incluso cuando la mayoría de los personajes locales que aparecen en ellas le sean desconocidos o no exista ninguna relación con el espectáculo mexicano, es aceptada y se vende sin mayores problemas.

El porqué se da esta venta puede explicarse de la siguiente manera, cuando las lectoras hojean las páginas de su revista tienen acceso a productos y artículos que por su economía no pueden obtener y al hacerlo tienen un medio de escape para su frustración, pues entran a ese mundo de lujo y fantasía del que salen cuando la cierran, por lo tanto pueden ingresar tantas veces como abran su revista.

De la revista *Veintitantos*, cabe decir que es de las primeras que va dirigida a la mujer joven, como su nombre lo dice, salió en 1993, abriendo un parteaguas en las revistas femeninas, ya que antes de ésta, las revistas estaban orientadas a las señoras o adolescentes.

Esto es que en sus páginas se pueden encontrar temas como el sexo, belleza, moda, entre otros, pero manejados específicamente para este público en particular, es decir, sin la inocencia a la que se dirigen a la adolescente, sobreentendiendo que estas mujeres jóvenes tienen experiencia en dichas materias por lo que se maneja un lenguaje claro llamando a las cosas por su nombre y sin los prejuicios que puedan tener las mujeres maduras que por los convencionalismos de la sociedad no pueden o no deben hacerlo con tal libertad.

Porque aunque han salido publicadas otras revistas enfocadas a este grupo, gracias a la edición de estos temas sobre todo sexuales y de belleza se mantiene así, en el gusto de las jóvenes.

Finalmente también fueron elegidas porque en ellas se destacan las portadas además de a través de sus paginas, de su publicidad impresa, de sus artículos, el discurso del valor de la belleza como un arma que debe ser utilizada por toda mujer, como su máximo valor y para conseguirlo ningún sacrificio se debe escatimar, léase dietas, ejercicios, cremas, cirugías, así también como el medio para ascender socialmente, ya sea para obtener un mejor empleo o para conseguir al mejor marido y por promoverse mediante el sexo, la figura y la cara, pues de esta manera lo que no se tiene, se logra y lo que ya se tiene, se conserva.

Esta disertación puede ser perfectamente identificada debido a la experiencia que la investigadora tiene respecto de las revistas femeninas, gracias a su formación universitaria, a las lecturas realizadas a diversas publicaciones, así como a la sensibilidad que ha adquirido a través de los años en los cuales se ha encontrado inmersa dentro de estas ediciones y que le han otorgado el conocimiento para discernir sobre tal razonamiento.

#### **1.2.4 ACERCA DE MUJER**

##### ***¡Sexy y segura bajo el sol!***

En este caso, el ser que ocupa el interés en dicha investigación y segundo concepto, será el de **mujer**, definida como una “construcción sociocultural históricamente definida” (Valenzuela, 1997, pp.13-16). Es decir, este concepto siempre estará permeado por el ámbito social, cultural, histórico y comunicativo que lo van a determinar como tal al otorgarle particulares características que lo distinguen aún entre sí.

Ya que es ella, el objeto de la representación simbólica de las revistas femeninas y para ello debemos tener en cuenta que el género femenino a lo largo de la historia social y cultural ha estado delimitado por los preceptos dominantes, lo que lo ha configurado y singularizado en cada contexto específico.

Para poder comprender a la mujer como ser particular, es necesario tomar en cuenta las categorías que elabora Valenzuela Arce para identificar la noción de joven y que pueden ser aplicadas a la idea de mujer. En tanto que ser joven es uno de los rasgos transitivos que ubican a un tipo específico de mujer, la mujer es un género que puede tener como expresión la juventud, sin que por ello se limite a la diversidad de grupos que pueden existir dentro de la categoría femenina, además de que se debe de tomar en cuenta su contexto social y cultural, de esta manera la idea de mujer es cambiante y dinámica.

El porqué se consideran las categorías que da Valenzuela de joven para completar la noción de mujer se puede explicar en tanto que los elementos que le dan significado son perfectamente adaptables a este género y no son exclusivos de tal cualidad.

Teniendo así elementos significantes como son:

*Situacional:* las mujeres cobran sentido dentro de contextos sociales específicos. No es lo mismo hablar de ellas en la época medieval que en la época de posguerra.

*Representadas:* se refiere a los procesos de disputa y negociación entre las representaciones dominantes sobre la mujer, se divide en dos en heterorepresentaciones y auto percepciones, la primera se refiere a las representaciones externas que se tienen sobre las mujeres y la segunda a la conformación de prototipos y formas de vida desde el punto de vista de las mismas mujeres. Una es la idea de cómo los otros las ven y la otra de cómo ellas se consideran.

*Adscripción o pertenencia:* donde se delimita quienes pertenecen al sector de mujeres y quienes quedan excluidas. Es decir, quienes no pertenezcan a este género no pueden estar en el grupo.

*Relacionales:* las mujeres sólo cobran sentido en sus procesos e interacción con otros ámbitos sociales y en sus adscripciones socioeconómicas, de género

o étnicas. Dentro de las relaciones que establecen se confirman como tales, ante otras mujeres, ante otros grupos de diferente posición económica o de raza.

*Cambiantes:* se construyen y reconstruyen en la interacción social. Toman actitudes y posiciones conforme interactúan con otros.

*Cotidianas:* se construyen en los ámbitos íntimos de intensa interacción. Se constituyen como género cuando se relacionan dentro de su mismo entorno.

*Imaginadas:* son comunidades de referencia, desde las cuales se establecen nexos imaginarios de adscripción. Aún cuando se encuentren separados por lugar e idioma o idiosincrasia, los grupos femeninos mantienen lazos en común.

*Relaciones de poder:* las mujeres se construyen dentro de redes de relaciones de poder estableciéndose a partir del grupo socioeconómico que se expresa. Las mujeres se interrelacionan con su mismo grupo.

*Identitarias:* esto tiene que ver con ámbitos de identificación social, frecuentemente estas dimensiones son recreadas o, incluso resemantizadas como elementos de las identificaciones femeninas.

*Identidades perdurables:* tiene que ver con las de clase, étnicas nacionales o de género.

*Identidades transitorias:* se refieren a la condición sexual, definida biológicamente. (Valenzuela, 1997, pp.13-16) No se identifican entre sí, de igual manera, una mujer joven que una adulta o anciana.

Con ello, estamos indicando que de acuerdo a su localización histórica, cultural y social, es como la mujer establece una forma de ser y estar en el mundo, y esto puede verse reflejado mediante su representación en los diversos medios de comunicación a lo largo de la historia.



### 1.2.5 ACERCA DE LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA

#### *¡Conviértete en su Diosa Sexual!*

Cuando la analista empezó a investigar acerca de esta concepción teórica se encontró con que en vista de que los paradigmas han dejado de ser absolutos, es decir no hay verdades totales, además de no encontrar a algún autor que reflejará lo que quería explicar a través de este concepto, se dio a la tarea de construir una significación referente a la representación simbólica y la situó dentro de seis dimensiones para que esta noción pudiera ser comprendida en todos los contextos en los que se ve inmersa.

Para llegar a la construcción de dicho concepto, se retomaron a los siguientes autores, cabe señalar que en muchos de los casos, esta apropiación no es tal cual, es una paráfrasis de los mismos. De Denise Jodelet, la cual retoma la noción de representación social de Sergei Moscovici (1986), de su obra *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*, sólo se optó por el de *representación* en cuanto a que estas explican, interpretan, significan, dan sentido a lo que sucede alrededor de los individuos.

De Carl Jung, en su obra *El hombre y sus símbolos*, la concepción de *arquetipo*: “es el símbolo o la imagen que va más allá del entendimiento humano, que tiene poderes sobrehumanos, por lo que son fácilmente asimilables por la comunidad, siendo éste un elemento de cohesión social” (1981).

De Berger y Luckman de su libro *La construcción social de la realidad*, en cuanto a que la representación es un conocimiento que forja las evidencias de la realidad consensual. Seleccionando así que la representación simbólica es una determinada forma de ver la realidad (visión).

Y de Thompson, de su libro *Ideología y cultura moderna*, se recurre a la noción de *formas simbólicas*, que ya se han nombrado antes y a la *concepción estructural de cultura*, en cuanto a que estas formas simbólicas deben de analizarse en los contextos sociohistóricos que se encuentran.

Por lo que **representación simbólica**, es: la construcción de arquetipos que explican, interpretan, significan, dan sentido y legitiman una determinada forma de ver la realidad (visión) y que se expresan en formas simbólicas (acciones, expresiones y textos que encarnan a tal perspectiva) en relación con los contextos históricos sociales dentro de los cuales y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.

En cuanto a las dimensiones en las cuales puede encontrarse a la representación simbólica, estas fueron construidas a partir de los diversos elementos que las integran, para lo cual se recurrieron de nueva cuenta a autores como Jodelet, Moscovici y Jung para la dimensión cognitiva psicológica, de Bourdieu en la dimensión social, Thompson en la cultural e histórica, la comunicativa con Duch y finalmente la ecológica con Serrano, aunque es pertinente decir que de la misma forma en la que se construyó la noción pasada, de igual forma se plantearon estos indicadores, tomando de los autores lo que convenía al estudio.

En consecuencia toda representación simbólica tiene:

Una dimensión cognitiva psicológica, es decir: se percibe y es “sentida” (emoción) como propia. Utilizando para ello los tres elementos que hacen posible tal percepción: el intelecto (conocimiento) la emoción (sensación) y la conducta, esta última determinará el modo en el que se van a clasificar las sensaciones, ya sea de agrado, indiferencia o rechazo acerca de las representaciones.

Una dimensión social: producida por la relación cotidiana que se da entre los actores, las instituciones y la tecnología mediante la cual se proyecta. Esto sucede dentro de un marco que se denomina sociedad y en donde se ponen de manifiesto las reglas, códigos y convenciones que la determina.

Una dimensión cultural: fomenta la estructura significativa que explica valorativamente la realidad a través de un patrón de significados incorporados

a las formas simbólicas entre las que se incluyen acciones, enunciados u objetos significativos de diversos tipos en virtud de los cuales los actores se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias.

Una dimensión histórica: existe para un tiempo y por un tiempo ya que se inserta siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos dentro de los cuales y por medio de los cuales, se produce y recibe.

Una dimensión comunicativa: debido a que circula y es intercambiada por los actores en sociedad y que puede ser modificada por la influencia de otras dimensiones.

Una dimensión ecológica: vincula a todas las dimensiones para expresar una forma de civilización. Se encuentra intrínsecamente relacionada con las otras zonas por lo que un cambio en una de ellas provoca un cambio en las demás y por consecuencia en la representación simbólica resultante.

De la misma manera, en la que las representaciones y formas simbólicas se incluyen en contextos cognitivos, comunicativos, sociales, culturales, históricos y ecológicos, el ser humano al ser producido y productor de tales construcciones, detenta un tipo de identidad en función de las representaciones que delimitan un marco de referencia que le dará las particularidades que lo determinen como tal.

Aunque como ya lo mencionamos antes, para explicar el concepto de Representación Simbólica fue necesario construir tal noción, en el transcurso de la presente investigación la tesista se encontró con la concepción de imaginario, de Marc Augé, de su texto *De lo imaginario a lo ficcional total*.

En este escrito, el autor explica que la imagen se puede dar de forma material, por medio de una representación directa o indirecta de un referente material, moral o intelectual.

Del mismo modo en que los individuos pueden formar Imágenes mentales: las cuales están ligadas a las percepciones o a los efectos de la imaginación; estas son diferentes a las simples representaciones como es la foto, el cine etcétera, por lo que se vuelve complejo lo real y la ficción.

Calidad de representación: esta es la percepción directa es decir la similitud. Calidad de una simbolización es una experiencia sociológica (capacidad de movilización) o psicológica (aptitud de provocar imágenes).

El registro de lo real puede ser por esto más o menos subjetivo pero siempre parcial. La Ficción es importante por su relación con el imaginario colectivo por su relación con la imaginación individual y por las relaciones que se mantiene con el exterior, la ficción total desborda el espacio de los medios de comunicación.

### **1.2.6 ACERCA DE FORMAS SIMBÓLICAS**

#### ***¡Miradas seductoras!***

Como ya se estableció anteriormente, las representaciones simbólicas se expresan en formas simbólicas, noción que ya ha sido mencionada inicialmente, por lo que no es necesario repetir el concepto, pero si explicarlo sobre todo con respecto al objeto de estudio que se está llevando a cabo, las revistas femeninas y por lo tanto las portadas de las mismas son formas simbólicas que requieren una interpretación por parte de las personas o mujeres que las producen y reciben y que se encuentran estructuradas de determinadas maneras de acuerdo a las condiciones socioculturales en las cuales se incluyen.

Algunos características de las formas simbólicas: Intencional, Convencional, Estructural, Referencia y Contextual. Las cuatro primeras tienen que ver con significado, significación y la última con lo social.

INTENCIONAL.- “Las formas simbólicas son expresiones de un sujeto y para un sujeto (o sujetos)” (Thompson, 1998, p. 152) En esta se observan dos

cosas la primera la constitución de los objetos como formas simbólicas y la segunda que no siempre el significado de una forma simbólica es lo que el sujeto productor quería o quiso decir. La forma simbólica es compleja y variada.

CONVENCIONAL.- “La producción, construcción o el empleo de las formas simbólicas así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, son procesos que implican típicamente la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos. Este conocimiento es social” (Thompson, 2002, p. 208)

Hay reglas de codificación (lo que se produce) y decodificación (lo que se interpreta) no siempre estas pueden coincidir o coexistir.

ESTRUCTURAL.- “Las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada, esto es se componen de elementos que tienen relación entre sí. Estos elementos y sus interrelaciones comprenden una estructura” (Thompson, 2002, p. 210)

La estructura de una forma simbólica es un patrón de elementos, mientras que una forma simbólica es una construcción de elementos (elementos sistémicos) que existen independientemente de cualquier forma simbólica pero que se realizan en formas simbólicas particulares.

REFERENCIAL.- “Las formas simbólicas son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo, dicen algo acerca de algo” (Thompson, 2002, p. 213)

CONTEXTUAL.- “Las formas simbólicas se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos de los cuales, y por medios de los cuales, se producen y reciben” (Thompson, 2002, p. 216)

### 1.3 ¿Qué vamos a investigar?

*¡Wow, que especial!*

Este proyecto está enfocado al medio escrito que son las Revistas Femeninas, particularmente a *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, específicamente a las imágenes exteriores de ambas publicaciones, mediante un estudio semiótico estructural aplicado a diez portadas que aparecieron en el periodo de mayo a septiembre del 2004, un análisis diacrónico de ambas revistas y la aplicación de un ASBI (Análisis Semántico Basado en la Imagen) a un grupo de 6 mujeres lectoras de las revistas mencionadas.

El propósito principal es conocer la representación simbólica sobre el concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, particularmente las portadas y si a través de éste se pretende homogeneizarla mediante determinados estándares de conductas y de deber ser. Así, las preguntas a responder en esta investigación son:

- ◆ ¿Cuáles son las representaciones simbólicas que desean proyectar las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, a partir del concepto de mujer que utilizan las imágenes de las portadas?
- ◆ ¿Cuáles son los elementos que ocasionan que se den tales representaciones simbólicas en las portadas de *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?
- ◆ ¿Qué aspectos de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* se presentan con mayor frecuencia?
- ◆ ¿Cuáles son las representaciones simbólicas que desean proyectar las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, a partir del concepto de mujer que ven las mujeres lectoras de las imágenes contenidas en las portadas?

- ◆ ¿Cuáles son los elementos que ocasionan que se den tales representaciones simbólicas en las mujeres lectoras de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?
  
- ◆ ¿Qué aspectos de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* se presentan con mayor frecuencia según las lectoras de tales publicaciones?

Estas preguntas se podrán solucionar mediante las siguientes categorías: Cultura, Comunicación, Revistas Femeninas, Mujer, Representación Simbólica y Formas Simbólicas.

¿Por qué es importante este tema? Este análisis tiene la pretensión de dar a conocer cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas, esto es importante para los académicos porque como la representación simbólica tiene diferentes dimensiones como lo son la psicológica (percepción y emoción), social, cultural, histórica, comunicativa y ecológica.

De igual manera les es de utilidad a los estudiosos de las diferentes áreas mencionadas como lo podrían ser los psicólogos, los sociólogos, culturalistas, historiadores y comunicólogos.

Ya que una investigación que contemple no sólo el análisis semiótico estructural de las imágenes contenidas en las revistas sino que además en su interpretación de los datos considere como parte importante el contexto sociohistórico no se había realizado como tal, y mucho menos tomando en cuenta estudios como lo son las tesis profesionales.

Por lo que se pueden apreciar los beneficios que puede aportar un análisis de esta naturaleza en los diferentes campos de acción en los que se puede encontrar inmersa la representación simbólica, además de que por supuesto se puede principalmente conocer cuál es el concepto de mujer que nos transmiten las revistas femeninas mediante sus imágenes.

Claro está que este estudio no estaría completo, como ya se ha señalado antes, si no se considerara al contexto sociocultural e histórico en el cual se encuentran alojadas tales revistas y por consecuencia las portadas, ya que este ambiente le da a estas formas simbólicas determinadas particularidades que las dotan y les confieren por lo tanto, un concreto concepto de mujer y por consiguiente una específica representación simbólica.

Esto podrá apreciarse en forma aun más clara en el siguiente capítulo, en el cual se tocarán los temas pertinentes al objeto de estudio desde una perspectiva histórica contextual.



***“La historia es un incesante  
volver a empezar”  
Tucídides***

***“Las mujeres con pasado y  
los hombres con futuro son  
las personas más interesantes”  
Chavela Vargas***

***"Sin la mujer, la vida es pura prosa"  
Rubén Darío***

***¡AHORA O NUNCA!***  
**CAPÍTULO 2 HISTÓRICO  
CONTEXTUAL**

***¡AHORA O NUNCA!***

## **2. MARCO HISTÓRICO / CONTEXTUAL**

Este capítulo estará elaborado con el fin de conocer más de cerca la problemática bajo la cual se ha ido desarrollando la mujer a través de la historia, ya que cada etapa en la que se ve envuelta es particularmente determinante en la manera en la que es concebida, tratada y representada, ya que no es igual la forma en la que se conocía y educaba a una fémina en el periodo de la Revolución Industrial que en la Primera o Segunda Guerra Mundial.

Del mismo modo no es similar el hablar de ella en una sociedad como lo es la europea o norteamericana que en la mexicana, ya que cada uno de estos ámbitos está permeado por la idiosincrasia, la política, la economía, cultura, medios de comunicación y diferentes aspectos sociales que son muy específicos dependiendo de la colectividad de la que sé este hablando.

Así también, es importante establecer que existen claras diferencias entre las maneras de educar y de concebir el comportamiento femenino entre el mundo oriental y el occidental, por lo que es necesario aclarar que será este último hacia el cual la investigación estará orientada ya nuestro objeto de estudio se encuentra dentro de la comunidad mexicana, la cual entra dentro de esta clasificación.

### **2.1 EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE MUJER OCCIDENTAL**

***¡En sus marcas!***

Para conocer la representación simbólica del concepto de mujer, se debe primero tratar la evolución que ha tenido ésta a través de la historia, ya que ha sido determinada en gran parte por el lugar que ella ocupa con relación al trabajo productivo y por la función que desempeña en la vida social y familiar.

Hasta antes del siglo XVIII, la mujer era considerada como un ser inferior e incompleto que sólo debía estar en casa cuidando a los hijos, cocinando y tejiendo, o en su defecto sólo servía para proporcionar placer.

Así, a fines de este siglo es cuando empieza la Edad Moderna a raíz de la Revolución Industrial que se da en Inglaterra. Surge una nueva concepción del mundo en el que la mujer se percibe como un ser humano igual al hombre. La sociedad occidental cambia radicalmente, aparecen nuevas invenciones técnicas y se reorganiza el sistema productivo. (Salvat Editores, 1973, p.24)

La pequeña industria doméstica se ve desalojada por una corporación de empresarios capitalistas que emplean un número cada vez mayor de hombres, mujeres y niños. Los trabajos domésticos que desempeñaban las mujeres son absorbidos por las fábricas: elaboración de pan, cerveza, jabón, etc.

En la familia de la clase media, el prestigio del hombre se refleja en que su mujer y sus hijos, no realicen ningún trabajo remunerado, ya que él era el único que tenía que sostener a la familia y no podía haber dos proveedores; esto sólo era aceptable para las clases inferiores. La nueva mentalidad burguesa de la clase media en ascenso comienza a mirar la ociosidad de la esposa como símbolo de éxito, de un rango.

Asimismo el orgullo y el auto respeto de la esposa dependían del rango que el esposo había conseguido o heredado. La mujer se encontraba excluida en los nuevos tipos de actividad de la industria, comercio y negocios y en general en un mundo exclusivamente masculino, ya que la educación de las niñas tenía por objeto convertirlas en damas perfectas, más que en mujeres instruidas. Estas condiciones generaron que mujeres pertenecientes a la clase media exigieran igualdad de oportunidades y una educación más elevada. El trabajo, la competencia y el éxito eran para el hombre, pero la mujer comenzaba a liberarse y rebelarse, ya que reclamaban libertad política, derecho a trabajar, etcétera.

Sin embargo con la clase trabajadora no se daba la misma situación y lo único que pedían era un mejor trato en el trabajo. La industrialización, la creciente urbanización, la explosión de la población y el auge de la democracia, se combinaron para modelar el surgimiento y la naturaleza propia del feminismo moderno.

Con la Revolución Industrial la mujer ya no es objeto de placer únicamente, sino que además se convierte en un instrumento económico. Se da una ruptura en la familia y el hogar se divorcia del lugar de trabajo. (Benitez del Río, 1976, p.17)

Se da una orientación nueva desde el punto de vista histórico: la mujer producida por la revolución industrial fue inducida a sacrificar su ser femenino que incluía trabajos en cualquier sociedad, por una femineidad artificial definida por los cánones de la sociedad industrial.

Después de la Revolución Francesa, Francia cayó bajo el dominio del código de Napoleón; el monumento más avanzado con respecto a lo legal y más completo de la época, pero regresivo en cuanto a los derechos de las mujeres.

Tanto en América del Norte como en Inglaterra, un bosquejo del movimiento feminista surgió como resultado de la lucha antiesclavista. Las condiciones locales, geográficas y sociales determinaron y conformaron el estilo de lucha feminista.

Los problemas que dificultaron el desarrollo del movimiento feminista fueron la moda y las costumbres imperantes, la religión basada en la Biblia (patriarcado puro), El Protestantismo de Lutero quien le niega toda divinidad a la Virgen María, etcétera. Estas condiciones dieron lugar a que el movimiento feminista no pudiera, elaborar una doctrina coherente y no pudiera concretarse como tal. (Ramírez, 1987, p. 17)

Posteriormente, con la Primera Guerra Mundial la mujer tuvo una importante participación ya que como el hombre fue reclutado y enviado a combatir, entonces ella es quien se encargaba de realizar las diversas labores que antes eran realizadas por la mano masculina, desde la agricultura, labores de oficina, etcétera, sin que por ello debiera perder su apariencia femenina, la publicidad, “trataba de preservar una imagen femenina socialmente aceptable de las trabajadoras” (Costello, en Wolf, 1991, p.81) Finalizado el conflicto la mujer fue instada a regresar a sus labores del hogar, a su papel tradicional de buena ama de casa y madre.

Nuevamente, en los años cuarenta con la Segunda Guerra Mundial, regresan al trabajo remunerado de la industria bélica, de esta manera se va gestando un cambio social ya que al darle más responsabilidades a la mujer, autonomía, asistencia social para los niños y buenos salarios les crea una nueva sensación de confianza y competencia que no sería fácil de olvidar terminada la guerra y con la consigna de volver a su ocupación usual.

De esta manera, con el fin del conflicto bélico quedó un espacio vacío por los contratos de esta industria, que de un modo casi inmediato es llenado por la proliferación de bienes de consumo tales como la estufa de gas, el refrigerador, la lavadora, entre otros, sin olvidar productos de belleza creados exclusivamente para la mujer.

Así los Estados Unidos se estaban convirtiendo en un país dominado por ansiosos consumidores, los hombres se caracterizaban por la facilidad con que se les proporcionaba dinero a sus mujeres, cosa que en Europa no sucedía, ya que los americanos resultaron triunfadores del conflicto mientras que los europeos tenían que reconstruir sus ciudades. (Salvat Editores, 1973, p.32)

En los cincuenta la mujer ya estaba nuevamente instalada en su papel tradicional, el de esposa, madre y administradora doméstica que gracias a la publicidad se les daba “una sensación de logro personal” (Wolf, 1991, p. 83) y así el trabajo de casa era contemplado como una cuestión de conocimiento y habilidad y no un mero esfuerzo físico incesante y aburrido.

Así como la señora de la casa, poco a poco se fue introduciendo a la fuerza laboral masculina, al mismo tiempo se fue haciendo partícipe de los problemas sociales que la rodeaban, de esta manera fue adquiriendo nuevamente forma el movimiento feminista, causa que aún en nuestros días sigue teniendo ideas o tradiciones que derrumbar.

## **2.2 ANTECEDENTES**

### ***¡Listas!***

La mujer como militante no ha estado ausente de las grandes luchas populares, ya que se ha hecho presente en la resistencia ante el invasor español, que culmina con la guerra de independencia, en las luchas sindicales, en la Revolución de 1910, durante el Cardenismo y en general en los movimientos militantes en contra de la explotación, la opresión y el imperialismo.

En el siglo XIX, la mujer mexicana empieza a examinar su condición social y política, ya en 1821 existen grupos feministas que piden derechos cívicos para ellas, los apoyan y posteriormente luchan por la defensa de estos derechos, como trabajadoras en las incipientes organizaciones obreras y también participan en diversas tareas como miembros del partido liberal.

Gracias al liberalismo de la Reforma, comenzaron a surgir grupos de mujeres que lucharon para que se les reconocieran derechos y se les concediera igualdad de oportunidades. (Monroy, 2002, p.29) La mujer nunca pretendió desplazar al hombre sino ser su igual jurídicamente, logrando algunos cambios, ejemplo de esto fue la revista *Violetas de Anahuac*, fundada por Laureana Wright González de Kleinhans (1846-1896) publicación que planteaba la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres y la demanda del sufragio femenino. (Esta autora es considerada una de las precursoras del feminismo en México debido a su labor a favor de los derechos de la mujer)

Con la consolidación del capitalismo como modo de producción dominante en México, a fines del siglo XIX, se aceleró el despojo de campesinos y

artesanos de sus medios de producción. La producción agrícola se convirtió en lo más importante del país sin excluir la existencia de industrias pequeñas de capital nacional (textil, minería, etc.) lugar en donde la mujer ocupó un espacio preponderante ya que en el campo, la esposa es quién le ayudaba al hombre a sembrar, a arar la huerta, a recoger la cosecha, al mismo tiempo que atendía a los hijos y la casa.

En la época de la paz porfiriana, se dieron una serie de contradicciones ya que se apreciaba a la fémina como un ser inferior en el ámbito biológico pero se defendía su papel de reproductora, se devaluaba el trabajo doméstico, pero se consideraba digno. La mayoría de las ocupaciones se concentraban en labores para las criadas, nodrizas y costureras, se incrementó su participación como obrera. (Monroy, 2002, p.29)

En la Revolución, la mujer asumía los peligros de la guerra, mientras las ideologías predominantes de la época se vieron influidas por ideas feministas provenientes de Estados Unidos y Europa. Esta apertura en la mentalidad de la sociedad abrió horizontes a la mujer. Comenzando a participar activamente dirigiendo periódicos y revistas en los cuales expresaban sus deseos de emancipación y alentando a las demás a unirse a la lucha armada buscando el cambio en contra de la dictadura porfirista.

Mientras esto ocurría en algunas secciones del país en donde la población femenina sabía leer y escribir, y no debía preocuparse por que iba a darles de comer a sus hijos, la mujer campesina, obrera y/o ama de casa se une a la lucha a la par de su compañero. Por lo que se puede afirmar que la Revolución Mexicana fue un punto importante para ella, porque por primera vez participó en la lucha armada revolucionaria que se encontraba reservada exclusivamente para los hombres, rompiendo con un esquema impuesto. (Monroy, 2002, p.29) La mujer pasó de estar relegada al papel de esposa y madre, al papel de luchadora, de líder o inspiración para el conflicto armado, pues éstas tomaron las armas para luchar a lado de sus hombres. Sólo basta recordar a los personajes de “La Valentina” o de la “Adelita”.

## 2.3 EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE MUJER EN MÉXICO

### *¡Clímax!*

A continuación haremos referencia a las transformaciones ocurridas durante la segunda mitad del siglo XX, en particular en la estructura económica y social, a partir de la Segunda Guerra Mundial, y como esto influye en México y en la mujer, la cual se incorpora en forma masiva a las actividades de trabajo remunerado fuera del hogar, a la administración pública, a la vida política, adquiere el derecho de voto y participa en forma protagónica en organizaciones para la defensa del bienestar propio y de su familia, pero hay que ir por partes para comprenderlo mejor.

La mujer mexicana, a partir de los años cincuenta, adquiere responsabilidades y obligaciones adicionales a las que tradicionalmente les son asignadas en la vida doméstica y empieza a asumir las llamadas dobles y triples jornadas. Este proceso de incorporación a la esfera pública en México acompaña a las mejores etapas de crecimiento económico del país, cuando se logran alcanzar tasas de aumento del producto nacional de entre 6% y 7% anuales. En esas décadas el país había adoptado una estrategia de crecimiento con industrialización dirigida a atender e incrementar el mercado interno, sustituyendo importaciones. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

Conjuntamente, de 1950 a 1970 se observan cuatro cambios importantes en la vida de las mujeres mexicanas. En primer lugar, se empezó a producir una serie de bienes básicos para el consumo doméstico en forma industrializada, tales como la ropa y calzado, alimentos, muebles y enseres para el hogar. Tal situación evita la necesidad para la mujer de producirlos directamente a nivel doméstico. De particular importancia fue la aparición de los alimentos industrializados en el mercado que generaron un efecto liberador y su beneficio es indudable para aliviar las cargas de trabajo de la mujer en la tarea cotidiana de compra y preparación de alimentos frescos.

En segundo lugar, al haber iniciado el país el proceso de industrialización con la producción de bienes de consumo inmediato, aumentó la capacidad de



la economía para generar empleos y demandar, en consecuencia, un número creciente de trabajadores. Las tasas anuales de crecimiento del empleo superaron en esa etapa el 2%. La naturaleza de los procesos tecnológicos implícitos en varias de esas manufacturas facilitó la inserción de mano de obra femenina en el sector industrial, dado que la calificación recibida para las tareas domésticas era similar a la requerida para trabajar en las nuevas fábricas. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

Un tercer efecto surgió de una mejoría sostenida en los niveles de salarios, prestaciones y servicios provisionales que se ofrecieron a la pujante fuerza de trabajo industrial. Las instituciones y prestaciones contempladas en la legislación laboral se consolidaron: tal fue el caso del salario mínimo legal, la seguridad social, la sindicalización y la contratación colectiva. Los asalariados vieron así incrementar su participación en el ingreso nacional y, con ello, los hogares de los trabajadores industriales urbanos mejoraron notablemente sus niveles de vida y por ende la mujer pudo verse un tanto liberada de las preocupaciones por el gasto y el mantenimiento del hogar.

En cuarto lugar, la industrialización del país se vio acompañada de un acelerado proceso de urbanización. El crecimiento de las grandes urbes en América Latina, en las décadas de 1960 a 1980, fue una experiencia inédita en la historia de la humanidad y en particular en México. Grandes masas de población se concentraron en espacios reducidos y se especializaron en sus actividades, lo que condujo a un crecimiento muy rápido de las actividades de comercio y de servicios para abastecer y atender a esos conglomerados, este fenómeno contribuyó en forma relevante al estancamiento de la actividad agrícola a partir de la segunda mitad de los sesentas, estancamiento que acentuó la magnitud de las migraciones rurales hacia las urbes.

Otra tendencia importante en la realidad mexicana de la posguerra fue la creciente intervención del Estado en la oferta de servicios sociales relacionados con el bienestar de las familias, así como su participación directa en la actividad productiva. La ampliación de los servicios de salud y educación tuvieron un importantísimo impacto en la vida de la mujer mexicana en tres

vertientes: por una parte, la apoyaban en el cuidado de los enfermos y ancianos y en la crianza y educación de los niños, permitiéndole destinar el tiempo así liberado a otras actividades. Los amplios sistemas de seguridad social que se establecieron en el país le aseguraban otras prestaciones y servicios, además de los de salud, como fueron el acceso a capacitación, a centros vacacionales, a servicios de planificación familiar, entre otros. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

En otra vertiente, los sistemas de salud y educación públicos generaron una fuerte demanda de trabajadoras y profesionales femeninas, que son hasta ahora las actividades en que se emplean en mayor número. Finalmente, el esfuerzo del gobierno por garantizar educación para todos y la obligatoriedad de la educación básica facilitó indudablemente que un número creciente de niñas y jóvenes mujeres tuvieran acceso a las escuelas y universidades públicas, preparándolas para su inserción en la esfera pública de la vida de la sociedad mexicana. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

Otra tendencia importante consistió en el aumento de facilidades para controlar la natalidad, con la pastilla anticonceptiva. Al igual que en otros países, la tecnología que permitió ese control le dio a la mujer la posibilidad de elegir algo tan trascendente en su vida como es el número de hijos que está dispuesta a tener, a criar y a educar. Le permitió al menos entender y asumir que la fecundidad no era un hecho ineluctable que había que aceptar y que la predestinaba a la esfera privada de la sociedad.

Las posibilidades de planificar la familia, la disponibilidad de servicios públicos gratuitos o de muy bajo precio se sumaron a las facilidades que el mercado ofrecía a las familias y, en especial, a las mujeres, para satisfacer las necesidades de consumo cotidianas, y representaron para estas últimas la posibilidad real de contar con tiempo liberado de las actividades domésticas.

De esta manera podemos afirmar que en esta etapa las expectativas de la mujer respecto a su participación en la esfera pública eran positivas: se le abrían nuevas posibilidades, nuevos campos de realización, nuevas formas de

contribuir al desarrollo de su sociedad y de hacer un mejor mundo para todos. Aun para las mujeres campesinas se planteaba la opción de emigrar a la ciudad para obtener un empleo, si tenía suerte, en la industria, y si no, en los servicios, especialmente los domésticos como la limpieza.

La década de los setenta se caracteriza por una inestabilidad en el ritmo de crecimiento de la economía combinando años de auge con otros de recesión: la estabilidad de precios se altera, el endeudamiento público aumenta, el sector privado participa muy escasamente en la generación de nueva inversión y se muestra sumamente ineficiente por la prolongada sobreprotección que se le brindó. El sector agropecuario se encuentra en franca crisis. La sustitución fácil de importaciones concluye y el país enfrenta la necesidad de entrar a sectores industriales más complejos y con mayores requerimientos de capital, de maquinaria, equipos y materias primas de importación y de trabajadores calificados. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

En 1976 se marca el inicio de una tendencia a la baja de los salarios mínimos legales, tendencia que se mantiene hasta nuestros días. La generación de empleo empieza a tener un rezago fuerte con respecto a la incorporación de nuevos trabajadores al mercado de trabajo, producto de las altas tasas de crecimiento demográfico que caracterizaron las dos décadas anteriores. Por lo tanto, los ingresos y las oportunidades de ocupación empiezan a estrecharse para la mayoría de la población. La calidad de los servicios públicos de educación y salud sufre deterioro, entre otros factores, por la falta de presupuesto y la caída de los salarios. Por tanto, las bases que sustentaban una participación creciente y positiva de las mujeres en la esfera pública empiezan a resquebrajarse. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

En este contexto de altibajos económicos e inicio de tendencias de caída en las prestaciones sociales, la mujer empieza a verse obligada a participar en la esfera pública para defender el ingreso familiar y luchar por la conservación u obtención de algunos de los servicios sociales que proporciona el Estado. Esa fue la década en que los movimientos urbanos populares desarrollaron su

fuerza y las mujeres pasaron a desempeñar papeles protagónicos en los mismos.

Después de los tres años de alivio de finales de la década de los setentas ya principios de los ochentas, la crisis del modelo de crecimiento “hacia adentro” estalla en 1982. La inflación elevada se vuelve un fenómeno cotidiano, así como la falta de recursos de inversión; hay graves desequilibrios de balanza de pagos, la deuda externa no se puede pagar y el presupuesto público presenta elevados déficit. (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

Si a la falta de empleo y a la caída de los ingresos se suma el deterioro cualitativo y de la infraestructura de los servicios de salud y educación proporcionados por el Estado, es evidente que las oportunidades para las mujeres y los niveles de bienestar familiar fueron grandemente afectados en la década de los ochentas.

La participación femenina en la educación media superior también se ha ampliado considerablemente en el periodo reciente, reduciéndose las diferencias por sexo en este nivel educativo e incrementos importantes se registran de nueva cuenta en la educación superior (normal, licenciatura universitaria y tecnológica, y postgrado) (Breviario Demográfico de la Mujer, 2000)

Los noventa se caracterizan por la generación de programas de apoyo como Pronasol, Coplamar, Solidaridad, para llevar ayuda a las zonas rurales campesinas e indígenas. Se genera la participación activa. Apoyan la microempresa. Hay una participación amplia y comprometida de las mujeres, quienes encuentran en las acciones emprendidas un gran apoyo a su bienestar y al de sus familias, en donde hay pocos hijos.

La década del 2000 se define por la búsqueda de mejoras y bienestar para las mujeres, en un ambiente en donde gozan de relativa igualdad, donde cubren una doble o triple jornada de trabajo, en un contexto el cual a las mujeres se les pone en una encrucijada; o lograr junto con su familia obtener

ingresos suficientes para continuar teniendo acceso a satisfactores externos, como el cine, la tecnología y demás o tiene que reasumir una serie de tareas domésticas, muchas de las cuales ya había dejado o había disminuido en su ejecución como el cuidado de hijos y/o padres, y la producción casera (de algunos productos de consumo como la comida y costura, etcétera. (Monroy, 2002, p.39)

## **2.4 LAS REVISTAS FEMENINAS EN EL MUNDO**

### ***¡Sus misterios resueltos!***

Las revistas femeninas han acompañado todo el progreso de las mujeres, durante las décadas de 1860 y 1870 se fundaron revistas como *Queen* y *Harper's Bazaar*. La proliferación de las revistas femeninas fue posible gracias a grandes inversiones de capital combinadas con el aumento del nivel educativo y el poder adquisitivo de las mujeres de la clase media baja y de la clase obrera. Había comenzado la democratización de la belleza.

Las revistas comenzaron a aceptar publicidad a comienzos de este siglo. Hacia 1910 época de la Mujer Nueva, el estilo de estas revistas ya se había estabilizado en lo que es actualmente: cálido, relajado e íntimo. (Wolf, 1991, p.80)

Estas publicaciones reflejan los cambios en la condición de ser mujer, baste mencionar que en la Primera Guerra Mundial y con la participación en ella de las mujeres, desarrollaron rápidamente un importante grado de concienciación social, demostrándolo en los artículos que publicaban, cuando la mano de obra masculina volvió de las trincheras, las revistas volvieron al hogar.

Nuevamente, en los años cuarenta confirieron gran atractivo al trabajo remunerado en la industria bélica, así como al trabajo voluntario de participación en el esfuerzo de guerra. Esto pudo apreciarse con la revista *Glamour* cuando esta fue de las primeras y más activas en la campaña de reclutamiento para atraer a mujeres que trabajasen por primera vez. (Costello en Wolf, 1991, p.81)

Al mismo tiempo, la publicidad trataba de preservar una imagen femenina socialmente aceptable de las trabajadoras, al mismo tiempo que se estaban produciendo cambios sociales que le daban a la mujer responsabilidad, autonomía, asistencia pública para los niños y buenos salarios, la publicidad velaba por la conservación de un mercado para sus productos, de esta manera seguía el interés en las publicaciones.

Las revistas femeninas despertaron el interés de las empresas que, con el fin inminente de la guerra, debían lograr que la venta de bienes de consumo llenase el espacio vacío de los contratos de la industria bélica.

La manera en la que podrían asegurar que las mujeres ocupadas, estimuladas, trabajando activamente siguiesen consumiendo en los mismos niveles que cuando disponían de todo el día y no tenían muchos más intereses que las ocupasen... fue que de alguna manera, en alguna parte, alguien debe de haber pensado que las mujeres compran más cosas si se las mantiene en la condición de odio a sí mismas, de fracaso constante, de hambre y de inseguridad propias de la aspirante a “belleza”, se creó el mito de la belleza con su industria de la esbeltez. (Wolf, 1991, p.85)

Para la mujer de los años cincuenta no había otra forma de ser heroína que tener hijos todo el tiempo. Hoy una heroína debe de “ser bella todo el tiempo” (Wolf, 1991, p. 85)

## **2.5 LAS REVISTAS FEMENINAS EN MÉXICO**

### ***¡Sus secretos al descubierto!***

El lugar de la mujer en las revistas femeninas se ha considerado, desde las primeras publicaciones de éste género, el hogar, el cuidado de los niños, la cocina, la moda o el papel de agradar.

Ciertamente las revistas femeninas no han impuesto esta situación a la mujer, únicamente se adecuan a las condiciones que la sociedad fija, responden a una estructura familiar, a los valores morales y en general a la

visión que la sociedad tiene de la mujer; las revistas femeninas aprovechan dicha situación y la refuerzan. Responden a la hegemonía (Lull, 1997, p. 53)

*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 por Editorial Atlántida, fundada en 1922; sus editores se responsabilizaban “moral y legalmente ante los anunciantes” (*Para ti*, en García, 1980, p.16) de tirar 242 mil ejemplares. Sus temas: la moda, la novia, notas sociales, personajes del radioteatro, actrices, labores y novelas.

*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.

Esta revista se imprimía en los talleres de Rotocolor y decía tener una circulación de 150 mil ejemplares. Se publicaba en 25 países. (*La Familia*, en García, 1980, p.16)

Libros y Revistas S. A., controló hasta 1960 el mercado de las revistas dirigidas a la mujer. En la actualidad esta editora ha desaparecido debido al surgimiento de otras empresas.

Tanto Libros y Revistas y Distribuidora Sayrols pertenecían a la familia Sayrols que controlaba la mayor parte de las acciones. Jordi Sayrols era el poseedor de la mayoría del capital, y en 1976 fungió como presidente de la Cámara de la Industria Editorial.

Así Libros y Revistas publicaba en 1960, además de *La Familia*, *Sucesos para Todos*, *libros de labores y novelas*:

*Manos que Bordan, Cocina, Labores de Malla, Litografías y Punto de Asís, Manos que Tejen, Tejidos con agujas, Álbum de Juguetería, Los mejores*

*bordados, Jolly Mode, Las mejores Novelas, Manos que cosen, Punto de Cruz y Tejidos Selectos.* (García, 1980, p.17)

*La Familia* basaba su venta esencialmente en las labores de costura, en las recetas de cocina y en otros temas que aún hoy 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 le proponía ser muy femenina y esperar 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*.

En 1960, cuando *La Familia* celebraba treinta años de publicarse, se podía apreciar claramente el objetivo que perseguían sus fundadores y directores:

“*La Familia* es un lazo de unión de las familias en México y las de más allá de las fronteras, es el eslabón que une a las generaciones, por ser *La Familia* una publicación que va de madres a hijas y de hijas a nietas. Es una mensajera constante que cada quincena se esfuerza por llevar un poco de sabiduría y felicidad a los hogares” (*La Familia*, en García, 1980, p.18)

A principios de los años sesentas, *La Familia* se había estancado al tratar los mismos temas desde hacía varios años, esto, aunado al establecimiento de nuevas editoras provoca su baja de ventas.

Surgen también otras revistas, la Hearst Corporation introdujo en México *Vanidades Continental* y *Buenhogar* con *Good Housekeeping*; fundando una editorial de revistas y en 1963 estableció una distribuidora que años después acapararía cerca del ochenta por ciento del mercado.



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

Las revistas femeninas 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 a un lado cierto tradicionalismo al tratar algunos temas. Por ejemplo, al hablar de matrimonio, *La Familia* tocaba lo referente al compromiso, al anillo, a la organización de la fiesta y la lista de invitados; en *Buenhogar* este aspecto ocupa un lugar secundario, y los artículos se enfocan a los problemas conyugales, a dar consejos sobre la vida matrimonial o a sugerir soluciones para los problemas con que se enfrenta la recién casada. (García, 1980, p.19)

Con las modernas técnicas de edición, las revistas femeninas se integraron plenamente a un nivel de producción industrial y estrecharon sus ligas con empresas norteamericanas.

*Mujer de hoy* publicada en México por Editorial Géminis, era impresa en Arkansas por Hurley Press Inc. y dirigida por Ma. Eugenia Moreno, desaparece en 1968. *Vanidades*, *Claudia*, *Buenhogar* y *Kena* dominaban el mercado de las revistas femeninas; son las únicas de importancia hasta 1973 en que surgen nuevas revistas. (García, 1980, p.19)

*Nueva Vida* inicia su publicación en 1973, editada por Consorcio de Medios y Promoción, distribuida por Sayrols, la Unión de Voceadores y Metropolitana de Publicaciones. Esta revista dedicaba mayor espacio a temas relacionados con la salud y el amor, tenía poca publicidad y se apartaba un poco del modelo vigente donde abundaban las entrevistas con actores y las novelas, quizá debido a esto no llamó la atención. (García, 1980, pp.19-21)

También en 1973 aparecen *Bienestar* de Editorial MexAmeris, *Fascinación y Cosmopolitan* de Publicaciones Continentales. De ellas, *Cosmopolitan* es la que mostró un enfoque aparentemente distinto, proveniente de Estados Unidos como respuesta al movimiento feminista, trata de ser adaptada en México siguiendo los moldes norteamericanos.

En 1975 se publicaban *Casa, Mujer, Ser mujer, El mejor bordado*, revistas que promovían el retorno a “lo creador”, esto no entendido literalmente, sino que planteaban en otros términos que el lugar de la mujer estaba en el hogar y ahí es donde se podía demostrar su creatividad tejiendo carpetas, preparando “cocina internacional” o cosiendo ropa para los niños, además le señalaban esto como medio de ahorrar dinero.

En 1976 surgió *Activa* en medio de una gran campaña publicitaria impulsada por Televisa, ésta revista se dirigía a la “mujer activa que es humana y moderna”, a la mujer que trabajaba fuera de la casa, sus temas giraban en torno a la vida de los actores la moda, la cocina, novelas de amor; en su primer año de publicación organizó el concurso ‘la historia que soñé’, consistente en cuentos de amor enviados por las lectoras. (García, 1980, p.21)

*Activa* era publicada por Provenemex, esta era la editora propiedad de Televisa y se encargaba del crecimiento de ese consorcio en el terreno de los medios impresos. En 1977 Provenemex lanzó otra revista femenina, *La Buena Vida*, cada una con un tiraje de 200 mil ejemplares mensuales; además editaba historietas tomadas de series de televisión como *Cantinflas Show, Burbujas, El Chavo*; revistas como *TV Novelas e Historia del Hombre*.

*Activa, Buena Vida y TV Novelas* eran dirigidas por Frank Calderón, ex-director de *Cosmopolitan*, y eran distribuidas por Intermex.

En 1978, surgieron otras dos revistas: *Coqueta e Intimidades*, publicadas por Editorial Samra, cuyas oficinas se ubicaban en la misma dirección de Publicaciones Continentales. El tiraje de *Intimidades* es de 230,000 ejemplares

mensuales y pretendía ser una revista de “orientación sexual” que brinda consejos relacionados con el sexo, la belleza y la moda. (García, 1980, p.22)

Publicaciones Continentales, esa empresa se encontraba ligada a la Distribuidora Intermex, por medio de la cual hacía llegar sus revistas a toda la república y a varios países de América Latina. Ambas empresas formaban parte del Bloque de Publicaciones Dearmas, un poderoso grupo compuesto por editoras y distribuidoras en América Latina cuyas oficinas centrales se encontraban en Miami. (García, 1980, p.22)

El Bloque de Publicaciones Dearmas se encargaba de la edición y circulación de las publicaciones de Hearst Corporation en América Latina. Estaba integrado por un complejo de compañías y empresas distribuidoras que se encargaban del 80% de las publicaciones en español en el mundo. (García, 1980, p.22)

Publicaciones Continentales de México editaba *Vanidades*, *Buenhogar*, *Cosmopolitan*, *Fascinación*, *Hombre de Mundo*, *Intimidades*, *Mecánica Popular*, *Geo Mundo*, *Ideas* y *The Ring en Español*. Los derechos de publicación los compró a Editorial América y a la Hearst Corporation.

De acuerdo con lo anterior, se deduce que toda la cadena de oficinas de Editorial América en América Latina operaba colocando publicidad localmente, ya que el material editorial se elaboraba en Miami o en Virginia Gardens, Florida, como en algunos de los casos continúa pasando.

Es importante establecer que estas compañías editoriales han sufrido cambios a través de los años, de tal manera que algunas han desaparecido por diversas circunstancias como la economía o no han sabido adaptarse a los cambios sociales que han sufrido las mujeres y por lo tanto han tenido como consecuencia perder a su público femenino.

De la misma manera otras han continuado o se han fusionado o en su defecto han sido compradas por otros consorcios más poderosos, tanto en

cuestión económica como en prestigio, tal es el caso de Editorial América la cuál fue adquirida por Grupo Televisa, la cual será el siguiente tema a tratar ya que dentro de los títulos que compró se encuentra la revista femenina *Cosmopolitan*, una de las revistas seleccionadas para la investigación.

## **2.6 EDITORIAL TELEVISA**

### ***¡Sus reglas dictadas!***

Editorial Televisa es el grupo editorial en español más grande a nivel mundial y líder en producción y representación y distribución en Latinoamérica y en el mercado hispano de los Estados Unidos.

Fue creada en 1992, cuando su casa matriz, Grupo Televisa, adquirió Editorial América, la cual contaba con las más prestigiosas revistas femeninas de América Latina, entre ellas *Vanidades*, la revista insignia de la compañía que fue lanzada en 1961, y *Cosmopolitan* en español, lanzada al mercado en 1973, revistas que captan más del 80% de participación del mercado de los lectores, y venden más de 7000 páginas de publicidad al año.

A partir de entonces, Editorial Televisa se ha convertido en el medio predilecto de los lectores del continente americano. Actualmente publica 82 títulos, 14 regionales, 10 títulos para el mercado hispano de los Estados Unidos, y 58 locales en México, la mayoría líderes en sus respectivas categorías, las cuales se distribuyen en 19 países del continente americano, con un total de 489 ediciones regulares, 62 ediciones especiales por año y más de 116,115 páginas editadas al año. ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

Estos títulos tienen una circulación pagada de 8.2 millones y un alcance acumulativo de más de 58 millones de lectores, sin contar con el considerable número de lectores secundarios (un promedio de 6.4 por revista), los cuales abarcan aproximadamente el 57.5 % del mercado. Actualmente la compañía vende más de 127 millones de revistas, equivalente a 5 por cada segundo del día, generando un alcance acumulativo por frecuencia de 1200 millones de lectores. ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

Editorial Televisa también cuenta con oficinas en la mayoría de los mercados más importantes de habla hispana, ofreciendo el mejor soporte editorial y comercial, servicio al cliente y atención personalizada tanto a nuestros clientes regionales como para los locales. Además de prestigiosas alianzas editoriales como son: Disney, Nintendo of América, National Geographic Society, Hearts Corporation, American Express Publishing, Motorpress, entre otras, y con el apoyo de su compañía filial Intermex; la compañía distribuidora más importante en Latinoamérica. ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

Finalmente esta revista se describe a sí misma y su labor en su página de Internet como:

Editorial Televisa se consolida como líder absoluto en el medio impreso, con la mezcla de títulos más rentables y bajo una misión muy clara de: Ofrecer a sus lectores un producto con contenido más atractivo, nuevo, original y bien fundamentado. Pero todo esto no sería posible sin las personas que con su creatividad, talento, compromiso y experiencia aseguran que Editorial Televisa continúe generando productos con la calidad y el prestigio que sus clientes requieren y demandan. ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

Por lo que se refiere al siguiente tema, este es importante ya que la Editorial Notmusa tiene dentro de sus títulos a la otra de las revistas femeninas elegidas para este análisis, la publicación de Veintitantos, así que ahora es necesario hablar de esta empresa y de este modo tener un mayor conocimiento de la misma y por consecuencia de la publicación que es del interés para la presente tesis.

## **2.7 EDITORIAL NOTMUSA**

### ***¡Nuestras dudas aclaradas!***

Se funda en 1955, su primera revista fue *NPT (NOTAS PARA TI - antes Notitas Musicales)* fundada en el mismo año, *15 a 20* en 1989, *TV NOTAS*,

*Veintitantos*, *4RUEDAS* en 1994, *MUJER NUEVA* en 1997, *H PARA HOMBRES* en el 1999 y *DIARIO DEPORTIVO RECORD* en el 2002.

*NOTAS PARA TI Y TV NOTAS* atienden al mercado de la información del medio del espectáculo, mientras que las revistas de *15 a 20*, *Veintitantos Y MUJER NUEVA* atienden al segmento femenino. Su revista líder *TV NOTAS* ha pasado de ser una edición catorcenal a semanal; rebasando, en algunas ocasiones un tiraje cerca de los 800,000 a cada semana. ([www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx))

Debido a la creciente necesidad que la Editorial NOTMUSA percibió en títulos especializados, incursiona con la revista de automóviles *4RUEDAS*.

El año 1999 estuvo marcado por el lanzamiento de la revista *H PARA HOMBRES*, con la que incursionaron en el segmento de las revistas masculinas, este título se inició con periodicidad bimestral y su aceptación fue tan amplia que a partir de octubre de ese año se convirtió en una publicación mensual. ([www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx))

Todos los títulos son desarrollados en su totalidad por el mencionado grupo editorial.

Esta revista se describe a sí misma y su labor en su página de Internet como:

NOTMUSA no está en el negocio editorial, ni en el de las revistas, ni en el de chismes, ni en el deporte, sino estamos en el negocio del ENTRETENIMIENTO. La información ahora se regala... mientras que el entretenimiento seguirá teniendo valor. Por lo que con nuestras revistas buscamos: -ser los primos divertidos de los libros, ajustarnos al tiempo del lector, ajustarnos a la geografía del lector porque estamos en donde él este. ([www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx))

El público siempre nos ha premiado por la innovación, por los conceptos claros y por la diferencia. NOTMUSA le ofrece al lector por medio de sus revistas la información con valor de entretenimiento y viceversa. Nuestro objetivo es hacerle pasar un muy buen tiempo al lector, con lo que el considere de provecho. Nuestras revistas le dan al lector, plática de experto, le hacen pasar al lector un buen rato, lo ponen de buen humor, mejora sus relaciones, expande su pensamiento, lo consuela, lo ilusionan, le dan esperanza y lo relajan. ([www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx))

Se puede tener un breve conocimiento de cómo se percibe a sí misma esta revista, ya que de entrada se describe dentro del negocio del infoentretenimiento, es decir sólo sirve para divertir, el ver o leer esta publicación no aporta nada que le sea de utilidad duradera el lector, sólo apuesta por la comodidad de la diversión instantánea, pero esto se tratará a su debido momento en el capítulo 4, por el momento es necesario retomar a las revistas elegidas, la primera de ellas a continuación.

## **2.8 COSMOPOLITAN: ¡Para la mujer que lo quiere todo!**

*Cosmopolitan* en Español se publica en México desde abril de 1973. Al iniciar su publicación se traducía íntegramente del inglés al español, era redactada en Miami y se enviaba a Publicaciones Continentales para la venta de publicidad. Los mensajes provenientes de Estados Unidos se trasplantaban completos, con todas las implicaciones ideológicas que conllevaba.

Aun en ediciones recientes esto persiste, los artículos de la edición norteamericana aparecen meses después traducidos en la edición en español, junto a otros artículos firmados con nombres latinos.

*Cosmopolitan* se imprimió en A. D. Weiss Lithograph Co., en Hollywood Florida, de 1973 a 1975; a partir de 1975 fue editada en México por Publicaciones Continentales que compra los derechos a la Hearst Corporation. ([www.esmas.com](http://www.esmas.com))

La edición en inglés es publicada por la Hearst Corporation, la edición en español es publicada por Editorial Televisa.

*Cosmopolitan* es una revista divertida, atrevida y apasionada, dirigida a la mujer que quiere y sabe elegir lo mejor en cada aspecto de su vida. Ofrece temas de vida, trabajo, sexo, amor, hombres, salud, ejercicio, belleza, moda, estrellas y mundo del espectáculo. Sus páginas reflejan los deseos y sentimientos más íntimos de la lectora, por lo que la lectura se transforma en una experiencia de reencuentro con ella misma. (www.esmas.com)

## **2.9 VEINTITANTOS: ¡La representación de la chica divertida, moderna bella y enterada!**

Es una revista femenina mensual, con una presencia de casi 13 años, ya que salió a la venta el 15 de junio de 1994, (Fernández, 1999, p.97) la revista ha tenido una evolución que se ha visto reflejado en los cambios, deseos e inquietudes de las lectoras de la República Mexicana, que mediante sus cartas dan sugerencias y felicitaciones por tales contenidos.

*Veintitantos* es una publicación mensual, que surgió para cubrir un segmento del mercado que estaba descuidado y que a su vez debía corresponder a la realidad mexicana.

Al principio, la revista *Veintitantos* estaba dirigida a la mujer joven, estudiante, trabajadora, esposa o madre primeriza. Sin embargo en el 2004 este público ya está bien definido: la chica que lee esta revista no es adolescente, pero tampoco es una mujer madura, con responsabilidades de madre y de esposa. Se trata de una mujer que desea ser independiente, auténtica, algunas de ellas pueden darse el lujo de comprarse ropa, cosméticos y/o perfumes con los ingresos de su trabajo. (Fernández, 1999, p.97)

El objetivo de la revista es que la “chica Veintitantos” se vea y se sienta bien, por lo que sus contenidos están enfocados a ayudarla en esa labor, es decir que se vea bella y se sienta sana, a través de las secciones de moda,



belleza y salud, con artículos cuya base son los consejos para resaltar los puntos físicos buenos.

Además también pretende dar respuesta a las inquietudes de la mujer joven que vive la sexualidad en plenitud, dándole textos que la incitan a experimentar mediante tips, consejos, travesuras y juegos sexuales una mayor intensidad en la relación de pareja. ([www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx))

Temas como superación e información de acontecimientos de actualidad y problemáticas del mundo se dan por medio de tips, bibliografías y páginas de Internet. Además de que satisfacen su curiosidad por los personajes del medio del espectáculo con las secciones dedicadas a ellos y al chisme hacia sus actividades, además de enterarla de los eventos de moda, estrenos de películas y discográficas. Sin olvidar presentarle los cambios y adelantos tecnológicos mediante la sección a20mhz. Tratando de contener en *Veintitantos* un universo de moda, entretenimiento, diversión y temas sin complicaciones. ([www.notmusa.com.mx](http://www.notmusa.com.mx))

Ahora es pertinente mencionar que para llevar a cabo este estudio es necesario escoger adecuadamente la metodología y las técnicas apropiadas para obtener las mayores respuestas que contesten a las preguntas que se desean responder en esta investigación.

El cómo se llegó a tal metodología, cómo se seleccionaron las técnicas, porqué se optaron por esas y no otras, qué datos aportarán, cómo se llevarán a cabo, cómo se recopilarán los datos y demás, son cuestiones que se tratarán detalladamente en el siguiente capítulo, el metodológico técnico, presentado a continuación.

***“La esencia de todo método debe ser:  
ayudar la concepción,  
facilitar la memoria y  
dar mayor intensidad al pensamiento”  
Napoleón***

***“El experimentador que no sabe lo que está buscando  
no comprenderá lo que encuentra”  
Anónimo***

***“La belleza es un acuerdo entre el contenido y la  
forma”  
Henrik Johan Ibsen***

# ***¡SENSACIONAL DE PIES A CABEZA! CAPÍTULO METODOLÓGICO TÉCNICO***

## ***¡SENSACIONAL DE PIES A CABEZA!***

### **3. MARCO METODOLÓGICO / TÉCNICO**

Este capítulo es una conjunción de los aspectos teóricos combinados con los prácticos, es decir en él se unen la teoría con la técnica, se presenta esta unión mediante la metodología, la cual es el cimiento sobre el cual se basa este estudio con el fin de obtener las respuestas a las preguntas que dieron origen a la intención de mismo.

#### **3.1 NOCIONES GENERALES**

##### ***¡Y LLEGARON LAS REVISTAS!***

La cultura como lo dice De Certau (1999, p.156) se encuentra en todos los ámbitos de la vida social, de tal manera que es limitado pensar que no existe en los medios masivos de comunicación, en este caso los escritos, particularmente en las revistas femeninas. Estas publicaciones son productos culturales, formas simbólicas que circulan entre los individuos, que a su vez las interpretan a través de los textos, expresiones y acciones que tienen en sus páginas, sin olvidar que se encuentran estructuradas de determinada manera y que están en ambientes sociohistóricos dados.

Así es preciso comprender que mediante el análisis que se llevará a cabo a estos productos culturales, especialmente a las portadas de *Cosmopolitan* y *Veintitantos* (ya que se realizará un estudio sincrónico, es decir de un elemento de la revista, en este caso de la portada) se pretende analizar cuál es la estructura que las caracteriza y por ende cual es el significado que transmite con dicha estructura.

Este estudio tendrá también una breve descripción diacrónica en la que mencionará como esta estructurado cada ejemplar, es decir qué secciones comprende, de qué tratan, qué temas, esto con el fin de darle un mayor soporte al análisis sincrónico.

Además comprenderá cómo se da la representación simbólica del concepto de mujer que tiene el género femenino que ve y/o adquiere *Cosmopolitan* y

*Veintitantos*, tomando como ya se mencionó de referente a las portadas, para saber si mediante esta noción se pretende homogeneizar a la mujer a través de estándares de conducta y de deber ser.

De tal forma que el análisis que se realizará será un análisis cultural en donde como lo dice Thompson (2002, p.203), es el estudio de las formas simbólicas (portadas de revistas femeninas), es decir las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos que se pueden vislumbrar en estas imágenes, en relación con el contexto y proceso sociohistórico específico y estructurado de la mujer que se representa en tales iconografías, así como de las mujeres que las ven. Este fenómeno cultural es significativo tanto para los autores implicados en él como para la analista ya que también se encuentra inmersa en el contexto.

Este análisis estará dividido en tres partes buscando retomar lo que Thompson describe como la metodología de la Hermenéutica Profunda ya que se instalará en tres fases:

Hace un análisis socio histórico pues reconstruye las condiciones sociales e históricas de la producción, circulación y la recepción de las formas simbólicas pues indica todo el contexto en el que se dieron las primeras revistas femeninas, primero en el mundo y posteriormente en México, cómo fueron evolucionando hasta llegar a lo que ahora son, y el contexto de recepción tanto de recepción de las revistas, como de las mujeres que las ven y/o adquieren.

Análisis formal o discursivo, cuyo objetivo es analizar los rasgos estructurados y las relaciones del discurso, propiamente se dará al realizar el estudio semiótico aplicado a las portadas y al analizar el discurso obtenido del ASBI aplicado a las mujeres que son lectoras de tales publicaciones.

Y finalmente la Interpretación / Reinterpretación, que será la construcción creativa del significado, es decir de una explicación interpretativa de la representativa simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas *Cosmopolitan* *Veintitantos*. El proceso de interpretación mediado

por los métodos del enfoque hermenéutico profundo, es simultáneamente un proceso de reinterpretación. (Thompson, 2002, 408)

Ahora es pertinente explicar por qué se llegó al método cualitativo para abordar este objeto de estudio, se empezará primero con definir qué es el método, entendiéndose como un procedimiento de investigación que se desprende de una postura epistemológica y de una teoría sociológica y en la que el investigador, basado en esta perspectiva y bajo un conjunto de principios y normas, realiza una serie de operaciones que le permiten seleccionar y coordinar ciertas técnicas para alcanzar uno o varios objetivos concretos. (Luengo, 1991, p.92)

Posteriormente es necesario precisar que se entiende por *método cualitativo*:

Se denomina como inductivo-interpretativo, ya que su finalidad principal es la búsqueda de significados.

Sus principales características son:

- Tiene como objeto el significado de hechos, procesos, elementos, etc.
- Diseño flexible.
- Refiere principalmente al trabajo intensivo de observación.
- Maneja para su estudio el nivel de las representaciones que se encuentran condicionadas por el contexto de producción e interpretación del dato.

Por las características descritas se consideró a este método como el pertinente para tal análisis.

Así mediante el método cualitativo, la analista pretende llevar a cabo la investigación, primero con el análisis semiótico estructural el cual servirá para conocer la estructura de las imágenes de las portadas y sus significados, propiamente el concepto de mujer que se encuentra en ellas y posteriormente

con el ASBI los significados que construyen las receptoras al ver las representaciones simbólicas contenidas en las portadas y por lo tanto el concepto de mujer que se representan.

### **3.2 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### ***¡Si no tienes uno, conquítalo!***

Como ya se ha señalado previamente la investigación está enfocada a conocer cuál es la representación simbólica del concepto de mujer, que tiene un medio masivo de comunicación, como lo son las revistas femeninas (portadas), las cuales se dirigen hacia la industria del entretenimiento e información femenina, particularmente *Cosmopolitan* y *Veintitantos*.

Cuando se habla de Entretenimiento, se debe entender que estas formas simbólicas se encuentran dentro del campo de interacción nombrado y este va a estar determinado por las instituciones que las rigen y Editorial Televisa y Editorial Notmusa se dedican a este rubro. Se manejan también dentro del poder económico y simbólico básicamente, sólo basta recordar que Televisa es un de los monopolios existentes en el país, ya que dentro de sus diversas actividades y negocios se pueden contar 82 títulos de publicaciones dirigidas a este fin: entretener, de tal forma que representa el poder que genera y dedica para conseguirlo. De igual forma aunque en un grado menor se encuentra Notmusa.

Por lo que se puede apreciar el poder que tiene cada una de las instituciones involucradas en primer lugar las revistas femeninas como medio de comunicación masiva, en segundo lugar las compañías editoras Televisa y Notmusa y finalmente *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, las cuales tienen un poder que depende del prestigio o posición que se vislumbra en cuanto a su capacidad de producir, transmitir y de recepción en cuanto a las formas simbólicas significativas. (Thompson, 1998, 36)

Para poder determinar el poder que se ejerce en relación con los actores involucrados con el objeto de estudio, en este caso las mujeres en su término

más general y representadas por aquellas que adquieren estas publicaciones, se tiene que tomar en cuenta el proceso de producción en que el grupo de editores tanto de *Cosmopolitan* como de *Veintitantos* se sirve de reglas y pone en práctica esquemas para transmitir las formas simbólicas (revistas- portadas) y hacerlas llegar a las mujeres, buscando atraer su atención hacia las mismas, ya que esto asegura el tipo de reproductibilidad y con ello el grado de participación de las mujeres, esta recepción dependerá de la posición que ocupa cada de las damas que se entrevistarán con respecto al campo de entretenimiento y a las instituciones ya mencionadas.

También será terminante el capital que tengan las féminas ya sea incorporado (bagaje logrado con los años), el objetivado (bienes objetivos o materiales), o institucionalizado (el que otorgan las instituciones), pues estos les darán mayores referentes para interpretar y valorar los productos culturales y por ende reproducir simbólicamente los contextos sociales en los que están insertos dichos bienes y son recibidos, al mismo tiempo que darán cuenta de las asimetrías y diferencias que van a caracterizar el campo de interacción del entretenimiento y a las instituciones sociales involucradas.

Para poder llevar a cabo tal estudio, se decidió utilizar el análisis semiótico ya que este estudio permite conocer los diversos componentes e identificar los elementos constitutivos y sus interrelaciones, en virtud de los cuales se construye y se transmite el significado de un mensaje (Thompson, 2002, 414)

Pero este tipo de análisis es un enfoque parcial del estudio de las formas simbólicas, de sus elementos distintivos y de sus interrelaciones por lo que se consideró pertinente considerar otro análisis con el fin de complementarlo, por lo que se optó por el Análisis Semántico Basado en la Imagen, ya que a través de este se obtiene información de los sujetos a través del discurso y proporcionará información sobre las formas de metaforización del universo social de los individuos, ya que mediante la observación de las imágenes de las portadas de las revistas por parte de las mujeres y la oralidad subsecuente darán cuenta de la realidad en la que se encuentran.

### 3.3 LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

***¡Si el tuyo miente, enfréntalo!***

Cuando se habla de investigaciones que se encuentran dentro del área de las Ciencias Sociales, llámese específicamente tesis, siempre se encuentra en estos estudios que existe la dificultad para relacionar la teoría con el objeto de estudio, o en su defecto, no hay una relación como tal, de esta manera tales trabajos aunque puedan tener muchos puntos a su favor, o una innovación en cuanto a alguna técnica u objeto de estudio, tal novedad pierde su efecto cuando esta relación no se puede ver reflejada al final, en las interpretaciones, en las conclusiones, en el cuerpo en sí de dicha investigación.

Esto sucede porque es un tanto difícil relacionar la teoría con la práctica, hacer que un concepto teórico sea medible, cuantificable o se traduzca en un resultado, a través de la técnica. Para ello es necesario entender como se puede llevar a cabo esta relación y la manera adecuada de hacerlo es construir un método para lograr llegar de la teoría a la técnica, de esta forma el objeto de estudio y las preguntas que surgieron por las categorías teóricas obtendrán respuestas gracias a las técnicas empleadas, como lo menciona Luengo en su texto *Problemas metodológicos de la Sociología contemporánea* (1991).

Para poder llevar a cabo tal relación, es fundamental operacionalizarla y esto se da cuando se sistematiza desde el concepto hasta los indicadores, esto se ve ampliamente detallado en lo que se conoce como la tabla de especificaciones. (ver anexo 3)

La cual queda integrada por cinco columnas:

1. Concepto.- Se partió del concepto base de nuestro objeto de estudio.
2. Dimensiones.- Este apartado se derivó de la definición del concepto base, la cual permite la explicación de dicho concepto como tal, son los conceptos que forman a su vez al concepto central.



3. Indicadores.- Estos son el resultado de los datos que se desprende de manera deductiva de las dimensiones, explican de alguna forma parte del concepto central.
4. Indices.- Estos son el producto de los indicadores, son las diferentes fases en las que se descomponen estos. Es la parte casi final de la operacionalización pues de ahí resultaran los tópicos.
5. Tópicos.- Es la parte final de la tabla de especificaciones, son las palabras clave que darán forma al análisis, son la unidad de análisis, las cuales integrarán el instrumento de recolección. (Boudon, 1978 pp. 33-101)

El concepto base de la tabla de especificaciones es: **La representación simbólica del concepto de mujer**, y como dentro de este concepto se encuentra el de **Arquetipo**, el cual es el sustantivo base de representación simbólica, es el que ocupa el eje de las dimensiones, y como dentro de Arquetipo la **imagen** es lo que da forma al concepto, esta junto con **apariencia física** ocupó el lugar en indicadores. Para que se aprecie detalladamente este proceso de operacionalización es necesario remitirse a la tabla de especificaciones, la cual se puede encontrar en el anexo 3.

Después de la formulación de los índices e indicadores se procede a la construcción del instrumento de análisis, para el objeto de estudio de la investigación, se decidió utilizar el análisis semiótico, ya que este estudio permite conocer los diversos componentes y elementos de las portadas de las revistas que son el objeto de nuestro estudio, cabe señalar que se aplicará el estudio semiótico a 10 portadas de las revistas, 5 de *Cosmopolitan* y 5 de *Veintitantos* que comprenden de los meses de mayo a septiembre del 2004.

Se seleccionaron 10 portadas considerando principalmente tres factores, primero, éstas portadas fueron las más llamativas por diversos aspectos para la analista, desde las que son muy provocadoras por la indumentaria que utilizan hasta las no se creía que lo son, con el fin de tener una diversidad de imágenes, segundo, la cantidad de trabajo que representaría estudiar un mayor

número implicaría anteponer la calidad del mismo, y finalmente un aumento de imágenes no implicaría obtener datos diferentes porque las portadas que no fueron seleccionadas no guardan diferencias entre las que sí se prefirieron.

En cuanto a la causa de decidir el año de 2004, fue porque, es en ese año cuando la revista Veintitantos tuvo un cambio importante, ya que hasta antes del mismo no tenía bien definido cuál sería el público al que se dirigiría y es a partir de esa fecha que decide que su público sería de jóvenes, no de adolescentes, pero tampoco de mujeres maduras, es decir, de mujeres independientes, adultas pero que se pueden dar el lujo de consentirse comprándose algún capricho sin que por ello le genere algún conflicto familiar. Y para la investigadora fue importante considerar este hecho, ya que era interesante conocer cómo manejarían la imagen de su portada con el fin de atraer a ese público tan definido y si representarían simbólicamente el concepto de mujer que querían.

Retomando el análisis semiótico que se llevó a cabo, cabe aclarar que está basado en el texto de Georges Peninou con *Semiótica de la Publicidad*, (1976) de Carlos Lomas con *El Espectáculo del Deseo* (1996) y de Víctor Gordo con *El Poder de la Imagen Pública*. (1999)

De Peninou, se eligieron las categorías concernientes a la retórica, a los planos y a los puntos de vista.

De Lomas, las características básicas de la imagen y las funciones del lenguaje verbal.

De Gordo, se optaron por las categorías de caramorfología, antropomorfología y estilo.

De una anterior investigación concerniente a la imagen publicitaria se retomaron las cualidades de análisis cromático, geométrico y tipográfico.

Finalmente las restantes condiciones de cabello, color de piel y accesorios, fueron realizadas por la analista con el fin de realizar un estudio más completo.

Este análisis se dividió en *denotación*, la cual es objetiva, literal, obvia, informativa, visible, natural, simple y monosémica.

Y *connotación* que es subjetiva, simbólica, obtusa, interpretativa, oculta, cultural, compleja y polisémica, como lo comenta Lomas.

Se seccionó en dos apartados el de apariencia física y el de imagen publicitaria.

Dentro del apartado de apariencia física se realizarán los siguientes estudios iconográficos en los niveles de:

- La caramorfología.- La cual considera la forma que tiene el rostro femenino y lo cataloga según sea el tipo.
- Antropomorfología.- Este se refiere a la forma que tiene el cuerpo femenino y de esto dependerá cómo se clasifique.
- Cabello.- Se describe el color de cabello y las características que tiene.
- Color de piel.- Se describe el color de piel y las características que tiene.
- Estilo.- Se enfoca en la cuestión de la vestimenta y con ello se encasilla en determinada moda.
- Accesorios.- Enumera los complementos que usan las modelos, en la cara, en el cuerpo y extremidades superiores e inferiores.

Dentro del apartado de imagen publicitaria se realizarán los siguientes estudios iconográficos en los niveles de:

- Planos.- Estos se refieren al espacio visual en el que se ve representada la realidad dentro de los límites de un encuadre, el tamaño del plano sigue una escala que tiene como referencia a la figura humana.
- Puntos de vista.- Es en cuanto al ángulo de visión que adopta la cámara para representar en cada plano la escena o el personaje.

- Características básicas de la imagen.- Dependiendo de las particularidades de la imagen se clasifica.
- Retórica.- Son los usos verbales de las figuras retóricas clásicas en las imágenes.
- Funciones del lenguaje verbal.- Esta tiene lugar en el intercambio del hacer persuasivo del autor y el hacer interpretativo del destinatario.
- Cromático.- Dependiendo de los colores que existan en una portada se connota y se da el significado de cada uno de ellos basándose en la teoría del color.
- Geométrico.- Se toma en cuenta que figuras geométricas existen.
- Tipográfico.- Se describen los tipos de letras.

Después de haber realizado este análisis semiótico, se optó por El Análisis Semántico Basado en la Imagen, la cual es una técnica que fue desarrollada por el Dr. Reginal A. Clifford, a partir de 1986. Dicha técnica es de carácter cualitativo y tiene interés en el ámbito del estudio social; mediante la aplicación del ASBI se obtiene información de los sujetos a través del discurso y sobre la metaforización que se genera de dicho discurso. El discurso es generado a través de una muestra de fotografías que se presenta a los sujetos, los cuales construyen el discurso con referencia a las imágenes presentadas.

Esta técnica está arraigada en la etnometodología, la cual pretende estudiar la manera en que la realidad social se convierte en tal y cómo se manifiesta, se organiza y se representa.

El ASBI es un intento por relatar, la realidad social de nuestras vidas diarias y cómo éstas se relacionan con nuestras estructuras sociales, que a la vez dan forma a nuestro mundo social. Para el ASBI, son fundamentales dos aspectos, la imagen y cómo a través de éstas los sujetos construyen enunciados interpretativos acerca del mundo y que más tarde son captados como su visión real de las cosas.

La técnica antes descrita se aplicará a 6 mujeres cuyas edades se encuentren entre los 20 y los 35 años, que conozcan la revista y ya la hayan

adquirido con anterioridad, la edad que se describe esta dada ya que este es el rango que manejan Cosmopolitan y Veintitantos en su target (edad del público cautivo al que van dirigidas).

#### CARACTERÍSTICAS DE LA TÉCNICA:

- Puede ser tan general como sea conveniente.
- Entre más general sea la técnica; será más el material a utilizar.
- Si es más general puede abarcar más aspectos, pero será más compleja.
- La aplicación del ASBI, se hace de forma individual, y los sujetos deben de contar con media hora de tiempo.
- Se formulan cinco preguntas base, para la aplicación de la técnica y las otras se generan como parte del ámbito conversacional.
- Las fotografías utilizadas deben de ser representativas o típicas del personaje en cuestión.
- Generalmente es conveniente tener revueltas las fotografías, ya que genera más comentarios por parte de los sujetos.
- Se decide si se etiqueta o no dependiendo del proyecto.

#### FASES DE LA INVESTIGACIÓN

1. Recopilación de la información.
2. Aplicación del ASBI.
3. Recopilación y clasificación de los datos.
4. Cuantificación de los resultados obtenidos.
5. Elaboración de conclusiones.

#### 1. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se realizará la localización y selección de la muestra, que se aplicará a 6 mujeres cuyas edades se encuentren entre los 20 y los 35 años, que conozcan la revista y sean lectoras de la misma.

La selección de los entrevistados realmente depende de lo que se está estudiando. Es una buena idea proveer tantas diferencias como sea posible.

Como siguiente paso se realizará la selección del material fotográfico, que se utilizará en la aplicación de la técnica, ya se tendrán elegidas las 10 portadas de las revistas, 5 de Cosmopolitan y 5 de Veintitantos que comprenden los meses de mayo a septiembre del 2004, las cuales serán las que se les mostraran a cada una de las participantes al ASBI.

## 2. APLICACIÓN DEL ASBI

Es necesario prevenir al entrevistado que se le requerirá por lo menos media hora.

- Se requerirá una pequeña superficie para extender las portadas.
- A cada sujeto se les entregará el paquete de portadas.
- Se empezará con las preguntas de pares de oposición, las cuales tocarán los tópicos que se encuentran en la tabla de especificaciones, que surgen de los índices de acuerdo a los diferentes roles que experimenta una mujer, éstas serán:

- \* ¿Cuál es la más sumisa / dominante?
- \* ¿Cuál es la más independiente / dependiente?
- \* ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?
- \* ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?
- \* ¿Cuál es la más rebelde / dócil?
- \* ¿Cuál es más objeto sexual / asexuada?
- \* ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, esposa, amante?
- \* ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?
- \* ¿Cuál es la que ves como jefe, compañera o subordinada?
- \* ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?
- \* ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?
- \* ¿Cuál es la más / menos deseable?
- \* ¿Cuál es la más sensual / sexual?
- \* ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

Estos tópicos se relacionan con el objeto de estudio que es de interés en cuanto a que gracias a ellos, se puede dar cuenta de cuál es la representación

simbólica del concepto de mujer tienen las revistas y que son transmitidas a sus lectoras mediante las portadas.

Después se continuará a la formulación de las cinco preguntas base o centrales con el fin de obtener el discurso por parte de los sujetos, las cuales serán en realidad 6.

1. ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?
2. ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?
3. ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?
4. ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?
5. ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?
6. ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?

El discurso será registrado en audio cassettes y después se transcribe el discurso de los sujetos.

### 3. RECOPIACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS DATOS.

En esta etapa se procederá a la transcripción de los discursos obtenidos. y se vaciará la información sin olvidar escribir los datos de los sujetos como: el nombre, edad, sexo y básicamente.

### 4. CUANTIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después se procederá hacer una revisión para confirmar que los datos estén perfectamente registrados, tanto la información del discurso como los datos de los sujetos.

Asimismo se identificarán las diversas metáforas producidas en el discurso.

Después se establecerán las categorías y la meta categorías, para proceder al análisis.

Dentro de cada metacategoría, uno agrupará todas las diferentes categorías que los informantes generarán y organizarán al presentar sus comentarios respecto al tema.

La división de categorías tiene el propósito de organizar argumentos que constituyen cada metacategoría.

Cada entrevista será agrupada de acuerdo a su clase, edad y sexo, al realizar el cruce de datos los comentarios pueden ser comparados dentro de su misma clase. Un comentario puede abordar el cómo está organizado el tiempo y relacionar cómo el entrevistado distingue entre diferentes facetas de una categoría y encontrar elementos que involucran el discurso social.

## 6. ELABORACIÓN DE LAS CONCLUSIONES

Finalmente se procederá a la interpretación de los datos más representativos de la técnica de ASBI, aplicada a las 6 mujeres cuyas edades se encuentren entre los 20 y los 35 años, que conozcan la revista y ya la hayan adquirido con anterioridad, mujeres que tengan, en lo posible, diferente ocupación laboral, edad y formación académica. (Galindo, 1998, pp.385-431)

Además, de hacer una interpretación tomando en cuenta tanto el análisis semiótico así como el ASBI, es decir enlazando ambas técnicas, esto con el fin de obtener datos que contengan la mayor información de las mismas y por ende arroje datos sobre el objeto de estudio.





## PORTADA 1

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO  
DEL 2004**



## PORTADA 2

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO DEL 2004**





## PORTADA 3

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO  
DEL 2004**



## PORTADA 4

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO DE 2004**





## PORTADA 5

**REVISTA VEINTITANTOS DEL MES DE  
SEPTIEMBRE DE 2004**



## PORTADA 6

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE MAYO  
DEL 2004**





## PORTADA 7

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO  
DEL 2004**



## PORTADA 8

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO  
DE 2004**





## PORTADA 9

**REVISTA COSMOPOLITAN DEL MES DE  
AGOSTO DE 2004**



## PORTADA 10

**REVISTA COSMOPOLITAN DEL MES DE  
SEPTIEMBRE DE 2004**

### 3.4. ANÁLISIS DIÁCRONICO

#### ¡Fuera ropa!

La revista *Veintitantos* se divide en 8 secciones ya establecidas: *Prendas, Belleza, En forma y saludable, Tu vida, Sexo, Ellos, Para variar, 20 ts pyr.*

Cada una de ellas se divide a su vez en más secciones, se empezará por desglosar la primera que aparece en el índice del contenido, que es **Prendas**:

MODA NOTICIAS	MODA RECOMENDACIONES	MODA 1	CAPRICHOS DEL MES	RÓBATE ESTE LOOK	LO MÁS CALIENTE	MODA 2	DE TIENDAS
Ocupa de 1 a 2 pág. En ocasion es no aparece, Se caracteriza por incluir en este apartado los accesorios "imprescindibles", "glamorous", "vanguardistas" como son catalogados.	De 1 a 2 pág. Se incluyen los artículos que se sugieren son de lo último en moda, como "blancura", "pura plástica viva", "el regalo perfecto", "nada como lo estampado"	6 pág. Se refiere a un tema, en donde las modelos exhiben ropa referente a ese tema, "Explosión de color", "La vida en rosa", "Tiempo para ti". En el extremo de la pág. Se especifica en qué tiendas se puede encontrar el mismo modelo de ropa.	1 pág. Se refiere a accesorios que en esos meses están de moda de acuerdo a una temática que se maneja, "Florece", "Te lo mereces", "Negro metalizado"	1 pág. Ponen a una artista de cine o televisión, en su mayoría de E.U.A, y toman de ella un accesorio o prenda de vestir y dan diversas opciones de marcas y precios en donde se puede obtener un prenda similar para lucir igual al artista o estrella.	1 pág. Toman un accesorio que consideran que está de moda y lo exhiben con sus diversas variantes "Lo más caliente", "Brilla por siempre", "Changitos"	6 pág. Se refiere a un tema, en donde los exhiben ropa referente a ese tema, "Estámpate", "Faldas de vanguardia", "No te duermas" En el extremo de la pág. Se especifica en qué tiendas se puede encontrar el mismo modelo de ropa.	1 pág. Guía de las direcciones en donde se pueden encontrar todo lo exhibido en el interior de la revista.

Esta sección se caracteriza por incluir en sus páginas todo lo relacionado a la moda, claro esta, que las marcas y tiendas que se exhiben siempre son las mismas, por lo que no es raro pensar que esas mismas tiendas y marcas mantienen una relación más estrecha con la revista de lo que se dice. Ambas obtienen beneficios pues la revista les vende espacios y las marcas obtienen publicidad.

Esto puede quedar plenamente constatado en la diferencia de número de páginas que se otorga a las subsecciones de moda 1 y 2, ya que cada una de ellas ocupa 6 páginas, una diferencia muy marcada con respecto a las demás subsecciones que ocupan 1 o cuando mucho 2 páginas.

También hay una tendencia muy fuerte en cuanto a considerar particularmente a las (los) cantantes, actrices, o figuras de renombre de origen estadounidense, por encima de los mexicanos o latinos.

**Belleza:** Hasta antes de junio del 2004, sólo había dos secciones fijas: Bella noticias y Bella tips, a partir de julio las secciones son:

ULTIMAS NOTICIAS	NECESITAS SABER	BELLA EN CUERPO Y ALMA	AL NATURAL	LOS FAVORITOS DE LA EDITORA	UN EXPERTO OPINA
2 pág. Con lo nuevo acerca de productos de maquillaje, cremas, desodorantes, perfumes y demás productos de belleza.	1 o 2 pág. Consejos acerca de cómo conservar en buen estado las diferentes partes del cuerpo, así como el cabello, uñas, además de explicar como maquillarse.	2 pág. Son consejos acerca de un tema específico, que es de interés para las mujeres, "Vitamina tu autoestima", "Tu cabello: cascada de sensualidad", "Celebra tus curvas".	1 o 2 pág. Remedios caseros con ingredientes naturales para contrarrestar algunos males de la belleza, como el olor a cigarro en el cabello, tener una tez envidiable, nutrir las uñas, entre otros muchos.	1 pág. En ocasiones no aparece. Son productos de diferentes marcas que recomienda la editora, con el fin de corregir y/o mejorar algunos aspectos del rostro o cuerpo que no sean del todo agradables.	2 pág. En ocasiones no aparece. En esta parte se manifiesta la opinión de un experto en la materia, ya sea un esteticista o maquillista, acerca de diferentes opciones que se pueden llevar a cabo para mantener y/o incrementar la belleza del rostro.

En esta sección se abunda en la información dirigida a mantener, ensalzar e incrementar los puntos favorables en el rostro y cuerpo con que ya se cuentan a través de la herencia familiar o la genética, complementándola con cremas,

ejercicios, maquillaje y alimentación para verse atractiva y agradable ante los ojos de los demás y del sexo opuesto.

Aquí de nueva cuenta se puede apreciar que los productos recomendados son de determinadas marcas, resultando obvio que hay intereses profundamente marcados, entre el binomio revista-producto, manifestándose claramente en este apartado.

Y aunque a través de los diversos artículos, consejos y notas se pretende orientar a la lectora de que debe de sentirse bien aún cuando no sea perfecta, bella y escultural, es precisamente gracias a estos medios que pareciera que se le transmite el mensaje contrario, pues al mismo tiempo le muestran un sinfín de productos que debe considerar seriamente comprar, pues sin ellos no podrá acceder a tener esa cualidad que desea: la belleza y por lo tanto la aceptación que desea conseguir, primero de ella, después de sus congéneres y finalmente del sexo opuesto.

**En forma y saludable:**

<b>SALUD CORPORAL</b>	<b>SALUD ALTERNATIVA</b>	<b>SALUD MENTAL</b>	<b>A DIETA</b>	<b>COMER O NO COMER</b>
1 o 2 pág. Se escribe sobre diversos temas, se dan algunos datos de cifras estadísticas y se recomiendan algunas actividades para alejarse de los vicios, tener una alimentación adecuada, y respiración correcta, teniendo como constante un espacio destinado a dar 2 o 3 ejercicios para diversas	1 o 2 pág. Son artículos que hablan de nuevas formas de tener y/o conservar la salud y con ello la belleza, como la "hidroterapia", "aromaterapia", "nasalterapia", y "acupuntura", entre otros muchos. Se incluyen páginas de Internet por si desea obtener más información así	1 pág. En ocasiones no aparece. En este apartado se pueden ver las diferentes estrategias que se pueden llevar a cabo para mantener esa salud mental, ya sea a través de la risa, del control de los impulsos, todo con el fin de ser feliz. Se incluyen diversos tests	1 pág. En esta se da un ejemplo de dieta para tratar un problema en particular, como el estreñimiento, o convalecencia, o para lucir el bikini en las próximas vacaciones, además de información de los beneficios	1 pág. Puede no aparecer en la revista. Aquí se manejan sugerencias acerca de alimentos muy específicos como el café, la comida chatarra, entre otros, los beneficios y perjuicios de comer tales alimentos así como consejos relacionados a la comida en



áreas del cuerpo, que se pueden realizar en casa, sin necesidad de ir al gimnasio.	como de los lugares específicos que se dedican a llevar a cabo tales terapias.	referentes al tema del que se este hablando.	de consumir verduras, cereales, frutas y demás.	general y a sus diversos componentes.
--	--	--	---	---------------------------------------

En esta sección se encuentra todo lo relacionado a la comida, la alimentación así como las consecuencias a las que puede conllevar el exceso de la misma, por lo que se opta por recomendar el consumo de vegetales, frutas, cereales con el fin de obtener los beneficios de tales alimentos y con ello conservar la belleza tanto del rostro como del cuerpo y sobretodo de la salud.

También se puede apreciar que existen contradicciones en el discurso de esta parte de la revista, pues por un lado ponen un mensaje en el que catalogan a las dietas como malas o dañinas para la salud y por el otro tienen un apartado que se dedica a recomendarlas.

Al mismo tiempo aunque pudiera pensarse que con la información de esta división de la revista se cubre todas las áreas de interés con respecto a la salud, en realidad no realizan una investigación a fondo acerca de algunos temas que presentan y los mantienen en un nivel de superficialidad que no aporta ningún beneficio a las lectoras.

### ***Tu vida:***

En esta parte de la revista sólo se encuentra una subsección fija:

<b>MI MUNDO</b>
De 3 a 4 pág. En ocasiones no aparece en la publicación. En ella se incluye un artículo acerca de un tema que en particular se considera interesante, ya sea por lo raro que pueda parecer, como un medio para concientizar acerca de un problema o situación que sucede en alguna parte del mundo o en la misma sociedad en la que se esta viviendo, o incluso para prevenir algún hecho o circunstancia que se pueda generar y que sea perjudicial a las jóvenes que leen la revista. Ejemplos son: “Sectas que atrapan y destruyen”, “Jugando a la casita”, “Escuela del amor” y “Semen a la carta” por citar algunos.

Este apartado en ocasiones realiza un estudio que puede considerarse serio, inteligente y con una amplitud de fuentes de información lo que le otorga un

nivel de credibilidad y profundidad muy interesantes. Sin embargo también en otras oportunidades manejan los temas de manera superficial y sin la debida asesoría de especialistas en dichas cuestiones, por lo que el resultado es un escrito que no trasciende al entretenimiento y no deja aprendizaje o lección en el lector.

A esta sección la complementan diversos tests y artículos que pueden ser catalogados dentro del mismo rubro que tiene el título de esta parte.

**Sexo:**

<b>HABLEMOS DE SEXO</b>	<b>TU SEXUALIDAD</b>
2 pág. Cuando hay un suplemento especial, se suprime la sección. Se pueden encontrar diversos consejos relacionados con el sexo, con el fin de dar los pros y contras de determinadas prácticas. ¿Sexo al aire libre?, ¿Sexo con los ojos cerrados?, “Los no del sexo”. Tiene como constante un espacio destinado a la llamada “La tarea del mes”, en donde se asigna una misión que se deberá realizar con el fin de obtener mayor placer sexual, incluso al final de este sitio se da la calificación que se obtendrá si se lleva a cabo.	3 o 4 pág. Cuando hay un suplemento especial, se suprime la sección. En ella se puede encontrar un artículo o diversos consejos acerca de un tema en particular que se considera de importancia dentro del mundo de la sexualidad. Tales como “Manual del clítoris”, “La píldora de emergencia: ¿aborto o anticoncepción?”, “Guía de salud vaginal”, “25 mentiras acerca del orgasmo” entre otros.

En este apartado se incluyen también otros artículos que no entran dentro de las subsecciones fijas y de esta manera se crean subsecciones que sólo están en ese número y que desaparecen en los siguientes o se crean otras pero teniendo la particularidad de ser movibles.

La información que se encuentra contenida en los artículos no puede considerarse como fidedigna y confiable porque quien la escribe no indica de donde saca la información sobre la que habla y para temas tan delicados como los que se presentan, son necesarios que los datos estén avalados por un especialista.

**Ellos:**

CLOSE UP	CARLOS TE DICE	EXPEDIENTES XY	EN MATERIA DE HOMBRES	LO QUE ELLOS PIENSAN	EL TACO DE OJO
1 pág. Es ella se encuentra la foto de un actor, cantante de moda y una breve biografía del mismo, en donde se destacan sus cualidades.	2 pág. Es la opinión de un hombre llamado Carlos sobre distintos temas que les interesan a las mujeres desde el punto de vista masculino. Existe la constante de <b>p&amp;r</b> Carlos te responde, en donde, a través de los correos electrónicos que recibe la sección, las lectoras le hacen preguntas y él responde.	2 pág. En ellas se tocan diversos temas que son de interés en la mujer mediante breves consejos o artículos. Tiene como constante “la pose masculina del mes” la cuál hace una radiografía a determinadas actitudes del hombre.	3 pág. En ellas se maneja un solo tema en donde se analiza el comportamiento de los hombres con respecto a algo y se encuentra el significado oculto en sus acciones. “Feng-shui erótico”, “Jardín de flores”, “Dime cómo te envuelve y te diré que tipo de acosadores”	1 pág. En ocasiones no aparece. Se encuentra con espacios divididos: “Lo que el chico quiere”, “Su lenguaje, tu lenguaje”, “Miedo sexual”, “Miedo en el amor”, “En su voz” y “Numerología”.	3 pág. En ocasiones no aparece. En esta se ve la foto de un modelo atractivo en poses provocativas en donde luce su cuerpo.

Este bloque dedicado a conocer la manera de pensar y de sentir de los hombres puede claramente ser un reflejo de la necesidad de la mujer por entender al sexo opuesto y por supuesto por conseguir y conservar a un espécimen del género masculino.

En estos espacios también se ve reflejada la tendencia malinchista hacia lo extranjero, pues los hombres que aparecen en sus páginas, por ejemplo en la de *close up* son en su mayoría de origen estadounidense, contra muy poca exhibición de los exponentes latinoamericanos y que decir de los mexicanos.



**Para variar:**

Esta sección es la que tiene más subsecciones ya que son 12, por lo tanto se dividirán en dos partes para explicar pertinentemente cada una.

<b>TÚ ESCRIBES</b>	<b>TE DECIMOS CÓMO...</b>	<b>¡QUÉ CURIOSO!</b>	<b>MÁS DE VEINTITANTAS</b>	<b>EL GANADOR</b>	<b>ZONA V</b>
1 pág. En ella se incluye la carta editorial así como las cartas de las lectoras recomiendan do la revista o un artículo publicado en ella, así como sugerencias.	1 o 2 pág. En ella se dan opciones sobre diferentes temas que son cotidianos y cómo se les puede enfrentar de la mejor manera, "librarte de las marchas", "torear a los cafres", "ponerle un condón".	1 pág. En ocasiones no aparece. Aquí se puede encontrar un collage sobre varios temas cuya única coincidencia es el hecho de que son sucesos extraños, fuera de lugar, o diferentes.	1 pág. En esta se puede encontrar como el nombre lo dice - más de veintitantas... "cualidades del pene", "formas del beso según el abecedario", "momentos después de hacer el amor" o "diferencias entre hombres y mujeres".	1 o 2 pág. En ocasiones no aparece. En estas páginas se encuentran los obsequios que se les darán a las personas que contesten correctamente las trivias que aparecen en la revista.	1 pág. Aquí se exhibe un lugar que se recomienda para salir, puede ser un restaurante, un bar, o un antro, se describe el servicio así como el costo aproximado.

En esta parte de la sección se puede apreciar que se piensa en cubrir todos los aspectos que puedan ser de interés para la lectora, dándole información sobre cada uno de los temas que se manejan en la revista.

De esta manera, al no poder quedar incluidos en las demás secciones, pues no entran en las categorías ya mencionadas, los temas que aquí se presentan se incluyen en el grueso de este apartado, siendo este el que tiene un mayor contenido de secciones variadas.

<b>A VIAJAR</b>	<b>A VEINTITANTOS MHZ</b>	<b>VER, IR Y BALCONEAR</b>	<b>CARAS VEMOS</b>	<b>A FUTURO</b>	<b>MÁS POR MENOS</b>
2 o 3 pág. En ellas se encontrará una breve guía turística acerca del país o la ciudad que	2 pág. En ocasiones no se presenta. Aquí se presentan los nuevos productos que manejan de tecnología de	1 o 2 pág. Se presentan los estrenos en la cartelera del cine, eventos en la cineseca	3 pág. En ellas se puede observar a las figuras del espectáculo	2 pág. Es la presentación de los signos zodiacales, así como las predicciones para el mes en curso. Tiene como	1 pág. En esta se dan opciones para modificar un espacio de la casa puede ser

se este presentando, los lugares típicos, la comida, los museos y lo representativo del lugar.	punta, celulares, cámaras de video, agendas digitales, así como los avances y lo que esta de moda.	nacional, así como recomendaciones en música, dvd, libros, conciertos y programación de televisión por cable.	tanto mexicano como extranjero en situaciones cotidianas o chuscas.	constante un espacio dedicado a los ángeles y a un ritual de ayuda para la petición que se desea hacer.	el baño, la recamara, con muy poca inversión utilizando la creatividad .
--	--	---	---	---	--

Lo que se planteaba cuando se revisaban las subsecciones anteriores acerca de que la revista trata de contener en sí toda aquella información que considera importante, con el fin de que las lectoras la consideren una revista completa, puede verse reflejado cuando se termina de describir a la otra parte de la sección, pues en ellas se encuentran aquellos datos que complementan y redondean a la revista.

### **20ts pyr:**

<b>BELLEZA</b>	<b>AMOR</b>	<b>AMIGOS</b>	<b>FAMILIA</b>	<b>TRABAJO</b>	<b>DINERO</b>	<b>SEXO</b>
1 pág. En ocasiones puede no presentar se. Aquí se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos sobre el amor. Se incluyen breves noticias de belleza.	1 pág. Se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos sobre el amor. Se incluyen breves noticias.	1 pág. Se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos acerca de la amistad y como son ellos como amigos.	1 pág. Se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos en problemas familiares. Se incluyen tips.	1 pág. Se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos en problemas en el trabajo.	1 pág. Se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos en problemas con el dinero.	1 pág. Se plantean las preguntas de las lectoras orientadas a consejos en problemas con el sexo. Se incluyen tips.

Finalmente después de haber descrito y analizado las diferentes secciones en las que se divide la revista Veintitantos se puede concluir que es una

publicación que contiene información que las lectoras pueden considerar interesante.

Es necesario decir que las secciones fijas antes descritas cambian de número de página en cada revista, no se va a encontrar la sección de belleza por ejemplo y sus subsecciones del mes de mayo en los mismos números de página del mes de junio o julio.

Los temas que se presentan son manejados en su gran mayoría de manera superficial, con el afán de hacerlos más cercanos a las mujeres utilizan mucho un lenguaje picaresco que no demerita la información pero al no tener bases confiables y especializadas termina por convertirlos en datos banales y frívolos.

La revista *Cosmopolitan* se divide en 9 secciones ya establecidas: *En la portada, De las estrellas & del espectáculo, Manual masculino, Moda & belleza, Amor, deseo y pasión, Tú, tú, tú, Sólo en Cosmo, Fin de semana Cosmo, Secciones fijas.*

Algunas de ellas tienen a su vez subsecciones, pero estas no están fijas por lo que en muchas ocasiones no aparecen, quedando como divisiones para el apartado los propios artículos.

### ***En la portada:***

En esta aparecen todos los artículos que distinguen a la portada, que por lo regular van de 8 a 9 apartados y obviamente estos no son los mismos mes con mes.

Es preciso explicar que son estos títulos los que tienen mayor impacto visual pues son los primeros que ven las lectoras en las imágenes de las portadas por lo que se puede notar que en ellos hay un cuidado especial en la conformación gramatical para provocar una huella en quienes los lean y por lo tanto

provoquen su compra. El promedio de páginas que ocupa esta sección es de 27.

**De las estrellas & del espectáculo:**

En ésta si se encuentran 3 subsecciones:

COSMO INFORMA	ATREVIDA, APASIONADA, ATRACTIVA	COSMO P & R
3 pág. Trata de los chismes o curiosidades que despiertan las figuras públicas, puede en ocasiones enfocarse a un tema como los besos, o la ropa que usan.	2 o 3 pág. Se refiere a una mujer del medio del espectáculo ya sea actriz o cantante a la que se le hace una entrevista en donde se puede apreciar el camino que siguió para llegar a la fama.	1 pág. En ella le hacen preguntas a un actor o cantante famoso predominando las cuestiones hacia el género femenino, el sexo y sus próximos proyectos.

De este apartado se puede decir que predominan las figuras de origen estadounidense, son muy pocas los personajes latinos que son tomados en cuenta y que decir de los mexicanos, sólo en la subsección de *atrevida*, *apasionada* y *atractiva* es en donde se pudo apreciar a cantantes o actrices mexicanas.

**Manual masculino:**

PALABRA DE HOMBRE	UN ESPÍA ENTRE ELLOS	DE COSMO PARA TU HOMBRE
1 pág. En ocasiones puede no presentarse. Se refiere a distintos temas que son de interés para las mujeres, desde la perspectiva y palabras de un hombre. “El dilema de la primera vez”, “4 mentiritas blancas que ellos te dicen”, “tipos de mujeres de las que ellos huyen”	1 pág. Se refiere a distintas situaciones que se presentan durante la relación afectiva con un representante del género masculino, “Lo que esa primera presentación dice sobre él”, “Cómo decirle que quieres algo más serio”, ¿Será un buen amante?	1 pág. En ocasiones no se presenta. En ella se encuentran los consejos que la revista le da a los hombres sobre determinadas cuestiones, “Conviértete en su mejor amante”, “Lo que nunca debes decirle a una chica”

En esta parte se trata de conocer más el comportamiento y la forma de pensar de los hombres, con el fin de ganar información que se pueda usar a favor de

las mujeres para evitar el daño, saber cuando mienten y poder manejar adecuadamente las diversas situaciones que se dan.

### ***Moda y belleza:***

En esta aparecen varios artículos que distinguen a esta sección, que por lo regular van de 6 a 9 apartados y obviamente estos no son los mismos mes con mes. Es rango de páginas que ocupa esta sección es de 22 a 31.

Dentro de las subsecciones se encontró la que está dedicada a exhibir los diversos modelos dedicados a un tema, encontrando la variante de que no se integran los nombres de las marcas o tiendas en donde se pueden obtener una vestimenta similar. Sin embargo aunque en ella no se integran estos datos en las subsecciones como moda si se integran estos datos, dan las marcas, También existe una similitud con la revista *Veintitantos* en la subsección ***Róbate este look***, en *Cosmopolitan* se llama ***Róbate el look***.

### ***Amor, deseo y pasión:***

Esta sección puede no aparecer, dependiendo de las subsecciones que se integren en ella, que suelen ser hasta 2, será el número de páginas que tenga, el cual puede ir de 1 a 6, pues se incluye un test.

En ella se encuentran datos acerca de los hombres, sus secretos en el momento de la pasión, así como los puntos que los excitan y provocan con ello deseo y pasión en las mujeres.

### ***Lo que te mueres por saber:***

Aquí se pueden encontrar las distintas dudas que tiene la mujer respecto a diversos temas que pueden ir desde ¿experimentarías con una mujer? Hasta “La locura del anillo en la derecha”, pasando por intereses incluso acerca de religiones de moda como “Todo sobre la Cábala”. Las páginas pueden ser de 1 a 3. La parte puede aparecer o no.

**Tú, tú, tú:**

En este apartado estás son las 3 secciones que más aparecen porque cabe señalar que también se incluyen los artículos como si fueras subsecciones.

<b>COSMO CARRERAS</b>	<b>ATRÉVETE A...</b>	<b>COSMO TEST</b>
1 o 2 pág. Se refiere a diversos consejos sobre diversos acontecimientos que e pueden dar en el trabajo.	1 pág. Son una serie de consejos para atreverse a hacer algo que le darán otra perspectiva a la vida que se tiene así como a la relación de pareja.	2 pág. Es un test sobre un tema en particular, desde sí ¿Ves el lado bueno de la vida? A ¿Cuán seductora eres?

**Fin de semana Cosmo:**

<b>5 FRESCOS MODOS DE SERENARTE</b>	<b>AMOR &amp; ROMANCE</b>	<b>DE FIESTA</b>
1 pág. Se trata de 5 consejos que tienen una temática diferente cada vez, ya sea la de serenar, relajar o alegrar la vida.	1 pág. Se divide a su vez en tres partes, en la primera: "Anzuelo para atraparlo" diversas técnicas para acercarte al hombre en cuestión, en la segunda se dan respuestas a dudas acerca de un problema en particular que se puede llegar a tener y en la tercera se da un ritual de belleza.	2 pág. Estas se encuentran dedicadas a algún evento en donde acuden figuras del espectáculo internacional.

En gran parte de la lectura de la sección se puede ver que hay una diferencia muy marcada entre el lugar en donde se escribe la revista (hay que recordar que se realiza en Miami, Florida y aquí únicamente se edita), y el lugar donde viven las lectoras, por los lugares, la forma de incluso conquistar, la cultura que rodea a los participantes, entre otras muchas cosas, ocasionan que al leerla, la persona en cuestión no se identifique con la revista.

**Secciones fijas:**

Esta será dividida en dos partes por el número de apartados en los que se encuentra dividida.

<b>NUESTRA PORTADA</b>	<b>NUESTRO MUNDO COSMO</b>	<b>QUERIDO COSMO</b>	<b>COSMO CONFESIONES</b>	<b>PREGUNTAS NOS LO QUE QUIERAS</b>	<b>ASÍ LO LOGRE</b>	<b>COSMO MANDAMIENTOS</b>
1 pág. Se hace la presentación de la mujer que sale en la portada, se dan algunos datos biográficos y consejos que ella recomienda.	1 pág. En ella aparece la carta editorial en donde se nombran los diversos artículos que se incluyen en el número.	2 pág. Aquí se pueden encontrar las cartas de las lectoras indicando de que manera la revista las ha ayudado.	2 pag. En ellas se encuentran las confesiones de las lectoras contando sus historias más ardientes y sus travesuras secretas. También se encuentran las de ellos.	2 pág. Se encuentran las preguntas de las lectoras acerca de diversos temas, las cuales son contestadas por una especialista.	1 pág. En ella se encuentra una mujer sobrealiente que ha logrado el éxito y es un ejemplo a seguir.	1 pág. En ella se enumeran 10 cosas o acciones que se deben o no evitar con el fin de estar bien.

Se puede observar que la revista trata de ser lo más amplia posible con el fin de que sus lectoras la sigan prefiriendo.

<b>PUNTO DE ENCUENTRO</b>	<b>DE PELÍCULA</b>	<b>CLUB DE LECTURA COSMO</b>	<b>DE VIAJE</b>	<b>ASTRÓLOGO DE CABECERA</b>	<b>LA ÚLTIMA CARCAJADA</b>
2 A 3 pág. En ellas las personas se describen con el fin de conocer a otras ya sea con fines de amistad, amor y matrimonio.	2 pág. Aquí se presentan los estrenos y las sinopsis de las películas próximas a exhibirse en cartelera.	2 pág. En ella se dan los nuevos títulos y un breve resumen de los libros que se pueden disfrutar en privado. Al igual lo último en música.	2 pág. Se presenta un lugar que sea agradable conocer, se describe brevemente su historia y sus principales atractivos.	2 pág. Es la presentación de los signos zodiacales, así como las predicciones para el mes en curso. Tiene como constante un ejemplo de un artista que represente al signo actual y las mejores y peores parejas para tal signo.	1 pág. Se presenta la gente, lugares y tendencias que sorprenden a más de uno.

La revista cumple su función de entretener, en sus escritos no se vislumbra que pretenda llevar más allá ese cometido. Aunque en la publicación se presentan

artículos un tanto fuertes, pues se supone que son extraídos de la vida real y dan cuenta de eventos que pueden ser considerados serios y profundos como lo pueden ser, “Cuando tu padre muere”, “Cómo una mujer puede enamorarse de un asesino” y “Tuve el bebé del hombre que me violó” la profundidad se queda solamente ahí. No trasciende. La revista no lo considera necesario pues hasta la fecha se ha manejado de la misma forma y ya lleva 34 años en el mercado y no se ha visto mermada en su éxito de ventas.



### 3.5 ANALISIS SEMIÓTICO

*¡Gemidos Fingidos!*

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Rectangular	Reloj de arena o "X"	Castaño	Trigueña	Casual	Aretes, gargantilla, piercing, cinturón

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Rectangular: Es más larga que ancha y la línea de la quijada recta es suavemente curvada.	Reloj de arena: Existe equilibrio entre los hombros y las caderas que son dimensiones bien proporcionadas, la cintura está claramente marcada.	Castaño de un largo debajo de los hombros, ligeramente ondulado, suelto y peinado de manera casual.	Con un tono uniforme de piel trigueña, que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae amigos y diversión.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
C O N N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoque: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
D E N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Poética Metalingüística	Amarillo Rosa fuerte Azul cielo Negro Café Verde	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Rosas Blancas Azules

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
C O N N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo.	Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el	Línea vertical descendente: Connota	Las mayúsculas y minúsculas connotan

<p>Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida.</p> <p>Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma.</p> <p>Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.</p> <p>Poética: centrada en el mensaje, orientada hacia el valor expresivo de los enunciados mediante un adecuado empleo de las unidades lingüísticas.</p> <p>Metalingüística, orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia.</p> <p>Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz.</p> <p>Azul cielo: inteligencia, libertad, inspira confianza y tranquilidad.</p> <p>Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor.</p> <p>Café: se asocia con el vigor, fuerza y solidaridad.</p> <p>Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad.</p>	<p>búsqueda, análisis, investigación.</p> <p>Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia.</p> <p>Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo.</p> <p>Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>armonía.</p> <p>Por ser del mismo tamaño refleja equilibrio.</p> <p>Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión.</p> <p>Negras: misterio y profundidad.</p> <p>Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura.</p> <p>Blancas: verdad, estimulación, afirmación.</p> <p>Azules: inteligencia, libertad, confianza y tranquilidad.</p>
---	---	---	--

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Oval	Rectilínea	Rubio	Blanca	Casual	Aretes, pulseras, cinturón

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Oval: La parte más llena de la cara ocupa sus 2/3 partes, tiene los pómulos marcados y la barbilla estrecha.	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Rubio, largo hasta media espalda, ligeramente ondulado, suelto y peinado de manera casual.	Blanca, ligeramente bronceada, que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae amigos y diversión.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
CONNOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoque: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa	Rosa fuerte Amarillo Azul cielo Negro	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras

Fática Poética Metalingüística	Blanca Verde	Horizontales Inclinada Rectas	Amarillas Blancas Azules
--------------------------------------	-----------------	-------------------------------------	--------------------------------

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JUNIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**CONNOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
<p>Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo.</p> <p>Emotiva: centrada en el destinatario, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida.</p> <p>Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma.</p> <p>Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.</p> <p>Poética: centrada en el mensaje, orientada hacia el valor expresivo de los enunciados mediante un adecuado empleo de las unidades lingüísticas.</p> <p>Metalingüística, orientada hacia el código, mediante el cual el destinatario y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz.</p> <p>Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia.</p> <p>Azul cielo: inteligencia, libertad, inspira confianza y tranquilidad.</p> <p>Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor.</p> <p>Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación.</p> <p>Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad.</p>	<p>Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación.</p> <p>Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia.</p> <p>Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo.</p> <p>Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía.</p> <p>Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio.</p> <p>Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión.</p> <p>Negras: misterio y profundidad.</p> <p>Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad.</p> <p>Blancas: verdad, estimulación, afirmación.</p> <p>Azules: inteligencia, libertad, confianza y tranquilidad.</p>

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**DENOTACIÓN**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Diamante	Rectilínea	Castaño	Morena clara	Casual	Aretes, pulseras, cinturón

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**CONNOTACIÓN**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Diamante: Frente estrecha, ancha en las mejillas, barbilla estrecha.	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Castaño, de largo a la altura de los hombros, lacio, suelto, peinado de manera casual	Morena clara que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae amigos y diversión.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**DENOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**CONNOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoque: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra

personaje e insinúa el escenario		de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.
----------------------------------	--	--	--

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Poética Metalingüística	Rosa fuerte Amarillo Negro Blanco Verde Azul marino	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Amarillas Blancas Rosas

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE JULIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>FOTOGRAFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo. Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida. Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma. Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene. Poética: centrada en el mensaje, orientada hacia el valor expresivo de los enunciados mediante un adecuado empleo de las unidades lingüísticas. Metalingüística, orientada hacia el código, mediante el	Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz. Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia. Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor. Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación. Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad.	Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación. Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia. Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo. Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad. Recta: decisión, tenacidad y seguridad.	Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía. Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio. Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión. Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura. Negras: misterio y profundidad. Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad. Blancas: verdad,

cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.	Azul marino: obscuridad, lejanía, inquietud.		estimulación, afirmación.
---	--	--	---------------------------

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Rectangular	Reloj de arena o "X"	Castaño	Morena clara	Casual	Aretes, pulseras, cinturón

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Rectangular: Es más larga que ancha y la línea de la quijada recta es suavemente curvada.	Reloj de arena: Existe equilibrio entre los hombros y las caderas que son dimensiones bien proporcionadas, la cintura está claramente marcada.	Castaño, de largo debajo de los hombros, ligeramente ondulado, suelto, peinado de manera casual	Morena clara que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae amigos y diversión.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque



**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
C O N N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoque: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
D E N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>FOTOGRAFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Poética Metalingüística	Azul cielo Rosa Amarillo Negro Blanco Verde rojo	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Amarillas Blancas Rosas

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE AGOSTO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
C O N N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>FOTOGRAFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias	Azul cielo: inteligencia, libertad, inspira	Línea vertical	Las mayúsculas y

<p>a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo.</p> <p>Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida.</p> <p>Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma.</p> <p>Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.</p> <p>Poética: centrada en el mensaje, orientada hacia el valor expresivo de los enunciados mediante un adecuado empleo de las unidades lingüísticas.</p> <p>Metalingüística, orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>confianza y tranquilidad.</p> <p>Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz.</p> <p>Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia.</p> <p>Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor.</p> <p>Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación.</p> <p>Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad.</p> <p>Rojo: excitante, estimulante, es el color del amor, dinámico, brutal, enerva, es el color del guerrero, madurez, masculinidad, pasión incontrolable, fuerza.</p>	<p>descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación.</p> <p>Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia.</p> <p>Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo.</p> <p>Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>minúsculas connotan armonía.</p> <p>Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio.</p> <p>Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión.</p> <p>Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura.</p> <p>Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad.</p> <p>Blancas: verdad, estimulación, afirmación.</p>
--	---	--	---

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE SEPTIEMBRE 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Oval	Rectilínea	Rubio	Blanca	Casual	Aretes

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE SEPTIEMBRE 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Oval: La parte más llena de la cara ocupa sus 2/3 partes, tiene los pómulos marcados y la barbilla estrecha	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Rubio, largo hasta media espalda, lacio, suelto y peinado de manera casual	Blanca, ligeramente bronceada, que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

			un aspecto agradable a la vista.	amigos y diversión.	
--	--	--	----------------------------------	---------------------	--

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE SEPTIEMBRE 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano medio	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE SEPTIEMBRE 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
El encuadre corta la figura humana a la altura de la cintura. Se distingue la expresión del personaje aunque se adopta ya un cierto distanciamiento.	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoque: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE SEPTIEMBRE 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Poética Metalingüística	Rosa fuerte Amarillo Negro Blanca Verde	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Amarillas Blancas Rosas

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE SEPTIEMBRE 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo. Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida. Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma. Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene. Poética: centrada en el mensaje, orientada hacia el valor expresivo de los enunciados mediante un adecuado empleo de las unidades lingüísticas. Metalingüística, orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.	Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz. Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia. Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor. Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación. Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad. Los verdes amarillentos son acaparadores, indulgentes y un tanto lujuriosos.	Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación. Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia. Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo. Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad. Recta: decisión, tenacidad y seguridad.	Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía. Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio. Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión. Negras: misterio y profundidad. Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad. Blancas: verdad, estimulación, afirmación. Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE MAYO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Diamante	Rectilínea	Rubio	Blanca	Casual	No accesorios

**REVISTA VEINTITANTOS MES DE MAYO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Diamante: Frente estrecha, ancha en las mejillas, barbilla estrecha.	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Rubio, largo por debajo de los hombros, lacio, suelto y peinado de manera casual.	Blanca, ligeramente bronceada, que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae amigos y diversión.	La falta de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE MAYO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE MAYO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura	La acción se observa desde abajo. El	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía.

de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoco: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.
--	---	---	---

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE MAYO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
D E N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LANGUAGE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Metalingüística	Amarillo Rosa fuerte Negro Anaranjado Blanco	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Anaranjadas Blancas Cursivas

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE MAYO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
C O N N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo. Emotiva: centrada en el destinatario, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida. Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma. Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se	Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia. Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz. Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor. Anaranjado: suscita sentimientos de fuerza, energía, triunfo, transmite	Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación. Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia. Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo. Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo,	Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía. Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio. Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión. Negras: misterio y profundidad. Blancas: verdad, estimulación, afirmación. Anaranjadas: connotan fuerza, energía, triunfo, transmite exaltación y

<p>mantiene. Metalingüística : orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>exaltación y entusiasmo, calidez, intimidad. Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación.</p>	<p>estabilidad y seguridad. Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>entusiasmo, calidez, intimidad. Cursivas: sugieren optimismo y satisfacción.</p>
---	---	---	---

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Rectangular	Reloj de arena o "X"	Rubio	Blanca	Romántico	Cadena, anillo

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Rectangular: Es más larga que ancha y la línea de la quijada recta es suavemente curva.	Reloj de arena: Existe equilibrio entre los hombros y las caderas que son dimensiones bien proporcionadas, la cintura está claramente marcada.	Rubio, de largo debajo de los hombros, lacio, suelto y peinado de manera casual.	Blanca, ligeramente bronceada, que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Romántico: Proyecta una imagen cálida y bondadosa. Su mensaje es de gentileza y encanto, connota calma y paz, comprensión y consideración por los demás, sensibilidad, facilita las relaciones con el sexo opuesto, inspira confianza y favorece la interacción personal, fresca y jovialidad.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia Sinécdoque

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad. Sinécdoque: es una figura que consiste en expresar una noción mediante una palabra que, por sí misma, designa otra noción cuya relación con la primera es cuantitativa: la parte por el todo.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Metalingüística	Rosa fuerte Amarillo Azul cielo Negro Blanca Verde Azul marino	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Amarillas Blancas Azules Rosas Cursivas

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JUNIO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y	Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz.	Línea vertical descendente: Connota	Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía.



<p>representa al mundo.</p> <p>Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida.</p> <p>Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma.</p> <p>Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.</p> <p>Metalingüística: orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia.</p> <p>Azul cielo: inteligencia, libertad, inspira confianza y tranquilidad.</p> <p>Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor.</p> <p>Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación.</p> <p>Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad inteligencia y sinceridad.</p> <p>Azul marino: obscuridad, lejanía, inquietud.</p>	<p>búsqueda, análisis, investigación.</p> <p>Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia.</p> <p>Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo.</p> <p>Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio.</p> <p>Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión.</p> <p>Negras: misterio y profundidad.</p> <p>Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad.</p> <p>Blancas: verdad, estimulación, afirmación.</p> <p>Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura.</p> <p>Azul marino: obscuridad, lejanía, inquietud.</p> <p>Cursivas: sugieren optimismo y satisfacción.</p>
--	--	---	--

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**D E N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Diamante	Rectilínea	Rubio	Blanca	Seductor	Anillo

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**C O N N O T A C I Ó N**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Diamante: Frente estrecha, ancha en las mejillas, barbilla estrecha.	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Rubio, de largo a la altura de los hombros, rizado, suelto, peinado de manera casual	Blanca, ligeramente bronceada, que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Seductor: Proyecta una imagen atractiva y sensual, transmite una personalidad provocativa y sugerente, excitante y apremiante, agresiva y atrevida, atrae al sexo opuesto, genera confianza en sí mismo, provoca sensación, motiva el cuidado del cuerpo.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
CONNOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Metalingüística	Rosa fuerte Negro Blanco Verde Lila Rosa claro	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Blancas Rosas

		Rectas	Amarillas Cursivas
--	--	--------	-----------------------

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE JULIO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
CONNOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>FOTOGRAFICO</b>
<p>Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo.</p> <p>Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida.</p> <p>Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma.</p> <p>Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.</p> <p>Metalingüística : orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz.</p> <p>Rosa claro: inocencia eterna.</p> <p>Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor.</p> <p>Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación.</p> <p>Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad.</p> <p>Lila: serenidad, frío, pasión, misticismo, elegancia, deseo de encantar y deleitar a los demás, es el color de las relaciones.</p>	<p>Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación.</p> <p>Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia.</p> <p>Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo.</p> <p>Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía.</p> <p>Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio.</p> <p>Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión.</p> <p>Rosas: por ser de color claro connotan inocencia.</p> <p>Verde: asociado con la vida, la esperanza, la juventud, signo de inmortalidad, corresponde a un temperamento de voluntad constante, tranquilidad, inteligencia y sinceridad.</p> <p>Negras: misterio y profundidad.</p> <p>Blancas: verdad, estimulación, afirmación.</p> <p>verdes amarillentos: son acaparadores, indulgentes y un tanto lujuriosos.</p> <p>Cursivas: sugieren optimismo y satisfacción.</p>

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE AGOSTO 2004  
APARIENCIA FÍSICA  
DENOTACIÓN**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Cuadrada	Rectilínea	Castaño	Morena clara	Creativo	No accesorios

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE AGOSTO 2004**  
**APARIENCIA FÍSICA**  
**CONNOTACIÓN**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Cuadrada: su largo y ancho son similares, la quijada tiene líneas rectas que dan la forma cuadrada.	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Castaño, de largo debajo de los hombros, lacio, suelto, peinado de manera casual	Morena clara que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Creativo: Proyecta una imagen espontánea y original, transmite una personalidad innovativa y aventurera, ingeniosa y libre, imaginativa y poco convencional, connota individualidad ante la vida, creatividad y talento, capacidad de expresión e independencia.	La falta de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE AGOSTO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**DENOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE AGOSTO 2004**  
**IMAGEN PUBLICITARIA**  
**CONNOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario.	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje.	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de

		pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales	un significado real a otro adherido por continuidad.
--	--	--	--

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE AGOSTO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>FOTOGRAFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Metalingüística	Rosa fuerte Amarillo Negro Blanco Rosa claro Gris Lila	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Amarillas Blancas Rosas Negras Cursivas

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE AGOSTO 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
CONNOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>FOTOGRAFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo. Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida. Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma. Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene. Metalingüística: orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario	Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz. Amarillo: muestra desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia. Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor. Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación. Rosa claro: inocencia eterna. Lila: serenidad, frío, pasión, misticismo, elegancia, deseo de encantar y deleitar a los demás, es el color de las relaciones. Gris: connota autoridad, poder, y en su	Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación. Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia. Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo. Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad. Recta: decisión, tenacidad y seguridad.	Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía. Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio. Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión. Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura. Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad. Blancas: verdad, estimulación, afirmación. Negras: misterio y profundidad. Cursivas: sugieren optimismo y satisfacción.

buscan confirmar que están usando el mismo código.	tono plata glamour, seguridad y presencia física.		
--	---	--	--

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE SEPTIEMBRE 2004  
APARIENCIA FÍSICA  
DENOTACIÓN**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Oval	Rectilínea	Castaño	Morena clara	Casual	Cadena

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE SEPTIEMBRE 2004  
APARIENCIA FÍSICA  
CONNOTACIÓN**

<b>CARAMORFOLOGÍA</b>	<b>ANTROPOMORFOLOGÍA</b>	<b>CABELLO</b>	<b>COLOR DE PIEL</b>	<b>ESTILO</b>	<b>ACCESORIOS</b>
Oval: La parte más llena de la cara ocupa sus 2/3 partes, tiene los pómulos marcados y la barbilla estrecha	Rectilínea: Tiene estrechos los hombros, la cintura y las caderas, sin curvas obvias.	Castaño, de largo a la altura de los hombros, lacio, suelto, peinado de manera casual	Morena clara que destaca una piel cuidada, sin estrías, ni marcas o cicatrices, firme y tonificada, que le dan un aspecto agradable a la vista.	Casual: Proyecta una imagen de accesibilidad y amistad. Su mensaje es de alegría y optimismo. Energía y sencillez. Atrae amigos y diversión.	Lo reducido de accesorios connota sencillez, juventud y seguridad en sí misma.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE SEPTIEMBRE 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
Plano americano o de tres cuartos	Punto de vista en contrapicado	Iconicidad Complejidad Polisémico Redundante	Metáfora Metonimia

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE SEPTIEMBRE 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
CONNOTACIÓN**

<b>PLANOS</b>	<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA IMAGEN</b>	<b>RETÓRICA</b>
En él se acota la representación de la figura humana a la altura de las rodillas. Sigue mostrando la expresividad del rostro pero permite reflejar ya las acciones del personaje e insinúa el escenario	La acción se observa desde abajo. El personaje produce así una impresión física superior a su realidad como persona. Subraya la entidad física del personaje.	Iconicidad: El personaje representado en aspectos como el color o las formas es fiel Compleja: ya que esta cargada de significados, de connotaciones simbólicas. Polisémica: contiene en sí mensajes simbólicos más complejos, culturales, ambiguos o sugerentes. Redundante: mediante la reiteración de mensajes y situaciones se establecen modelos de conducta que pueden ser emulados por los destinatarios y de esta manera se construyen los estereotipos sociales.	Metáfora: Figura a través de la cuál se transporta el significado propio de un enunciado a otro significado en virtud de una cierta analogía. Metonimia: es una figura por medio de la cual se pasa de un significado real a otro adherido por continuidad.

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE SEPTIEMBRE 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
DENOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial, denotativa o cognoscitiva Emotiva o expresiva Conativa Fática Metalingüística	Rosa fuerte Amarillo Negro Blanca Azul marino	Líneas verticales Curvas Ascendentes Descendentes Horizontales Inclinada Rectas	Mayúsculas Minúsculas Rectas Negras Blancas Rosas Azules Cursivas

**REVISTA COSMOPOLITAN MES DE SEPTIEMBRE 2004  
IMAGEN PUBLICITARIA  
CONNOTACIÓN**

<b>FUNCIONES DEL LENGUAJE VERBAL</b>	<b>CROMÁTICO</b>	<b>GEOMÉTRICO</b>	<b>TIPOGRÁFICO</b>
Referencial: orientada hacia el contexto, gracias a la cual el hablante describe los objetos y representa al mundo. Emotiva: centrada en el destinador, apunta a una	Rosa fuerte: es brillante, divertido y excitante y locuaz. Amarillo: muestra	Línea vertical descendente: Connota búsqueda, análisis, investigación.	Las mayúsculas y minúsculas connotan armonía. Por ser del mismo tamaño reflejan equilibrio.

<p>expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando y tiende a dar la impresión de una cierta emoción, cierta o fingida.</p> <p>Conativa: orientada hacia el destinatario, tiende a producir un efecto en el oyente o a sugerir la conveniencia de hacer alguna cosa o de pensar en determinada forma.</p> <p>Fática: orientada hacia el contacto, para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene.</p> <p>Metalingüística : orientada hacia el código, mediante el cual el destinador y el destinatario buscan confirmar que están usando el mismo código.</p>	<p>desinhibición, excentricidad, ambición, es el símbolo de la dominación y la fuerza, locura y violencia.</p> <p>Negro: Inspira misterio, crimen, muerte, imprudencia, duelo, amenaza vital, desgracia, temor.</p> <p>Blanco: Estimulante, verdad, positivismo, afirmación.</p> <p>Azul marino: obscuridad, lejanía, inquietud.</p>	<p>Curvas: sugiere hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad y abundancia.</p> <p>Ascendentes inclinadas hacia la derecha: optimismo.</p> <p>Horizontales: equilibrio, confianza, paz, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Recta: decisión, tenacidad y seguridad.</p>	<p>Rectas: sugieren firmeza, seguridad y decisión.</p> <p>Negras: misterio y profundidad.</p> <p>Amarillas: ambición, locura, desinhibición, y excentricidad.</p> <p>Blancas: verdad, estimulación, afirmación.</p> <p>Rosas: por ser un tono fuerte connotan algo brillante, diversión, excitación y locura.</p> <p>Azul marino: obscuridad, lejanía, inquietud.</p> <p>Cursivas: sugieren optimismo y satisfacción.</p>
--	--	---	---



### **3.5.1 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS SEMIÓTICO**

***¡Si ya durmieron juntos, analízalo!***

La interpretación de esta técnica se deriva de los resultados obtenidos del estudio semiótico aplicado a cada una de las 10 portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* del 2004, estudios iconográficos que consideraron la connotación de apariencia física (caramorfología, antropomorfología, cabello, color de piel, estilo y accesorios) y la connotación de imagen publicitaria (planos, punto de vista, características básicas de la imagen y retórica, funciones del lenguaje verbal, cromático, geométrico y tipográfico) hechos a cada una de estas portadas.

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE MAYO 2004**

La mujer que se encuentra en la portada de esta publicación de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que tiene un rostro equilibrado que se puede apreciar en la forma de la cara resultando éste atractivo, al igual que un cuerpo formado y bien proporcionado.

Destacando características tales como un cabello largo y una piel trigueña, cuidada, firme y tonificada que aunada a su estilo de vestir casual, presenta a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su faz.

Permitiendo observar las acciones del personaje asimismo insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista, representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, la sexualidad, la irresponsabilidad y falta de compromiso que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen.

Además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la

de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren a la primavera, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran desinhibición, excentricidad, fuerza, locura, diversión, excitación, inteligencia, libertad, confianza, tranquilidad, misterio, imprudencia, vigor, vida, esperanza, juventud, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, redondean así lo que se desea transmitir mediante esta imagen.

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE JUNIO 2004**

De acuerdo a los diferentes análisis llevados a cabo en esta portada podemos interpretar que la cara de la chica tiene los pómulos marcados, resaltando de esta manera sus facciones; en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo este efecto se contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es rubio, largo y la segunda es blanca, bronceada, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atractiva.

El estilo es casual y presenta a una muchacha accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista, representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud,

sexualidad, irresponsabilidad y falta de compromiso que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen.

Además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren a al inicio del verano, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, libertad, inteligencia, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, vida, constancia, tranquilidad y sinceridad, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, completándose así lo que se desea transmitir mediante esta portada.

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE JULIO 2004**

En esta imagen se puede apreciar a una joven cuyo rostro resulta atractivo gracias a la forma de su cara, en la cual se aprecian mejor sus rasgos, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, pero el cabello castaño, lacio y un poco largo que junto con su piel morena clara, cuidada, firme y tonificada le proporciona una apariencia agradable a la vista.

Proyectando con su estilo casual a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e

insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, la sexualidad, la irresponsabilidad y falta de compromiso que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren a al verano, la vida, las vacaciones, la libertad, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, vida, juventud, inmortalidad, constancia, tranquilidad y sinceridad, obscuridad, lejanía, inquietud, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, conformándose así lo que se desea difundir mediante esta representación.

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE AGOSTO 2004**

En la portada de la revista se ve a una chica que de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que tiene un rostro equilibrado que se puede apreciar en la forma de la cara, resultando atractivo, al igual que un cuerpo formado y bien proporcionado, destacando características tales como un cabello largo castaño y una piel morena clara, cuidada, firme y tonificada, que junto a su estilo de vestir casual, presenta a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma,

tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, la sexualidad, la madurez, la seriedad, la belleza, del cómo debe de lucir o arreglarse una mujer, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren al verano, la vida, las vacaciones, la libertad, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran inteligencia, libertad, confianza, tranquilidad, diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, vida, constancia, tranquilidad y sinceridad, excitación, estimulación, dinamismo, madurez, pasión incontrolable, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, redondean así lo que se desea transmitir mediante esta imagen.

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE SEPTIEMBRE 2004**

El análisis semiótico aplicado a esta portada dio resultados que se pueden interpretar como que la modelo que se ve, tiene los pómulos marcados, resaltando de esta manera sus facciones; en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo este efecto se

contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es rubio, largo y la segunda es blanca, bronceada, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atractiva.

El estilo es casual y presenta a una muchacha accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresión del personaje aunque se adopta un cierto distanciamiento y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, la sexualidad; que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, además aunque no expresa mediante palabras soy atractiva, lo dice con su actitud y su pose despreocupada.

Del mismo modo aunque no tiene el título de la más linda o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren al verano, a la vida, las vacaciones, la libertad, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, vida, constancia, tranquilidad y sinceridad, indulgencia y un tanto de lujuria, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, completándose así lo que se desea transmitir mediante esta portada.

## **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE MAYO 2004**

En esta imagen se puede apreciar a una joven cuyo rostro resulta atractivo gracias a la forma de su cara, en la cual se aprecian mejor sus rasgos, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, pero el cabello rubio, lacio y un poco largo que junto con su piel blanca ligeramente bronceada, cuidada, firme y tonificada le proporciona una apariencia agradable a la vista.

Proyectando con su estilo casual a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, sexualidad, madurez, seriedad, belleza, capacidad, inteligencia, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren a al final de la primavera, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran desinhibición, excentricidad, fuerza, diversión, excitación, locura, misterio, imprudencia, energía, triunfo, exaltación, entusiasmo, calidez, intimidad, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz,

reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, conformándose así lo que se desea difundir mediante esta representación.

#### **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE JUNIO 2004**

En la portada de la revista se ve a una chica que de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que tiene un rostro equilibrado que se puede apreciar en la forma de la cara, resultando atractivo, al igual que un cuerpo formado y bien proporcionado, destacando características como un cabello largo rubio y una piel blanca, ligeramente bronceada, cuidada, firme y tonificada, que junto a su estilo de vestir romántico, presenta a una chica de imagen cálida y bondadosa, gentil, encantadora, que proyecta paz y calma, comprensión y consideración por los demás, sensibilidad, que facilita las relaciones con el sexo opuesto, da confianza y favorece la interacción personal, es fresca y jovial, joven y segura de sí misma.

De la misma manera que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista, representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, sexualidad, inteligencia, madurez, seriedad, capacidad, belleza, del cómo debe de lucir o arreglarse una mujer, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen.

Además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, que igualmente es parte de un todo, ya que por las características de la misma y los colores se refieren al verano, a la vida, las vacaciones, la libertad, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de



producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran, diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, inteligencia, libertad, confianza, tranquilidad, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, juventud, vida, constancia, tranquilidad y sinceridad, obscuridad, lejanía, inquietud, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, redondean así lo que se desea transmitir mediante esta imagen.

#### **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE JULIO 2004**

En esta imagen se puede apreciar a una joven cuyo rostro resulta atractivo gracias a la forma de su cara, en la cual se aprecian mejor sus rasgos, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, pero el cabello rubio, largo, rizado que junto con su piel blanca, ligeramente bronceada, cuidada, firme y tonificada le proporciona una apariencia agradable a la vista.

Proyectando con su estilo seductor, a una chica atractiva y sensual, de personalidad provocativa, sugerente, excitante, apremiante, agresiva, atrevida, que atrae al sexo opuesto, genera confianza en sí misma, provoca sensación, motiva el cuidado del cuerpo, joven y segura de sí misma, que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del personaje a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, sexualidad, inteligencia, capacidad, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que

utiliza, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, vida, juventud, inmortalidad, constancia, tranquilidad y sinceridad, serenidad, pasión, misticismo, elegancia, deseo de encantar y deleitar a los demás, que le gusta relacionarse, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, de esta manera se da forma a lo que se desea difundir mediante esta representación.

#### **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE AGOSTO 2004**

De acuerdo a los diferentes análisis llevados a cabo en esta portada podemos interpretar que la cara de la chica es simétrica, todos sus lados son del mismo tamaño, es decir es cuadrada y aunque pudiera creerse que por lo mismo, puede resultar que no es considerada guapa, la manera en la que esta maquillada le ayuda mucho y la hace atractiva, resaltando de esta manera sus facciones; en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo este efecto se contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es castaño, largo, lacio y la segunda es morena clara, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atrayente.

El estilo es creativo y proyecta a una chica con una imagen espontánea y original, con personalidad innovadora y aventurera, ingeniosa, libre, imaginativa y poco convencional, individualidad ante la vida, creativa, talentosa, expresiva e independiente, joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la

forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, la sexualidad, la sensualidad, la madurez, la inteligencia, la belleza, el poder de la presencia física, del cómo debe lucir o arreglarse una mujer, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen.

Además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, inocencia eterna, serenidad, pasión, misticismo, elegancia, deseo de encantar y deleitar a los demás, le gusta relacionarse, autoridad, poder, glamour, seguridad y presencia física, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, completándose así lo que se desea transmitir mediante esta portada.

#### **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE SEPTIEMBRE 2004**

En la portada de la revista se ve a una chica que de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que la cara de la chica tiene los pómulos marcados, resaltando de esta manera sus facciones; en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo este efecto se contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es

castaño, largo, lacio y la segunda es morena clara, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atractiva.

El estilo es casual y presenta a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro, permitiendo observar las acciones del personaje e insinúa el escenario y en la forma en la que se subraya la entidad física del mismo a través del punto de vista.

Representa también a una mujer que dentro de sí tiene diversas connotaciones simbólicas como la libertad, la juventud, la sexualidad, la madurez, la belleza, la inteligencia, el poder de la presencia física, del cómo debe de lucir o arreglarse una mujer, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, además aunque no expresa mediante palabras soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, del mismo modo aunque no tiene el título de la más bella o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza, al mismo tiempo explica el contexto en el que se encuentra ya que describe los objetos y representa al mundo.

De igual manera los demás elementos de la portada como las letras, expresan determinada emoción dirigida a quien la vea con el propósito de producir un efecto, además de que los mensajes tienen el mismo código; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, obscuridad, lejanía, inquietud, búsqueda, análisis, investigación, hedonismo, satisfacción, movilidad, suavidad, abundancia, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, conformándose así lo que se desea difundir mediante esta representación.

### 3.5.2. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA SEGUNDA TÉCNICA A PARTIR DE LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS TEÓRICAS.

*P.D. ¡Y si ya no quieres saber más de ellos: ya hay semen por catálogo!*

#### INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL ASBI (ANÁLISIS SEMÁNTICO BASADO EN LA IMAGEN)

La interpretación de esta técnica se divide en pequeños análisis sobre cada pregunta que fue planteada a las entrevistadas, esto es, 20 análisis a las respuestas que proporcionaron tales mujeres (ver anexo 4) Cabe aclarar que 14 de las preguntas fueron hechas en pares de oposición de significado y algunas contemplaban más de 2 tópicos, por lo que el análisis se extendió a 44 breves análisis, en el interior del cual se incluyeron 6 preguntas generales. Dentro del apartado de anexo se encuentra la transcripción hecha de cada una de las entrevistas realizadas a las 6 mujeres. Esto con el fin de que en determinado caso se pueda comprobar la veracidad y autenticidad de la información.

Es necesario mencionar las principales características de las mujeres entrevistadas, para ello se integra una breve lista de ellas.

Entrevista 1 Inés Mendoza 38 años Casada con 2 hijos Abogada / Estilista	Entrevista 2 Ana Sofía Hernández González 24 años Soltera sin hijos Egresada de Periodismo Y Comunicación Colectiva	Entrevista 3 Gloria Juárez 32 años Casada sin hijos Licenciatura trunca Auditor Financiero empleada de Gobierno.	Entrevista 4 Rosalba García 28 años Soltera sin hijos Médico General Actualmente en la especialidad en Pediatría.	Entrevista 5 Isabel Sarmiento 28 años Casada con 1 hijo Estudios medio superior Ama de casa	Entrevista 6 Leticia Robles 20 años Casada con 1 hijo Estudios Medio Ama de casa
--	---	--	--	--	---

### **1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?**

INTERPRETACIÓN.- Las entrevistadas coinciden que el tópico de sumisa se encuentra reflejado en la imagen 5, la cual para ellas lo transmite la modelo a través de la expresión del rostro como lo son: la mirada, la sonrisa; el peinado casual; el maquillaje natural; así también la posición en la que se encuentra posando la mujer, además el vestuario que está utilizando, el cual no permite que se vea gran parte de su anatomía al desnudo, de la misma manera los colores de las mismas prendas así como los colores contenidos en la portada reflejan esa misma juventud e inexperiencia. Todas estas características en conjunto dan como resultado que la femenina que se encuentra en la portada sea el prototipo de la mujer sumisa y esto queda constatado cuando todas las entrevistadas la mencionan unánimemente.

En el tópico de dominante la mayoría coincidió en las imágenes 9 y 10 las cuales ha través de la expresión del rostro, al igual que la anterior, lo transmite por la mirada, la seriedad, el peinado suelto con volumen; el maquillaje recargado; la ropa pequeña que usan, la cual deja al descubierto el busto, los brazos y las piernas y es un tanto reveladora de su cuerpo, así como la pose y actitud de seguridad y reto al espectador; de igual forma los colores de la ropa y los que se incluyen en la portada, son fuertes y de esta manera cuando se combinan todos estos factores, la mujer que resulta es dominante. Sin embargo también una parte de las personas a las que se les cuestionó, mencionaron también las imágenes 3, 4 y 8. Aunque en un principio pudiera pensarse que realmente existen diferencias entre las imágenes de lo que se considera una mujer dominante, estos tres personajes tienen las características antes mencionadas de las portadas 9 y 10, por lo tanto no han una diferencia como tal.

### **2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?**

INTERPRETACIÓN.- Las mujeres cuestionadas en cuanto a la pregunta de la más independiente, la mayoría respondió la imagen 7, la cual por su físico, refleja madurez, que no permite que otra persona decida por ella; que ya trabaja; que tiene experiencia; por los colores que tiene la portada, así como la indumentaria que utiliza a pesar de ser provocativa pues deja al descubierto los

hombros, una parte del busto y una pierna, es considerada entre todas las modelos de las portadas como una de las que se encuentra más cubierta, dando como resultado que sea la imagen de la más independiente. También mencionaron la portada 6, 10 y 4 y al verlas podemos darnos cuenta que existen similitudes más que diferencias entre ellas, como por ejemplo la pose, la actitud, la mirada, el cabello, el vestuario, la seriedad, a excepción de la 7, las otras 3 imágenes apenas dibujan una sonrisa en su rostro. Todo esto da la imagen de la más independiente.

En cuanto al tópico de más dependiente, la mayoría de las entrevistadas se inclinó por la imagen 2, a la cual catalogaron como una de las más jovencitas, hija de papi, que le gusta que le compren cosas, que no tiene experiencia y que no decide las cosas por sí misma, caprichosa y que le gusta el relax, todo esto a través de lo que transmitía por los colores de su ropa y de la portada así como por su pose y expresión del rostro, su sonrisa. También mencionaron la modelo de la portada 5, a la cual catalogaron como inexperta, inocente, conservadora y tímida y por consecuencia dependiente, ya que acepta las órdenes de los demás, lo que otros le piden que haga.

### **3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?**

INTERPRETACIÓN.- En este tópico sí encontramos notables discrepancias, ya que las entrevistadas escogieron a diferentes portadas, la 4, la 8, la 2, la 9, sólo una portada fue escogida dos veces y fue la 7, lo que nos transmite que la feminidad es vista desde diferentes aspectos, ya sea por la ropa, los colores, los detalles o los accesorios que utilicen, en fin el arreglo y esmero que pongan en su persona así como la actitud con la que se desenvuelvan.

Para el tópico de antifemenina, también existieron diferencias pues mientras unas nombraron determinadas portadas, las otras mencionaron que no existía alguien antifemenino, pues consideraban que todas eran femeninas, algo parecido ocurrió con la modelo 8 ya que mientras a alguien se le hizo que la modelo era femenina a otras personas se les hizo antifemenina por lo provocativa que se veía, lo vulgar. De igual manera sucedió con la 6, se les hizo antifemenina por usar pantalones y la 3 por usar mezclilla.

#### **4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?**

INTERPRETACIÓN.- El tópico de la más tímida no presentó prácticamente diferencias, ya que la mayoría de las personas interrogadas eligió la imagen de la portada 5, la cual refleja la inocencia, ingenuidad, la inexperiencia por la edad, el vestuario conservador porque la modelo no enseña su cuerpo, la expresión del rostro, que se acentúa gracias al poco maquillaje que tiene en la cara, el cabello suelto peinado de forma casual y finalmente la pose que tiene de estar sentada ocultando de alguna manera que se vea su cuerpo hacen que esta mujer sea considerada como la más tímida. También se mencionó la imagen 6 como tímida por el vestuario que usa, la pose, el cabello peinado de manera muy natural.

En cuanto a la más extrovertida, se mencionaron las imágenes 1, dos veces, la 10, 9, 8, 3 en esta pregunta podemos encontrar que existen diferencias en lo que las personas consideran como las características de las mujeres extrovertidas, pues para algunas estas particularidades se pueden encontrar en el rostro, la mirada, la ropa, la pose, la experiencia que se le vea, hasta que se aprecie que externa sus sentimientos sin ningún problema. Aunque pudiera pensarse que existen diferencias por las diversas imágenes que se escogieron, en realidad sólo se puede inferir que las mujeres que respondieron a estas preguntas observaron diferentes aspectos de las imágenes y que en realidad tienen mucho en común en cuanto a cómo consideran que puede ser una mujer extrovertida.

#### **5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?**

INTERPRETACIÓN.- En esta pregunta, si existen diferentes imágenes y concepciones de lo que se entiende por rebelde, pues se eligieron las portadas 2, 3, tres veces, 1 y 9. Básicamente se puede apreciar que el sentido de rebelde puede ir desde que una chica sea caprichosa y trate de hacer su voluntad, de vestir ropa provocativa, tener una actitud y pose de reto hasta de cómo se encuentra maquillada y peinada. Esto deriva en gran medida del concepto que de forma particular tengan cada una de las entrevistadas, ya que las imágenes en general no tienen tantas coincidencias.



En lo relativo al concepto de dócil, las mujeres escogidas fueron la 5 y la 6, principalmente por la expresión del rostro, su mirada, el cabello peinado sin tanta complicación, la pose en la que se encuentran modelando, una sentada muy quieta, pero sonriente y la otra parada pero con el rostro serio, así también por la ropa con la que salen en la portada, la cual no es provocativa y en suma origina que se vean ambas mujeres dóciles, fáciles de dominar, de que hagan lo que se les pide. Esto revela que para las mujeres entrevistadas, el ser dócil es sinónimo de timidez y dependencia.

## **6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexuada?**

INTERPRETACIÓN.- A la pregunta de cuál imagen es más objeto sexual, se señalaron la 8, tres veces, la 10, la 9 y la 7. De estas respuestas podemos interpretar que están las portadas en las que se encuentran mujeres que tienen muchas coincidencias entre sí, como: la ropa que visten, la cual es provocativa, pequeña y reveladora, esto es, deja al descubierto parte de su anatomía y/o dirige la atención hacia determinadas zonas del cuerpo; la expresión del rostro, la cual se resalta por el maquillaje recargado, el peinado casual, pero con volumen, los colores que las rodean, las hace proyectar aún más esto y la pose con la cual se muestran sumada a la actitud de reto, seguridad en sí mismas y sexualidad, origina que se redondee este concepto.

Al mismo tiempo, cuando se cuestionó acerca de a qué portadas podría considerarse asexuadas, se encontraron posibles incongruencias, ya que aunque la mitad de las mujeres mencionaron que no consideraban que hubiera alguna asexuada, la otra mitad mencionó a la imagen 8, la 10 y la 2, la primera porque irradiaba extravagancia y su ropa no gustó, la segunda porque parecía muy inmadura y la última porque se veía muy pequeña de edad

## **7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?**

INTERPRETACIÓN.- El tópico de madre, se encontró diversificado entre varias imágenes, la 10, la 4, la 7 tres veces, la 8, la 6 dos veces, hallando que para las mujeres cuestionadas era difícil imaginarse a alguna de las portadas como madre, optando por las que según ellas resultaba la más idónea, cuyas

características mencionadas eran la seriedad, la formalidad, el don de mando, la vestimenta, la cara, la edad y paciencia, así como el darse a respetar.

El concepto de Esposa, estuvo un tanto equilibrado, ya que predominaron los modelos 6 y 7 en donde veían rasgos como la paciencia, tranquilidad, seriedad, formalidad, seguridad, madurez y cuidado así como juventud, en las cuales su ropa no llama tanto la atención, o esto deja de ser importante, ya que todas al final de cuentas pueden ser madres, esto se transmitía gracias a su indumentaria, a la pose, la actitud y los colores. Esto se pudo apreciar cuando también se nombro a la modelo 9, pues a pesar de su ropa denota madurez.

Hija es el concepto en donde la portada 2 y 5 fueron a las que más se refirieron, gracias a la juventud que se apreciaba, la ropa, los colores, la cara inocente, así como la actitud ingenua y la inexperiencia, que refieren que aún son hijas de papi, también mencionaron a la 3 y 1, por su cara y su postura de no me importa nada, pudiendo de esta manera interpretar que las mujeres así ven a sus hijas, o así creen que son o pudieran ser.

En cuanto a hermana, las imágenes, la 7, la 2 y la 5, 1 dos veces, la 3; son muy diferentes y todo esto tiene que ver por supuesto con lo diversas que pueden ser las hermanas de cada quién, o la idea de cómo sean o como quieren que sea y qué cualidades tengan como lo pueden ser la confianza, la edad, la juventud, inexperiencia, la extroversión de mostrar los sentimientos, de escuchar y la fortaleza.

El tópico de novia recae en la modelo 4, la cual es bien parecida, bonita, no es extravagante, seria y tranquila, dotes que para las entrevistadas una novia debiera tener. Además también mencionaron a la 6 y la 1, que también tienen estos rasgos.

Finalmente en lo que se refiere al concepto de Amante, la 8, 9, 3, 4, 10, 7, fueron las preferidas, esencialmente por las poses que tenían en las que se veían muy provocadoras, por la cara en las que se visualizaba que podían ser malas, por la experiencia y por la actitud de aventadas, de no tener límites y

que eso lo puedan llevar a los extremos de su vida privada. Sin embargo dos mujeres cuestionadas también dijeron que cualquiera estaba a expensas de llegar a ser la amante, incluso una madre, que lo uno no excluía a lo otro.

### **8¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?**

INTERPRETACIÓN.- La más responsable, para las entrevistadas se puede apreciar en la imagen 7, 6, 4, y 5 ya que ellas expresan en el rostro, en su forma de vestir, en su actitud y en la pose en la que modelan que son personas confiables, que a pesar de su juventud son formales, serias, seguras de sí mismas, capaces de comprometerse con su trabajo, con lo que les piden.

En cuanto a la más comprometida, las nombradas fueron la 10, 6 y 9, las cuales mediante su expresión facial denotan que se pueden llevar a cabo lo que les piden, que son comprometidas no sólo con su físico sino con su trabajo, la actitud que tienen y la pose que adoptan reafirma este concepto.

La más capaz, según las cuestionadas se encuentra en las portadas 10, 7, 6, 2, 3 y 8, por lo que se puede considerar que este tópico puede ser tomado desde diversas perspectivas, pues mientras para algunas capaz es sinónimo de compromiso, de responsabilidad, para otras éste se refiere a poder desempeñar cualquier actividad, a llevar a cabo lo que se proponga y esto se refleja en la mirada, en la actitud, en la pose que tienen estas modelos.

Para la más inteligente, la 7 dos veces, la 6, la 1, la 3 y la 10 son las designadas por las mujeres entrevistadas, ya que por los colores que usan algunas, la mirada, la actitud de seguridad en sí mismas, así como las poses provocadoras y la extroversión que demuestran son un signo de inteligencia que transmiten estas modelos.

En lo concerniente a la más leal, las portadas mencionadas fueron la 4, 6 y 5, ya que en ellas se aprecia la seriedad, la concentración en lo que ellas hacen, así también la inocencia y la ternura que una persona leal debiera tener y que a través de la mirada, el vestuario, las poses, y la actitud se ven en dichas imágenes.

### **9 ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?**

INTERPRETACIÓN.- En el tópico de la Jefa, las mujeres que vieron las imágenes se quedaron con la 10, la 7, la 6 y la 8, las cuales mediante su presencia dominante, la madurez no de edad sino en cuanto a ser profesional, a la seguridad en sí mismas, por su cuerpo, en la actitud, por su rostro y la pose, que hace que quien las vea, quiera ser como ellas, todo esto proporciona los datos de lo que las mujeres ven como debe ser una jefa.

Con respecto al concepto de compañera, la 4, la 5, la 10, la 6, la 2 la 1, este se da a través de la mirada, el rostro, la expresión, lo amigable que se ven, lo compartidas que puedan ser en cuanto a la ayuda o conocimientos, además de que se puede apreciar mediante estos detalles que las modelos de las portadas se encuentran en un ambiente laboral, que pueden desempeñarse en el.

En cuanto al término de subordinada, este se ve vislumbra en las imágenes 6, 2, 1, 5 y 7, las cuales por su edad, por su inexperiencia, por su juventud, por su falta de responsabilidad para un cargo de mayor envergadura, rasgos que se ven en su rostro, la mirada, el vestuario, la actitud y la pose, serían las adecuadas para desempeñar estas funciones, al mismo tiempo de que cumplirían cabalmente lo que se les encomendara.

### **10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?**

INTERPRETACIÓN.- En el tópico de obrera, las cuestionadas no pudieron escoger alguna imagen pues consideraron que las modelos no tienen ni las facciones ni el tipo, aunque ellas mismas dijeron que se dejan llevar por los estereotipos, pero una obrera es más resistente al trabajo pesado, se encuentra un poco más curtida y las modelos se ven más frágiles.

Profesionista es el concepto que las imágenes 7, 10, 6, 4, 5 y la 8 contienen en sí, por la edad pues se ve que ya son profesionales, capaces, responsables, inteligentes, que ya no están en el relajo, se ven serias, todo esto se proyecta por su vestimenta, su corte de cabello, e incluso el modo en el que se arreglan, tienen esa imagen de ya estar trabajando, de ser profesionistas.

Relacionando la noción de técnica con las modelos, se señalaron la 3, 1, 5, 9 y 4, las cuales no se ven tan serias como para que se crea que son profesionistas, por su forma de vestir y por su edad, ya que aunque sean jovencitas no se ven con estudios de licenciatura, pero al mismo tiempo bien pueden tener estudios de nivel técnico.

En cuanto al termino de empleada o servidora pública (burócrata) las mujeres eligieron a la 6, la 10, 8, 9, 7 y la 1, se pueden distinguir este grupo de mujeres, porque se esmeran en su arreglo, tanto del rostro como de su ropa y por la imagen que ellas proyecta de que gracias a su cuerpo y por cosas así tienen un puesto de esos.

### **11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?**

INTERPRETACIÓN.- La más atractiva se ve personificada en las modelos 10, 7 y 4, las cuales gracias a su seguridad en sí mismas, personalidad, rostro, mirada penetrante, cabello largo, buen físico y actitud dominante y desenvuelta son a quienes proyectan este concepto.

Con relación a la más repulsiva, esta queda catalogada dentro de las portadas 8, la 4 y la 10, la primera por su forma de vestir y su arreglo que la hace verse un tanto extravagante y aunque pudiera pensarse paradójicamente que las otras dos imágenes resultan incongruentes pues también se encuentran dentro del tópico de más atractiva, la situación puede explicarse de la siguiente manera, pues la 4 y la 10 atraen la idea de repulsión, por lo mismo de que al ser tan atractivas puede originar el efecto contrario.

## **12 ¿Cuál es la más / menos deseable?**

INTERPRETACIÓN.- La más deseable entre las entrevistadas fueron las portadas, 10, 9, 7 y 4 por lo guapas, dominantes, serias, por el cuerpo, la sensualidad, que se refleja por el cabello largo, peinado de manera causal, suelto, el maquillaje un tanto recargado, el vestuario que es revelador de algunas partes de la anatomía de las modelos, la actitud que se aprecia en la mirada y la pose de dominación, de seguridad en sí mismas. En conjunto estas cualidades representan el todo del porque las hace deseables.

Con respecto al tópico de menos deseable, las mujeres cuestionadas respondieron que la 8, 6 y la 2 y es ahí donde nos podemos dar cuenta de que dichas personas entienden de manera distinta este tópico, ya que para algunas este se aplica a las portadas más exageradas y extravagantes, otras lo entienden para la menos agraciada y atractiva, unas que porque no enseña, es de las más tapaditas y finalmente las últimas por que se ve más niña y se ve penosa, todo ello resultante de la manera de vestirse, del rostro, de mirar, de cómo se encuentra maquillada, de la indumentaria que llevan y finalmente de los colores que tiene y rodean la imagen. También cabe mencionar que existieron personas que dijeron que no había imágenes menos deseables, que todas eran deseables.

## **13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?**

INTERPRETACIÓN.- Para el concepto de la más sensual, la 9, 10, 7, 3 por la ropa que traen, el rostro maquillado, la mirada retadora y segura, la expresión de seriedad y confianza, la actitud de seguridad en sí mismas y la pose sensual, además del cuerpo y de que algunas mezclan la dualidad de niña y mujer, hacen que estas modelos contengan en sí las cualidades de la sensualidad.

En el caso de la más sexual, el caso de se definió con las imágenes 9, 8 y 7, están vestidas muy provocadoramente, el maquillaje y la ropa, la extravagancia y exageración de algunas, así como su apariencia física, es decir el cuerpo, la cara y el cabello, la actitud al igual que la pose, hacen que sean

éstas las consideradas como las más sexuales. Cabe decir que algunas imágenes entraron dentro de ambas categorías.

#### **14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?**

INTERPRETACIÓN.- Para la más desinhibida, las mujeres cuestionadas mencionaron la 8, 10, 9, 1 y 4, ya que según ellas, por la ropa reveladora que muestra algunas partes de la anatomía de las portadas, la pose de reto, los colores, el maquillaje recargado, la mirada intimidante, la extroversión, son características de lo que puede manifestarse como la mujer más desinhibida.

En relación con la más recatada, las entrevistadas respondieron la 5 y 6, por que son las que enseñan menos debido a la ropa que usan que no es tan pequeña y descubierta, la edad, el maquillaje natural o muy poco, lo conservadoras y serias que se ven, y por que se ven tranquilas y ubicadas, todo ello da como conjunto a las más recatadas.

### **PREGUNTA 1 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

#### **1. ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?**

INTERPRETACIÓN.- Las mujeres entrevistadas conocen las revistas, saben que las mujeres que se presentan en las portadas no tienen mucho que ver con ellas, en cuestión de físico, que no son parte de su realidad, sin embargo también son un ejemplo a seguir, porque se dan cuenta que estas modelos se cuidan, se arreglan, presentan al mundo la mejor parte de sí y es eso con lo que se quedan las personas cuestionadas, ya que también entienden que de esta manera cuidándose, las personas incluidos los hombres las van a considerar más.

#### **2. ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?**

INTERPRETACIÓN.- Todas las entrevistadas coincidieron en que sí, en que la imagen de la mujer es importante en lo social, ya que es está nuestra carta de presentación, la forma en la que de principio nos percibe la gente, porque es esta imagen lo que la gente ve de ti, de esta manera las revistas representan una guía para las mujeres de cómo pueden mejorar dicha imagen, sin tratar de

cambiarse y dejar de ser ellas, las portadas también representan un ejemplo a seguir porque si ven a una mujer delgada, que se cuida, en la portada, por curiosidad tratan de averiguar como le hace ella, para tratar de imitarla y mejorar en lo posible. Además también consideran que hay mucho terreno por cubrir porque a la mujer se le ve desde el rol que desempeña en la sociedad, pero no como el conjunto de roles que tiene que llevar a cabo en su vida diaria, pues no sólo es madre, es esposa, amiga, compañera, jefa, hermana, etcétera, y es ahí donde las mujeres deben de hacer lo posible por lograr que esta mentalidad cambié pero para ello, son ellas las que necesitan dar el primer paso y generar el cambio.

### **3. ¿La mujer en lo laboral qué imagen tiene?**

INTERPRETACIÓN.- Las mujeres que contestaron estas preguntaron coincidieron en que hay mucho que hacer todavía, que la imagen de la mujer se sigue gestando día a día, pero para ello, la mujer debe contribuir con ir rompiendo esas barreras que le impiden avanzar, un ejemplo de ellas, es el machismo que todavía caracteriza a esta sociedad, y que se ve reflejado en muchos de los campos en los que interactúa la mujer y uno de ellos es el campo laboral, por lo mismo es preciso que la mujer demuestre que tiene las mismas capacidades intelectuales que el hombre, si bien es cierto su imagen puede ser el reflejo de feminidad, no por ello, será el reflejo de sumisión, ni tampoco de dejar de cuidarse, debe de lograr un equilibrio entre su imagen y la capacidad de lograr lo que se proponga.

### **4. ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?**

INTERPRETACIÓN.- Para la mujer al igual que para todos, la admiración que pueda despertar en otra persona es importante y ésta adquiere otra dimensión si es por parte de otra mujer, de alguna de su genero, esta admiración adquiere otra valía, porque al mismo tiempo si es ella la que admira al dejarse influenciar por su objeto de admiración tratará de mejorar, de ser como ese alguien y si a ella la admiran ese hecho le dará fortaleza para continuar y no decaer en su intento por mejorar, el entorno de la mujer está siempre rodeado por la competencia, pero el que sea así no tiene por que ser perjudicial para la mujer,



todo lo contrario puede ser muy provechoso para ella a lograr cosas de las que no se creía capaz.

##### **5. ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?**

INTERPRETACIÓN.- Aunque todas mencionaron que no debería ser así, qué es más importante lo que tienes dentro, qué sentimientos albergan en tu corazón y cómo piensas, explicaron que por desgracia así es, la misma sociedad en la que se encuentran va a generar que se le de una mayor importancia al físico, de tal manera que las mujeres buscaran estar dentro de los estándares que va dictando la sociedad, cómo estar delgada, vestirse bien, arreglarte, en fin, una serie de normas no escritas con las cuales se debe comulgar. Y si no lo hicieran deben acatar las consecuencias como que no les den un empleo, porque se lo dan a otra mujer con mejor presentación. Al mismo tiempo también reconocieron que es importante el cuidarse, no sólo por estética sino por tener una autoestima sana.

##### **6. ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute en las otras mujeres?**

INTERPRETACIÓN.- Todas llegaron al mismo punto en el mencionan que si repercute la imagen de las portadas de las revistas a otras mujeres, ya que de entrada te motivan a cambiar, pues al ver a una mujer muy guapa, arreglada, con determinada ropa y un cuerpo bonito, bien formado, sucede alguna de las siguientes cosas, o se inspiran para buscar un cambio en ellas, desde un nuevo corte de cabello, una dieta, un plan de ejercicios, un cambio de imagen, hasta el buscar la misma ropa que trae la modelo, claro en tallas más grandes, pasando por tener a las revistas como una guía de cómo mejorar determinados aspectos que no les son satisfactorios. Esto se da, sin importar la edad, el nivel de estudios y la experiencia que se tenga, pues a todas las cuestionadas en algún momento les ha llegado a suceder algo así, a pesar de saber y tener la conciencia de que las mujeres que salen en las portadas son modelos y que tienen un estilo de vida y una realidad muy diferente a la suya. Aunque también comentan que saben que hay personas que son muy jovencitas o inexpertas que no tienen conciencia y que por lo mismo se pueden hacer daño al tratar de querer tener la figura de alguna de las portadas. Sin embargo es interesante

comprobar que aunque las mujeres entrevistadas saben perfectamente que dichas revistas tratan temas banales y superfluos, no se quedan en esa dinámica, toman de las revista lo que le interesa y lo demás lo desechan, podría decirse que les agrada soñar, mientras leen la revista, y al cerrarla o quitar los ojos de ella vuelven a su realidad sin grandes conflictos.

### **3.5.3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS A PARTIR DEL CRUCE DE LAS DOS TÉCNICAS.**

#### ***¡Dúos que dan en el blanco!***

La interpretación se hizo revisando de nueva cuenta cada una de las imágenes de las portadas de las revistas Cosmopolitan y Veintitantos que son 10. De acuerdo a los resultados obtenidos con el estudio semiótico que se realizó a dichas portadas y con el ASBI (Análisis Semántico Basado en la Imagen) aplicado a 6 entrevistadas, se puede apreciar de cada una de las imágenes, cómo las ven, qué dicen de ellas y por lo tanto que concepto de mujer se maneja en cada una, al retomar los tópicos que se utilizaron en el ASBI.

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE MAYO 2004**

La mujer que se encuentra en la portada de esta publicación tiene un rostro equilibrado que resulta atractivo, al igual que un cuerpo formado y bien proporcionado, su estilo de vestir casual, presenta a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su faz.

Además representa la libertad, la juventud, la sexualidad, la irresponsabilidad y falta de compromiso, ubicándola como un modelo de conducta y de imagen, expresa soy sexy, con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran desinhibición, inteligencia, confianza, imprudencia, juventud, seguridad.

Lo anterior queda plenamente confirmado cuando las entrevistadas la mencionan en el tópico de la más extrovertida, y rebelde considerando como características de estas mujeres particularidades que se encuentran en el

rostro, la mirada, la ropa, la pose, la experiencia que se le ve, así como el que exteriorice sus sentimientos sin pena alguna, además de que consideraron que la extroversión y la pose provocativa son un signo de inteligencia y desinhibición para usar ropa pequeña y reveladora.

“La más extrovertida, tal vez la 1, su expresión se ve así como una persona alegre, que le gusta demostrar sus emociones, sus sentimientos y pues a mí eso es lo que me hace pensar que ella es una persona que le gusta externar lo que piensa, lo que siente”. **Rosalba García**

“La más rebelde la 1 porque se ve como se maquilla, cómo se peina, como se para”. **Leticia Robles**

De igual forma la mencionaron en el tópico de hija, hermana y novia, la primera ya que por la cara, la postura de que no le importa nada se puede interpretar como una característica que es un reflejo de los hijos, la segunda, las cuestionadas comentan que expresa confianza, juventud, inexperiencia, que sabe escucha y que tiene fortaleza, cualidades que ellas consideran en una hermana y con respecto a novia pensaron que se veía tranquila y sería aunque no fue una mayoría. Expresaron que aunque se ve joven no creen que tenga o este realizando estudios universitarios, además la pusieron por las características antes mencionadas en la categoría de estudios técnicos, compañera, subordinada y empleada.

“La clásica chavita que todavía vive con sus papas y no le importa nada, más que la diversión, no, no clásica, porque no todas son iguales, pero sí, por las caras, porque son muy jovencitas”. **Gloria Juárez**

“Técnica ¡híjole! La 1, que ya no se ve tan jovencita pero como que no refleja que sea profesionista”. **Ana Sofía Hernández González**

## **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE JUNIO 2004**

En esta portada podemos interpretar que la cara de la chica tiene los pómulos marcados, resaltando sus facciones; en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo el cabello y la piel hacen a una chica atractiva, el estilo es casual y presenta a una muchacha accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien.

Refleja la libertad, la juventud, la sexualidad, la irresponsabilidad y falta de compromiso, no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, locura, desinhibición, libertad, imprudencia y juventud.

Las mujeres cuestionadas coincidieron en que refleja dependencia, asexualidad, es menos deseable, puede ser una hija o hermana, por que se le ve como a una joven caprichosa, hija de papá, inexperta, inmadura y tiene como pretexto la juventud que se ve en la pose, la actitud, la sonrisa, también la mencionaron en el tópico de femenina, por los colores, el arreglo, rebelde por la ropa provocativa.

“La más rebelde es la 2 podría decirte porque según estadísticas más, personales, es la que pienso que es más caprichosa, como niña de berrinches, ¿no?” **Inés Mendoza**

“La más dependiente la 2, si la 2 o la 5, que son las chicas que se ven más jovencitas, igual con los colores, más muy pastel, como en pose de relajó”. **Ana Sofía Hernández González**

Del mismo modo también fue nombrada en el tópico de capaz, pero entendiéndose como habilidad de desempeñar cualquier actividad, de llevar a cabo lo que se proponga, representación de la mirada, actitud y pose, que también podían expresar la categoría de compañera, subordinada.

“La más capaz la 2, se me haría de que es capaz de desempeñar cualquier actividad, de hacer cualquier cosa que ella quisiera”. **Rosalba García**

Aquí se puede apreciar que la juventud es un factor que muchos pueden considerar como sinónimo de irresponsabilidad, inmadurez y capricho y que se valora de acuerdo a la imagen que se tenga al vestir, la actitud, hasta incluso la sonrisa.

## **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE JULIO 2004**

En esta imagen se aprecia a una joven cuyo rostro es atractivo por la forma de su cara, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, pero el cabello castaño, lacio y un poco largo que junto con su piel morena clara, cuidada, firme y tonificada le proporciona una apariencia agradable a la vista, proyectando con su estilo casual a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y

segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

Es una mujer que puede simbolizar la libertad, la juventud, la sexualidad, la irresponsabilidad y falta de compromiso, no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, fuerza, imprudencia, juventud, constancia, confianza, seguridad, decisión y tenacidad.

Lo anterior se ve interpretado en cuanto las mujeres entrevistadas mencionaron la imagen en los tópicos de dominante, antifemenina, extrovertida, rebelde, explicando que podían ver estas peculiaridades por la mirada, la seriedad, la pose, actitud de seguridad y reto al espectador y los colores de la ropa, que maneja la modelo en cuestión.

“La más dominante, entre la 4 y la 3 también por la mirada, como que la mirada es la que te llega ¿no? Igual que están paradas casi igual, como imponiéndose”. **Isabel Sarmiento**

En cuanto al concepto de hija, hermana, amante, capaz, inteligente, con estudios técnicos y sensual, por su cara, postura, confianza, juventud, inexperiencia, fortaleza, provocación, actitud de aventada, de verse mala, de lograr lo que se proponga, seguridad en sí misma, así como que no se ve tan seria como para ya tener estudios en el ámbito profesional, pero si de nivel técnico, por su forma de vestir y por la mirada retadora que ya dijimos antes, que le dan una confianza y seguridad que se puede palpar en la imagen, además de que combina esa dualidad de niña y mujer que las hace más sensuales a los ojos de los espectadores masculinos y que no dejan de apreciarlo el público femenino que adquiere dicha publicación.

“La más sensual la 3 por la forma que ella modela, muy segura”. **Leticia Robles**

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE AGOSTO 2004**

En la portada de la revista se ve a una chica que de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que tiene un rostro equilibrado que aprecia en la forma de la cara, resultando atractivo, al igual que un cuerpo formado y bien proporcionado, destacando características tales como un cabello largo castaño y una piel morena clara, cuidada, firme y tonificada, que

junto a su estilo de vestir casual, presenta a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

Representa conceptos como la libertad, la juventud, la sexualidad, la madurez, la seriedad, la belleza, del cómo debe de lucir o arreglarse una mujer, además no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose; los colores, las formas y los tipos de letras demuestran inteligencia, libertad, confianza, tranquilidad, diversión, excitación, locura, desinhibición, fuerza, misterio, estimulación, juventud, vida, constancia y sinceridad, dinamismo, madurez, pasión incontrolable, optimismo, equilibrio, paz, seguridad, decisión, confianza y tenacidad, cualidades que se ven plasmadas en la modelo mediante los comentarios que de ella hicieron las entrevistadas.

Las mujeres a las que se les aplicó el ASBI, la catalogaron dentro de las más dominantes, independiente, femenina, que puede ser madre, novia, amante, hija, hermana, vieron estas dotes recreadas en la mirada, la seriedad, la manera en la que la chica deja al descubierto parte de su cuerpo, la pose, la actitud de seguridad y reto al espectador, la madurez, el que ellas piensen que no permite que alguien decida por ella, que se ve que ya trabaja, que tiene experiencia.

“La más dominante, entre la 4 y la 3 también por la mirada, como que la mirada es la que te llega ¿no? Igual que están paradas casi igual, como imponiéndose”. **Isabel Sarmiento**

“La más deseable, la 7 o la 4, igual por su físico ¿no? Más que nada, todas tienen, son delgaditas y todo, pero yo creo que tienen un porte como más sensual, más atractivo”. **Rosalba García**

Así también la consideraron responsable, leal, compañera, subordinada, profesionalista, técnica, pues a pesar de su juventud, se ve su formalidad y la capacidad de comprometerse con su trabajo y con lo que se le asigna, inteligente, que ya no anda en la diversión, se puede ver también a través de la vestimenta, su cabello y el modo en que se arregla, por su juventud también puede tener estudios de nivel técnico.

“Compañera la 4 porque se ve que comparte, que es amigable”. **Leticia Robles**

En cuanto a las nociones de la más atractiva, repulsiva, deseada y desinhibida, todo esto se refleja en la seguridad en sí misma, personalidad, rostro, mirada penetrante, cabello largo, buen físico, actitud dominante, desenvuelta, guapa, sensual, por el vestuario un tanto revelador de su cuerpo o partes de su anatomía, hacen que se manifieste a través de esta chica que se encuentra en la portada de agosto de la revista *Veintitantos* del 2004.

“La más atractiva, la 4, me gusta la forma de la cara, pomulosa, los pómulos, esa parte, los ojos, se me hacen grandes y bonitos, no sé como se diga, pero de la cara se me hace agradable, bonita de cara, cabello largo, guapa, la más guapa de todas”. **Gloria Juárez**

#### **REVISTA VEINTITANTOS PORTADA DEL MES DE SEPTIEMBRE 2004**

El análisis semiótico aplicado a esta portada dio resultados que se pueden interpretar como que la modelo que se ve, tiene los pómulos marcados, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, se contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es rubio, largo y la segunda es blanca, bronceada, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atractiva, el estilo es casual y presenta a una muchacha accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresión del rostro.

También es una mujer que proyecta conceptos como la libertad, la juventud, la sexualidad; no expresa soy atractiva, lo dice con su actitud y su pose despreocupada, del mismo modo aunque no tiene el título de la más linda o la de mejor cuerpo, lo comunica a través de los pocos accesorios y la vestimenta que utiliza.

Los colores, las formas y los tipos de letras demuestran estimulación, verdad, positivismo, afirmación, esperanza, juventud, vida, constancia, tranquilidad y sinceridad, indulgencia, suavidad, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad y se expresan plenamente en la portada.

Se comprueban estos conceptos cuando se ve la imagen, la mirada, la sonrisa, el peinado casual, el maquillaje natural, e incluso la posición en la que

se encuentra la muchacha, ya que esta sentadita, de lado y no deja ver su cuerpo, haciéndose patente la juventud e inexperiencia de la chica, ese aire inocente y conservador que provoca que quien la vea la catalogue como tímida, dependiente, dócil, que se pueda decir que puede ser la hija, hermana de cualquiera, responsable, leal, ya que aunque se vea tímida, se puede decir que es una persona confiable, formal, seria, capaz de comprometerse con su trabajo y con lo que le piden, además de que por la inocencia y la ternura que proyectan la lealtad se hace presente.

“La más dependiente sería la 5 la sumisa, concluyo que es la más fácil de manipular, en el sentido de decirle, tienes que usar esto, tienes que portar esto para demostrar esto, tiene esa tendencia a obedecer, a estar recibiendo ordenes”. **Inés Mendoza**

Como compañera, subordinada, profesionista, técnica y recatada, el primer tópico se expresa por lo amigable que se ve, lo compartida que se cree que pueda ser en cuanto a la ayuda o conocimientos, el segundo en cuanto a que por su edad, su inexperiencia, su juventud, sabe acatar órdenes y seguirlas al pie de la letra, el tercer concepto se manifiesta por lo inteligente, responsable y capaz que se ve, además de que por la edad ya debiera estar en la escuela superior, sino es que ya esta acabando la carrera, o tal vez tenga ya estudios técnicos como la cuarta noción.

“ Y te digo la chica 5 como que se ve más seriesona, y como que está en vías de desarrollarse, todavía ésta estudiando en la universidad”. **Ana Sofía Hernández González**

Y finalmente porque no usa ropa pequeña y que deje al descubierto parte de su cuerpo, la edad, el maquillaje natural, lo conservadora y seria que se ve ocasiona que se le considere recatada.

“La más recatada sería la 5, igual se me hace una niña muy conservadora, seria”. **Rosalba García**

Aquí podemos decir que a pesar de que los colores decían algunas características, esto no se presento ante las entrevistadas, ya que sólo tomaron lo que para ellas significó una característica que pudieran ver reflejada en la chica.

“La más recatada, tenemos la 5 y la 6, se me hacia las más recatadas, menos maquillaje, la ropa, más tapaditas, por eso”. **Gloria Juárez**



## **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE MAYO 2004**

En esta imagen se puede apreciar a una joven cuyo rostro resulta atractivo gracias a la forma de su cara, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias, por lo tanto no es llamativa, pero el cabello rubio, lacio y un poco largo que junto con su piel blanca ligeramente bronceada, cuidada, firme y tonificada le proporciona una apariencia agradable a la vista, proyectando con su estilo casual a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

Es una mujer que representa la libertad, la juventud, sexualidad, madurez, seriedad, belleza, capacidad, inteligencia, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran fuerza, energía, triunfo, calidez, intimidad, verdad, positivismo, afirmación, suavidad, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad.

Al unir ambas técnicas y revisar si hay concordancias entre ambas, se encontró que son más las similitudes que las diferencias, en cuanto a los tópicos en los que incluyeron a esta portada se comenzarán con el de independiente, antifemenina, tímida, dócil, los cuales se aprecian cuando la pose, la actitud, la mirada el cabello, el vestuario y la seriedad, así como el usar pantalones, la expresión del rostro, dan como resultado dicha interpretación.

“Para mí la más independiente sería tu portada número 6, esta entre un estilo medio formalón, más la chica se ve como de 25 más o menos y es esa la edad en la que ya empiezas a trabajar, de todas se ve la más formal”. **Ana Sofía Hernández González**

Aunque podría parecer que hay incongruencia entre independencia, timidez y docilidad, esta no existe como tal, ya que la chica demuestra su independencia con la actitud, la expresión y la pose.

En los siguientes tópicos que son los de madre, esposa, responsable, comprometida, capaz, inteligente y leal, estos se proyectan mediante la seriedad, la formalidad, el don de mando, la vestimenta, la cara, la edad y la paciencia, así como el darse a respetar, la ternura y la madurez que transmite.

“Madre yo digo que la 6 porque la mujer cuando es soltera usa faldas, vestidos y cuando ya tiene un hijo o tiene una familia como que siento que se debe dar más a respetar y por eso usa pantalón o algo así”. **Isabel Sarmiento**

Referente a las nociones de jefa, compañera, subordinada, profesionalista, empleada, puede palpase en su presencia dominante, en su madurez, en lo amigable y compartida que pueda ser, así como el poder desempeñar adecuadamente las funciones que se le encomendara, por lo tanto capaz, por su arreglo así como por su vestimenta.

“La más responsable, la 6 no es ni tan formal ni tan informal. La más comprometida igual la 6 se me hace la más responsable y comprometida con su trabajo, esta más en esa media. La más capaz, pues igual la 6, si eres responsable eres capaz. La más inteligente igual en esa imagen la veo, la 6”. **Ana Sofía Hernández González**

Por último, en lo que concierne a la menos deseable y recatada, como ya se especifico en el ASBI, el primer concepto tiene diferentes acepciones y en este caso se refiere a que era de las más tapaditas, no enseña nada, lo conservadora, seria, tranquila y ubicada que se ve.

“La menos deseable tal vez la 6, porque no está enseñando como las otras, pero también está guapa, pero menos deseable sería por la cuestión de que está más tapadita para mí”. **Gloria Juárez**

## **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE JUNIO 2004**

En la portada de la revista se ve a una chica que de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que tiene un rostro equilibrado que se puede apreciar en la forma de la cara, resultando atractivo, al igual que un cuerpo formado y bien proporcionado, destacando características como un cabello largo rubio y una piel blanca, ligeramente bronceada, cuidada, firme y tonificada, que junto a su estilo de vestir romántico, presenta a una chica de imagen cálida y bondadosa, gentil, encantadora, que proyecta paz y calma, comprensión y consideración por los demás, sensibilidad, que facilita las relaciones con el sexo opuesto, da confianza y favorece la interacción personal, es fresca y jovial, joven y segura de sí misma, de la misma manera que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

Proyecta libertad, la juventud, sexualidad, inteligencia, madurez, seriedad, capacidad, belleza, del cómo debe de lucir o arreglarse una mujer, que la sitúa

como un modelo de conducta y de imagen, no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran, excitación, fuerza, inteligencia, libertad, confianza, tranquilidad, afirmación, esperanza, juventud, vida, constancia y sinceridad, optimismo, equilibrio, paz, reposo, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad.

Las mujeres cuestionadas acerca de las portadas, la mencionan como la más independiente, femenina, objeto sexual, madre, esposa, hermana, amante, ya que por la pose, la actitud, la mirada, el cabello, la ropa, la seriedad que se transmite a pesar de estar sonriendo, los colores que usan y los que la rodean, los accesorios que utiliza, e arreglo y esmero que pone en el cuidado de su persona, así como la actitud con la que se desenvuelve en su vida, por dejar al descubierto parte de su anatomía, la expresión del rostro, la seguridad que tiene en sí misma, actitud de reto y la sexualidad que emana, la paciencia, madurez, confianza, el saber escuchar, por lo provocativa que puede llegar a ser.

“La más independiente a mí se me hace la 7, a mí se me figura por ejemplo una mujer más profesional, una mujer obviamente que trabaja, ya más madura, que decide sus cosas por sí misma ¿no? Y también los colores me remiten a lo mismo por ejemplo el azul más clarito, más suave todo, más maduro, más tranquilo hasta en la forma de vestir se me hace de las, pues no decente, porque no hay decencia, digamos la más tapadita de todas ¿no?”. **Gloria Juárez**

También la consideran responsable, capaz, inteligente, jefa, subordinada, profesionista, burócrata, por las razones antes mencionadas, además de su presencia dominante que hace que se vea como debe de ser una jefa, al mismo tiempo que si ocupara un cargo menor quien la contratará sabría que podría pedirle que llevará a cabo cualquier tarea con la seguridad de que sería así, ya que no esta en el relajo de una persona de menor edad, da la impresión de ya estar trabajando, de ser profesionista y por su cuerpo puede prestarse a que se crea que si tiene un puesto determinado es gracias a él.

“La más responsable ¡Ah! La 7, se me hace una persona como muy segura de sí misma y como que tiene el perfil de ser como más responsable en su trabajo, en cuanto al cuidado de su persona y ya”. **Rosalba García**

Y al final también es la más atractiva, deseable, sensual y sexual, todo lo antes explicado da como resultado que sea considerada por las mujeres a las cuales se les pregunto, dentro de estas categorías.

## **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE JULIO 2004**

En esta imagen se puede apreciar a una joven cuyo rostro resulta atractivo gracias a la forma de su cara, en la cual se aprecian mejor sus rasgos, en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, pero el cabello rubio, largo, rizado que junto con su piel blanca, ligeramente bronceada, cuidada, firme y tonificada le proporciona una apariencia agradable a la vista, proyectando con su estilo seductor, a una chica atractiva y sensual, de personalidad provocativa, sugerente, excitante, apremiante, agresiva, atrevida, que atrae al sexo opuesto, genera confianza en sí misma, provoca sensación, motiva el cuidado del cuerpo, joven y segura de sí misma, que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

En ella se aprecian la libertad, la juventud, sexualidad, inteligencia, capacidad, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, misterio, estimulación, afirmación, esperanza, vida, juventud, constancia, tranquilidad y sinceridad, serenidad, pasión, misticismo, elegancia, deseo de encantar y deleitar a los demás, que le gusta relacionarse, seguridad, decisión, confianza y tenacidad.

Para las mujeres que vieron las distintas portadas, ella es el reflejo de una mujer femenina, antifemenina, extrovertida, objeto sexual, asexuada, repulsiva, menos deseable, madre, amante, sexual y desinhibida, cuando se empezó a interpretar se pudo llegar a pensar que existían notables discrepancias porque cómo es que es femenina y antifemenina, o es una o es otra.

“La más femenina la 8 por, todas tienen ropa muy bonita, bien arregladitas todas, pero por ejemplo en la 8, la florecita, los colores que maneja en el vestuario, las uñitas, se me hace más delicada, más femenina, más provocativa, más todo, tal vez sea porque para mí por ejemplo femenina, es un entorno de muchas cosas, ¿no? No es nada más que te pongas un arete o algo, sino la actitud por ejemplo que sea así más coqueta, por esas cosas ella sería la más femenina”. **Gloria Juárez**

“La más antifemenina a mí se me hace la 8 por su vestuario y su apariencia física que se ve así medio rara, muy exagerada pues, como muy exótica”. **Rosalba García**

Pero no se dan tales diferencias ya que para algunas la ropa, los colores, los accesorios, los detalles que utilizan así como la actitud con la que se

desenvuelvan es lo que hace femenina a una mujer, pero al mismo tiempo si se cae en los extremos puede llegar a lo vulgar y es lo que sucedió con esta imagen, de igual forma puede explicarse lo de objeto sexual y asexuada, repulsión y menos deseable, en cuanto a los demás conceptos éstos se explican por la formalidad que a pesar de todo las entrevistadas ven en ella, la seriedad, la paciencia y por la actitud provocativa, el verse como muy aventada, de no tener límites, la consideraban en las otras categorías..

“La portada más objeto sexual es la 8, en la forma de pararse, la forma de vestirse”. **Inés Mendoza**

De igual forma capaz, jefa, profesionalista, empleada, sexual y desinhibida, básicamente por su seguridad, responsabilidad, compromiso, su presencia dominante, la madurez y esmero en su arreglo.

“Jefa la 8 por sus cejas porque son así como “imponedoras” ¿no? Y la mano en la cintura como que si lo es”. **Isabel Sarmiento**

#### **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE AGOSTO 2004**

De acuerdo a los diferentes análisis llevados a cabo en esta portada podemos interpretar que la cara de la chica es simétrica, todos sus lados son del mismo tamaño, es decir es cuadrada y aunque pudiera creerse que por lo mismo, puede resultar que no es considerada guapa, la manera en la que esta maquillada le ayuda mucho y la hace atractiva, resaltando de esta manera sus facciones.

En cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo este efecto se contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es castaño, largo, lacio y la segunda es morena clara, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atrayente, el estilo es creativo y proyecta a una chica con una imagen espontánea y original, con personalidad innovadora y aventurera, ingeniosa, libre, imaginativa y poco convencional, individualidad ante la vida, creativa, talentosa, expresiva e independiente, joven y segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

Representa la libertad, la juventud, la sexualidad, la sensualidad, la madurez, la inteligencia, la belleza, el poder de la presencia física, del cómo

debe de lucir o arreglarse una mujer no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran diversión, excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, inocencia eterna, serenidad, pasión, misticismo, elegancia, deseo de encantar y deleitar a los demás, le gusta relacionarse, autoridad, poder, glamour, seguridad y presencia física, seguridad, decisión, confianza y tenacidad.

Las mujeres a las que se les aplicó el ASBI escogieron a esta portada como una de las más dominante, femenina, extrovertida, rebelde, objeto sexual, más deseable, sensual y desinhibida, se puede expresar mediante la expresión del rostro, la mirada, la seriedad, el peinado con volumen, el maquillaje recargado, la ropa pequeña que usa, la cual deja un tanto descubierto su cuerpo, así como la pose, y actitud de seguridad y reto al espectador, así como los colores de la ropa son llamativos.

“La más dominante la 9 o 10 la misma pose, la cara, la expresión del rostro te dice todo”. **Inés Mendoza**

“La más extrovertida la 9, si la 9 porque bueno por su forma por ejemplo de vestir, ¿no? Es muy pequeñita su ropa, no tiene ningún tipo de prejuicio ¿no? Para enseñar todo, hasta la forma en la que esta parada así como retadora, así como “Y”. **Gloria Juárez**

Del mismo modo, las nociones acerca de esposa, amante, comprometida, estudios técnicos, empleada, en la primera las mujeres no tomaron en cuenta la indumentaria de la joven, ya que para ellas cualquiera puede ser esposa, en la segunda visualizaban que se veía muy provocativa, que tenía cara de mala, de ser aventada, la tercera decían que se veía que era muy comprometida ya que si así cuidaba su físico de igual manera lo haría con un trabajo.

“Amante la 9 en su mirada, en el cuerpo, por la actitud que pone de que es muy aventada, muy loca”. **Leticia Robles**

“La más comprometida la 9 por su cara, yo creo que la cara de la gente te da y la mirada, todas las facciones de la cara, es lo que refleja en ella. **Isabel Sarmiento**

Con respecto a los estudios técnicos mencionaban que no se le veía la seriedad que conllevaba ser una profesionista, sin embargo bien podría tener una carrera técnica, por su cuerpo se podría pensar que si tenía un buen empleo dentro del servicio público sería gracias al mismo.

“Empleada, yo creo que como yo también trabajo para el gobierno, ves todo tipo de mujeres, a veces la que se arregla, aunque no ganen así “guau”, se arreglan padrísimo, la ropa, yo creo que trabajan para eso, porque no alcanza para otra cosa, ves a la chica más sencilla, la chica muy bonita, la del cuerpazo, la flaquita o sea a todas, bonitas, feas, güeras, todo te digo, cualquiera podría entrar, todas o sea la 9, podría entrar en esa descripción. **Gloria Juárez**

### **REVISTA COSMOPOLITAN PORTADA DEL MES DE SEPTIEMBRE 2004**

En la portada de la revista se ve a una chica que de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar guapa, ya que la cara de la chica tiene los pómulos marcados, resaltando de esta manera sus facciones; en cuanto al cuerpo no tiene curvas obvias lo que origina que no resulte tan llamativa, sin embargo este efecto se contrarresta con el cabello y la piel, pues el primero es castaño, largo, lacio y la segunda es morena clara, cuidada, firme y tonificada, que en conjunto hacen a una chica atractiva, el estilo es casual y presenta a una chica accesible, amigable, alegre, optimista, sencilla y energética que es joveny segura de sí misma, tanto que no necesita demasiados accesorios o ropa para verse bien, reflejándose en la expresividad de su rostro.

Proyecta libertad, la juventud, la sexualidad, la madurez, la belleza, la inteligencia, el poder de la presencia física, del cómo debe de lucir o arreglarse una mujer, que la sitúa como un modelo de conducta y de imagen, no expresa soy sexy, lo dice con su actitud y su pose, los colores, las formas y los tipos de letras demuestran excitación, locura, desinhibición, excentricidad, fuerza, misterio, imprudencia, estimulación, verdad, positivismo, afirmación, obscuridad, lejanía, inquietud, estabilidad, seguridad, decisión, confianza y tenacidad.

Las mujeres cuestionadas coincidieron en denominar a esta chica de la portada como una de las más dominantes, independiente, extrovertida, objeto sexual, asexuada, amante, atractiva, repulsiva, sensual y desinhibida, transmitiéndose a través de la expresión del rostro, la mirada penetrante, la seriedad, la pose, la actitud, el peinado suelto con volumen, el maquillaje recargado, la ropa pequeña que deja al descubierto determinada parte de su anatomía, los colores, lo provocativa que se ve, la seguridad en sí misma, la personalidad, buen físico y la dualidad que maneja de niña y mujer, en cuanto a la divergencia de objeto sexual y asexuada se deriva de que les parecía muy

inmadura y lo de atractiva y repulsiva se remiten a que al ser tan atractivas puede originar el efecto contrario, el de repudio.

“La más dominante es la 10 por la vestimenta, los escotes, la faldita, el cabello así muy despeinado, muy “melena de león” creo que será la más dominante, sofisticada”. **Ana Sofía Hernández González**

“La más objeto sexual, la 10 aunque no tiene una sonrisa en su cara pero tiene como una pose como muy sugestiva hacia los hombres ¿no?” **Rosalba García**

La más asexuada la 10 pues en su forma de vestir se me imagina así, niña no, pero inmadura”. **Leticia Robles**

En lo referente a comprometida, inteligente, jefa, compañera, profesionista, empleada, ya que lo demuestra pues no sólo es comprometida con su físico sino también con su trabajo, tiene una presencia dominante, refleja madurez y ocasiona que las mujeres deseen ser como ella y vean el reflejo de cómo debe ser una jefa, además de que proporciona el sentido de amistad, de compañerismo, por lo mismo se ve que ya es profesional, que ya tiene estudios universitarios, pero por su cuerpo se puede pensar que no podría obtener un empleo en el gobierno si no es por su físico.

“Jefa la 10, por su actitud se ve dominante, seria”. **Inés Mendoza**

“La más comprometida tal vez la 10, se me hace aparte de que cuida su físico, bueno todas lo cuidan ¿no? Pero como que se me hace una persona segura de sí misma y más comprometida, ella sí se me haría comprometida en todos los aspectos, tanto en su trabajo como en cuestión física”. **Rosalba García**

Después de haber llevado a cabo todo el proceso de la metodología, esto es, de la aplicación de ambas técnicas, de la recopilación de los datos, así como de las primeras interpretaciones que se pudieron deducir de los datos resultantes se pudo dar cuenta que se generó información muy interesante e importante para el estudio, cuestiones que serán tratadas de manera más específica en el siguiente capítulo, el de interpretación/ reinterpretación, a continuación.



***“Las palabras están llenas de falsedad  
o de arte;  
la mirada es el lenguaje del corazón”  
William Shakespeare***

***“El tonto no ve el mismo árbol que el sabio”  
WILLIAM BLAKE***

***“Siempre suspiramos por visiones de belleza,  
siempre soñamos mundos desconocidos”  
Máximo Gorki***

***¡SUBYÚGALO!***  
**CAPÍTULO 4 INTERPRETACIÓN /  
REINTERPRETACIÓN**

***¡SUBYÚGALO!***

#### **4. REINTERPRETACIÓN**

Las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* de los meses de mayo a septiembre del 2004, editadas por Editorial Televisa y Notmusa respectivamente se encuentran insertas en lo que se puede denominar revistas femeninas y son la base del estudio realizado.

##### **4.1 RELACIÓN ENTRE LA TEORÍA Y EL CONTEXTO**

***¡Ojos para hechizar!***

Es necesario hacer una pausa y mencionar que toda la información que se presenta a continuación está basada en el contexto y en los resultados que arrojó la metodología que se aplicó, así como en los conceptos teóricos que son el eje en la investigación.

Estas publicaciones que gracias a la información recuperada y contenida en el capítulo del contexto, sabemos que en México tuvieron sus inicios en la década de los años treinta, que presentaban a la mujer como aquella persona dedicada al hogar, al cuidado de los niños y cuyos intereses estaban centrados en la cocina, decoración, moda y consejos.

A diferencia de aquellas publicaciones y de otras surgidas en el período de los sesenta, las cuales a pesar de los cambios que devinieron de la transformación que se dio por el establecimiento de empresas norteamericanas en el país y la subsecuente mejora en la impresión, el papel y las portadas llamativas de color; los temas que se trataban continuaban siendo los mismos: moda, belleza, decoración y entrevistas con artistas de cine, pero sobre todo seguían limitando el mundo de la mujer a su esposo, su casa y sus hijos.

En estas publicaciones del 2004, la tendencia cambió, pareciera que completamente, ya que aunque se siguen tratando los temas de moda, belleza, etcétera, el centro de atención ya no es la casa, los hijos y el marido, ahora es

la mujer, la manera en la que se presenta, en que la ven los demás, en lo que desea proyectar, reflejar, representar.

Esto se puede apreciar en las portadas de las revistas antes mencionadas, ya que la portada es la base de la revista, la unión de todo lo que la publicación aspira que las mujeres vean e imaginen acerca de ella cuando la adquieren. Es a través de las portadas que las mujeres pueden ver cómo son representadas simbólicamente, cuál es ésta representación simbólica, qué concepto de mujer tienen las revistas acerca de ellas y es ésta pregunta la que se pretende contestar.

Para poder lograr contestar a esta pregunta se necesita recordar la concepción de representación simbólica, contenida en el capítulo 1, la cual se entiende como la construcción de arquetipos que explican, interpretan, significan, dan sentido y legitiman una determinada forma de ver la realidad (visión) y se expresan en formas simbólicas. Teniendo dimensiones como la cognitiva psicológica, social, cultural, histórica, comunicativa y ecológica.

Esta concepción se aprecia en las portadas de las revistas, pues es a través de ellas que se hace una imagen de mujer y así se explica, interpreta, significa, da sentido y legitima la visión de las revistas para la forma de ver la realidad de la mujer y la expresa mediante las portadas, las cuales son formas simbólicas, que se pueden entender en tanto son interpretadas por los individuos que las producen y reciben, en este caso las mujeres que ven y adquieren las revistas y que se insertan en condiciones sociales e históricas específicas, como ya se menciono antes.

La diferencia que se mencionaba de las publicaciones de los años sesenta y las del 2004, radica principalmente en que en las primeras se presentaba a una mujer preocupada básicamente por el papel que desempeñaba en su hogar y con sus hijos y las segundas en que se presenta a una mujer que desea ser bella, fuerte, dominante, decidida, que sabe llevar las riendas de su vida, sin olvidar la diversión y la inteligencia, rasgos que se pueden apreciar en los

resultados arrojados por el estudio semiótico aplicado a las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*.

Con la semiótica se descubren los diversos significados que tienen las portadas, que ayudan a construir una imagen, con todos los significados que la rodean o la integran y ésta estará permeada por el marco de cultura social en el cual se encuentra inmersa, la imagen no podría existir sin este ámbito, pues la portada integra dentro de sí pequeñas partes del mismo que es el que le va dar sentido y existencia.

De esta manera se enfatiza tanto el carácter simbólico de un fenómeno cultural como lo es la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas mencionadas y cómo esta representación simbólica se encuentra inserta siempre en contextos sociales estructurados.

Es ésta la Concepción Estructural de cultura de Thompson (2002, p. 203) que se retoma, ya que el análisis cultural es el estudio de la constitución significativa de las formas simbólicas, en este caso las revistas, cómo se producen, transmiten y reciben las mismas dentro del contexto, en este caso el mexicano.

La cultura, como lo dijo De Certau, se encuentra en todos los ámbitos de la vida social y la comunicación es el soporte de la cultura como lo menciona Duch ya que utiliza significados a través de la comunicación verbal y no verbal y los medios de comunicación se mueven en esa esfera de lo simbólico y las portadas de las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* son un ejemplo de esto y es precisamente a través de esta investigación como se puede dar cuenta de ello.

Antes de continuar, es importante remitirnos ahora, al concepto de arquetipo, base del de representación simbólica, el cual ya se ha mencionado anteriormente.

La noción de arquetipo es el símbolo o la imagen que va más allá del entendimiento humano, que tiene poderes sobrehumanos, por lo que son fácilmente asimilables por la comunidad, siendo éste un elemento de cohesión social. (Jung, 1981)

Del mismo modo es preciso explicar lo que se entiende por prototipo, con el fin de evitar confusiones entre ambos conceptos, a éste es necesario humanizarlo, su función se determina como un modelo profano a seguir y como un medio por el cual, el arquetipo se manifiesta a los hombres propiciando un padrón de conducta. (Jung, 1981)

## **4.2 RELACIÓN DEL CONTEXTO CON LOS DATOS**

### ***¡Labios para pecar!***

Las portadas del 2004 representan a una mujer en su gran mayoría de origen caucásico, rubia, delgada, de cabello largo y que muestra un cuerpo cuidado, estético. Esto no es casualidad ya que sólo basta recordar que estos magazines femeninos se encuentran insertos dentro de un contexto sociocultural muy particular que enseguida se explicará.

Aunque la revista *Cosmopolitan* pertenece a la Editorial Televisa, ésta le paga derechos de publicación a la Hearts Corporation, así de esta manera opera colocando la publicidad local mientras el material editorial se elabora en Miami o Virginia Gardens, Florida, teniendo muy poca diferencia con su homónima de los Estados Unidos de América.

De esta manera se puede deducir que la revista en muchas de las veces no refleja la idiosincrasia del pueblo mexicano, de la comunidad latina, ya que esta revista se distribuye a diversos países del continente americano, así como también las portadas no son una repercusión de la fisonomía de las mujeres mexicanas, o latinas, en donde se pueden apreciar cuerpos más redondeados, con más curvas, pieles morenas, cabellos negros o castaños.

Aunque la revista *Veintitantos* sea completamente mexicana, eso no hace realmente una diferencia, pues en las portadas se puede apreciar al prototipo de mujer ya descrito anteriormente: blanca, rubia, delgada, sin grandes curvas, en ocasiones castañas, pero de ninguna manera se puede ver a una mujer morena, de cabello negro y con un cuerpo descuidado o no tan delgado.

Claro que la explicación más adecuada para tal efecto, se puede entender desde la perspectiva de las ventas y la mercadotecnia, ya que por desgracia vende más la imagen de una rubia o castaña alta, esbelta, que la de una chica morena, regordeta y de baja estatura, es una visión un tanto malinchista pero verdadera y presente en los medios de comunicación masiva, por lo que las portadas de las revistas femeninas no escapan a tal percepción.

Claro que también se puede explicar este fenómeno desde el punto de vista de la globalización, ya que no se puede hablar de nacionalismo en la economía por ejemplo y hay que recordar que México se mueve dentro de esta dinámica, de tal manera que mucho menos se puede negar que este campo influye en los demás como son el cultural, social, comunicativo, entre otros.

Lo que vende es lo que se va a publicitar, lo que se busca que quede en la mente de los consumidores, es aquí donde entran las imágenes de las portadas, de tal modo que la globalización también se encuentra en la imagen y por consecuencia en la cultura.

Y si a este fenómeno se le agrega que en gran medida se encuentra permeado por los grandes consorcios internacionales y transnacionales, los cuales ingresan una determinante cantidad de dinero y poder con el fin de que sus productos sean vistos y por ende consumidos, se puede entender perfectamente como se da esta relación.

Además como ya se decía, la mujer en América Latina se encuentra en un contexto de proceso de transición. Particularmente en México, en los últimos años se han venido dando cambios que aunque al principio parecieran insignificantes, en poco tiempo hacen una diferencia.

Como lo es que la mujer cada vez más se integre a un mercado laboral competitivo y esto se debe en gran parte a la situación económica que se ha venido gestando en el país en los últimos años, porque el salario de una sola persona, en el caso del hombre que antes se consideraba el único proveedor ya no es suficiente para cubrir las necesidades de la familia, por lo que la femenina en cuestión tiene que salir a buscar empleo y de esta manera ayudar al gasto familiar.

Esto considerando que la mujer cuente con el apoyo de un compañero, porque cada vez es más común encontrar como jefas de familia a integrantes del sector femenino, que se quedan solas, como madres solteras y de esta manera por necesidad se incorporan a la fuerza laboral. Y en otras ocasiones también se da la situación de que desean tener su propio poder adquisitivo sin necesidad de recurrir al marido o a los padres y por lo tanto trabajan y de esta manera conservan o mantienen su independencia.

Que aumente su nivel educativo, ya que ésta puede de nueva cuenta retomar su preparación académica o proporcionarle a sus hijas esta opción, situación que conlleva a una ampliación de horizontes, en el que conoce diferentes formas de pensar, que la ayudan a enriquecer sus perspectivas ante diferentes situaciones con las cuales se puede enfrentar.

Que evite el casarse o formar una familia a una temprana edad, pues gracias al aumento de los métodos anticonceptivos, así como a la apertura de pensamiento de los gobiernos, de los medios masivos de comunicación así como a la preocupación de organismos que apoyan a la mujer ha permitido que exista mayor información con respecto a la sexualidad y a la planificación familiar.

Y por supuesto al aumento de leyes que la protejan y asociaciones que cuiden de su bienestar, ha provocado que se den las condiciones necesarias para que la mujer cambie sus expectativas de vida y busque mejorar en todos los ámbitos de su vida, aunque claro estas modificaciones no se pueden generalizar, éstas se pueden apreciar en la zona centro del país,

específicamente en el Distrito Federal, y su área metropolitana, lugar en el que se realizó la investigación.

Todos estas pequeñas pero significativas alteraciones hacen una diferencia en la concepción de lo que debemos entender como mujer, sólo basta recapitular que mujer es definida como una “construcción sociocultural históricamente definida” (Valenzuela, 1997, pp.13-16) y que por lo tanto tiene determinados elementos significantes que la dotan de sentido como: situacional, representada, pertenencia, de relaciones, cambiante, cotidiana, imaginada, relaciones de poder, identitarias, identidades perdurables y transitorias.

Ya se han quedado atrás aquellas ideas en las que la mujer no podía hablar de sexo, de ser fuerte sin ser considerada con cualidades masculinas o con tendencias homosexuales, ahora la mujer puede permitirse ser considerada dominante, independiente, responsable, extrovertida, segura de sí misma, sin que por ello deba de perder un ápice de su feminidad.

Por supuesto que esto no quiere decir que la mujer se encuentre mejor, ya que ahora no sólo debe de tener las cualidades antes mencionadas, también debe ser ama de casa, madre, esposa, amante, hija, además de profesionista y pero sobre todas las cosas debe de ser bella, y no sólo eso, debe de ser perfecta en cada uno de estos roles, porque cada uno de ellos beneficia a la sociedad de consumo, la cual obviamente le proporciona productos e ideas para conseguir tales cualidades.

Esto puede verse claramente reflejado en las portadas de las revistas antes mencionadas, ya que las chicas demuestran gracias a sus poses, a su actitud, mirada, el deseo de ser apreciadas con todas estas cualidades. Ciertamente estas revistas no han impuesto en su totalidad estas situaciones o anhelos, únicamente se adecuan a las condiciones que la sociedad va fijando, responden a una estructura familiar, a los valores morales y en general a la visión que la sociedad tiene de la mujer, ven esta situación y se aprovechan de



ella, la refuerzan, provocando también con ello imponer, al final es un círculo en el que estos medios participan activamente.

Ya que tampoco hay que olvidar o dejar de lado, que también explotan la parte más superficial de la mujer, ya que le venden la imagen de cómo debe arreglarse si desea ser considerada bella, que debe reflexionar acerca de cómo reflejar sensualidad, sexualidad, inteligencia, mediante determinados colores, ropa que deje entrever el cuerpo femenino, cuerpo que debe mantenerse en forma, estético, tonificado, moda que permita sacar el mayor provecho posible a una mujer, maquillaje que pueda ocultar los pequeños o grandes defectos, en fin todo aquello que sirva para lograr la mejor imagen de una mujer.

Representación simbólica de lo que estas publicaciones consideran perfecta y que ya antes hemos tratado y que ayuda a continuar consolidando en pro del consumo, parafraseando a Naomi Wolf, autora del Mito de la Belleza (1991), cuando decía que en algún lugar a alguien se le debe haber ocurrido que las mujeres compren más cosas, si se les mantiene en una constante condición de odio a sí mismas, de fracaso, de hambre y de inseguridad.

#### **4.3 LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA DEL CONCEPTO DE MUJER EN LAS PORTADAS**

##### ***¡Rostro para cautivar!***

Se decía al principio que pareciera que las imágenes del 2004, de *Cosmopolitan* y *Veintitantos* no guardan ninguna reminiscencia con las primeras publicaciones femeninas, por aquello de que ya no es una de sus prioridades el tener contento al marido, tener una casa ordenada y funcional, unos hijos que obedezcan y vayan por buen camino.

Sin embargo esto no es así, al final mediante estas imágenes podemos apreciar que las mujeres desean y necesitan tener un hombre a su lado, pues la actitud de atraer no sólo es con el fin de llamar la atención sino también de conseguir mantener contento a ese hombre, que por los cambios en la sociedad, ahora ya no necesita ser marido, puede ser amigo, novio, o amante.

De esta manera aunque la mujer a través de las portadas pregone que es independiente, fuerte y decidida, las imágenes al mismo tiempo muestran lo contrario, representando así que la mujer busca al final de cuentas tener a alguien con quien demostrar esa seguridad y fortaleza y utiliza las armas que mejor lo pueden atraer como lo son: la belleza, un cuerpo atractivo y una actitud desinhibida.

Es importante también decir que esas características de belleza y cuerpo atractivo también se pueden reinterpretar ya que los resultados nos enseñan que aunque las portadas muestran a mujeres con ropa pequeña, que es reveladora de alguna o algunas partes de su cuerpo y que con ello se busca llamar la atención tanto de mujeres, para que traten de imitarlas, y de hombres con la obvia intención de que la mujer sepa que es lo que le llama la atención, al mismo tiempo provoca en las mujeres una dualidad de comportamiento.

Tal como lo pudimos apreciar en la información obtenida del ASBI (Análisis Semántico Basado en la Imagen), pues las damas al principio rechazan ver a una mujer con tan poca ropa, exhibiéndose como mercancía u objeto sexual, pero después del impacto visual admiran a las modelos por el cuerpo y porque se pueden poner lo que quieran y se van a ver bien, es una relación de amor y odio, porque al mismo tiempo saben que ellas no tienen ese cuerpo y que por muchas dietas y ejercicios no lo conseguirán porque se ubican perfectamente en la fisonomía de la mujer latina, que tiene caderas anchas, baja de estatura, y que en general tiene más curvas.

Sin embargo aunque las mujeres conocen estas limitantes, no las coarta de modo particular, al contrario las ayuda incluso, pues aunque sea por breve tiempo la mujer buscará verse mejor, por lo menos mientras le dura en la mente la portada, hará ejercicio, tratará de comer más sanamente y si tiene voluntad continuará con ellos aunque esta imagen se diluya e incluso tratará de copiar el estilo de alguna modelo adecuándolo a su estructura física, mandando a hacer el vestido, la blusa o la falda pero de acuerdo a su talla, como lo dicen las entrevistas realizadas para el ASBI.

Cuando se realizó el ASBI se llegó a pensar que la diferencia de edad y de educación traerían consigo importantes diferencias en la manera en la que se representaban las portadas las mujeres cuestionadas, pero los resultados no arrojaron diferencias importantes, las mujeres con menos nivel educativo, debido a la experiencia personal y de amigas o familiares se forman una idea más o menos similar que las damas con mayor grado de estudios.

Ven a las portadas como un medio para llamar la atención hacia la revista, pero saben que la imagen no corresponde a ellas, estas mujeres comprenden que las chicas que salen en ellas no son como cualquier mujer que se pueden encontrar en la calle, que son modelos profesionales o son personas dedicadas al ambiente artístico, cantantes o actrices y que por lo tanto pertenecen a una elite, que parte de su trabajo es conservarse guapas y con un buen físico, por lo que dedican gran parte de su tiempo a ello, grupo en el cual ellas no se encuentran.

Además también ocurre que aunque admiran los cuerpos de las modelos, si esa mujer estuviera dentro de su entorno social normal, ella explicaría cualquier logro que obtuviera dándole el beneficio a ese cuerpo, pretextaría que gracias a él, ha conseguido esa mujer algún puesto de mayor relevancia, un aumento o cualquier ganancia extra. Es al mismo tiempo, la propia mujer quién calumnia o desprestigia a otras congéneres.

Sin embargo también mencionan que no obstante ellas tienen esa madurez para observar esos detalles y no dejarse llevar por las características que tienen las portadas como el verse bien sin importar lo que se haga para conseguirlo, el comprar ropa que no vaya de acuerdo a tu cuerpo, el aceptar que la revista mediante la portada dicte los pasos que se deben seguir para conseguir un hombre, entre otras cosas.

El aceptar que en ocasiones caen en esas provocaciones y se sienten mal de ver a la modelo y el verse al espejo y no encontrar puntos de coincidencia y que consecuentemente su autoestima disminuye y pueden llegar a cometer actos que vayan en contra de su propia salud, por lo que entienden que

personas de menor edad que lleguen a ver las portadas, son más susceptibles a estas caídas (apreciándose la dimensión cognitiva psicológica de la que se hablaba al principio), trae consigo el reconocimiento de que las revistas gracias a su bombardeo de publicidad permea sus vidas y sus comportamientos.

Del mismo modo, también se puede percibir que las portadas exhiben las cualidades de la juventud, de la mujer joven, del cómo debe ser: desinhibida, atractiva, sensual, sexy, dominante y con cierto grado de madurez y seriedad, todos estos elementos forman el conjunto de lo que se quiere representar por mujer joven, con el fin de obtener un mayor incremento de lectoras, datos originados de la metodología aplicada.

Si bien sólo basta recordar que el *target* del público al que van dirigidos las revistas son ambas de 20 a 35 años y que la juventud es un atributo que no se quiere perder, que se quiere conservar por el mayor tiempo posible, por lo que la mayoría de los productos de la publicidad están enfocados a este sector, a perpetuar esta cualidad, pues este es el que tiene un mayor poder de adquisición, al encontrarse dentro del grupo de población económicamente activa.

De modo particular si se dirige la mirada al grupo que participó en la técnica, son mujeres ya sea solteras o casadas, que tienen una independencia económica relativa, porque aunque viven con sus padres o con sus maridos, ellas trabajan y por lo tanto son ellas quienes deciden lo que desean comprar para su arreglo personal y aunque apoyan en los gastos del hogar manejan sus gastos de manera independiente.

Del mismo modo, con respecto a la edad, esto se puede visualizar porque como se decía antes, las mujeres conforman identidades transitorias y aunque puede haber diferencias entre una mujer joven y una anciana, en este caso todas están dentro de las categorías de mujer joven que comprende de los 20 a los 29 años y mujer adulta de los 30 a los 50, y las mujeres cuestionadas tienen las edades de los 20 a los 38, así que entre ellas no existe una disparidad radical e importante.

Además también se puede percibir que las imágenes de las modelos son cambiantes e imaginadas, otras características que tiene el concepto de mujer, las portadas se construyen y reconstruyen en la interacción social, conforme toman actitudes y posiciones al interactuar con otros, en este caso cuando las mujeres las ven la construcción que se hace de ellas depende en mucho de cómo se ve de esa representación simbólica con la imagen de la modelo.

En cuanto a imaginadas estas se verán reflejadas porque son comunidades de referencia, desde las cuales se establecen nexos imaginarios, los grupos femeninos aunque estén separados por el idioma o idiosincrasia, como es el caso de las portadas con las mujeres que se investigaron en la metodología, al final de cuentas mantienen lazos en común que se hacen presentes cuando se da la representación simbólica.

Como se decía al principio de este escrito, se podría pensar que la tendencia de las revistas femeninas cambió, pues antes se trataban temas relacionados con el hogar, los hijos y la familia y ahora esos temas son sustituidos por la representación simbólica de mujer, la cual después de toda la información recabada en la metodología, el contexto y complementado con la teoría se puede concretar como: La imagen de la mujer atractiva, de buen cuerpo, desinhibida, sensual, sexy, dominante, madura, inteligente y seria pero que se sabe divertir.

Preocupada por los últimos hallazgos en cuanto a continuar siendo bella, vestir a la moda, el intentar ascender social y profesionalmente gracias a estos artilugios y finalmente y no por ello menos importante el conseguir pareja, llámese novio, amante o marido, pues aunque pueda creerse que es contradictorio, todos estos aspectos están encaminados hacia ese fin, el de atraer al sexo opuesto y conservarlo.

Finalmente es preciso decir que aunque nuestro objeto de estudio comprende las portadas de las revistas femeninas, *Cosmopolitan* y *Veintitantos* y por lo tanto sería necesario realizar un análisis comparativo de reinterpretación para poder apreciar las diferencias entre ambas publicaciones,

esto no fue esencial, ya que con los datos obtenidos en el estudio semiótico y con el ASBI (Análisis Semántico Basado en la Imagen) se puede concluir que no existen diferencias importantes.

La única y visible diferencia se ve en la ropa que usan las modelos, las portadas de *Cosmopolitan* no usan vestimenta tan casual como las de *Veintitantos* se aprecia más cuidado a la hora de seleccionarles las prendas, por consiguiente el efecto que se obtiene es que las primeras lucen más glamorosas, más inaccesibles, con ropa de calidad, semejando un desfile de modas y las segundas por lo mismo se ven más casuales, disponibles, naturales y más cerca del entorno social que nos rodea.

Claro que esto es en conjunto, porque de manera individual cada portada tiene diferente percepción y representación ante las lectoras.

En cuanto a ambas, después de toda la información recabada a través de la metodología, se puede afirmar que tienen la misma línea editorial, sobre todo en cuanto a la conformación de las portadas, en cuanto a los elementos que las integran. En ellos no se notan diferencias tangibles, mantienen los mismos estándares de color, modelos, pose, letras e incluso artículos y reportajes.

Así, por último es conveniente dar cuenta de las conclusiones a las que se llegó después de haber realizado la investigación, en ellas se aprecian los datos que cierran perfectamente el inicio de la misma, que contestan las preguntas con las que se empezó este estudio y que la analista espera que al lector le sean contestadas pertinentemente.

## ***¡DUDAS CARNALES!***

### **CONCLUSIONES**

La relación que hay entre cultura y comunicación provoca que se dé una reflexión comenzando por mencionar que la vida social no sólo está comprendida por los objetos e incidentes de la vida natural, sino también es una cuestión de acciones y expresiones significativas y de sujetos que se expresan a través de ellas y que tratan de comprenderse y de comprender a los demás al interpretar las expresiones que producen y reciben, como lo llega a decir Thompson, en su libro *Ideología y Cultura Moderna*.

De esta manera el estudio de los fenómenos culturales comprende el mundo sociohistórico como un campo significativo, si a esto se le une lo que expone Duch que la comunicación es el soporte de la cultura, podemos comprender que la comunicación permite que se den estos fenómenos y esto se puede observar porque la comunicación utiliza un vínculo de significados a través de la comunicación verbal o no verbal. Los medios de comunicación por lo regular trabajan sobre lo simbólico pero establecen reglas de mercado para ello.

La comunicación es un dato antropológico fundamental, porque desde el nacimiento hasta la muerte, la constitución del ser humano exige inacabables procesos de transmisión que permiten la conversión de la información en comunicación humana, es decir lo humano consiste en una construcción simbólica y social de la realidad, posibilitando la instalación del individuo en el mundo cotidiano, permitiéndole expresarse en su tiempo, espacio, sexo, condiciones psicológicas, intereses, temperamento, economía, política, memoria, imaginario colectivo, etcétera.

La racionalidad comunicativa propia del hombre, se ve reflejada en la vida cotidiana, el ser humano se presenta y representa y es ahí donde emerge de una forma u otra la comunicación. Duch exclama: “El hombre es inevitablemente un ser teatral que constantemente, entre el drama y la comedia, se ve forzado a representar un determinado rol social” (2004, p95 –

96). De esta manera se puede decir que el hombre se encuentra inmerso en el juego que es impuesto por una tradición cultural de su contexto.

Para hacer más fácil la comprensión se puede ejemplificar: en la sociedad actual se pueden observar imitaciones promovidas por la moderna comunicación de masas, es decir el individuo se deja llevar y tiende a imitar los roles o representaciones que le presentan los medios masivos de comunicación como es el caso de las revistas femeninas, en donde la mujer representa determinado concepto de mujer que la sociedad le marca con el fin de pertenecer a un contexto cultural en el cual sea aceptada, todo por medio de las imágenes que le son transmitidas a través de las portadas de dichas revistas.

Duch plantea que la comunicabilidad humana implica traducir, imitar e interpretar a otro, punto que se fundamenta en esta investigación cuando se analizaron las representaciones simbólicas del concepto de mujer de las portadas de las revistas femeninas, las cuales son un medio masivo de comunicación, específicamente de medios escritos, en el cual se encuentra la concepción de las revistas femeninas.

Y se ve apreciada la comunicabilidad de la que se hablaba antes, cuando primero las mujeres ven las portadas pero tienen que saber leer el código en el cual se encuentra el mensaje, qué se le está tratando de decir a través de los colores que se utilizan en las imágenes, las letras, la antropomorfología de las modelos, las poses que utilizan así como la ropa que modelan, en el mundo occidental, esto no es difícil de descifrar porque los medios de comunicación masiva se encuentran globalizados, de tal manera que las imágenes presentadas pudieron ser interpretadas sin ningún problema,

En cuanto a las técnicas que se utilizaron para llevar a cabo tal interpretación, cabe mencionar que por cuestiones del mismo objeto de estudio y de las preguntas de investigación que se querían contestar, fue necesario utilizar el enfoque cualitativo, el cual proporciona datos que ofrecen una riqueza



en los resultados aún mayor que las técnicas cuantitativas como las encuestas o las estadísticas.

Siendo conveniente ya que lo que se pretendía buscar eran los significados que se encontraban en las portadas, por lo que con el análisis semiótico se logró conocer la estructura de las imágenes encontradas en ellas, para posteriormente dar cuenta del concepto de mujer que se encontró en las mismas y posteriormente con el ASBI se pudo conocer cuales eran los significados que se construyen las mujeres participantes en el estudio y así saber cual es la representación simbólica del concepto de mujer que manejan tales magazines femeninos a través de sus portadas.

Es importante recordar que el análisis realizado fue un análisis cultural, ya que se estudió a las formas simbólicas, en este caso las portadas de las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, buscando las acciones, los objetos y las expresiones significativas que se pueden apreciar en las imágenes, tomando en cuenta su relación con el contexto y con todo el proceso sociohistórico en el cual se encuentran insertas las mujeres que la ven y compran, así como la misma analista.

Para ello, como ya se manejo en un principio la base de la investigación fue la teoría en cuyos autores expuestos en el primer capítulo se basó la analista, además de retomar la metodología de la Hermenéutica Profunda de Thompson.

La relevancia de la orientación que se le dio al estudio se deriva de que se realizó un análisis sociohistórico, al buscar reconstruir las condiciones sociales e históricas en las que se dio la producción, circulación y recepción de las formas simbólicas, en este caso de las revistas femeninas contempladas.

Posteriormente con los resultados obtenidos de las técnicas aplicadas (estudios semiótico y ASBI) se analizaron los rasgos estructurados y las relaciones del discurso de las mujeres entrevistadas, dando paso a la Interpretación / Reinterpretación del significado obtenido y por ende de la

representación simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*. Objetivo que se tenía contemplado al inició del estudio y que fue cubierto con el mismo.

Además de demostrarse que la hipótesis que se manejaba al principio de la investigación, la cual considera que dicha representación simbólica tiende a establecer una imagen de mujer cuya única preocupación son los temas banales o superficiales como: él de continuar siendo bella, o tratar de conseguirlo de cualquier manera, saber cuál es la última tendencia en cuanto a la moda, preocuparse si no se ha conseguido novio o marido, y/o tratar de conservarlo mediante diversas técnicas sexuales, así como el intentar ascender social y profesionalmente pero con el fin de obtener beneficios económicos y que ellos conlleven a continuar manteniendo la belleza, no el intelecto, se cumple.

Esta conjetura queda perfectamente establecida, claro que es conveniente aclarar que no por ello, las entrevistadas la toman tal cual y la reproducen, ellas se dan cuenta de esta posición y en algunas ocasiones la manejan, pero sólo determinados rasgos.

Tales resultados fueron los siguientes:

Aunque se presente un aparente cambio en tal representación simbólica del concepto de mujer en las revistas mencionadas, este cambio no existe en la realidad, ya que sólo se disfraza la condición de mujer liberada, cuando la realidad es que la mujer ahora se encuentra más esclavizada a las normas no escritas que le presentan los medios de comunicación masiva.

Él porque se aprecia esta realidad, se puede explicar porque aunque ahora la mujer puede tener cualidades como el ser desinhibida, dominante, inteligente, independiente, extrovertida entre otras, sigue siendo ama de casa, madre, esposa y demás y por lo tanto debe de cubrir o por lo menos intentar hacerlo de la mejor manera posible.

Obviamente en muchas de las ocasiones la mujer no podrá con todos los roles y mucho menos con la consigna de ser perfecta, de tal manera que lo único que obtendrá es el sentirse fracasada, tonta y fea, teniendo como consecuencia que busque un modo de salir de sus problemas, aunque sea momentáneamente y que mejor manera de hacerlo a través de una revista.

Y es que a pesar de que las mujeres ven las portadas de las revistas y saben que no las representan fisonómicamente hablando, las representan con las actitudes, las poses, las miradas, la ropa, podría decirse que las representan con elementos simbólicos universales, por lo menos en la mujer occidental.

Las portadas constituyen aquello que la mujer quiere ser pero no puede, ya sea por timidez, por la educación, por los valores que le inculcaron en casa, en fin por una serie de normas sociales no escritas que le dicen cómo debe ser y cómo comportarse.

La mujer así a pesar de no considerarse atractiva, va a realizar toda una serie de rituales de belleza que le reditúen en esa seguridad que desea tener.

Esta situación no es exclusiva de la edad, el nivel de estudios, ni las experiencias que compartan o no las mujeres, ya que esto nos confirma que a pesar de no compartir estos vínculos, una mujer mantiene con otra las mismas redes sociales con respecto a como las representan los medios masivos, en este caso, las revistas femeninas.

Claro que la revista le permite a la mujer abrir un mundo al que normalmente no tiene acceso, sólo hay que revisar de nueva cuenta estas revistas y los productos que ahí se publicitan son de elevado costo, y no cualquier mujer puede acceder a ellos, de tal forma que por breves momentos la mujer fantasea que tiene ese poder adquisitivo, en cuanto cierra la revista vuelve a la realidad.

Esto no le produce mayor problema porque el ver las portadas y hojear la revista es para ella una válvula de escape que le permite seguir con su cotidianidad y aceptar la realidad en la que vive.

Y es que tales publicaciones no buscan el bienestar de la mujer con un interés puro y de ayuda, no, al final de cuentas, estos medios se encuentran insertos dentro de entramados económicos muy importantes, sirviendo únicamente a sus propios beneficios.

Así podemos concluir que las portadas son una forma simbólica que tiene un valor comercial, se encuentra mercantilizada y por lo tanto se dirige hacia donde la empresa que la produce le convenga.

Es importante antes de finalizar el decir, que una de las limitantes del estudio es el no haber podido concretar las entrevistas con las editoras responsables de ambas publicaciones, ya que no consideran importante que se realicen estudios sobre ellas y por lo tanto no les interesa tampoco proporcionar datos, pues se manejan dentro de un marco de confidencialidad y seguridad, por los mismos intereses económicos con los que se dirigen.

En cuanto al estudio llevado a cabo es importante cerrar el apartado con la aportación que da esta investigación, la cual es precisamente esa, el llevar a cabo un análisis que contemple la Hermenéutica Profunda, enfocado en publicaciones femeninas, básicamente en portadas, además de la construcción del concepto de Representación Simbólica y el de Revistas Femeninas.

## REFERENCIAS

### TESIS

Altamirano Erika (2004) *La mujer joven y la publicidad en revistas femeninas: Estudio de su imagen*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Periodismo y Comunicación Colectiva.

Benitez del Río Alejandra (1976) *“La sociedad de consumo”, una crítica psicosocial*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Psicología.

Fernández Alfonso (1999) *La influencia de la publicidad en la mujer mexicana. Revista Veintitantos*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación.

García Carola (1978) *Revistas femeninas una forma de penetración ideológica*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación.

Guilbert Yadira (2000) *El marco ideológico del contenido de las revistas femeninas mexicanas*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Acatlán, Periodismo y Comunicación Colectiva.

Henríquez Claudia (1993) *“Las revistas femeninas como medio de comunicación en las relaciones económico-sociales*. Tesis de Licenciatura, Instituto Universitario de Ciencias de la Educación. A.C. Escuela de Sociología, Sociología.

Ibarra Gabriela (2001) *Las revistas femeninas como agentes persuasivos de conducta en los estereotipos sociales de la mujer mexicana*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación.

Macías Tania (2004) *La influencia de las revistas femeninas juveniles para la disminución de peso (como sinónimo de belleza) en las mujeres mexicanas entre los 15 y 20 años*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Aragón, Periodismo y Comunicación Colectiva.

Marques Laura (1980) *El uso de la imagen de mujer como objeto sexual en la publicidad de revistas femeninas*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación.

Martínez Alma (2003) *La mujer como símbolo en las publicaciones (un análisis a las portadas de revistas femeninas)*. Tesis de Licenciatura, Universidad

Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Artes Plásticas, Comunicación Gráfica.

Monroy Liliana (2002) *Imagen y rol de la mujer en los comerciales televisivos*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Psicología.

Ramírez Verónica (1987) *La participación de la Mujer en la Conducción de Programas Televisivos*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Psicología.

Romero Verónica (1997) *Estructura de un mensaje publicitario en revistas femeninas y su relación con la mujer mexicana de los 90's*. Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación.

## **LIBROS**

Augé, Marc (2001), *De lo imaginario a lo ficcional total* en Vergara, Abilio. México: CONACULTA/ INAH.

Berger, Peter, Luckman Thomas (1999), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Boudon, Raymond (1978), *Los métodos en sociología*. Argentina: El ateneo.

Bourdieu, Pierre (1990), *Sociología y Cultura*. México: CONACULTA- Grigalbo Primera edición.

Consejo Nacional de Población. (2000), *Breviario Demográfico de la mujer*. México: CONAPO.

De Certau, Michel (1999), *La cultura en plural*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

De Certau, Michel (2000), *La invención de lo cotidiano*. México: Artes de hacer, Universidad Iberoamericana.

Durand, Gilbert (1971), *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Duch, Luis (2004), *Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología*. Barcelona: Herder.

Galindo, Jesús, Coordinador (1998), *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación*. México: CONACULTA- Addison Wesley Longman.

García Carola (1980), *Revistas Femeninas: La mujer como objeto de consumo*. 3ra edición actualizada, México: El Caballito Colección La Fragua.

Geertz, Clifford (1997), *“Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura”*. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Gordoa, Victor (1999), *El poder de la imagen pública*. México:EDAMEX.

Habermas, Jürgen (1989), *Teoría de la Acción Comunicativa. Tomo 1. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

Jung, Carl (1981), *El hombre y sus símbolos*, Barcelona: Biblioteca Universal Caralt No. 96.

Lomas, Carlos (1996), *El espectáculo del deseo*. España: Octaedro.

Luengo, Enrique (1991), *Problemas metodológicos de la sociología contemporánea*. México: Universidad Iberoamericana.

Lull, James (1997), *Medios, Comunicación, cultura: Aproximación global*, Buenos Aires: Amorrortu.

Moscovici, Serge (1986), *Psicología Social II, Pensamiento y vida social. Pensamiento social y problemas sociales*, Barcelona: Paidós.

Peninou, Georges (1976), *Semiótica de la Publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Thompson, John (1998), *Ideología y Cultura Moderna, Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco.

Thompson, John (1998), *Los media y la modernidad*, Barcelona: Paidós Comunicación 2da. Edición.

Salvat Editores S.A. (1973), *La Sociedad de Consumo*. Barcelona: Salvat Editores S.A.

Wolf, Naomi (1991) *El Mito de la Belleza*. Barcelona: Colección Reflexiones Emece Editores.

## **REVISTAS**

*Cosmopolitan de México*, Editorial Televisa, México, año 32, no.5, mayo 2004.

*Cosmopolitan de México*, Editorial Televisa, México, año 32, no.6, junio 2004.

*Cosmopolitan de México*, Editorial Televisa, México, año 32, no.7, julio 2004.

*Cosmopolitan de México*, Editorial Televisa, México, año 32, no.9, agosto 2004.

*Cosmopolitan de México*, Editorial Televisa, México, año 32, no.10, septiembre 2004.

*La familia*, no. 601, 15 de junio, 1960.

*Para ti*, Editorial Atlántida, Buenos Aires, año 18, no. 936, abril 1940.

Valenzuela, José (Enero- Marzo 1997, No. 3, Cuarta Época), “*Culturas Juveniles. Identidades Transitorias*”. *Revista JOVENes*, México, Instituto Mexicano de la Juventud.

*Veintitantos*, Editorial Notmusa, México, vol. 11, no. 5, mayo 2004.

*Veintitantos*, Editorial Notmusa, México, vol. 11, no. 6, junio 2004.

*Veintitantos*, Editorial Notmusa, México, vol. 11, no. 7, julio 2004.

*Veintitantos*, Editorial Notmusa, México, vol. 11, no. 8, agosto 2004.

*Veintitantos*, Editorial Notmusa, México, vol. 11, no. 9, septiembre 2004.

## **PÁGINAS ELECTRÓNICAS**

<http://www.esmas.com/editorialtelevisa/> (consultada en mayo del 2007)

<http://www.notmusa.com.mx/#play> (consultada en mayo del 2007)



# **A N E X O S**

# ANEXO 1

## ESTADO DEL ARTE

El problema de las revistas femeninas y su relación con la mujer es un tema que ha sido abordado desde la década de los 80's.

Una obra pionera al interesarse en estudiar la relación que se da entre la mujer y las revistas femeninas fue la de **García (1978) "Revistas femeninas una forma de penetración ideológica"** en donde describe cual es la ideología imperante en dichas publicaciones y a través de que medios se logra llegar a imponer plasmando la corriente teórica que predominaba en aquella época, es decir toma como Teoría al Marxismo puesto que su interés se centraba en la cuestión ideológica de las revistas, con una metodología de tipo cuantitativo en donde manejaba la técnica de análisis de contenido de un mensaje. Finalmente puntualiza que las revistas son una forma de colonización cultural en donde se utiliza a la mujer mediante el sexo para provocar la enajenación y la proliferación de estereotipos.

Cabe señalar que esta tesis posteriormente fue publicada como libro en 1980, con el título "Revistas Femeninas, la mujer como objeto de consumo" y que la aspirante a licenciatura de aquellos años, ahora es una reconocida comunicóloga, catedrática y doctora en Sociología, especialista en el tema de revistas.

**Marques (1980) "El uso de la imagen de mujer como objeto sexual en la publicidad de revistas femeninas"** en este estudio se describen los tópicos de medios masivos, receptor y mensaje tomando nuevamente como enfoque teórico al Marxismo, realizando el análisis morfológico de contenido de las imágenes publicitarias. Finalizando con que la mujer es un reflejo de la publicidad y proyecta el condicionamiento socio, económico y cultural, esto es al consumir un producto que se publicaba en la revista por encanto se adquiría el prestigio social, ya que la mujer era vista como objeto y valor de mercancía, según la autora.

Con **Henriquez (1993) "Las revistas femeninas como medio de comunicación en las relaciones económico-sociales"** en esta investigación se abordan los temas de Ideología, enajenación y roles tomando nuevamente como enfoque teórico al Marxismo, realizando también el análisis de contenido tomando en cuenta una metodología cuantitativa, concluyendo así que la mujer sigue presentando rasgos de sumisión a pesar de que era profesionalista gracias a que las revistas la enajenaban y le vendían la ideología de que mientras se conservara "bella" o por cualquier medio intentara lucir mejor, todo en su contexto tenía solución.

**Romero (1997) "Estructura de un mensaje publicitario en revistas femeninas y su relación con la mujer mexicana de los 90's"** en esta tesis los elementos sobre los que se indaga son los medios masivos, la comunicación de masas y los mensajes en las revistas. Estos conceptos vistos desde la perspectiva Estructuralista tomando en cuenta un análisis semiótico en el que analiza la imagen que construyen y promueven estas publicaciones, cómo es consumida dicha imagen a través de una encuesta de opinión que se aplicó al personal de una sucursal bancaria, tomando en cuenta que este grupo en particular debe mantener una buena presentación para conservar su trabajo. Concluyendo que las revistas mantienen un estado de alienación con sus lectoras gracias a la publicidad que emiten a través de sus páginas, utilizando de igual manera estereotipos que las mujeres aceptan.

**Guilbert (2000) "El marco ideológico del contenido de las revistas femeninas mexicanas"** aquí la autora trató de dilucidar cuales son los valores y los campos semánticos asociados utilizados en las revistas femeninas, por lo que realizo un análisis semiótico.

**Ibarra (2001) "Las revistas femeninas como agentes persuasivos de conducta en los estereotipos sociales de la mujer mexicana"** en este estudio se describen los tópicos de cultura femenina, estereotipos e Ideología desde la óptica teórica del Marxismo, realizando el análisis semiótico de las imágenes publicitarias. Finalizando que la mujer es un reflejo de la

publicidad y proyecta el condicionamiento socio, económico y cultural así que acepta los estereotipos que le proyecta la revista e incluso los reproduce.

**Martínez (2003) “La mujer como símbolo en las publicaciones (un análisis a las portadas de revistas femeninas)”** en esta investigación, la autora describe los diferentes momentos por lo que pasa la identidad femenina y su representación como símbolo a lo largo de la historia de la humanidad así también realiza un análisis fotográfico de las portadas de varias revistas.

**Macias (2004) “La influencia de las revistas femeninas juveniles para la disminución de peso (como sinónimo de belleza) en las mujeres mexicanas entre los 15 y 20 años”** aquí se realiza un análisis semiótico de las imágenes publicitarias. Finalizando que la adolescente es un reflejo de la publicidad y proyecta el condicionamiento socio, económico y cultural así que acepta los estereotipos que le proyecta la revista e incluso los reproduce, esto debido a la falta de madurez y de personalidad que una adolescente tiene para poder ver los efectos nocivos que tienen la publicidad en cuanto influencia en problemas alimenticios.

**Altamirano (2004) “La mujer joven y la publicidad en revistas femeninas: Estudio de su imagen”** utiliza la perspectiva de Teoría de la Comunicación de Manuel Martín Serrano y realiza un análisis semiótico.

Como se puede apreciar después de haber revisado esta información se puede determinar que hay una diversidad de estudios dedicados a las revistas femeninas, pero estos están avocados al análisis de la imagen, los estereotipos, la ideología, la influencia, las representaciones, los valores y la estructura del mensaje que se transmite a través de estas publicaciones.

Sin embargo no existen investigaciones acerca de la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas, además de que no utilizan una metodología cualitativa como lo es la hermenéutica profunda ni se realiza una interpretación tomando en cuenta el análisis sociohistórico en el que se encuentran inmersos estos referentes, por lo que representación simbólica, mujer y revistas femeninas son los conceptos fundamentales de mi problema de investigación.

#### BIBLIOGRAFÍA:

García C. (1978) Revistas femeninas una forma de penetración ideológica. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis.

Marques (1980) El uso de la imagen de mujer como objeto sexual en la publicidad de revistas femeninas, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis.

Henriquez (1993) “Las revistas femeninas como medio de comunicación en las relaciones económico-sociales. Instituto Universitario de Ciencias de la Educación. A.C. Escuela de Sociología, Sociología, Tesis.

Romero (1997) Estructura de un mensaje publicitario en revistas femeninas y su relación con la mujer mexicana de los 90's, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis.

Guilbert (2000) El marco ideológico del contenido de las revistas femeninas mexicanas, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán, Periodismo y Comunicación Colectiva, Tesis.

Ibarra (2001) Las revistas femeninas como agentes persuasivos de conducta en los estereotipos sociales de la mujer mexicana, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis

Martínez (2003) La mujer como símbolo en las publicaciones (un análisis a las portadas de revistas femeninas, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Artes Plásticas, Comunicación Gráfica, Tesis.

Macias (2004) La influencia de las revistas femeninas juveniles para la disminución de peso (como sinónimo de belleza) en las mujeres mexicanas entre los 15 y 20 años, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Aragón, Periodismo y Comunicación Colectiva, Tesis.

Altamirano (2004) La mujer joven y la publicidad en revistas femeninas: Estudio de su imagen, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán, Periodismo y Comunicación Colectiva, Tesis.

## **ANEXO 2**

### **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **I. INTRODUCCIÓN**

Con esta investigación se pretende analizar la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas Cosmopolitan y Veintitantos.

Partiendo de la perspectiva de que estas publicaciones mantienen una relación simbiótica con las mujeres pues aunque es muy claro que las primeras son un producto para el entretenimiento de las segundas, hoy por hoy es difícil dilucidar si en la realidad ocurre así, o si la mujer ya está a expensas de lo que se publica en tales revistas y por lo tanto se rige bajo las reglas que le dictan ahí, bajo el concepto de mujer que le dicen que debe tener y ser.

Por lo que, así como es necesario conocer cual es el mensaje que envían Cosmopolitan y Veintitantos, de igual manera es importante saber cual es la representación simbólica que tienen acerca de la mujer estas revistas, cuál es el concepto que se maneja a través de dichas publicaciones, pues aunque se entiende que estos escritos tienen su base en la mercadotecnia, el mensaje que subyace en ellos es lo que nos interesa.

Es necesario aclarar que el mensaje que nos interesa es el que se transmite a través de las imágenes, pues son éstas las primeras que reciben las lectoras de las revistas, las que impactan visualmente y provocan la compra de estas publicaciones, por lo que en esta investigación son el principal punto de partida.

Y es que en la actualidad cuando uno se detiene en un puesto de periódicos a querer comprar una revista, puede observar que la gran mayoría de ellas van dirigidas a la mujer, que si hacia su belleza, a la exaltación de la moda, de superación, de chismes, de salud, entre otras muchas; de esta manera queda asentado que la mujer es el origen de tales publicaciones y por lo tanto un buen pretexto para realizar una tesis en la que se refleje el concepto de mujer que tienen estas revistas.

Porque son las revistas femeninas quienes se han encargado de construir la interpretación del desarrollo que ha tenido la mujer en la historia y en la sociedad, de igual forma la representación que se hace de la misma así como los diversos cambios en la condición de serlo, entre otros, que a lo largo de este estudio trataremos para que pueda entenderse tal concepto.

#### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

El análisis de la representación simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas Cosmopolitan y Veintitantos para conocer cuál es este concepto y si mediante éste se pretende homogeneizar a la mujer mediante unos estándares de conducta y de deber ser.

##### **1.1 Antecedentes del Problema**

Las revistas femeninas y la propia historia de la investigadora han tenido distintos tipos de relación conforme han transcurrido las diferentes etapas de crecimiento tanto personal como intelectual.

Es preciso aclarar que cuando ésta era adolescente estas publicaciones eran parte indispensable de su literatura, conforme fue creciendo estos escritos dejaron de ser interesantes, ya que no correspondían a la guía a la que deseaba apegarse y con la cual comulgaba.

Sin embargo, las revistas femeninas tienen una peculiaridad muy interesante, logran atrapar a su lector por medio de sus páginas llenas de color y mensajes sugerentes para lograr sus

más íntimos deseos llámese hombre, belleza o moda y de esta manera transformar su vida, claro es si se siguen sus consejos y su modo de dirigirse ante la sociedad, todo a través del concepto que mujer que se debe tener y seguir.

Es este punto el que despertó nuevamente el interés en la analista, sólo que ahora con respecto a cuál era el concepto de mujer que tenían tales revistas y sobre todo como lo representaban simbólicamente, de ahí empezó a buscar información referente a tales tópicos.

Encontrando que el problema de las revistas femeninas y su relación con la mujer es un tema que ha sido abordado desde la década de los 80's.

Una obra pionera al interesarse en estudiar la relación que se da entre la mujer y las revistas femeninas fue la de **García (1978) "Revistas femeninas una forma de penetración ideológica"** en donde describe cual es la ideología imperante en dichas publicaciones y a través de que medios se logra llegar a imponer plasmando la corriente teórica que predominaba en aquella época, es decir toma como Teoría al Marxismo puesto que su interés se centraba en la cuestión ideológica de las revistas, con una metodología de tipo cuantitativo en donde manejaba la técnica de análisis de contenido de un mensaje. Finalmente puntualiza que las revistas son una forma de colonización cultural en donde se utiliza a la mujer mediante el sexo para provocar la enajenación y la proliferación de estereotipos.

Cabe señalar que esta tesis posteriormente fue publicada como libro en 1980, con el título "Revistas Femeninas, la mujer como objeto de consumo" y que la aspirante a licenciatura de aquellos años, ahora es una reconocida comunicóloga, catedrática y doctora en Sociología, especialista en el tema de revistas.

De igual manera las demás tesis encontradas tanto en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales así como las de Facultad de Estudios Superiores Acatlán ambas de la UNAM, correspondientes al área de comunicación, coinciden en abordar temas de Ideología, medios masivos, comunicación de masas, roles, entre otros, realizando para sus análisis un estudio semiótico estructural, llevando a cabo su investigación desde la perspectiva marxista, estructuralista o de la Teoría de la Comunicación de Masas.

Se puede apreciar después de haber revisado esta información que hay una diversidad de estudios dedicados a las revistas femeninas, pero estos están avocados al análisis de la imagen, los estereotipos, la ideología, la influencia, las representaciones sociales, los valores y la estructura del mensaje que se transmite a través de estas publicaciones.

Sin embargo no existen investigaciones acerca de la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas, además de que no utilizan una metodología cualitativa, ni se realiza una interpretación tomando en cuenta el análisis sociohistórico en el que se encuentran inmersos estos referentes, ya que cuando llegan a las conclusiones, hacen un resumen, no propiamente una interpretación en donde converjan la cultura, la comunicación y la mujer junto con la representación simbólica y las revistas femeninas, por lo que éstos son los conceptos fundamentales de mi problema de investigación.

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El propósito de esta investigación es analizar la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, durante los meses de mayo a octubre de 2004.

Para el desarrollo de este trabajo es necesario comprender algunos conceptos que serán la base de dicho escrito, el primero es el de **representación simbólica**, entendiéndola como: la construcción de arquetipos que explican, interpretan, significan, dan sentido y legitiman una determinada forma de ver la realidad (visión) y que se expresan en formas simbólicas (acciones, expresiones y textos que encarnan a tal perspectiva) en relación con los contextos históricos sociales dentro de los cuales y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.

Como ya se estableció anteriormente, las representaciones simbólicas se expresan en formas simbólicas, por lo que es necesario precisar que estas se entienden como:

construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden comprender, en tanto que dichas formas sean entendidas e interpretadas por individuos que las producen y reciben, pero también son constructos significativos que se estructuran de maneras diferentes y que se insertan en condiciones sociales e históricas específicas. (Thompson, 1993, p.398)

De la misma manera, en la que las representaciones y formas simbólicas se incluyen en contextos cognitivos, comunicativos, sociales, culturales, históricos y ecológicos, el ser humano al ser producido y productor de tales construcciones, detenta un tipo de identidad en función de las representaciones que delimitan un marco de referencia que le dará las particularidades que lo determinen como tal.

En este caso, el ser que ocupa el interés en dicha investigación y segundo concepto, será el de **mujer**, definida como una “construcción sociocultural históricamente definida” (Valenzuela, 1997, pp.13-16)

Ya que es ella, el objeto de la representación simbólica de las revistas femeninas y para ello debemos tener en cuenta que el género femenino a lo largo de la historia social y cultural ha estado delimitado por los preceptos dominantes, lo que lo ha configurado y singularizado en cada contexto específico.

Para poder comprender a la mujer como ser particular, es necesario tomar en cuenta las categorías que elabora Valenzuela Arce para identificar la noción de joven y que pueden ser aplicadas a la idea de mujer. En tanto que ser joven es uno de los rasgos transitivos que ubican a un tipo específico de mujer y la mujer sería una forma de género que puede tener como expresión la juventud, sin que por ello se limite a la diversidad de grupos que pueden existir dentro de la categoría femenina, además de que se debe de tomar en cuenta su contexto social y cultural, entonces la idea de mujer será cambiante y dinámica.

Con ello, estamos indicando que de acuerdo a su localización histórica, cultural y social, es como la mujer establece una forma de ser y estar en el mundo, y esto puede verse reflejado mediante su representación en los diversos medios de comunicación a lo largo de la historia.

Siendo uno de estos, el impreso y de forma más específica, las revistas femeninas, ellas se han encargado de construir una versión del proceso de desarrollo en el que se ha visto inmersa la mujer en la historia y en la sociedad, así como un tipo de representación de los diversos cambios en la condición de serlo.

Además de que han sido uno de los agentes que han contribuido para la consolidación o el cambio de los roles femeninos, ya que en ellas la mujer es transfigurada de las más diversas maneras, encontrándola primero como: objeto de adorno, persona de amor e inspiración o bien, de deseo, confrontación, como elemento de explotación sexual, persuasión y finalmente de consumo. Estos cambios pueden apreciarse en primer lugar cuando hasta los años cuarenta, se trataba de preservar una imagen femenina socialmente aceptable, es decir, una mujer que se esmeraba en su arreglo personal aún cuando desempeñara labores masculinas debido a los conflictos bélicos.

Posteriormente al terminar esta guerra, la mujer debía volver al papel tradicional, es decir aspirar a ser “una buena esposa, una buena madre y una administradora doméstica eficiente”, (Wolf, 1991, p. 83) con este cambio las empresas que se beneficiaban con la industria bélica debían lograr vender bienes de consumo que llenasen el vacío de dichos contratos por lo que a través de las revistas se le vendió a la mujer la idea “de ser bella”, imagen que la acompaña hasta nuestros días.

Para ello, es necesario precisar a nuestro tercer concepto, **las revistas femeninas**, las cuales se definen como el tipo de publicación periódica (semanal, quincenal, mensual) con escritos sobre varios temas o sobre uno en particular, que se dirige a la mujer, desde el punto

de vista de una amiga, de una consejera que trata temas generalmente de belleza, moda, sexo, tests psicológicos, consultas sentimentales, espectáculos y cartas de las lectoras pidiendo consejo sobre diversos problemas, entre otros, pero que dependiendo de los temas de interés y actualidad, pueden aparecer otros.

Además de que estos temas están contenidos en papel de calidad, con modernas técnicas de impresión y llamativas portadas en color lo que influye en su compra.

Son en su gran mayoría escritas por mujeres, para mujeres y sobre problemas de mujeres, tomando en serio los temas que les interesan, sin que se juzgue en dichas publicaciones los temas como banales o frívolos y tampoco a sus lectoras por querer saber más de ellos, aún cuando sean temas que tengan que ver con moda o belleza.

Además de que se investiga a partir de información científica, es decir con especialistas; de información no científica, esto es, datos que reúne la redactora de fuentes diversas y por último el testimonio de una mujer que tuvo el problema en cuestión, todo esto a través de un lenguaje sencillo, de amiga a amiga que facilita la comprensión del tema tratado, a diferencia de las revistas científicas en las cuales se utilizan términos técnicos.

Sin embargo también existen secciones que pueden ser escritas por hombres, dirigidas a adquirir mayor información sobre el sexo opuesto y como conseguir y/o conservar a un hombre.

La voz de la revista ofrece a las mujeres “una autoridad femenina invisible a la cual admirar y obedecer, paralela a la relación mentor- protegido que ayuda a formar a muchos hombres en su educación y en su empleo, pero que rara vez se proporciona a las mujeres en ninguna parte, salvo en las páginas satinadas de su revista” (Wolf, 1991, p. 95)

Las revistas proporcionan servicios reales, mediante líneas de asistencia, sondeos de opinión entre las lectoras, instrumentos de información presupuestaria y financiera. Todo ello combinado hace que la revista parezca algo más que una revista: es como una mezcla de familia extendida, agencia, partido político y gremio.

Debido a que estos rasgos generales están contenidos en las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, es por ello que se eligieron para ésta investigación.

Siendo también una de las razones por la cual se seleccionaron tales revistas y no otras, es porque, la primera es de las más antiguas en el mercado, llegó a México en 1973 y a través de los años ha sabido mantenerse vigente, pues mientras otras desaparecen, ésta continua en el gusto de sus lectoras, las cuales la siguen comprando.

Algunas de las razones por las que se da la vigencia de la revista son porque trata en sus páginas temas de sexualidad como lo son, el placer, la seducción, las fantasías eróticas, infidelidad, posiciones, masajes, mitos; de belleza tales como: dietas, ejercicios para las zonas problemáticas, maquillaje de moda, nuevas tendencias; de salud como cáncer de seno, alimentación sana, asuntos que interesan a las lectoras y que aunque también son tratados en otras revistas es en *Cosmopolitan* donde depositan su confianza para saber de estos.

Además a pesar de la idiosincracia que maneja en sus páginas, (ya que es editada en México, pero sus oficinas de redacción se encuentran en Florida y en la versión en español, sólo son traducidos los artículos de la versión en inglés que ya han sido publicados allá, a los cuales hacen algunos cambios y así se editan) pues dicho en otras palabras es una revista estadounidense que compran mujeres mexicanas que no tienen ni la estructura física, cultura, economía, ni tradiciones que las americanas e incluso cuando la mayoría de los personajes locales que aparecen en ellas le sean desconocidos o no exista ninguna relación con el espectáculo mexicano, es aceptada y se vende sin mayores problemas.

El porqué se da esta venta puede explicarse de la siguiente manera, cuando las lectoras hojean las páginas de su revista tienen acceso a productos y artículos que por su economía no pueden obtener y al hacerlo tienen un medio de escape para su frustración, pues entran a ese



mundo de lujo y fantasía del que salen cuando la cierran, por lo tanto pueden ingresar tantas veces como abran su revista.

De la revista *Veintitantos*, cabe decir que es de las primeras que va dirigida a la mujer joven, como su nombre lo dice, salió en 1993, abriendo un parteaguas en las revistas femeninas, ya que antes de ésta, las revistas estaban orientadas a las señoras o adolescentes.

Esto es que en sus páginas se pueden encontrar temas como el sexo, belleza, moda, entre otros, pero manejados específicamente para este público en particular, es decir, sin la inocencia a la que se dirigen a la adolescente, sobreentendiendo que estas mujeres jóvenes tienen experiencia en dichas materias por lo que se maneja un lenguaje claro llamando a las cosas por su nombre y sin los prejuicios que puedan tener las mujeres maduras que por los convencionalismos de la sociedad no pueden o no deben hacerlo con tal libertad.

Porque aunque han salido publicadas otras revistas enfocadas a este grupo, gracias a la edición de estos temas sobre todo sexuales y de belleza se mantiene así, en el gusto de las jóvenes.

Finalmente también fueron elegidas porque en ellas se destaca a través de sus páginas, de su publicidad impresa, de sus artículos, el discurso del valor de la belleza como un arma que debe ser utilizada por toda mujer, como su máximo valor y para conseguirlo ningún sacrificio se debe escatimar, léase dietas, ejercicios, cremas, cirugías, así también como el medio para ascender socialmente, ya sea para obtener un mejor empleo o para conseguir al mejor marido y por promoverse mediante el sexo, la figura y la cara, pues de esta manera lo que no se tiene, se logra y lo que ya se tiene, se conserva.

Este discurso puede ser perfectamente identificado debido a la experiencia que la investigadora tiene respecto de las revistas femeninas, gracias a su formación universitaria, a las lecturas realizadas a diversas publicaciones, así como a la sensibilidad que ha adquirido a través de los años en los cuales se ha encontrado inmersa dentro de estas ediciones y que le han otorgado el conocimiento para discernir sobre este discurso.

### **1.3 Definición del Problema**

La información con la que cuento hasta ahora hace que determine lo que deseo conocer y esto es, cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, para conocer cuál es este concepto y si a través de éste se pretende homogeneizar a la mujer mediante determinados estándares de conductas y de deber ser.

Se han hecho diversos estudios acerca de los estereotipos de la imagen de mujer que presentan algunas revistas, pero no acerca de la representación simbólica del concepto de mujer, a través de las imágenes contenidas en las revistas y en concreto es lo que deseo analizar.

### **1.4 Pregunta General y Preguntas Particulares**

**GENERAL.-** ¿Cuál es la representación simbólica sobre el concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?

#### **PARTICULARES.-**

¿Cuáles son las representaciones simbólicas que desean proyectar las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, a partir del concepto de mujer que utilizan las imágenes de las portadas?

¿Cuáles son los elementos que ocasionan que se den tales representaciones simbólicas en las portadas de *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?

¿Qué aspectos de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* se presentan con mayor frecuencia?

¿Cuáles son las representaciones simbólicas que desean proyectar las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, a partir del concepto de mujer que ven las mujeres lectoras de las imágenes contenidas en las portadas?

¿Cuáles son los elementos que ocasionan que se den tales representaciones simbólicas en las mujeres lectoras de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?

¿Qué aspectos de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* se presentan con mayor frecuencia según las lectoras de tales publicaciones?

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Objetivo General**

Analizar la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*.

### **2.2 Objetivos Particulares**

- 1.1. Identificar los mensajes denotativos dentro de las imágenes (6) de publicidad impresa y foto fija de las publicaciones mencionadas mediante un análisis iconográfico.
- 1.2. Localizar las connotaciones de los mensajes de las imágenes mediante una interpretación del análisis iconográfico.
- 1.3. Conocer la estructura de las imágenes mediante un análisis del relato.

## **3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

Se considera que la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, tenderá a establecer una imagen de mujer cuya única preocupación serán los temas banales o superficiales como: él de continuar siendo bella, o tratar de conseguirlo de cualquier manera, saber cual es la última tendencia en cuanto a moda, preocuparse si no ha conseguido novio o marido, y/o tratar de conservarlo mediante diversas técnicas sexuales así como el intentar ascender social y profesionalmente pero con el fin de obtener beneficios económicos y que ellos conlleven a continuar manteniendo la belleza, no el intelecto.

## **4. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1 Variable Independiente**

Las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* como constructos en donde se encuentra contenida la representación simbólica del concepto de mujer.

### **4.2 Variables dependientes**

Cinco imágenes de portada de la revista femenina *Cosmopolitan* que determinan la construcción, mantenimiento o transformación del concepto de mujer.

Cinco imágenes de portada de la revista femenina *Veintitantos* que determinan la construcción, mantenimiento o transformación del concepto de mujer.

Las representaciones que tienen las mujeres a partir de las revistas.

## 5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Análisis de la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, mediante un estudio semiótico estructural aplicado a una imagen de la portada que apareció por mes (10 en total) en el periodo de mayo a septiembre del 2004, una análisis diacrónico y el ASBI (Análisis Semántico basado en la Imagen) aplicado a 6 mujeres que adquieren tales publicaciones. La investigación se llevará a cabo de enero a octubre del 2007.

### 5.1 Espacial

Una imagen de portada (10) de las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* que determinan la construcción, mantenimiento o transformación del concepto de mujer.

### 5.2 Temporal

El análisis de la representación simbólica del concepto de mujer se ubica del mes de enero al mes de octubre del 2007.

### 5.3 Del Grupo

Las imágenes de portada (10) de las revistas que se van a contemplar son las de mayo a septiembre del 2004.

El porqué se escogió esta fecha y no otra fue por que la investigadora empezó con el interés hacia este objeto de estudio por esa época y se dio a la tarea de recolectar las publicaciones mencionadas y cuando realmente comenzó con la tesis fue dos años después y al revisar las revistas la analista encontró que no existen cambios significativos que impidan que se escoja ese año y no otro posterior.

**Sujeto:** Revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*.

Mujeres que adquieren tales publicaciones.

**Objeto de estudio:** Representación simbólica del concepto de mujer.

## 6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

### 6.1 Justificación Social

Este análisis tiene la pretensión de dar a conocer cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas, esto es importante para los académicos porque como la representación simbólica tiene diferentes dimensiones como lo son la psicológica (percepción y emoción), social, cultural, histórica, comunicativa y ecológica.

De igual manera les es de utilidad a los estudiosos de las diferentes áreas mencionadas como lo podrían ser los psicólogos, los sociólogos, culturalistas, historiadores y comunicólogos.

Ya que una investigación que contemple no sólo el análisis semiótico estructural de las imágenes contenidas en las revistas sino que además en su interpretación de los datos considere como parte importante el contexto sociohistórico no se había realizado como tal, y mucho menos tomando en cuenta estudios como lo son las tesis profesionales.

Por lo que se pueden apreciar los beneficios que puede aportar un análisis de esta naturaleza en los diferentes campos de acción en los que se puede encontrar inmersa la representación simbólica, además de que por supuesto se puede principalmente conocer cual es el concepto de mujer que nos transmiten las revistas femeninas mediante sus imágenes.

## **6.2 Justificación Científica / institucional**

Después de revisar las tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y las de de la Facultad de Estudios Superiores de Acatlán, ambas de la UNAM, correspondientes al área de comunicación, se puede decir que éstas se sitúan dentro de la perspectiva de tipo cuantitativo.

Además de que contemplan teorías tales como el Marxismo, el Estructuralismo, o la Teoría de la Comunicación, enfoques que no puede decirse que estén mal, ya que ninguna teoría puede catalogarse como pasada de moda o inservible, pero que no contemplan aspectos tan importantes como la cultura, el contexto sociohistórico, entre otras muchas cosas.

Encontrándome también con que dichos análisis al ubicarse dentro de una metodología de tipo cuantitativo, sólo obtienen resultados cuantificables, pero nunca realizan una interpretación de sus datos, no van más allá, es decir no se plantean un enfoque cualitativo, el cual contempla el aspecto cultural, el aspecto humanista, en el cual se relacionen todos los datos para llegar a una explicación que sea satisfactoria.

De este modo, la investigadora desea plantear en su tesis estas posibilidades, para que quién revise el estudio cuando ya se encuentre en los anaqueles para su consulta pueda obtener mayores beneficios al leerla, pues encontrará todos estos aspectos contemplados dentro de ella

Finalmente esta investigación puede ser interesante para las mismas revistas femeninas porque pueden tomar en cuenta la representación simbólica del concepto de mujer que se encuentra intrínseco en su publicación e incluso pueden propiciar mediante éste una continuación de este concepto y por lo tanto una identificación y con ello un incremento en las ventas de estas publicaciones.

## **6.4 Justificación Personal**

El tema de las revistas femeninas y su relación con la mujer es una cuestión que se ha ido gestando en la investigadora a lo largo de los años, es preciso explicar que este interés ha ido evolucionando con el propio desarrollo intelectual y personal de la misma.

En un principio cuando la analista era adolescente, la lectura de tales publicaciones formaba parte de su cotidianidad, de acuerdo al crecimiento de la misma esta lectura dejó de ser interesante ya que no correspondía a la dirección a la que deseaba dirigirse además de ya no concordaba con las ideas contenidas en las revistas.

Sin embargo, este tema continuó formando parte de sus intereses y deseos de conocer y saber más acerca de él, así que cuando se presentó la oportunidad de escoger un problema de investigación para la tesis, sólo bastó con recordar cuáles eran los tópicos que le interesaban y de esta manera surgieron nuevamente las revistas femeninas.

Y es que es importante precisar que ha pesar de tener muchos detractores, las revistas femeninas tienen una peculiaridad muy interesante, logran atrapar a su lector por medio de sus páginas llenas de color y mensajes sugerentes. Y es este uno de los puntos clave a estudiar, tomando como base que a través de sus mensajes e imágenes presentan un concepto de mujer el cual es representado simbólicamente por medio de sus páginas.

## **ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **7.1 Magnitud del Problema de Investigación**

La investigación es importante porque desea analizar cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que tienen las revistas femeninas y así como se puede dar este concepto en estas revistas, de igual manera tal vez se presenta en todas las demás. Es representativa porque va a utilizar un enfoque cualitativo en cuanto a metodología.

Dar a conocer cual es el concepto de mujer que se presenta mediante las representaciones simbólicas que tienen las revistas nos permitirá saber que idea de mujer están manejando, como le dicen que debe ser. La trascendencia de este proyecto podría ser mayor, sin embargo, es solamente el principio para investigaciones futuras.

## **7.2 Trascendencia del Problema de Investigación**

La contribución de esta investigación no será en cuando a nuevos métodos para realizar el análisis semiótico estructural, la importancia radicará en que estos datos no se quedarán en un aspecto puramente descriptivo, se trasladaran a un ámbito de interpretación tomando en consideración en que contexto sociohistórico fueron dados. Esto aunque parezca simple otorga al estudio una visión diferente, recordando que no se han hecho investigaciones que contemplen esta dinámica.

## **7.3 Factibilidad del Estudio**

En cuanto a sí es posible realizar esta investigación, tomando en cuenta el aspecto económico y la infraestructura con la cual cuenta la investigadora se llegó a la resolución de que si es factible llevarla a cabo.

Además el objeto de estudio no presenta un obstáculo en cuanto a información, ésta tiene libre acceso y de esta manera se puede llevar a buen termino dicho análisis.

## **8. MARCO HISTÓRICO / CONTEXTUAL**

Para conocer la representación simbólica del concepto de mujer, se debe primero tratar la evolución que ha tenido ésta a través de la historia, ya que ha sido determinado en gran parte por el lugar que ella ocupa con relación al trabajo productivo y por la función que desempeña en la vida social y familiar.

## **9. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **9.1 CATEGORÍA GENERALES**

#### **Acerca de Cultura**

Es importante antes de empezar a explicar, el nombrar los conceptos en los cuales estará basada mi tesis como son: cultura, comunicación, representación simbólica, formas simbólicas, mujer y revistas femeninas.

### **9.2 Planteamiento del Problema**

Este proyecto está enfocado al medio escrito que son las Revistas Femeninas, particularmente a *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, específicamente a las imágenes exteriores de ambas publicaciones, mediante un estudio semiótico estructural aplicado a diez portadas que aparecieron en el periodo de mayo a septiembre del 2004, un análisis diacrónico de ambas revistas y la aplicación de un ASBI (Análisis Semántico Basado en la Imagen) a un grupo de 6 mujeres lectoras de las revistas mencionadas.

El propósito principal es conocer la representación simbólica sobre el concepto de mujer que manejan las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, particularmente las portadas y si a través de éste se pretende homogeneizarla mediante determinados estándares de conductas y de deber ser. Así, las preguntas a responder en esta investigación son:

- ◆ ¿Cuáles son las representaciones simbólicas que desean proyectar las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, a partir del concepto de mujer que utilizan las imágenes de las portadas?
- ◆ ¿Cuáles son los elementos que ocasionan que se den tales representaciones simbólicas en las portadas de *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?

- ◆ ¿Qué aspectos de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* se presentan con mayor frecuencia?
- ◆ ¿Cuáles son las representaciones simbólicas que desean proyectar las revistas femeninas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*, a partir del concepto de mujer que ven las mujeres lectoras de las imágenes contenidas en las portadas?
- ◆ ¿Cuáles son los elementos que ocasionan que se den tales representaciones simbólicas en las mujeres lectoras de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos*?
- ◆ ¿Qué aspectos de las imágenes contenidas en las portadas de las revistas *Cosmopolitan* y *Veintitantos* se presentan con mayor frecuencia según las lectoras de tales publicaciones?

Estas preguntas se podrán solucionar mediante las siguientes categorías: Cultura, Comunicación, Revistas Femeninas, Mujer, Representación Simbólica y Formas Simbólicas.

¿Por qué es importante este tema? Este análisis tiene la pretensión de dar a conocer cuál es la representación simbólica del concepto de mujer que manejan las revistas femeninas, esto es importante para los académicos porque como la representación simbólica tiene diferentes dimensiones como lo son la psicológica (percepción y emoción), social, cultural, histórica, comunicativa y ecológica.

De igual manera les es de utilidad a los estudiosos de las diferentes áreas mencionadas como lo podrían ser los psicólogos, los sociólogos, culturalistas, historiadores y comunicólogos.

Ya que una investigación que contemple no sólo el análisis semiótico estructural de las imágenes contenidas en las revistas sino que además en su interpretación de los datos considere como parte importante el contexto sociohistórico no se había realizado como tal, y mucho menos tomando en cuenta estudios como lo son las tesis profesionales.

Por lo que se pueden apreciar los beneficios que puede aportar un análisis de esta naturaleza en los diferentes campos de acción en los que se puede encontrar inmersa la representación simbólica, además de que por supuesto se puede principalmente conocer cual es el concepto de mujer que nos transmiten las revistas femeninas mediante sus imágenes.

## **10. MARCO METODOLÓGICO**

Se utilizará para esta investigación la perspectiva del Método Cualitativo.

El Método Cualitativo se denomina como inductivo-interpretativo, ya que su finalidad principal es la búsqueda de significados.

Una investigación de carácter social no debe limitarse, para que un estudio cumpla con el propósito básico de dar cuentas de una parte de la realidad, es necesario que se recurra a este enfoque para explicar las representaciones dadas simbólicamente y para construir el texto interpretativo dándole el carácter humanista al problema de investigación.

## **11. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR**

Para la presente investigación se utilizara un estudio semiótica estructural. Para ello, se utilizaran las siguientes técnicas:

- ◆ Análisis estructural (desde la perspectiva que maneja Daniel Prieto Castillo: situaciones, personajes, ambientes, situaciones, etc.)
- ◆ Análisis iconográfico (en los niveles cromático, tipográfico, topográfico, fotográfico, retórico, etc.)

## **CAPITULADO, ÍNDICE O ESQUEMA DE TRABAJO**

Introducción

Capítulo 1. Teórico

- 1.1 Cultura
- 1.2 Comunicación
- 1.3 Relación entre cultura y comunicación
- 1.4 Mujer
- 1.5 Representación Simbólica

Capítulo 2. Contextual

- 2.1 El desarrollo de la mujer a nivel mundial
- 2.2 El desarrollo de la mujer en México
- 2.3 Las revistas femeninas en el Mundo
- 2.4 Las revistas femeninas en México
- 2.5 Cosmopolitan y Veintitantos

Capítulo 3. Metodológico – Técnico

- 3.1 Operacionalidad de la hipótesis
- 3.2 Construcción del Instrumento.
- 3.3. Determinar la aplicación del Instrumento
- 3.4 Sistematizar la información obtenida

Capítulo 4. Interpretación

- 4.1. Relación entre la Teoría y el Contexto
- 4.2 Relación del Contexto con los Datos
- 4.3 Relación de los Datos con el Objeto de Estudio

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

### **CRONOGRAMA, CALENDARIZACIÓN O AGENDA DE TRABAJO**

Mes Y actividad	Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre	
Entrega de proyecto para registro y realización del 1er. Capítulo (Teórico)	01 al 15	16 al 30										
Segundo capítulo (Contextual)			01 al 15	16 al 30								
Tercer capítulo (Metodológico)					01 al 15	16 al 30						
Cuarto capítulo (análisis)							01 al 15	16 al 30				
Quinto capítulo (interpretación)									01 al 15	16 al 30		
Conclusiones											01 al 15	16 al 30

### **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

#### **TESIS**

Altamirano E. (2004) La mujer joven y la publicidad en revistas femeninas: Estudio de su imagen, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán, Periodismo y Comunicación Colectiva, Tesis.

García C. (1978) Revistas femeninas una forma de penetración ideológica. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis.

Guilbert Y. (2000) El marco ideológico del contenido de las revistas femeninas mexicanas, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán, Periodismo y Comunicación Colectiva, Tesis.

Henríquez C. (1993) "Las revistas femeninas como medio de comunicación en las relaciones económico-sociales. Instituto Universitario de Ciencias de la Educación. A.C. Escuela de Sociología, Sociología, Tesis.

Ibarra G. (2001) Las revistas femeninas como agentes persuasivos de conducta en los estereotipos sociales de la mujer mexicana, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis

Macías T. (2004) La influencia de las revistas femeninas juveniles para la disminución de peso (como sinónimo de belleza) en las mujeres mexicanas entre los 15 y 20 años, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Aragón, Periodismo y Comunicación Colectiva, Tesis.

Marques L. (1980) El uso de la imagen de mujer como objeto sexual en la publicidad de revistas femeninas, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis.

Martínez A. (2003) La mujer como símbolo en las publicaciones (un análisis a las portadas de revistas femeninas, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Artes Plásticas, Comunicación Gráfica, Tesis.

Romero V. (1997) Estructura de un mensaje publicitario en revistas femeninas y su relación con la mujer mexicana de los 90's, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciencias de la Comunicación, Tesis.

## **LIBROS**

Augé, Marc (2001), De lo imaginario a lo ficcional total en Vergara, Abilio, CONACULTA/ INAH, México.

De Certau, Michel (1999), La cultura en plural. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.

De Certau, Michel (2000), La invención de lo cotidiano. Artes de hacer, Universidad Iberoamericana, México.

Durand, Gilbert (1971), La imaginación simbólica, Amorrortu editores, Buenos Aires.

Duch, Luis (2004), Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología, Herder, Barcelona.

Gertz, Clifford (1997), "Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura", La interpretación de las culturas, Gedisa, Barcelona.

Thompson, J (1998), Ideología y Cultura Moderna, Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas, México, UAM-Xochimilco.

Valenzuela, J (Enero- Marzo 1997, No. 3, Cuarta Época), Culturas Juveniles. Identidades Transitorias. Revista JOVENes, México, Instituto Mexicano de la Juventud.

Wolf, N (1991) El Mito de la Belleza, Barcelona, Colección Reflexiones Emece Editores.



## ANEXO 3

**TABLA DE ESPECIFICACIONES**

<b>CONCEPTO</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INDICES</b>	<b>TOPICOS</b>
Representación Simbólica de la Mujer	1.Arquetipos	1.1 Imagen	1.1.1Mujer social	1.1.1.1 Sumisa 1.1.1.2 Dominante 1.1.1.3 Independiente 1.1.1.4 Dependiente 1.1.1.5 Femenina 1.1.1.6 Antifemenina 1.1.1.7 Tímida 1.1.1.8 Extrovertida 1.1.1.9 Rebelde 1.1.1.10 Dócil 1.1.1.11 Objeto Sexual 1.1.1.12 Asexual
			1.1.2 Mujer- Familia	1.1.2.1 Madre 1.1.2.2 Esposa 1.1.2.3 Hija 1.1.2.4 Hermana
			1.1.3 Mujer- Pareja	1.1.3.1 Novia 1.1.3.2 Esposa 1.1.3.3 Amante
			1.1.4 Mujer- Laboral	1.1.4.1 Responsable 1.1.4.2 Comprometida 1.1.4.3 Capaz 1.1.4.4 Inteligente 1.1.4.5 Leal
			1.1.5 Mujer- relación laboral	1.1.5.1 Jefe 1.1.5.2 Compañeras 1.1.5.3 Subordinada
			1.1.6 Mujer – actividad laboral	1.1.6.1 Obrera 1.1.6.2 Profesionista 1.1.6.3 Técnica 1.1.6.4 Empleada 1.1.6.5 Servidora Pública
			1.1.7 Mujer- Mujer	1.1.7.1 Atractiva 1.1.7.2 Repulsiva 1.1.7.3 Deseable 1.1.7.4 Sensual 1.1.7.5 Sexual 1.1.7.6 Desinhibida 1.1.7.7 Recatada
			1.1.8 Mujer- Estado civil	1.1.8.1 Soltera 1.1.8.2 Casada 1.1.8.3 Divorciada 1.1.8.4 Viuda 1.1.8.5 Concubina
		1.2 Apariencia física	1.2.1 Estilo	1.2.1.1 Casual 1.2.1.2 Tradicional 1.2.1.3 Elegante 1.2.1.4 Romántico 1.2.1.5 Creativo 1.2.1.6 Seductor

				1.2.1.7 Dramático
			1.2.2 Accesorios	1.2.2.1 Cara (aretes, diademas, collares) 1.2.2.2 Cuerpo y extremidades superiores (cinturones, relojes, pulseras, anillos) 1.2.2.3 Extremidades inferiores (zapatos)
			1.2.3 Caramorfología	1.2.3.1Cuadrada 1.2.3.2Rectangular 1.2.3.3Redonda 1.2.3.4Oval 1.2.3.5Diamante 1.2.3.6Pera 1.2.3.7Corazón
			1.2.4 Cuerpo- Antropomorfología	1.2.4.1Rectangular 1.2.4.2Oval 1.2.4.3Redondeada 1.2.4.4Reloj de arena 1.2.4.5Triangular 1.2.4.6Triangular invertida 1.2.4.7Rectilínea
			1.2.5 Cabello	1.2.5.1Rubia 1.2.5.2Morena 1.2.5.3Pelirroja 1.2.5.4Castaña
			1.2.6 Color de piel	1.2.6.1Blanca 1.2.6.2Morena 1.2.6.3Negra 1.2.6.4Trigueña
		1.3 Imagen Publicitaria	1.3.1 Punto de vista	1.3.1.1 Punto de vista medio o natural 1.3.1.2 Punto de vista en picado 1.3.1.3 Punto de vista en contrapicado 1.3.1.4 Punto de vista nadir 1.3.1.5 Punto de vista cenital o de pájaro
			1.3.2 Características básicas de las imágenes	1.3.3.1 Iconicidad / Abstracción 1.3.3.2 Simplicidad / complejidad 1.3.3.3 Monosemia / polisemia 1.3.3.4 Originalidad /

				Redundancia 1.3.3.5 Denotación / Connotación
			1.3.3 Retórica de la imagen	1.3.3.1 Metáfora 1.3.3.2 Metonimia 1.3.3.3 Sinécdoque 1.3.3.4 Elipsis 1.3.3.5 Hipérbole 1.3.3.6 Antonomasia 1.3.3.7 Prosopopeya
			1.3.4 Funciones del lenguaje verbal	1.3.4.1 Referencial, denotativa o cognoscitiva 1.3.4.2 Emotiva o expresiva 1.3.4.3 Conativa 1.3.4.4 Fática 1.3.4.5 Poética 1.3.4.6 Metalingüística
	2. Recepción	2.1 Lugares	2.1.1 Vida cotidiana	2.1.1.1 Casa 2.1.1.2 Trabajo 2.1.1.3 Escuela

## ANEXO 4

### TRANSCRIPCIONES DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista 1  
Inés Mendoza  
**38 años**  
**Casada con 2 hijos**  
Abogada / Estilista

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

La más sumisa, la 4 o 5 su mirada, su sonrisa, su expresión corporal y su expresión del rostro y la más dominante la 9 o 10 la misma pose, la cara, la expresión del rostro te dice todo.

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?

La más independiente la 7 porque siento que ella es como más ella, intuyo que no acepta como que mucha intromisión. La más dependiente sería la 5 la sumisa, concluyo que es la más fácil de manipular, en el sentido de decirle, tienes que usar esto, tienes que portar esto para demostrar esto, tiene esa tendencia a obedecer, a estar recibiendo ordenes.

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

La más femenina sería la 7 por el tipo de vestido, la ropa te lo dice y aparte la pose del cuerpo, no está diciendo sensualidad, no está siendo extravagante y no encuentro ninguna que sea antifemenina, todas parecen femeninas.

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

La más tímida la 5 porque de todas las portadas que me estás mostrando es la que menos enseña el cuerpo. La más extrovertida podría ser la 1, no sé explicarte porqué, lo intuyo, por el rostro.

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

La más rebelde es la 2 podría decirte porque según estadísticas más, personales, es la que pienso que es más caprichosa, como niña de berrinches, ¿no? La más dócil, la 5 es lo que veo en la imagen.

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexual?

La portada más objeto sexual es la 8, en la forma de pararse, la forma de vestirse. La más asexual no hay, no veo a ninguna.

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

¡Híjole! Es que está difícil, ahora sí que a todas las veo igual, a ninguna le veo cara de madre, acercándonos un poco tal vez la 10 y la 4, madre joven porque se ven serias, las veo con don de mando. Esposa la 6 porque la veo paciente, tranquila, su ropa no llama tanto la atención. Hija, volvemos a la 5 y la 2 por ser las más niñas. Hermana la 7 porqué da confianza. Novia, -eterna- la 6 y la 4 por serias y tranquilas. Amante bueno lo dice todo la 8, 9, 3 y 4, yo puedo decirte qué la es madre yo la veo también que puede llegar a ser la amante, ¿porque no?

8 ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

La más responsable la 7, porque me da confianza. La más comprometida la 10, se ve que lleva a cabo lo que le piden. La más capaz la 7 o la 10, si son responsables y comprometidas, son capaces ¿no? La más inteligente, la 7 no sé, se ve que lo es. La más leal, ninguna, no creo que lo sean.

9 ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

Jefa la 10, por su actitud se ve dominante, sería. Compañera, ninguna, no las vería así. Subordinada la 6 porqué creo que haría bien el trabajo que le encomendará.

10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?  
Obreras, no sé tal vez como obreras no las veo. Profesionistas serían la 7 y la 10 por lo que dije antes, se ven capaces, responsables, inteligentes. Técnica la 3 no se ve tan seria como para tener estudios superiores. Y empleada la 6 haría bien su trabajo.

11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?  
La más atractiva la 10, es bonita, seria, y su mirada es penetrante. La más repulsiva, para mí la 8, la manera de vestir, la pose, no me gusta.

12 ¿Cuál es la más / menos deseable?  
La más deseable la 10, por lo que te digo, guapa, dominante, seria. La menos deseable la 8, tan exagerada y extravagante no creo que guste.

13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?  
La más sensual yo creo que no hay. La más sexual, bueno que quiere aparentar que es sexual más no me consta que sea sexual la 9, su pose, su actitud.

14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?  
La más desinhibida la 8, su vestido, la pose, el color. La más recatada la 5 se ve que enseña menos que las otras.

1. ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?  
Bueno he visto o creo ubicar a las chicas pero no las conozco, es decir no sé quienes son.

2. ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?  
Claro que sí, demasiado, nosotros laboralmente en la estética lo manejamos como que la imagen de una mujer es la que te abre puertas en cualquier negocio o apertura de cualquier solicitud de empleo, nosotros como estilistas lo vemos como que la imagen, el rostro, el cabello y el vestido importan mucho, ya después vamos a lo seguro que vienen siendo el vocabulario, la inteligencia, el comportamiento, pero primero la imagen, el rostro, el cabello y el vestuario y a veces hasta el caminar, el conducirte.

3. ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?  
Actualmente la imagen en lo laboral no es la apropiada, yo lo veo en compañeras que se han dejado llevar por la comodidad, por la no discriminación y confundimos ¿no? Porque a veces vamos así como nos levantamos, con el tenis y así se presentan, eso es lo que digo, yo siento a mi modo de ver que lo que debe de ser, yo creo que a donde vas es como vas, para sentirte cómoda y sobretodo para imponer un respeto y jerarquía, yo creo que si eres jefa o ¡ay! Tal vez no tienes que ser jefa, sino que tienes que ir presentada para que la persona que vas a atender se sienta cómoda contigo, la presencia importa mucho.

4. ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?  
Bastante porque mira a veces el hecho de que tu me estabas preguntando hace rato por una obrera, una obrera de repente cambia a un ambiente de oficina, eso la enseña a madurar en su forma de conducirse, de vestirse, yo lo he vivido y lo he visto, en ese sentido te enseña a conducirse, a tratar a la gente, a comportarte, hasta a hablar, a tener conversaciones más amplias con gente de distintos niveles y por lo tanto sí creo que es importante la imagen de otra mujer para otra mujer.

5. ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?  
Esta mal que yo lo diga pero sí, porque yo respeto mucho el hecho de que la gente sea gordita o llenita, chaparrita y morenita y en una de esas recaigo yo, pero se me hace mucha falta de atención propia el hecho de que nos dejemos engordar, el que no nos cuidemos, no nos peinemos, no, no, está mal que yo lo diga pero sí importan la cara y el cuerpo.

6. ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?  
Sí bastante mira, te lo voy a decir desde dos puntos de vista, en el estético, a mí me llama la atención y me rió muchas veces de que llegue una gordita, morena y que esta chaparrita y te dice quiero que me dejes como la de la revista y tú lo haces en el momento, pero es una persona que no lo va a volver a hacer en su vida y le haces el corte, pero no lo va a volver

hacer nunca, sale en ese momento así, pero en su vida se va a recoger el cabello, se va hacer el chongo y así va a andar todos los días porque va a la escuela, al mercado, ese día porque es un evento especial, en el otro precepto en el hogar, o muchas profesionistas les ayuda muchísimo, en el caso tengo clientes que son doctoras, dentistas, etcétera y se basan en las revistas y ven imágenes que les gustan y van al doctor para mejorar, tienen aspectos buenos y malos, a veces hasta las feitas se trauman más ¿no?

## **Entrevista 2**

**Ana Sofía Hernández González**

**24 años**

**Soltera sin hijos**

**Egresada de Periodismo y Comunicación Colectiva**

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

La más sumisa la 5, bueno creo que se ve un poco más joven, es la más joven de las portadas que están aquí y los colores son como más pasteles, entre azul, amarillo, rosa, es la más jovencita y ya. La más dominante es la 10 por la vestimenta, los escotes, la faldita, el cabello así muy despeinado, muy “melena de león” creo que será la más dominante, sofisticada.

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?

Para mí la más independiente sería tu portada número 6, esta entre un estilo medio formalón, más la chica se ve como de 25 más o menos y es esa la edad en la que ya empiezas a trabajar, de todas se ve la más formal. La más dependiente la 2, si la 2 o la 5, que son las chicas que se ven más jovencitas, igual con los colores, más muy pastel, como en pose de relajo.

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

Para mí la más femenina sería la chica de la portada 4, esta entre un aspecto ni tan maduro ni tan infantil. Creo que todas se ven femeninas, pero de entre todas la más antifemenina sería la 3, si por que viene toda de mezclilla, básicamente por la mezclilla supongo.

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

La más tímida sería la chica de la portada 5, si bueno se ve más chiquita, más tímida, yo creo que sería esa. La más extrovertida definitivamente sería la 10 se ve más con pose, digamos como con más experiencia, más dominante.

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

La más rebelde igual la 3 tiene así toda de mezclilla, tiene un como tigre, un animal felino en la blusa, se ve la más reventadona o algo así. La más dócil sería nuevamente la portada número 5, si porque está muy sentadita, muy quietecita, con poco maquillaje, muy seriecita ella.

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexual?

Yo creo que la 10 sería la más objeto sexual, si definitivamente, bueno por la melena, el maquillaje que lleva en los ojos muy recargadón, la ceja muy marcada, la melena de león, la pose de aquí estoy ¿no? La más asexual creo que la 8 es que igual, por ejemplo como que los polos igual atraen porque para los hombres les llama la atención las muy extrovertidas, las muy felinas o las muy muy niñas, las llamadas “lolitas” o sea que son digamos que los dos puntos extremos son los que llaman más la atención, pero la que a mí se me hace que es menos es la 8 aunque se ve muy femenina en el vestido y todo pero su rubio no es muy atractivo, como que no y los colores de la ropa como que no, no jalan.

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

Como madre la 7 y 8 por el vestido y así como que más formalonas. Como esposa la 7 y la 6 entre jóvenes formalonas, seriesonas, como que serían esas. Hijas las chicas de la portada 2 y la 5 que son las se ve que están más jovencitas, más niñas, como en su pose de soy una chica que va a la escuela, la cuidan. Hermana como la 2 y la 5, como de hermanas menores, ahora si que lo adecuó a mi hermana y si serían como ella, más jovencitas, más en esa onda. Novia,

pues a la 1, a la 6 y a la 4, como que están en esa edad del noviazgo todavía. Amante a la 10 si te digo la 10 y hasta la 9 por los vestiditos, por las poses que tienen ellas muy, pues no sé, muy provocadoras.

8 ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

La más responsable, la 6 no es ni tan formal ni tan informal. La más comprometida igual la 6 se me hace la más responsable y comprometida con su trabajo, esta más en esa media. La más capaz, pues igual la 6, si eres responsable eres capaz. La más inteligente igual en esa imagen la veo, la 6. La más leal la 4 y la 6, porque tienen esa imagen de seriedad, transmiten eso.

9 ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

La jefa sería la 6 o 7, La 6 porque es la que se ve más madura de todas, no de edad sino madura en cuanto a ser más profesional, a estar más segura de sí misma, a ese aspecto, digamos que se ve más vestida como profesionalista y la 7 igual como que refleja más madurez profesional, aunque le resta puntos el escote y la pose de la pierna. Como compañera pues sería la 4 o la 5, la 4 porque se ve que ya está en un ambiente de trabajo, más laboral, y la 5 como que está en proyecto ya de laborar. Y subordinada, pues la 1 y la 2, si porque se ven más o menos chiquitas, pero como que no estarían en ese rasgo de ser jefas, sino nada más desempeñando un rol que les fue asignado, la actitud, no se ven muy responsables de tener a cargo un puesto de mando.

10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionalista, técnica, empleada o servidora pública?

Obrera no, ninguna tiene ni las facciones ni el tipo de obrera. Profesionalista si la 6, la 4 y la 5 como que está en vías de, la 6 por su vestimenta, su corte de cabello, como que ya refleja ese tipo de imagen de ya estar trabajando, de ser profesionalista, la 4 igual no se ve ni tan alocada como otras, ni tan en el relajo ¿no? Y te digo la chica 5 como que se ve más seriosa, y como que está en vías de desarrollarse, todavía ésta estudiando en la universidad. Técnica ¡híjole! La 1, que ya no se ve tan jovencita pero como que no refleja que sea profesionalista. Burócrata ¡híjole! Pues no hay, ninguna estaría dentro de ese ámbito burocrático.

11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?

La más atractiva y repulsiva, la 10 es ambas, para a los hombres si se les puede ser muy atractiva pero muchas veces se puede caer en lo grotesco, en lo exagerado, en lo provocativo, llamativo, deja de ser elegante, de verse bien, tirando, llegando a lo vulgarzón, ella estaría dentro de los dos ámbitos, a los chicos si les gustan muy provocativas pero te digo se cae muchas veces en la exageración y pues si llega a lo vulgar.

12 ¿Cuál es la más / menos deseable?

La más deseable la 10 por todo lo que ya hemos dicho, el cabello, el maquillaje, el vestuario y en general la actitud. La menos deseable creo la 8, de todas las chicas es la menos atractiva y agraciada, además como el color verde no checa.

13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?

La más sensual la 9, trae así como que microvestido y así como los labios y la pose de así muy muy sexy. La más sexual es la 10 como que la más sexualona de todas las portadas, de todas las chicas, está vestida muy provocadora, igual en la pose y la actitud.

14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

La más desinhibida igual volvemos a la chica de la portada 10 igual por el vestuario, pose, maquillaje. La más recatada la 5 por todo lo que ya antes había dicho, se ve más jovencita, por la pose, por el poco maquillaje.

1. ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?

La mayoría de las chicas son guapas, son atractivas, como un modelo a seguir, como un objeto a alcanzar tanto como para hombres como para mujeres ¿no? Modelo para las mujeres, pues te quieres parecer a ellas, más o menos quieres dar un estilo o de moda igual, la mayoría de las chicas representan lo que esta de moda, el maquillaje, como que te van dando lineamientos a seguir.

2. ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?

Pues si, yo creo que si, de hecho ahí viene el dicho de cómo te ven te tratan, pero de hecho si, muchas veces sirven como guías, modelos, tú consultas muchas veces las revistas, para ver que está de moda, qué maquillaje, la tendencia, ves lo de las temporadas de los zapatos por ejemplo, las bolsas, etc. Clásico que cuando vas de regreso a clase, qué tal bolso, mochila, cuando vas a comenzar a trabajar también te dice como vestirse para tu cita de trabajo o X, te dan tips y todo ese rollo.

3. ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?

Yo creo que debe tener una imagen formal, creo que sin llegar a ser señora y esté juvenil sin llegar no sé a la faldita, debe de estar en un punto medio, sin caer en los extremos.

4. ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?

Ah, si, definitivamente, de hecho muchas veces, te guías por – me gusta esto, por se lo vi a tal chava o X, ¿no? Porque también te va dando parámetros hasta a veces de hasta qué comprar, porque ya le viste a una amiga o a alguien que va a la universidad o en el trabajo, que ya se compró tal bolsa, tales zapatos y dices - ¡híjole! Los quiero pero no tan igual, de hecho sí como que siempre vives en una competencia ¿no? Saber quién trae lo mejor, quién está a la moda y todo ese rollo.

5. ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?

Si, definitivamente si, pues de la cara que tengas más o menos una bonita piel, que tengas una piel limpia, bonita y del cuerpo pues igual porque actualmente pues la mayoría de la ropa ya viene en tallas más chicas y se está viviendo un apogeo de la moda y por estar siempre a la moda y todo ese tipo de cosas, de combinar todo, zapatos y todo ese rollo y las tendencias, o sea que viene todo muy bombardeado actualmente y antes pues si era importante estar a la moda, pero no como ahorita, si ha habido un aumento, vives más al pendiente de tu cuerpo y de tu cara que antes, de hecho ahora te puedes dar cuenta de cuantos gimnasios hay cerca de tu casa, qué tipo de gente va y hasta la moda para ir al gimnasio ¿no?

6. ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?

Yo creo que si, digamos de las que conozco, de las que están en mi entorno, bueno yo veo a las revistas como una guía ¿no? Para enterarme pues básicamente qué es lo que viene, qué es lo que está de moda, qué viene de tendencias, por ejemplo a mí me gustan mucho los zapatos y entonces ya me doy cuenta de qué zapatos vienen de moda y todo ese rollo, son como guías, no tanto así como la ley a seguir, pero si te dan parámetros para adquirir algún bien, las portadas básicamente porque de hecho cuando estas en un puesto de revistas o vas al Samborn's, rápido te lees la portadita y dices pues ya sé más o menos lo que viene en el contenido de la revista, te sirve como parámetro para ver si la compras o no la compras y a veces la compras por lo que viene en la portada y luego la vas leyendo y te sale un fiasco porque no viene nada de lo que tu pensaste. Eso en general, en lo particular yo adquiero Veintitantos y a veces, sólo a veces Cosmopolitan.

Entrevista 3

Gloria Juárez

**32 años**

**Casada sin hijos**

Licenciatura trunca

**Auditor Financiero empleada de Gobierno.**

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

La más sumisa, la 5, la chica más inocente ¿no? De la cara, más chiquita obviamente de la edad, la chica más fresita, de cómo está vestida y todo y los colores también por ejemplo, el azul yo lo remito a la tranquilidad, el rojo, el rosa se me hacen más agresivos, más fuertes los colores. La más dominante sería la 8 por ejemplo, de las modelos se me hace la más agresiva, por como esta vestida, el maquillaje, la clásica güera muy candente ¿no? Su vestido.

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?



La más independiente a mí se me hace la 7, a mí se me figura por ejemplo una mujer más profesional, una mujer obviamente que trabaja, ya más madura, que decide sus cosas por sí misma ¿no? Y también los colores me remiten a lo mismo por ejemplo el azul más clarito, más suave todo, más maduro, más tranquilo hasta en la forma de vestir se me hace de las, pues no decente, porque no hay decencia, digamos la más tapadita de todas ¿no? La más dependiente la 2, se me hace así también la niña, la puberta ¿no? La niña que apenas comienza a decidir, no sabe ni que onda, hija de papi, que todavía está más acostumbrada a que le paguen sus cositas, los colores me remiten a lo que estoy diciendo.

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

La más femenina la 8 por, o sea todas tienen ropa muy bonita, bien arregladitas todas, pero por ejemplo en la 8, la florecita, los colores que maneja en el vestuario, las uñitas, se me hace más delicada, más femenina, más provocativa, más todo, tal vez sea porque para mí por ejemplo femenina es un entorno de muchas cosas, ¿no? No es nada más que te pongas un arete o algo, sino la actitud por ejemplo que sea así más coqueta, por esas cosas ella sería la más femenina. Para mí ninguna es antifemenina.

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

La más tímida pues igual para mí yo creo que la 5, la más tímida, es la más dulce de todas, la más niña, la que menos enseña, la carita más limpia ¿no? Menos maquillada, hasta por la pose, tiene mucho que ver, todas están muy enseñadoras y ella así como sentadita de lado y tán tán. La más extrovertida la 9, si la 9 porque bueno por su forma por ejemplo de vestir, ¿no? Es muy pequeñita su ropa, no tiene ningún tipo de prejuicio ¿no? Para enseñar todo, hasta la forma en la que esta parada así como retadora, así como “Y”

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

La más rebelde la 9, te digo por la ropa, por el vestuario, la pose que tiene, se me hace una chava muy reventada, ¿no? Muy así como que fuera de los parámetros, yo hago lo que quiero y qué. La más dócil la 6, más vestida, hasta por la posición de la cara, así como su flequito, todo muy escondidito, si es la que se me haría la más dócil.

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexual?

La más objeto sexual serían dos, para mí las más sexosas las 8 y 9, por como están vestidas, te digo las dos manejan los tonos de fondo, los rosas y lilas, el vestuario, por las poses y el vestuario tiene mucho que ver, las dos se me hacen las más sexuales. Como asexual como que ninguna, no me parece que no.

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

Madre la 7 porque se me hace que su cara y todo lo de la modelo, como que ya es más grande comparada con las demás, la edad, la forma en la que esta vestida, digo hay mujeres que a pesar de ser mamás se cuidan mucho, más que nada por lo que me remite su cara, así como de una mujer hasta como casi cuarentona, ya más grande, por lo demás, no, porque tiene un cuerpazo, más que nada por la cara, se me hace la más grande. Esposa, pueden ser todas, para mi gusto actualmente todas las mujeres pueden tener 15 años y ya te casas ¿no? O puedes tener X edad, te casas o sea que todas pueden ser candidatas para ser esposas. Hijas, la 1, la 2, la 5, la 3 por el look que tienen, de más niñas, la carita, las chavas más adolescentes, por la actitud de vale gorro, ¿no? La clásica chavita que todavía vive con sus papas y no le importa nada, más que la diversión, no, no clásica, porque no todas son iguales, pero si, por las caras, porque son muy jovencitas. Hermana, igual todas, porque pienso que todas pueden ser hermanas de alguien. Novia, también yo creo que todas. Amante, las más malas, la 10, la 8, las que tienen cara de malas, la 10, la 9, también la 7, ¿por qué no? Aunque sea mamá también puede ser amante, me remito más a la 10, la 8, la 9, la 7, así como más de amante.

8 ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

La más responsable la 4, fijate que no la había notado casi, tiene cara de seria, no realmente no la había notado, se me hace con cara de seria, de que podría ser alguien responsable. La más comprometida la 6, la 10, yo creo más que nada por las caras que tienen por ejemplo la 10 es una actriz que yo conozco, tiene cara de entre niña y mujer y yo creo que por eso que la conozco, que la he visto en películas, como que se me hace como niña buena, entonces me remito a eso y las otras que están acá porque la mayoría están sonriendo y estás dos (la 6 y

10) en especial más serias, más de niña buena, por eso me remiten a ese concepto, ¿no? Por la ropa, ni nada, sino por la cara. La más capaz, pues es que yo creo que son todas, porque son bonitas no creo que no puedan ser capaces, no son tontas. La más inteligente, pues realmente no puedo decir o dar una opinión, pero que por su aspecto o por su cara me remita a que son inteligentes, podría ser la 7, lo digo por los colores, ya que para mí se ve seria, más que nada por los colores de fondo, es lo que me remite, porque en sí por la modelo no puedo decir que es tonta o inteligente, ¿verdad? La más leal, la 6, también la 4, tal vez vuelvo a lo mismo, la cara, la actitud, ¿no? La actitud que están manejando, la mirada que tienen en la pose, como que se me harían por eso.

9) ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

Jefa igual creo que la 7, se parece a mi jefa de hecho, bueno no así con ese cuerpo, pero en la actitud, más o menos se me figura. Compañera la 5, la 6, la 4, la 10, por las caras y la mirada únicamente que tienen, me fijo mucho en su cara y en su mirada. Subordinada, la 8 no me gustaría que estuviera bajo mi cargo tendría problemas con su imagen, le diría que se vistiera diferente, la 1, la 2 porque son las más jovencitas.

10) ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?

Obrera ninguna y es que estamos tan llenos de estereotipos, no, no veo a ninguna. Profesionista, la 10, la 7, la 4, la 6, en cuanto a las edades porque las veo como que ya son profesionistas, incluso la 8. Técnica, la 3, la 5 porque salen muy jovencitas como técnicos profesionales. Empleada, la 6, la 10, la misma 8, yo creo que como yo también trabajo para el gobierno, ves todo tipo de mujeres, a veces la que se arregla, aunque no ganen así "guau", se arreglan padrísimo, la ropa, yo creo que trabajan para eso, porque no alcanza para otra cosa, ves a la chica más sencilla, la chica muy bonita, la del cuerpazo, la flaquita o sea a todas, bonitas, feas, güeras, todo te digo, cualquiera, la 10, la 8, la 6 podrían entrar, todas o sea la 9, la 7 misma podrían entrar en esa descripción, todas excepto la 1, la 2 y la 5, las más chiquitas y me voy por la cuestión de la edad.

11) ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?

La más atractiva, la 4, me gusta la forma de la cara, pomulosa, los pómulos, esa parte, los ojos, se me hacen grandes y bonitos, no sé como se diga, pero de la cara se me hace agradable, bonita de cara, cabello largo, guapa, la más guapa de todas. No repulsiva, no ninguna.

12) ¿Cuál es la más / menos deseable?

La más deseable para mi gusto yo creo que la 9, por la ropa, porque cómo enseña, y la rubia la 8, se me hace más como vulgarzona, aunque también está guapa, se me hace la 8, podría ser pero, para mi gusto la 9 se me hace más deseable, por la actitud y por cómo está vestida. La menos deseable tal vez la 6, porque no está enseñando como las otras, pero también está guapa, pero menos deseable sería por la cuestión de que está más tapadita para mí.

13) ¿Cuál es la más sensual / sexual?

Fíjate que para mí la 10 es la más sensual, porque tiene una mezcla de cara de niña y el cuerpazo, entre niña y mujer, se me hace sensual. Y la más sexual la 8 por lo rubio también por cómo está maquillada, la ropa, todo.

14) ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

La más desinhibida la 9, tiene que ver mucho la pose en la que está, la mirada, cómo está retando. La más recatada, tenemos la 5 y la 6, se me hacia las más recatadas, menos maquillaje, la ropa, más tapaditas, por eso.

1) ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?

Pues no me gustan los estereotipos, o sea yo compro también por ejemplo la revista Veintitantos aunque no es supuestamente mi edad, pero aunque yo la compro, no para sentirme joven pero me gusta hojearla, pero si me gustaría que pusieran a mujeres más reales o sea en ésta de hecho en algunas secciones manejan tallas extras, las gorditas, las llenitas y ponen a una chica curvada y eso me gusta de esta revista, que de repente saquen a mujeres más reales, quitar por ejemplo los estereotipos, de siempre hacia la mujer hermosa, bien cuidada, super cuerpazo, que las ponga más naturales, ¿no? En cuanto por ejemplo al maquillaje, cualquier ropa, una mujer X, normal, de la calle, que la pusieran en una portada, no

es algo real, pero sería bueno porque por eso mismo, tratar de no ser gorda, sería algo así cánones de belleza y muchas cosas, ¿no? De que no tienes ropa porque no estás como esa flaca, o no entras dentro de la moda porque pues ya tienes 10 kilos de más, ¿no?, obviamente ya no eres “in” eso es lo que no me gusta por ejemplo de esta revista, de todas, te manejan lo de toda la vida, de que debes ser guapa, flaca, sino, no eres nadie, sino no eres exitosa, sino no eres inteligente, sino no eres mujer. Eso mismo yo por ejemplo que ya soy un poco más adulta, pues lo entiendo y eso no me importa y sé que eso no tiene nada que ver, pero por ejemplo para las chavitas que están más inmaduras luego si se van por esos cánones y quieren copiar todo lo que ven, los mismos hombres, ¿no? Que se les quedan viendo así a las portadas, cuando la mayoría de las mujeres no somos así, esa es la realidad, menos las mexicanas, ¿no? A menos que te cuides mucho, que le inviertas mucho a tu imagen, entonces realmente me gustaría que fueran imágenes más reales, más como cualquier mujer.

2 ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?

Si pero debería ser más importante, la mayoría ven a una mujer y te remiten a la esposa, a la mamá, o a la hermana, a un rol y debe de ser mujer en todo, en todos los sentidos, como los hombres, como profesionista, la misma como amante, tú como mujer puedes ser amiga, hermana, amante, profesionista, como que nada más se ve a la mujer como objeto sexual por ejemplo, en esta portada ves a una chava guapísima y todo a qué te remite, por ejemplo un hombre ve esto y dice es un objeto sexual, esta muy guapa y la ven como fantasía y hasta ahí, no se ponen a pensar –esta chava será mamá, o será esposa, o será amiga, o será hermana de alguien, sufrirá o qué sentirá, cuánto gana, no se ponen a pensar en eso o sea las mismas mujeres cuando vemos esto, nada más decimos esta guapa, yo quiero ser como ella, no te pones a pensar en otra cosa más allá, entonces sí debería ser más importante en cuanto a todos los aspectos, no nada más asumir un solo rol, una imagen o un objeto.

3 ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?

La veo así como siempre, muy pocas mujeres son así en lo laboral, profesionistas de éxito, ¿no? Que sean dueñas de su propia vida, de sus decisiones, como que en la mujer se remite nada más a estar como siempre o asistir, a auxiliar. Yo lo veo en mi trabajo, eres muy eficiente, eres muy buena, es ésta bien, pero eres mujer, sólo te relegan a eso, a asistir, a auxiliar, o a hacer 20 mil cosas más pero con ese mismo puesto y con ese mismo sueldo, entonces mujeres así exitosas laboralmente hay muy pocas, aunque somos muy capaces y somos capaces de eso y más, pero no se nos da el papel que deberíamos de tener también en lo laboral.

4 ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?

Yo creo que si también, por ejemplo vamos a la cuestión laboral, tú ves a una, aún a tú propia familia, no sé a tu cuñada, la ves guapa y le dices qué te hiciste para verte así, o estás adelgazando, o dónde te compraste eso, no sé a lo mejor con envidia, como otra persona, pero si lo ves y dices yo quisiera a lo mejor estar igual, o vestirme igual que ella y entonces ya te influencia en ese aspecto, ¿no? De que a lo mejor se te pones un traje sastre te ves más ejecutiva, más profesionista, entonces te quieres ver igual, si tiene que ver todo, si te influencia de dejarte llevar por todo eso.

5 ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?

Yo creo que no, yo creo que debe de ser más importante lo que tienes acá dentro (pecho) y lo que tienes acá (cabeza) pero ahorita son importantes, desgraciadamente se le da mucha importancia, te digo, a que te cuides, a que traigas la ropa más bonita, que te quede bien, que andes super bien maquillada, se les da importancia, no debería ser importante pero desgraciadamente es importante.

6 ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?

Si, es como te decía, uno ve eso e intentas copiar cosas, de que ves esa blusa y dices –ah está bien bonita la blusa y obviamente a ti no te queda porque tienes dos tallas o tres más que la modelo, entonces se te a fruncir la blusa o se te va a ver la lonjita, pero tu crees que si porque a la modelo se le ve padre, yo creo que si te influencia mucho porque siempre quiere uno copiar, la mayoría de la gente quiere copiar lo que ve aunque no sea para ti o no se te vea bien o ni siquiera vaya contigo ni con tu cara, ni con nada pero si te influncian mucho las revistas, la televisión, todo eso tiene que ver o sea aunque digas que no, si hasta yo misma, luego de repente ves esta modelo y le ves el vestido y dices –hay Má no me lo puedes hacer

aunque sea 5 tallas más grande para traerlo igual ¿no? Entonces yo lo leo y yo sé que estas revistas tienen mucha tendencia a lo sexual, siempre marcan mucho eso, traen tips, traen artículos y luego dices eso es pura basura y no es cierto porque la acabas comprando y la lees porque te interesa y a lo mejor quieres conocer más, o como tú lo quieras, la acabas comprando y ya te influencia o sea la mercadotecnia es muy cañona, es muy fuerte y si a una persona que ya más o menos tiene una conciencia, que ya está más madura, te influencia, ahora imagínate a otra que no, lo triple que a ti, pero si te influencia muchísimo.

Entrevista 4

Rosalba García

**28 años**

**Soltera sin hijos**

Médico General

**Actualmente en la especialidad en Pediatría.**

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

La más sumisa la imagen 5 para mí se me hace la más sumisa pues por su aspecto físico ¿no? Simplemente desde su arreglo personal es como un poco más conservador, bueno entre comillas y en cuanto a maquillaje también se ve más conservadora, yo creo que ella sería la más sumisa. La más dominante sería la 10 igual yo creo que aparte de su apariencia, bueno su vestimenta, por la posición que tiene y por su mirada, creo que si es más penetrante.

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?

La más independiente tal vez podría ser la 7, porque veo una mujer más madura con un poco más de experiencia y tal vez eso no haría pensar que es más independiente. La más dependiente yo creo que sería la 5 también porque se ve un poco más chica, igual por su aspecto más conservador, más sumisa, tal vez sea un poco más dependiente.

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

La más femenina yo creo que la 2 se me hace muy sencilla en su arreglo y todo. La más antifemenina a mí se me hace la 8 por su vestuario y su apariencia física que se ve así medio rara, muy exagerada pues, como muy exótica.

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

La más tímida pareciera ser la 5, por lo antes mencionado, la edad, su aspecto conservador y más. La más extrovertida, tal vez la 1, su expresión se ve así como una persona alegre, que le gusta demostrar sus emociones, sus sentimientos y pues a mí eso es lo que me hace pensar que ella es una persona que le gusta externar lo que piensa, lo que siente.

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

La más rebelde la 3, igual su expresión se me hace como de una chica desafiante, sí de una persona que no acata exactamente lo que se le dice, más que nada su expresión facial. Y la más dócil yo creo que la 6 igual su expresión así como más seria, como más tímida me haría pensar en una persona dócil.

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexuada?

Más objeto sexual yo creo que podría estar entre la 7 y la 10, por la expresión, bueno la 7 tiene una sonrisa dibujada en su cara pero aparte su expresión corporal, su ropa, yo creo que es así como más sexy, más sexual y aparte la 10 aunque no tiene una sonrisa en su cara pero tiene como una pose como muy sugestiva hacia los hombres ¿no? Asexuada yo insisto en la 8 porque se me hace una persona muy extravagante.

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

¡Uy! Entonces yo creo que ninguna o tal vez la chica número 6, pues no sé, no me da esa impresión. Esposa la 7 por su seguridad, el cuidado que pone en sí misma lo puede trasladar a los demás. Hija la 2 o la 5, bueno yo creo que tienen una apariencia así como más juvenil, aparte de todo que darían un aspecto de estar más pegadas a su hogar ¿no? Hermana, la 1

por lo mismo que comentaba hace rato, se me hace una persona así como extrovertida y que le gusta expresar lo que siente y por lo mismo que le gusta escuchar a las demás personas, yo creo que sería una buena hermana. Novia la chica 4 se ve, no una persona extravagante, una persona bien parecida y nada más. Como amante la de la 8, por lo mismo, vuelvo a lo mismo se me hace por su apariencia, más que nada por el tono de su cabello, su ropa se me hace como una persona como extravagante, a lo mejor creo, no siempre, pero a lo mejor si no tiene tantos límites para su ropa, para su imagen, a lo mejor no tiene límites para en cuestión de su vida, en cuestión de ser amante.

8 ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

La más responsable ¡Ah! La 7, se me hace una persona como muy segura de sí misma y como que tiene el perfil de ser como más responsable en su trabajo, en cuanto al cuidado de su persona y ya. La más comprometida tal vez la 10, se me hace aparte de que cuida su físico, bueno todas lo cuidan ¿no? Pero como que se me hace una persona segura de sí misma y más comprometida, ella sí se me haría comprometida en todos los aspectos, tanto en su trabajo como en cuestión física. La más capaz la 2, se me haría de que es capaz de desempeñar cualquier actividad, de hacer cualquier cosa que ella quisiera. La más inteligente tal vez la 1 o la 7, la 1 por lo extrovertida y la otra por la seguridad en sí misma, me dicen inteligencia. La más leal, la 5 por su imagen de inocencia, aunque no siempre la imagen de inocencia nos quiere decir que sean las más leales del mundo, ¿verdad? Pero así a simple vista yo creo que pues ella podría ser una persona leal.

9 ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

No pues, yo creo que ninguna la podría ver reflejada como mi jefa. Compañera la 1, yo creo que si la 1, compartimos si es así, realmente a mí también me gusta expresarme, no quedarme callada, obviamente me gusta respetar la opinión de los demás pero si me gusta expresar mi opinión de diversas cosas. Subordinada, pues a lo mejor a la 8 porque se me hace que no esta muy preparada.

10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?

Cómo obrera, no a ninguna, no sé yo creo que es su apariencia física ¿no? A lo mejor no es que una obrera tenga un perfil o no, pero generalmente son gente como más, cómo decirlo, más resistente, como un poco más curtida, como más resistente al trabajo pesado y ellas se me hacen más fragilitas. Profesionista a la 10, se me hace más comprometida, si. Técnica alguna de ellas a duras penas llegó a la preparatoria, pero tal vez la chica de la 9, pues no sé, no tengo una causa en especial, vuelvo a lo mismo, yo creo que a la mujer, no sé yo creo que estoy equivocada, la mayoría de ellas ni siquiera a la preparatoria llegaron, no, pero quién sabe puedo estar equivocada. Empleada o servidora pública, mmm, tal vez la 8 porque reúne los requisitos, la mayoría de los que están ahí, que son burócratas, que están ahí es por palancas, no realmente por el conocimiento y por la imagen que ella me da, yo siento que es una persona que no esta muy bien preparada y a lo mejor por su cuerpecito y por cosas así, pues pueda llegar a un puesto de esos.

11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?

La más atractiva a mi modo de ver sería la 10, creo que tiene mucha personalidad, como mucha seguridad en sí misma y entonces eso independientemente de lo físico, yo creo que sería muy atractivo. La más repulsiva yo continuó con la 8, su apariencia física definitivamente no.

12 ¿Cuál es la más / menos deseable?

La más deseable, la 7 o la 4, igual por su físico ¿no? Más que nada, todas tienen, son delgaditas y todo, pero yo creo que tienen un porte como más sensual, más atractivo. La menos deseable, yo creo que ninguna sea poco deseable, yo creo que todas, bueno hay diferentes puntos de vista, pero yo creo que todas tendrían un grado deseo.

13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?

La más sensual podría ser la 7, por su porte como ya dije antes, la hace atractiva. La más sexual la 8, por su forma de vestir, su extravagancia, su exageración, su apariencia física.

14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

La más desinhibida la 1, igual y no tanto en cuestión de su ropa ni nada, sino que a mí por lo de extrovertida. La más recatada sería la 5, igual se me hace una niña muy conservadora, sería.

1 ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?

Bueno, todas las imágenes independientemente de la revista yo creo que en todas hay personas extremadamente, bueno no extremadamente delgadas, son delgadas todas te manejan esa apariencia física de la chica delgadita, bien formada, si la imagen que se ha venido manejando en estos últimos tiempos tanto en la tele como en las revistas, esa imagen de una persona muy delgadita y de la chica super guau, superarreglada que tiene que estar super bien vista para que sea la más femenina del mundo ¿no?

2 ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?

Yo creo que si, yo creo que no tiene que ver, bueno si influye mucho el arreglo personal, ¿no? Pero más que nada que uno se sienta a gusto, yo creo que si influye porque pues obviamente si uno va desaliñado o simplemente el estado de ánimo que uno tenga influye como lo ven los demás y muchas veces influye como lo tratan a uno.

3 ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?

¡Uy! Pues ahí está un poco difícil, todavía hay mucho machismo en todos lados y principalmente en lo laboral, yo por ejemplo en el medio en el que estoy, a la mayoría de la gente todavía le cuesta mucho trabajo reconocer a una mujer doctora, que al doctor, al doctor aunque no lo vea con bata o a si un enfermero le dice doctor y a la doctora señorita o enfermera, entonces si, todavía le cuesta mucho trabajo a la gente reconocer el esfuerzo de la mujer y verlo por igual que el hombre, ¿no? Porque al final de cuentas, pues yo creo que tenemos la misma capacidad, tenemos los mismos derechos, pero todavía es un poco prematuro, la imagen ante la gente no gana mucho terreno, ahí vamos pero todavía nos falta, nos falta mucho.

4 ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?

Yo creo que si, hay mucha, yo creo que hay mujeres que se fijan mucho en eso, yo en lo personal no tanto, porque con qué yo me sienta bien, estoy bien, pero hay gente que si, o sea si ve a otra persona más arreglada, se siente incomoda, se siente a lo mejor agredida, pero yo creo que si influye en cuanto a otra mujer.

5 ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?

Pues yo diría que no, pero para mucha gente, para la sociedad, como que si muchas veces la imagen externa es lo que primero toman en cuenta aunque puede ser la mujer más bella del mundo pero tener un pensamiento nefasto o comportarse horrible o yo creo que si influye el aspecto físico en general, no debería de ser pero así es.

6 ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?

Yo creo que si, más en la juventud, porque como comentaba al principio yo creo que en todas las revistas se maneja la imagen de la mujer delgada, de la mujer sin defectos si lo podemos llamar así, igual los tests que se dan o las recomendaciones, ahí hablan para una mujer delgada o para ciertos tipos de características y se olvida de que simplemente por nuestra población, cómo somos, somos chaparritos, hay unos que somos más llenitos, morenitos y eso hace que las personas se metan mucho a lo que dicen las revistas y quieren ser exactamente como la persona de la revista sin tomar en cuenta que a lo mejor su complexión nunca va a ser extremadamente delgada como la chica que ven en la revista, o que el cabello nunca se les va a ver así exactamente, yo creo que si influye mucho la imagen de las portadas de la revista.

Entrevista 5

Isabel Sarmiento

**28 años**

**Casada con 1 hijo**

**Estudios medio superior**

Ama de casa

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

La más sumisa, la 5 por su mirada, muy tierna, no sé muy ingenua, no sé yo creo que si la 5. La más dominante, entre la 4 y la 3 también por la mirada, como que la mirada es la que te llega ¿no? Igual que están paradas casi igual, como imponiéndose.

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?

La más independiente la 10, por su forma de vestir. La más dependiente yo creo que la 2 porque la veo muy chavilla, muy jovencita, así como que no tiene experiencia, yo digo.

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

La más femenina la 9 porque bueno quién sabe si tenga algo que ver, porque trae un vestido y se supone que la mujer debe de utilizar vestido. La más antifemenina la 6 porque se supone que los pantalones son para hombres, entonces si te pones pantalón, entonces igual así puede ser antifemenina.

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

La más tímida la 5 por su mirada, se ve como decía ingenua. La más extrovertida la 8 por su mirada y su pose.

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

La más rebelde la 3 por igual, la forma de pararse y su mirada. La más dócil entre la 5 y la 6 por las facciones de su cara y su mirada.

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexuada?

Más objeto sexual yo digo que la 7 porque es la que tiene mejor cuerpo que las demás y obviamente los hombres buscan las que están supuestamente mejor ¿no? Las que tengan mejor cuerpo. La más asexuada yo creo que a lo mejor la 2, llamaría la atención poquito porque en primera se ve muy chavilla, en segunda porque casi no tiene el cuerpo que tiene la 7 y yo creo que por eso.

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

Madre yo digo que la 6 porque la mujer cuando es soltera usa faldas, vestidos y cuando ya tiene un hijo o tiene una familia como que siento que se debe dar más a respetar y por eso usa pantalón o algo así. Esposa yo veo que la 9 porque se ve madura de su cara, como que no sé pero me da esa impresión. Hija yo creo que la 2 o la 5 porque se ven muy chavillas, se ven muy chiquitas todavía, de edad. Hermana yo digo que la 3, porque se ve con carácter fuerte. Novia la 1, se ve más jovial, muy fresca, no sé. Amante la 7 porque está muy bien de cuerpo, yo digo, se ve que tiene experiencia entonces yo digo que esa puede ser.

8 ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

La más responsable yo digo que la 6 por lo mismo, no sé cómo que tiene en su cara, cómo que más seria, se compromete con las cosas. La más comprometida la 9 por su cara, yo creo que la cara de la gente te da y la mirada, todas las facciones de la cara, es lo que refleja en ella. La más capaz la 3 igual por su mirada y la forma de pararse dice muchas cosas, aparte de que se impone, así como "qué - que", así la veo. La más inteligente, ¡híjole! Pues no sé, a lo mejor la 3 o la 10, la 3 porque por lo mismo de su carácter y su forma de ser me imagino que es inteligente y la 10 se ve su cara seria, pero dentro de lo serio como que puede ser más inteligente ¿no? La más leal yo digo que la 5 porque se ve muy tierna, así como que no se ve que tenga mucha experiencia, muy fiel y así debe ser muy tierna.

9 ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

Jefa la 8 o la 7, la 8 por sus cejas porque son así como "imponedoras" ¿no? Y la mano en la cintura como que si lo es y la 7 pues por su cuerpo, igual también yo creo que todo el mundo la

sigue, quisieran ser como ellas. Compañera la 2 o la 1, la 2 porque se ve joven, como de mi edad, como que nos llevaríamos más o menos, mis amigas se ven de esa edad, yo le calculo y la 1 porque igual se ve un poquito más madurita pero se le entra al cotorreo y “despapaye” y todo lo demás. Subordinada la 5, no sé porque se ve más tiernona, no sé la mirada así como ¡ay! Pero a lo mejor no tiene nada que ver, pero si la forma de sus facciones, su cara y su mirada.

10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?

Obrera, yo creo que ninguna, yo digo que no, porque todas tienen bonita cara, bonito cuerpo y yo digo que no, mejor de modelo, demostradora o algo así. Profesionista la 6 porque se ve más comprometida, más seria. Técnica yo creo que entre la 4 y la 1, la 4 porque no sé si escoja la ropa, pero por la forma de vestirse y la 1 igual por la ropa, porque no es muy normal que se use ese tipo de ropa, un top, por lo regular, es una blusa cerrada o camisetas formal. Burócrata la 9 por su cara, pero sí, su cabello.

11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?

La más atractiva la 7 igual por su cuerpo y su cara, es la única rubia, ésta la 8 y la 6, pero se ve mejor la 7. La más repulsiva la 4, porque se ve más grande que la 2 y la 5, pero no tanto, así que digamos está muy bien la chava, llamaría poquito la atención, como que por la edad, no se vería atractiva, no llama tanto la atención.

12 ¿Cuál es la más / menos deseable?

La más deseable la 7 pues porque se ve mejor que todas, es el cuerpo, o la ropa porque se ve mejor es la que llama más la atención. La menos deseable la 2 porque está más chavilla y está más delgadita o sea que no le creo mucho eso de atraer a los hombres, ¿no?

13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?

La más sensual y sexual, las dos cosas la 7, por lo mismo, cara, cuerpo y cabello.

14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

La más desinhibida la 8 por su vestido que está más escotado, sus manos, su cara, hasta la pierna de “ven pa’ ca” La más recatada la 6, por su forma de vestir y su cara.

1 ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?

Pues obviamente las revistas donde salen mujeres mejor son las que más venden ¿no? Yo digo, no sé, a lo mejor estoy mal, para mí inclusive las mujeres vemos que tienen esos cuerpos, nos detenemos y vamos a ver, te interesa como mujer y como los hombres por el físico igual por el morbo, yo digo que mujeres de mejor cuerpo, ya no tan delgadas como si fueran una tablita pero si que tengan un buen cuerpo y una buena cara, son las que vemos en las revistas.

2 ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?

Si porque la mujer es el centro de todo, de la familia, en el hogar, en el trabajo, yo digo que si, incluso vemos más a la mujer en una revista, no es lo mismo ver a un hombre en una revista o sea si lo ves, pero ves más a una mujer, la mujer tanto atrae a las mujeres como a los hombres, no en el sentido de atraer, sino de llamar la atención y últimamente la mujer está saliendo en muchas cosas, sobresale más que el hombre.

3 ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?

Yo digo que bien, porque así nos podemos desarrollar como personas, no es lo mismo que estés aquí en tu casita, haciendo el quehacer y dedicándote al hogar a que tú te desarrolles como mujer y trabajes, no tanto por lo económico, a lo mejor si por lo económico, pero también te desarrollas en lo que quieres hacer, a lo que te quieres dedicar y no estar aquí encerrada, sino que te desarrollas, piensas más cosas y sobresales tú y tu familia también.

4 ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?

Yo digo que si, porque si es mejor que uno te interesa sobre la persona, sobre esa mujer, a lo mejor imitarla o ser como ella, yo digo que si, hay mujeres que igual dicen que no, porque a lo mejor se sienten muy bien, o esta bien, por ejemplo en mi caso, si me llamaría la atención a



qué se dedica, qué hace, qué come, si va al gimnasio, como se viste, que marcas usa, qué zapatos usa, cómo se peina, todo ¿no?

5 ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?

En la imagen si, porque finalmente, bueno no voy a usar discriminación, pero por ejemplo si ves a una mujer guapa, a una mujer fea y aunque las dos pidan trabajo o lo que sea no, siempre optan por la guapa, por la que se ve mejor y por la que vaya más arreglada y una mujer guapa arreglada todavía se ve más guapa, inclusive uno que es feo, no, bueno no está tan guapa, ya arreglada te ves diferente, ¿no? A ti mismo te gusta como te ves y entonces dices arreglada te ves bien y si vas a ir a algún lado, lo que sea, tratas de ir bien arreglada y das buena imagen, tratar de tenerlo bien (cuerpo) mantenerlo, cuidarlo, conservarlo, tratar de no subir de peso o descuidarte, tampoco un super cuerpo pero más o menos.

6 ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?

Si por ejemplo vemos una revista en donde la portada está una mujer delgada y dices: -¡ay! quisiera estar como ella y si influye, a lo mejor te pones tú solita a dieta, o ejercicio, a lo mejor nada más en lo que ves la revista, una semana y después ya se te olvida, pero si tratas de imitar, yo creo que si repercute la imagen de todos, tanto en la forma en que las peinan, las maquillan, las visten y las poses que hacen, todo, de alguna manera las mujeres tratamos de imitar eso, la mirada de muy sexy, muy imponente, muy seria, sonriente, así tratamos de maquillarnos como ellas, o sea se ve bien, pues a lo mejor yo le hago igual y entonces me veo bien ¿no?

Entrevista 6

Leticia Robles

**20 años**

**Casada con 1 hijo**

Estudios Medio

**Ama de casa**

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

La más sumisa la 5 porque su físico no se le ve tan abierto, no es una chica muy alocada, igual en la forma de vestir y de peinarse. La más dominante la 9, bueno se le ve carácter, físico, en la forma de vestirse, igual en como se maquilla.

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?

La más independiente la 4 porque le gusta vestirse bien, comprarse cosas por sí misma. La más dependiente la 2 porque se ve más consentida, caprichosa, que se ve que le gusta que le compren todo.

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

La más femenina la 7 porque se le ve la forma en la que se para, la posición que tiene, la vestimenta que trae. La más antifemenina la 8, la siento como que se ve muy malota, muy vulgar, no le queda lo que ella se pone, los colores.

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

La más tímida la 6 porque se cubre más, en la vestimenta, igual en el peinado, como posa. La más extrovertida la 3 en su mirada se le ve, igual y como se viste y forma de posar.

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

La más rebelde la 1 porque se ve como se maquilla, cómo se peina, como se para. La más dócil la 5 por la forma de mirar, ahora si que muy tierna, muy inocente.

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexual?

Más objeto sexual la 8 pues en su físico más que nada se le ve, como sería ella, como se porta, me refleja eso. La más asexual la 10 pues en su forma de vestir se me imagina así, niña no, pero inmadura.

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

Madre la 7 porque se le ve paciencia, ya edad para ser mamá. Esposa la 6 porque ya se ve más segura de ella, por la forma de mirar. Hija la 2, pues igual porque la tienen muy mimada, muy consentida, igual porque la veo muy caprichosa, en su cara se ve y en la pose. Hermana la 1 porque es muy diferente, es más abierta, más concentrada en lo que está ella. Novia la 4 porque es bonita y es un poco extrovertida. Amante la 9 en su mirada, en el cuerpo, por la actitud que pone de que es muy aventada, muy loca.

8 ¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

La más responsable la 5 porque se le ve muy segura de lo que ella hace y lo que hace por lo demás. La más comprometida la 10 porque a veces me imagino que lo hace por obligación, porque ella cumple lo que tiene que hacer, su trabajo. La más capaz la 8 se le ve su mirada de que cuando ella se propone algo, lo cumple. La más inteligente la 7 la forma en la que ella demuestra lo que puede hacer, muy segura de lo que hace. La más leal la 6 porque esta muy concentrada en lo que hace, ahora sí que se ve que dedica su tiempo a las cosas que ella hace y que le gusta en lo que ella trabaja.

9 ¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

Jefa no ninguna la veo como tal, porque no tienen la personalidad de una gente madura, el puesto más que nada de ser jefa ¿no? Compañera la 4 porque se ve que comparte, que es amigable. Subordinada la 7 porque se ve que le echaría muchas ganas, estaría más concentrada en lo que haría, cumpliría cada paso que le encomendara.

10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?

Como obrera no ninguna, más que nada por el físico, como que no les queda. Profesionista la 7 porque se le ve ahora que si en su forma de ser, se ve que es muy firme, muy inteligente. Técnica la 3 yo creo que por la edad, igual por lo que ella logró ser, por la carrera que escogió. Empleada la 1 se ve un poco, así como que muy movida, muy activa.

11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?

La más atractiva la 10 porque aparte de que está bonita, se ve que es muy sencilla, inteligente. La más repulsiva la 8 en la forma en cómo se viste, qué cuerpo tiene.

12 ¿Cuál es la más / menos deseable?

La más deseable la 9 por su físico, más que nada, cómo se viste, qué cuerpo tiene. La menos deseable la 2 porque se ve muy niña, bueno me da esa impresión, se ve muy penosa.

13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?

La más sensual la 3 por la forma que ella modela, muy segura. La más sexual pues la 8, cómo mira y cómo se viste.

14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

La más desinhibida la 4 por su mirada y como se ve que es. La más recatada la 5 se ve más tranquila, más ubicada.

1 ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?

Son chavas que ahora sí que por su trabajo logran estar en donde están, o sea que por las ganas que ellas le ponen y por la forma en la que ellas salen.

2 ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?

Si yo creo que sí, porque a veces las mujeres necesitan ahora sí abrirse más, para que ellas tengan confianza en sí mismas, porque a veces si eres una mujer, entonces te van a ver más, igual porque te dan un ejemplo de lo que han logrado, lo que tienen, por decirlo el cuerpo que tienen ellas (portadas) es un ejemplo de que ellas si le echaron ganas, que si se cuidan, de que hacen cualquier cosa para estar bien.

3 ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?

Un poco así como sencillas, que se vean ubicadas.

4 ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?

Yo siento que a veces tu admiras a la gente e igual te admiran a ti, que digan qué bonita mujer, qué cuerpo tiene, arreglarte para que otra mujer te admire, a veces si porque sólo es sentirse bien consigo mismo, con lo que tiene.

5 ¿L a cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?

No debería ser, lo que importa es cómo pienses, que no seas tan hipócrita, que seas sencilla, pero se da la otra parte, debería ser importante lo que uno piensa y siente y debe uno de tener valor por lo que es y te deben respetar, pero si es importante en la sociedad desgraciadamente, así eres tú y no se vale que tengas que cambiar, ser otra, ser como ellos te dicen.

6 ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?

Si repercute, yo antes estas revistas y decía porque no soy flaca, porque no estoy como ellas, pero tuve un accidente y aprendí a quererme como soy y ahora ya no me afecta ver las portadas de estas y otras revistas, pero hay chicas que si las ven y quieren cambiar y verse como las chavas de la portadas y se provocan daños graves.

## ANEXO 5

### PREGUNTA 1 TÓPICOS 1 Y 2 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

1 ¿Cuál es la más sumisa / dominante?

- Entrevista 1. La más sumisa, la 4 o 5 su mirada, su sonrisa, su expresión corporal y su expresión del rostro y la más dominante la 9 o 10 la misma pose, la cara, la expresión del rostro te dice todo.
- Entrevista 2. La más sumisa la 5, bueno creo que se ve un poco más joven, es la más joven de las portadas que están aquí y los colores son como más pasteles, entre azul, amarillo, rosa, es la más jovencita y ya. La más dominante es la 10 por la vestimenta, los escotes, la faldita, el cabello así muy despeinado, muy “melena de león” creo que será la más dominante, sofisticada.
- Entrevista 3. La más sumisa, la 5, la chica más inocente ¿no? De la cara, más chiquita obviamente de la edad, la chica más fresita, de cómo está vestida y todo y los colores también por ejemplo, el azul yo lo remito a la tranquilidad, el rojo, el rosa se me hacen más agresivos, más fuertes los colores. La más dominante sería la 8 por ejemplo, de las modelos se me hace la más agresiva, por como esta vestida, el maquillaje, la clásica güera muy candente ¿no? Su vestidito.
- Entrevista 4. La más sumisa la imagen 5 para mí se me hace la más sumisa pues por su aspecto físico ¿no? Simplemente desde su arreglo personal es como un poco más conservador, bueno entre comillas y en cuanto a maquillaje también se ve más conservadora, yo creo que ella sería la más sumisa. La más dominante sería la 10 igual yo creo que aparte de su apariencia, bueno su vestimenta, por la posición que tiene y por su mirada, creo que si es más penetrante.
- Entrevista 5. La más sumisa, la 5 por su mirada, muy tierna, no sé muy ingenua, no sé yo creo que si la 5. La más dominante, entre la 4 y la 3 también por la mirada, como que la mirada es la que te llega ¿no? Igual que están paradas casi igual, como imponiéndose.
- Entrevista 6. La más sumisa la 5 porque su físico no se le ve tan abierto, no es una chica muy alocada, igual en la forma de vestir y de peinarse. La más dominante la 9, bueno se le ve carácter, físico, en la forma de vestirse, igual en como se maquilla.

INTERPRETACIÓN.- Las entrevistadas coinciden que el tópico de sumisa se encuentra reflejado en la imagen 5, la cual para ellas lo transmite la modelo a través de la expresión del rostro como lo son: la mirada, la sonrisa; el peinado casual; el maquillaje natural; así también la posición en la que se encuentra posando la mujer, además el vestuario que está utilizando, el cual no permite que se vea gran parte de su anatomía al desnudo, de la misma manera los colores de las mismas prendas así como los colores contenidos en la portada reflejan esa misma juventud e inexperiencia. Todas estas características en conjunto dan como resultado que la femenina que se encuentra en la portada sea el prototipo de la mujer sumisa y esto queda constatado cuando todas las entrevistadas la mencionan unánimemente.

En el tópico de dominante la mayoría coincidió en las imágenes 9 y 10 las cuales ha través de La expresión del rostro, al igual que la anterior, lo transmite por la mirada, la seriedad, el peinado suelto con volumen; el maquillaje recargado; la ropa pequeña que usan, la cual deja al descubierto el busto, los brazos y las piernas y es un tanto reveladora de su cuerpo, así como la pose y actitud de seguridad y reto al espectador; de igual forma los colores de la ropa y los que se incluyen en la portada, son fuertes y de esta manera cuando se combinan todos estos factores, la mujer que resulta es dominante. Sin embargo también una parte de las personas a las que se les cuestionó, mencionaron también las imágenes 3, 4 y 8. Aunque en un principio pudiera pensarse que realmente existen diferencias entre las imágenes de lo que se considera una mujer dominante, estos tres personajes tienen las características antes mencionadas de las portadas 9 y 10, por lo tanto no han una diferencia como tal.

### PREGUNTA 2 TÓPICOS 3 Y 4 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

2 ¿Cuál es la más independiente / dependiente?

- E.1 La más independiente la 7 porque siento que ella es como más ella, intuyo que no acepta como que mucha intromisión. La más dependiente sería la 5 la sumisa, concluyo que es la

- más fácil de manipular, en el sentido de decirle, tienes que usar esto, tienes que portar esto para demostrar esto, tiene esa tendencia a obedecer, a estar recibiendo ordenes.
- E.2. Para mí la más independiente sería tu portada número 6, esta entre un estilo medio formalón, más la chica se ve como de 25 más o menos y es esa la edad en la que ya empiezas a trabajar, de todas se ve la más formal. La más dependiente la 2, si la 2 o la 5, que son las chicas que se ven más jovencitas, igual con los colores, más muy pastel, como en pose de relajo.
- E.3. La más independiente a mí se me hace la 7, a mí se me figura por ejemplo una mujer más profesional, una mujer obviamente que trabaja, ya más madura, que decide sus cosas por sí misma ¿no? Y también los colores me remiten a lo mismo por ejemplo el azul más clarito, más suavcito todo, más maduro, más tranquilo hasta en la forma de vestir se me hace de las, pues no decente, porque no hay decencia, digamos la más tapadita de todas ¿no? La más dependiente la 2, se me hace así también la niña, la puberta ¿no? La niña que apenas comienza a decidir, no sabe ni que onda, hija de papi, que todavía está más acostumbrada a que le paguen sus cositas, los colores me remiten a lo que estoy diciendo.
- E.4. La más independiente tal vez podría ser la 7, porque veo una mujer más madura con un poco más de experiencia y tal vez eso no haría pensar que es más independiente. La más dependiente yo creo que sería la 5 también porque se ve un poco más chica, igual por su aspecto más conservador, más sumisa, tal vez sea un poco más dependiente.
- E.5. La más independiente la 10, por su forma de vestir. La más dependiente yo creo que la 2 porque la veo muy chavilla, muy jovencita, así como que no tiene experiencia, yo digo.
- E.6. La más independiente la 4 porque le gusta vestirse bien, comprarse cosas por sí misma. La más dependiente la 2 porque se ve más consentida, caprichosa, que se ve que le gusta que le compren todo.

**INTERPRETACIÓN.- Las mujeres cuestionadas en cuanto a la pregunta de la más independiente, la mayoría respondió la imagen 7, la cual por su físico, refleja madurez, que no permite que otra persona decida por ella; que ya trabaja; que tiene experiencia; por los colores que tiene la portada, así como la indumentaria que utiliza a pesar de ser provocativa pues deja al descubierto los hombros, el busto y una pierna, es considerada entre todas las modelos de las portadas como una de las que se encuentra más cubierta, dando como resultado que sea la imagen de la más independiente. También mencionaron la portada 6, 10 y 4 y al verlas podemos darnos cuenta que existen similitudes más que diferencias entre ellas, como por ejemplo la pose, la actitud, la mirada, el cabello, el vestuario, la seriedad, a excepción de la 7, las otras 3 imágenes apenas dibujan una sonrisa en su rostro. Todo esto da la imagen de la más independiente.**

En cuanto al tópico de más dependiente, la mayoría de las entrevistadas se inclino por la imagen 2, a la cual catalogaron como una de las más jovencitas, hija de papi, que le gusta que le compren cosas, que no tiene experiencia y que no decide las cosas por sí misma, caprichosa y que le gusta el relajo, todo esto a través de lo que transmitía por los colores de su ropa y de la portada así como por su pose y expresión del rostro, su sonrisa. También mencionaron la modelo de la portada 5, a la cual catalogaron como inexperta, inocente, conservadora y tímida y por consecuencia dependiente, ya que acepta las órdenes de los demás, lo que otros le piden que haga.

### **PREGUNTA 3 TÓPICOS 5 Y 6 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

3 ¿Cuál es la más femenina / antifemenina?

- E.1. La más femenina sería la 7 por el tipo de vestido, la ropa te lo dice y aparte la pose del cuerpo, no está diciendo sensualidad, no está siendo extravagante y no encuentro ninguna que sea antifemenina; todas parecen femeninas.
- E.2. Para mí la más femenina sería la chica de la portada 4, esta entre un aspecto ni tan maduro ni tan infantil. Creo que todas se ven femeninas, pero de entre todas la más antifemenina sería la 3, si por que viene toda de mezclilla, básicamente por la mezclilla supongo.
- E.3. La más femenina la 8 por, todas tienen ropa muy bonita, bien arregladitas todas, pero por ejemplo en la 8, la florecita, los colores que maneja en el vestuario, las uñitas, se me hace más delicada, más femenina, más provocativa, más todo, tal vez sea porque para mí por ejemplo femenina, es un entorno de muchas cosas, ¿no? No es nada más que te pongas un arete o algo, sino la actitud por ejemplo que sea así más coqueta, por esas cosas ella sería la más femenina. Para mí ninguna es antifemenina.

- E.4. La más femenina yo creo que la 2 se me hace muy sencilla en su arreglo y todo. La más antifemenina a mí se me hace la 8 por su vestuario y su apariencia física que se ve así medio rara, muy exagerada pues, como muy exótica.
- E.5. La más femenina la 9 porque bueno quién sabe si tenga algo que ver, porque trae un vestido y se supone que la mujer debe de utilizar vestido. La más antifemenina la 6 porque se supone que los pantalones son para hombres, entonces si te pones pantalón, entonces igual así puede ser antifemenina.
- E.6. La más femenina la 7 porque se le ve la forma en la que se para, la posición que tiene, la vestimenta que trae. La más antifemenina la 8 siento como que se ve muy malota, muy vulgar, no le queda lo que ella se pone, los colores.

INTERPRETACIÓN.- En este tópico sí encontramos notables discrepancias, ya que las entrevistadas escogieron a diferentes portadas, la 4, la 8, la 2, la 9, sólo una portada fue escogida dos veces y fue la 7, lo que nos transmite que la feminidad es vista desde diferentes aspectos, ya sea por la ropa, los colores, los detalles o los accesorios que utilicen, en fin el arreglo y esmero que pongan en su persona así como la actitud con la que se desenvuelvan.

Para el tópico de antifemenina, también existieron diferencias pues mientras unas nombraron determinadas portadas, las otras mencionaron que no existía alguien antifemenino, pues consideraban que todas eran femeninas, algo parecido ocurrió con la modelo 8 ya que mientras a alguien se le hizo que la modelo era femenina a otras personas se les hizo antifemenina por lo provocativa que se veía, lo vulgar. De igual manera sucedió con la 6, se les hizo antifemenina por usar pantalones y la 3 por usar mezclilla.

#### PREGUNTA 4 TÓPICOS 7 Y 8 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

4 ¿Cuál es la más tímida / extrovertida?

- E.1. La más tímida la 5 porque de todas las portadas que me estás mostrando es la que menos enseña el cuerpo. La más extrovertida podría ser la 1, no sé explicarte porqué, lo intuyo, por el rostro.
- E.2. La más tímida sería la chica de la portada 5, si bueno se ve más chiquita, más tímida, yo creo que sería esa. La más extrovertida definitivamente sería la 10 se ve más con pose, digamos como con más experiencia, más dominante.
- E.3. La más tímida pues igual para mí yo creo que la 5, la más tímida, es la más dulce de todas, la más niña, la que menos enseña, la carita más limpia ¿no? Menos maquillada, hasta por la pose, tiene mucho que ver, todas están muy enseñadoras y ella así como sentadita de lado y tán tán. La más extrovertida la 9, si la 9 porque bueno por su forma por ejemplo de vestir, ¿no? Es muy pequeñita su ropa, no tiene ningún tipo de prejuicio ¿no? Para enseñar todo, hasta la forma en la que esta parada así como retadora, así como “Y”
- E.4. La más tímida pareciera ser la 5, por lo antes mencionado, la edad, su aspecto conservador y más. La más extrovertida, tal vez la 1, su expresión se ve así como una persona alegre, que le gusta demostrar sus emociones, sus sentimientos y pues a mí eso es lo que me hace pensar que ella es una persona que le gusta externar lo que piensa, lo que siente.
- E.5. La más tímida la 5 por su mirada, se ve como decía ingenua. La más extrovertida la 8 por su mirada y su pose.
- E.6. La más tímida la 6 porque se cubre más, en la vestimenta, igual en el peinado, como posa. La más extrovertida la 3 en su mirada se le ve, igual y como se viste y forma de posar.

INTERPRETACIÓN.- El tópico de la más tímida no presentó prácticamente diferencias, ya que la mayoría de las personas interrogadas eligió la imagen de la portada 5, la cual refleja la inocencia, ingenuidad, la inexperiencia por la edad, el vestuario conservador porque la modelo no enseña su cuerpo, la expresión del rostro, que se acentúa gracias al poco maquillaje que tiene en la cara, el cabello suelto peinado de forma casual y finalmente la pose que tiene de estar sentada ocultando de alguna manera que se vea su cuerpo hacen que esta mujer sea considerada como la más tímida. También se mencionó la imagen 6 como tímida por el vestuario que usa, la pose, el cabello peinado de manera muy natural.

En cuanto a la más extrovertida, se mencionaron las imágenes 1, dos veces, la 10,9,8,3, en esta pregunta podemos encontrar que existen diferencias en lo que las personas consideran como las características de las mujeres extrovertidas, pues para algunas estas particularidades se pueden encontrar en el rostro, la mirada, la ropa, la pose, la experiencia que se le vea, hasta que se aprecie que externa sus sentimientos sin ningún problema. Aunque pudiera pensarse que existen diferencias

por las diversas imágenes que se escogieron, en realidad sólo se puede inferir que las mujeres que respondieron a estas preguntas observaron diferentes aspectos de las imágenes y que en realidad tienen mucho en común en cuanto a cómo consideran que puede ser una mujer extrovertida.

#### PREGUNTA 5 TÓPICOS 9 Y 10 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

5 ¿Cuál es la más rebelde / dócil?

- E.1. La más rebelde es la 2 podría decirte porque según estadísticas mías, personales, es la que pienso que es más caprichosa, como niña de berrinches, ¿no? La más dócil, la 5 es lo que veo en la imagen.
- E.2. La más rebelde igual la 3 tiene así toda de mezclilla, tiene un como tigre, un animal felino en la blusa, se ve la más reventadona o algo así. La más dócil sería nuevamente la portada número 5, si porque está muy sentadita, muy quietecita, con poco maquillaje, muy seriecita ella.
- E.3. La más rebelde la 9, te digo por la ropa, por el vestuario, la pose que tiene, se me hace una chava muy reventada, ¿no? Muy así como que fuera de los parámetros, yo hago lo que quiero y qué. La más dócil la 6, más vestida, hasta por la posición de la cara, así como su flequito, todo muy escondidito, si es la que se me haría la más dócil.
- E.4. La más rebelde la 3, igual su expresión se me hace como de una chica desafiante, sí de una persona que no acata exactamente lo que se le dice, más que nada su expresión facial. Y la más dócil yo creo que la 6 igual su expresión así como más seria, como más tímida me haría pensar en una persona dócil.
- E.5. La más rebelde la 3 por igual, la forma de pararse y su mirada. La más dócil entre la 5 y la 6 por las facciones de su cara y su mirada.
- E.6. La más rebelde la 1 porque se ve como se maquilla, cómo se peina, como se para. La más dócil la 5 por la forma de mirar, ahora si que muy tierna, muy inocente.

INTERPRETACIÓN.- En esta pregunta, si existen diferentes imágenes y concepciones de lo que se entiende por rebelde, pues se eligieron las portadas 2, 3, tres veces, 1 y 9. Básicamente se puede apreciar que el sentido de rebelde puede ir desde que una chica sea caprichosa y trate de hacer su voluntad, de vestir ropa provocativa, tener una actitud y pose de reto hasta de cómo se encuentra maquillada y peinada. Esto deriva en gran medida del concepto que de forma particular tengan cada una de las entrevistadas, ya que las imágenes en general no tienen tantas coincidencias.

En lo relativo al concepto de dócil, las mujeres escogidas fueron la 5 y la 6, principalmente por la expresión del rostro, su mirada, el cabello peinado sin tanta complicación, la pose en la que se encuentran modelando, una sentada muy quieta, pero sonriente y la otra parada pero con el rostro serio, así también por la ropa con la que salen en la portada, la cual no es provocativa y en suma origina que se vean ambas mujeres dóciles, fáciles de dominar, de que hagan lo que se les pide. Esto revela que para las mujeres entrevistadas, el ser dócil es sinónimo de timidez y dependencia.

#### PREGUNTA 6 TÓPICOS 11 Y 12 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

6 ¿Cuál es más objeto sexual / asexuada?

- E.1. La portada más objeto sexual es la 8, en la forma de pararse, la forma de vestirse. La más asexuada no hay, no veo a ninguna.
- E.2. Yo creo que la 10 sería más objeto sexual, si definitivamente, bueno por la melena, el maquillaje que lleva en los ojos muy recargadón, la ceja muy marcada, la melena de león, la pose de "aquí estoy" ¿no? La más asexuada creó que la 8 es que igual, por ejemplo como que los polos igual atraen porque para los hombres les llama la atención las muy extrovertidas, las muy felinas o las muy muy niñas, las llamadas "lolitas" o sea que son digamos que los dos puntos extremos son los que llaman más la atención, pero la que a mí se me hace que es menos es la 8 aunque se ve muy femenina en el vestido y todo pero su rubio no es muy atractivo, como que no y los colores de la ropa como que no, no jalan.
- E.3. La más objeto sexual serían dos, para mí las más sexosas las 8 y 9, por como están vestidas, te digo las dos manejan los tonos de fondo, los rosas y lilas, el vestuario, por las poses y el vestuario tiene mucho que ver, las dos se me hacen las más sexuales. Como asexuada como que ninguna, no me parece que no.
- E.4. Más objeto sexual yo creo que podría estar entre la 7 y la 10, por la expresión, bueno la 7 tiene una sonrisa dibujada en su cara pero aparte su expresión corporal, su ropa, yo creo que es así como más sexy, más sexual y aparte la 10 aunque no tiene una sonrisa en su cara

pero tiene como una pose como muy sugestiva hacia los hombres ¿no? Asexuada yo insisto en la 8 porque se me hace una persona muy extravagante.

- E.5. Más objeto sexual yo digo que la 7 porque es la que tiene mejor cuerpo que las demás y obviamente los hombres buscan las que están supuestamente mejor ¿no? Las que tengan mejor cuerpo. La más asexuada yo creo que a lo mejor la 2, llamaría la atención poquito porque en primera se ve muy chavilla, en segunda porque casi no tiene el cuerpo que tiene la 7 y yo creo que por eso.
- E.6. Más objeto sexual la 8 pues en su físico más que nada se le ve, como sería ella, como se porta, me refleja eso. La más asexuada la 10 pues en su forma de vestir se me imagina así, niña no, pero inmadura.

INTERPRETACIÓN.- A la pregunta de cuál imagen es más objeto sexual, se señalaron la 8, tres veces, la 10, la 9 y la 7. De estas respuestas podemos interpretar que están las portadas en las que se encuentran mujeres que tienen muchas coincidencias entre sí, como: la ropa que visten, la cual es provocativa, pequeña y reveladora, esto es, deja al descubierto parte de su anatomía y/o dirige la atención hacia determinadas zonas del cuerpo; la expresión del rostro, la cual se resalta por el maquillaje recargado, el peinado casual, pero con volumen, los colores que las rodean, las hace proyectar aún más esto y la pose con la cual se muestran sumada a la actitud de reto, seguridad en sí mismas y sexualidad, origina que se redondee este concepto.

Al mismo tiempo, cuando se cuestionó acerca de a qué portadas podría considerarse asexuadas, se encontraron posibles incongruencias, ya que aunque la mitad de las mujeres mencionaron que no consideraban que hubiera alguna asexuada, la otra mitad mencionó a la imagen 8, la 10 y la 2, la primera porque irradiaba extravagancia y su ropa no gustó, la segunda porque parecía muy inmadura y la última porque se veía muy pequeña de edad.

#### PREGUNTA 7 TÓPICOS 13 Y 14 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

7 ¿Cuál es la que ves más como madre, esposa, hija, hermana, novia, amante?

- E.1. ¡Híjole! Es qué está difícil, ahora sí que a todas las veo igual, a ninguna le veo cara de madre, acercándonos un poco tal vez la 10 y la 4, madre joven porque se ven serias, las veo con don de mando. Esposa la 6 porque la veo paciente, tranquila, su ropa no llama tanto la atención. Hija, volvemos a la 5 y la 2 por ser las más niñas. Hermana la 7 porqué da confianza. Novia, -eterna- la 6 y la 4 por serias y tranquilas. Amante bueno lo dice todo la 8, 9, 3 y 4, yo puedo decirte qué la es madre yo la veo también que puede llegar a ser la amante, ¿porque no?
- E.2. Como madre la 7 y 8 por el vestido y así como que más formalonas. Como esposa la 7 y la 6 entre jóvenes formalonas, seriesonas, como que serían esas. Hijas las chicas de la portada 2 y la 5 que son las se ve que están más jovencitas, más niñas, como en su pose de soy una chica que va a la escuela, la cuidan. Hermana como la 2 y la 5, como de hermanas menores, ahora sí que lo adecuó a mi hermana y si serían como ella, más jovencitas, más en esa onda. Novia, pues a la 1, a la 6 y a la 4, como que están en esa edad del noviazgo todavía. Amante a la 10 si te digo la 10 y hasta la 9 por los vestiditos, por las poses que tienen ellas muy, pues no sé, muy provocadoras.
- E.3. Madre la 7 porque se me hace que su cara y todo lo de la modelo, como que ya es más grande comparada con las demás, la edad, la forma en la que esta vestida, digo hay mujeres que a pesar de ser mamás se cuidan mucho, más que nada por lo que me remite su cara, así como de una mujer hasta como casi cuarentona, ya más grande, por lo demás, no, porque tiene un cuerpazo, más que nada por la cara, se me hace la más grande. Esposa, pueden ser todas, para mi gusto actualmente todas las mujeres pueden tener 15 años y ya te casas ¿no? O puedes tener X edad, te casas o sea que todas pueden ser candidatas para ser esposas. Hijas, la 1, la 2, la 5, la 3 por el look que tienen, de más niñas, la carita, las chavas más adolescentes, por la actitud de vale gorro, ¿no? La clásica chavita que todavía vive con sus papas y no le importa nada, más que la diversión, no, no clásica, porque no todas son iguales, pero sí, por las caras, porque son muy jovencitas. Hermana, igual todas, porque pienso que todas pueden ser hermanas de alguien. Novia, también yo creo que todas. Amante, las más malas, la 10, la 8, las que tienen cara de malas, la 10, la 9, también la 7, ¿por qué no? Aunque sea mamá también puede ser amante, me remito más a la 10, la 8, la 9, la 7, así como más de amante.
- E.4. ¡Uy! Entonces yo creo que ninguna o tal vez la chica número 6, pues no sé, no me da esa impresión. Esposa la 7 por su seguridad, el cuidado que pone en sí misma lo puede trasladar a los demás. Hija la 2 o la 5, bueno yo creo que tienen una apariencia así como más juvenil, aparte de todo que darían un aspecto de estar más pegadas a su hogar ¿no? Hermana, la 1



por lo mismo que comentaba hace rato, se me hace una persona así como extrovertida y que le gusta expresar lo que siente y por lo mismo que le gusta escuchar a las demás personas, yo creo que sería una buena hermana. Novia la chica 4 se ve, no una persona extravagante, una persona bien parecida y nada más. Como amante la de la 8, por lo mismo, vuelvo a lo mismo se me hace por su apariencia, más que nada por el tono de su cabello, su ropa se me hace como una persona como extravagante, a lo mejor creo, no siempre, pero a lo mejor si no tiene tantos límites para su ropa, para su imagen, a lo mejor no tiene límites para en cuestión de su vida, en cuestión de ser amante.

- E.5. Madre yo digo que la 6 porque la mujer cuando es soltera usa faldas, vestidos y cuando ya tiene un hijo o tiene una familia como que siento que se debe dar más a respetar y por eso usa pantalón o algo así. Esposa yo veo que la 9 porque se ve madura de su cara, como que no sé pero me da esa impresión. Hija yo creo que la 2 o la 5 porque se ven muy chavillas, se ven muy chiquitas todavía, de edad. Hermana yo digo que la 3, porque se ve con carácter fuerte. Novia la 1, se ve más jovial, muy fresca, no sé. Amante la 7 porque está muy bien de cuerpo, yo digo, se ve que tiene experiencia entonces yo digo que esa puede ser.
- E.6. Madre la 7 porque se le ve paciencia, ya edad para ser mamá. Esposa la 6 porque ya se ve más segura de ella, por la forma de mirar. Hija la 2, pues igual porque la tienen muy mimada, muy consentida, igual porque la veo muy caprichosa, en su cara se ve y en la pose. Hermana la 1 porque es muy diferente, es más abierta, más concentrada en lo que está ella. Novia la 4 porque es bonita y es un poco extrovertida. Amante la 9 en su mirada, en el cuerpo, por la actitud que pone de que es muy aventada, muy loca.

INTERPRETACIÓN.- El tópico de madre, se encontró diversificado entre varias imágenes, la 10, la 4, la 7 tres veces, la 8, la 6 dos veces, hallando que para las mujeres cuestionadas era difícil imaginarse a alguna de las portadas como madre, optando por las que según ellas resultaba la más idónea, cuyas características mencionadas eran la seriedad, la formalidad, el don de mando, la vestimenta, la cara, la edad y paciencia, así como el darse a respetar.

El concepto de Esposa, estuvo un tanto equilibrado, ya que predominaron los modelos 6 y 7 en donde veían rasgos como la paciencia, tranquilidad, seriedad, formalidad, seguridad, madurez y cuidado así como juventud, en las cuales su ropa no llama tanto la atención, o esto deja de ser importante, ya que todas al final de cuentas pueden ser madres, esto se transmitía gracias a su indumentaria, a la pose, la actitud y los colores. Esto se pudo apreciar cuando también se nombro a la modelo 9, pues a pesar de su ropa denota madurez.

Hija es el concepto en donde la portada 2 y 5 fueron a las que más se refirieron, gracias a la juventud que se apreciaba, la ropa, los colores, la cara inocente, así como la actitud ingenua y la inexperiencia, que refieren que aún son hijas de papi, también mencionaron a la 3 y 1, por su cara y su postura de no me importa nada, pudiendo de esta manera interpretar que las mujeres así ven a sus hijas, o así creen que son o pudieran ser.

En cuanto a hermana, las imágenes, la 7, la 2 y la 5, 1 dos veces, la 3; son muy diferentes y todo esto tiene que ver por supuesto con lo diversas que pueden ser las hermanas de cada quién, o la idea de cómo sean o como quieren que sea y qué cualidades tengan como lo pueden ser la confianza, la edad, la juventud, inexperiencia, la extroversión de mostrar los sentimientos, de escuchar y la fortaleza.

El tópico de novia recae en la modelo 4, la cual es bien parecida, bonita, no es extravagante, seria y tranquila, dotes que para las entrevistadas una novia debiera tener. Además también mencionaron a la 6 y la 1, que también tienen estos rasgos.

Finalmente en lo que se refiere al concepto de Amante, la 8, 9, 3, 4, 10, 7, fueron las preferidas, esencialmente por las poses que tenían en las que se veían muy provocadoras, por la cara en las que se visualizaba que podían ser malas, por la experiencia y por la actitud de aventadas, de no tener límites y que eso lo puedan llevar a los extremos de su vida privada. Sin embargo dos mujeres cuestionadas también dijeron que cualquiera estaba a expensas de llegar a ser la amante, incluso una madre, que lo uno no excluía a lo otro.

#### PREGUNTA 8 TÓPICOS 15 Y 16 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

8¿Cuál es la más responsable, comprometida, capaz, inteligente, leal?

- E.1. La más responsable la 7, porque me da confianza. La más comprometida la 10, se ve que lleva a cabo lo que le piden. La más capaz la 7 o la 10, si son responsables y comprometidas, son capaces ¿no? La más inteligente, la 7 no sé, se ve que lo es. La más leal, ninguna, no creo que lo sean.
- E.2. La más responsable, la 6 no es ni tan formal ni tan informal. La más comprometida igual la 6 se me hace la más responsable y comprometida con su trabajo, esta más en esa media. La más capaz, pues igual la 6, si eres responsable eres capaz. La más inteligente igual en esa imagen la veo, la 6. La más leal la 4 y la 6, porque tienen esa imagen de seriedad, transmiten eso.
- E.3. La más responsable la 4, fíjate que no la había notado casi, tiene cara de seria, no realmente no la había notado, se me hace con cara de seria, de que podría ser alguien responsable. La más comprometida la 6, la 10, yo creo más que nada por las caras que tienen por ejemplo la 10 es una actriz que yo conozco, tiene cara de entre niña y mujer y yo creo que por eso que la conozco, que la he visto en películas, como que se me hace como niña buena, entonces me remito a eso y las otras que están acá porque la mayoría están sonriendo y estás dos (la 6 y 10) en especial más serias, más de niña buena, por eso me remiten a ese concepto, ¿no? Por la ropa, ni nada, sino por la cara. La más capaz, pues es que yo creo que son todas, porque son bonitas no creo que no puedan ser capaces, no son tontas. La más inteligente, pues realmente no puedo decir o dar una opinión, pero que por su aspecto o por su cara me remita a que son inteligentes, podría ser la 7, lo digo por los colores, ya que para mí se ve seria, más que nada por los colores de fondo, es lo que me remite, porque en sí por la modelo no puedo decir que es tonta o inteligente, ¿verdad? La más leal, la 6, también la 4, tal vez vuelvo a lo mismo, la cara, la actitud, ¿no? La actitud que están manejando, la mirada que tienen en la pose, como que se me harían por eso.
- E.4. La más responsable ¡Ah! La 7, se me hace una persona como muy segura de sí misma y como que tiene el perfil de ser como más responsable en su trabajo, en cuanto al cuidado de su persona y ya. La más comprometida tal vez la 10, se me hace aparte de que cuida su físico, bueno todas lo cuidan ¿no? Pero como que se me hace una persona segura de sí misma y más comprometida, ella sí se me haría comprometida en todos los aspectos, tanto en su trabajo como en cuestión física. La más capaz la 2, se me haría de que es capaz de desempeñar cualquier actividad, de hacer cualquier cosa que ella quisiera. La más inteligente tal vez la 1 o la 7, la 1 por lo extrovertida y la otra por la seguridad en sí misma, me dicen inteligencia. La más leal, la 5 por su imagen de inocencia, aunque no siempre la imagen de inocencia nos quiere decir que sean las más leales del mundo, ¿verdad? Pero así a simple vista yo creo que pues ella podría ser una persona leal.
- E.5. La más responsable yo digo que la 6 por lo mismo, no sé cómo qué tiene en su cara, cómo que más seria, se compromete con las cosas. La más comprometida la 9 por su cara, yo creo que la cara de la gente te da y la mirada, todas las facciones de la cara, es lo que refleja en ella. La más capaz la 3 igual por su mirada y la forma de pararse dice muchas cosas, aparte de que se impone, así como “qué – que”, así la veo. La más inteligente, ¡híjole! Pues no sé, a lo mejor la 3 o la 10, la 3 porque por lo mismo de su carácter y su forma de ser me imagino que es inteligente y la 10 se ve su cara seria, pero dentro de lo serio como que puede ser más inteligente ¿no? La más leal yo digo que la 5 porque se ve muy tierna, así como que no se ve que tenga mucha experiencia, muy fiel y así debe ser muy tierna.
- E.6. La más responsable la 5 porque se le ve muy segura de lo que ella hace y lo que hace por lo demás. La más comprometida la 10 porque a veces me imagino que lo hace por obligación, porque ella cumple lo que tiene que hacer, su trabajo. La más capaz la 8 se le ve su mirada de que cuando ella se propone algo, lo cumple. La más inteligente la 7 la forma en la que ella demuestra lo que puede hacer, muy segura de lo que hace. La más leal la 6 porque esta muy concentrada en lo que hace, ahora sí que se ve que dedica su tiempo a las cosas que ella hace y que le gusta en lo que ella trabaja.

INTERPRETACIÓN.- La más responsable, para las entrevistadas se puede apreciar en la imagen 7, 6, 4, y 5 ya que ellas expresan en el rostro, en su forma de vestir, en su actitud y en la pose en la que modelan que son personas confiables, que a pesar de su juventud son formales, serias, seguras de sí mismas, capaces de comprometerse con su trabajo, con lo que les piden.

En cuanto a la más comprometida, las nombradas fueron la 10, 6 y 9, las cuales mediante su expresión facial denotan que se pueden llevar a cabo lo que les piden, que son comprometidas no sólo con su físico sino con su trabajo, la actitud que tienen y la pose que adoptan reafirma este concepto.

La más capaz, según las cuestionadas se encuentra en las portadas 10, 7, 6, 2, 3 y 8, por lo que se puede considerar que este tópico puede ser tomado desde diversas perspectivas, pues mientras para algunas capaz es sinónimo de compromiso, de responsabilidad, para otras éste se refiere a poder desempeñar cualquier actividad, a llevar a cabo lo que se proponga y esto se refleja en la mirada, en la actitud, en la pose que tienen estas modelos.

Para la más inteligente, la 7 dos veces, la 6, la 1, la 3 y la 10 son las designadas por las mujeres entrevistadas, ya que por los colores que usan algunas, la mirada, la actitud de seguridad en sí mismas, así como las poses provocadoras y la extroversión que demuestran son un signo de inteligencia que transmiten estas modelos.

En lo concerniente a la más leal, las portadas mencionadas fueron la 4, 6 y 5, ya que en ellas se aprecia la seriedad, la concentración en lo que ellas hacen, así también la inocencia y la ternura que una persona leal debiera tener y que a través de la mirada, el vestuario, las poses, y la actitud se ven en dichas imágenes.

#### PREGUNTA 9 TÓPICOS 17 Y 18 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

9¿Cuál es la que ves como jefa, compañera o subordinada?

- E.1. Jefa la 10, por su actitud se ve dominante, seria. Compañera, ninguna, no las vería así. Subordinada la 6 porque creo que haría bien el trabajo que le encomendará.
- E.2. La jefa sería la 6 o 7, La 6 porque es la que se ve más madura de todas, no de edad sino madura en cuanto a ser más profesional, a estar más segura de sí misma, a ese aspecto, digamos que se ve más vestida como profesionalista y la 7 igual como que refleja más madurez profesional, aunque le resta puntos el escote y la pose de la pierna. Como compañera pues sería la 4 o la 5, la 4 porque se ve que ya está en un ambiente de trabajo, más laboral, y la 5 como que está en proyecto ya de laborar. Y subordinada, pues la 1 y la 2, si porque se ven más o menos chiquitas, pero como que no estarían en ese rasgo de ser jefas, sino nada más desempeñando un rol que les fue asignado, la actitud, no se ven muy responsables de tener a cargo un puesto de mando.
- E.3. Jefa igual creo que la 7, se parece a mi jefa de hecho, bueno no así con ese cuerpo, pero en la actitud, más o menos se me figura. Compañera la 5, la 6, la 4, la 10, por las caras y la mirada únicamente que tienen, me fijo mucho en su cara y en su mirada. Subordinada, la 8 no me gustaría que estuviera bajo mi cargo tendría problemas con su imagen, le diría que se vistiera diferente, la 1, la 2 porque son las más jovencitas.
- E.4. No pues, yo creo que ninguna la podría ver reflejada como mi jefa. Compañera la 1, yo creo que si la 1, compartimos si es así, realmente a mí también me gusta expresarme, no quedarme callada, obviamente me gusta respetar la opinión de los demás pero si me gusta expresar mi opinión de diversas cosas. Subordinada, pues a lo mejor a la 8 porque se me hace que no esta muy preparada.
- E.5. Jefa la 8 o la 7, la 8 por sus cejas porque son así como "imponedoras" ¿no? Y la mano en la cintura como que si lo es y la 7 pues por su cuerpo, igual también yo creo que todo el mundo la sigue, quisieran ser como ellas. Compañera la 2 o la 1, la 2 porque se ve joven, como de mi edad, como que nos llevaríamos más o menos, mis amigas se ven de esa edad, yo le calculo y la 1 porque igual se ve un poquito más madurita pero se le entra al cotorreo y "despapaye" y todo lo demás. Subordinada la 5, no sé porque se ve más tierna, no sé la mirada así como ¡ay! Pero a lo mejor no tiene nada que ver, pero si la forma de sus facciones, su cara y su mirada.
- E.6. Jefa no, ninguna la veo como tal, porque no tienen la personalidad de una gente madura, el puesto más que nada de ser jefa ¿no? Compañera la 4 porque se ve que comparte, que es amigable. Subordinada la 7 porque se ve que le echaría muchas ganas, estaría más concentrada en lo que haría, cumpliría cada paso que le encomendará.

INTERPRETACIÓN.- En el tópico de la Jefa, las mujeres que vieron las imágenes se quedaron con la 10, la 7, la 6 y la 8, las cuales mediante su presencia dominante, la madurez no de edad sino en cuanto a ser profesional, a la seguridad en sí mismas, por su cuerpo, en la actitud, por su rostro y la pose, que hace que quien las vea, quiera ser como ellas, todo esto proporciona los datos de lo que las mujeres ven como debe ser una jefa.

Con respecto al concepto de compañera, la 4, la 5, la 10, la 6, la 2 la 1, este se da a través de la mirada, el rostro, la expresión, lo amigable que se ven, lo compartidas que puedan ser en cuanto a la

ayuda o conocimientos, además de que se puede apreciar mediante estos detalles que las modelos de las portadas se encuentran en un ambiente laboral, que pueden desempeñarse en el.

En cuanto al término de subordinada, este se ve vislumbra en las imágenes 6, 2, 1, 5 y 7, las cuales por su edad, por su inexperiencia, por su juventud, por su falta de responsabilidad para un cargo de mayor envergadura, rasgos que se ven en su rostro, la mirada, el vestuario, la actitud y la pose, serían las adecuadas para desempeñar estas funciones, al mismo tiempo de que cumplirían cabalmente lo que se les encomendara.

#### PREGUNTA 10 TÓPICOS 19 Y 20 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

10 ¿Cuál es que ves como obrera, profesionista, técnica, empleada o servidora pública?

- E.1. Obreras, no sé tal vez como obreras no las veo. Profesionistas serían la 7 y la 10 por lo que dije antes, se ven capaces, responsables, inteligentes. Técnica la 3 no se ve tan seria como para tener estudios superiores. Y empleada la 6 haría bien su trabajo.
- E.2. Obrera no, ninguna tiene ni las facciones ni el tipo de obrera. Profesionista si la 6, la 4 y la 5 como que está en vías de, la 6 por su vestimenta, su corte de cabello, como que ya refleja ese tipo de imagen de ya estar trabajando, de ser profesionista, la 4 igual no se ve ni tan alocada como otras, ni tan en el relajo ¿no? Y te digo la chica 5 como que se ve más seriosa, y como que está en vías de desarrollarse, todavía ésta estudiando en la universidad. Técnica ¡híjole! La 1, que ya no se ve tan jovencita pero como que no refleja que sea profesionista. Burócrata ¡híjole! Pues no hay, ninguna estaría dentro de ese ámbito burocrático.
- E.3. Obrera ninguna y es que estamos tan llenos de estereotipos, no, no veo a ninguna. Profesionista, la 10, la 7, la 4, la 6, en cuanto a las edades porque las veo como que ya son profesionistas, incluso la 8. Técnica, la 3, la 5 porque salen muy jovencitas como técnicos profesionales. Empleada, la 6, la 10, la misma 8, yo creo que como yo también trabajo para el gobierno, ves todo tipo de mujeres, a veces la que se arregla, aunque no ganen así “guau”, se arreglan padrísimo, la ropa, yo creo que trabajan para eso, porque no alcanza para otra cosa, ves a la chica más sencilla, la chica muy bonita, la del cuerpazo, la flaquita o sea a todas, bonitas, feas, güeras, todo te digo, cualquiera, la 10, la 8, la 6 podrían entrar, todas o sea la 9, la 7 misma podrían entrar en esa descripción, todas excepto la 1, la 2 y la 5, las más chiquitas y me voy por la cuestión de la edad.
- E.4. Cómo obrera, no a ninguna, no sé yo creo que es su apariencia física ¿no? A lo mejor no es que una obrera tenga un perfil o no, pero generalmente son gente como más, cómo decirlo, más resistente, como un poco más curtida, como más resistente al trabajo pesado y ellas se me hacen más fragilitas. Profesionista a la 10, se me hace más comprometida, sí. Técnica alguna de ellas a duras penas llegó a la preparatoria, pero tal vez la chica de la 9, pues no sé, no tengo una causa en especial, vuelvo a lo mismo, yo creo que a la mujer, no sé yo creo que estoy equivocada, la mayoría de ellas ni siquiera a la preparatoria llegaron, no, pero quién sabe puedo estar equivocada. Empleada o servidora pública, mmm, tal vez la 8 porque reúne los requisitos, la mayoría de los que están ahí, que son burócratas, que están ahí es por palancas, no realmente por el conocimiento y por la imagen que ella me da, yo siento que es una persona que no esta muy bien preparada y a lo mejor por su cuerpecito y por cosas así, pues pueda llegar a un puesto de esos.
- E.5. Obrera, yo creo que ninguna, yo digo que no, porque todas tienen bonita cara, bonito cuerpo y yo digo que no, mejor de modelo, demostradora o algo así. Profesionista la 6 porque se ve más comprometida, más seria. Técnica yo creo que entre la 4 y la 1, la 4 porque no sé si escoja la ropa, pero por la forma de vestirse y la 1 igual por la ropa, porque no es muy normal que se use ese tipo de ropa, un top, por lo regular, es una blusa cerrada o camisetas formal. Burócrata la 9 por su cara, pero sí, su cabello.
- E.6. Como obrera no ninguna, más que nada por el físico, como que no les queda. Profesionista la 7 porque se le ve ahora que si en su forma de ser, se ve que es muy firme, muy inteligente. Técnica la 3 yo creo que por la edad, igual por lo que ella logró ser, por la carrera que escogió. Empleada la 1 se ve un poco, así como que muy movida, muy activa.

INTERPRETACIÓN.- En el tópico de obrera, las cuestionadas no pudieron escoger alguna imagen pues consideraron que las modelos no tienen ni las facciones ni el tipo, aunque ellas mismas dijeron que se dejan llevar por los estereotipos, pero una obrera es más resistente al trabajo pesado, se encuentra un poco más curtida y las modelos se ven más frágiles.

Profesionista es el concepto que las imágenes 7, 10, 6, 4, 5 y la 8 contienen en sí, por la edad pues se ve que ya son profesionales, capaces, responsables, inteligentes, que ya no están en el relajo, se ven serias, todo esto se proyecta por su vestimenta, su corte de cabello, e incluso el modo en el que se arreglan, tienen esa imagen de ya estar trabajando, de ser profesionistas.

Relacionando la noción de técnica con las modelos, se señalaron la 3, 1, 5, 9 y 4, las cuales no se ven tan serias como para que se crea que son profesionistas, por su forma de vestir y por su edad, ya que aunque sean jovencitas no se ven con estudios de licenciatura, pero al mismo tiempo bien pueden tener estudios de nivel técnico.

En cuanto al término de empleada o servidora pública (burócrata) las mujeres eligieron a la 6, la 10, 8, 9, 7 y la 1, se pueden distinguir este grupo de mujeres, porque se esmeran en su arreglo, tanto del rostro como de su ropa y por la imagen que ellas proyecta de que gracias a su cuerpo y por cosas así tienen un puesto de esos.

#### PREGUNTA 11 TÓPICOS 21 Y 22 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

11 ¿Cuál es la más atractiva / repulsiva?

- E.1. La más atractiva la 10, es bonita, seria, y su mirada es penetrante. La más repulsiva, para mí la 8, la manera de vestir, la pose, no me gusta.
- E.2. La más atractiva y repulsiva, la 10 es ambas, para a los hombres si se les puede ser muy atractiva pero muchas veces se puede caer en lo grotesco, en lo exagerado, en lo provocativo, llamativo, deja de ser elegante, de verse bien, tirando, llegando a lo vulgarzón, ella estaría dentro de los dos ámbitos, a los chicos si les gustan muy provocativas pero te digo se cae muchas veces en la exageración y pues si llegas a lo vulgar.
- E.3. La más atractiva, la 4, me gusta la forma de la cara, pomulosa, los pómulos, esa parte, los ojos, se me hacen grandes y bonitos, no sé como se diga, pero de la cara se me hace agradable, bonita de cara, cabello largo, guapa, la más guapa de todas. No repulsiva, no ninguna.
- E.4. La más atractiva a mi modo de ver sería la 10, creo que tiene mucha personalidad, como mucha seguridad en sí misma y entonces eso independientemente de lo físico, yo creo que sería muy atractivo. La más repulsiva yo continuó con la 8, su apariencia física definitivamente no.
- E.5. La más atractiva la 7 igual por su cuerpo y su cara, es la única rubia, ésta la 8 y la 6, pero se ve mejor la 7. La más repulsiva la 4, porque se ve más grande que la 2 y la 5, pero no tanto, así que digamos está muy bien la chava, llamaría poquito la atención, como que por la edad, no se vería atractiva, no llama tanto la atención.
- E.6. La más atractiva la 10 porque aparte de que está bonita, se ve que es muy sencilla, inteligente. La más repulsiva la 8 en la forma en cómo se viste, qué cuerpo tiene.

INTERPRETACIÓN.- La más atractiva se ve personificada en las modelos 10, 7 y 4, las cuales gracias a su seguridad en sí mismas, personalidad, rostro, mirada penetrante, cabello largo, buen físico y actitud dominante y desenvuelta son a quienes proyectan este concepto.

Con relación a la más repulsiva, esta queda catalogada dentro de las portadas 8, la 4 y la 10, la primera por su forma de vestir y su arreglo que la hace verse un tanto extravagante y aunque pudiera pensarse paradójicamente que las otras dos imágenes resultan incongruentes pues también se encuentran dentro del tópico de más atractiva, la situación puede explicarse de la siguiente manera, pues la 4 y la 10 atraen la idea de repulsión, por lo mismo de que al ser tan atractivas puede originar el efecto contrario.

#### PREGUNTA 12 TÓPICOS 23 Y 24 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

12 ¿Cuál es la más / menos deseable?

- E.1. La más deseable la 10, por lo que te digo, guapa, dominante, seria. La menos deseable la 8, tan exagerada y extravagante no creo que guste.
- E.2. La más deseable la 10 por todo lo que ya hemos dicho, el cabello, el maquillaje, el vestuario y en general la actitud. La menos deseable creó la 8, de todas las chicas es la menos atractiva y agraciada, además como el color verde no checa.
- E.3. La más deseable para mi gusto yo creo que la 9, por la ropa, porque cómo enseña, y la rubia la 8, se me hace más como vulgarzona, aunque también está guapa, se me hace la 8, podría

- ser pero, para mi gusto la 9 se me hace más deseable, por la actitud y por cómo está vestida. La menos deseable tal vez la 6, porque no está enseñando como las otras, pero también está guapa, pero menos deseable sería por la cuestión de que está más tapadita para mí.
- E.4. La más deseable, la 7 o la 4, igual por su físico ¿no? Más que nada, todas tienen, son delgaditas y todo, pero yo creo que tienen un porte como más sensual, más atractivo. La menos deseable, yo creo que ninguna sea poco deseable, yo creo que todas, bueno hay diferentes puntos de vista, pero yo creo que todas tendrían un grado de deseo.
- E.5. La más deseable la 7 pues porque se ve mejor que todas, es el cuerpo, o la ropa porque se ve mejor es la que llama más la atención. La menos deseable la 2 porque está más chavilla y está más delgadita o sea que no le creo mucho eso de atraer a los hombres, ¿no?
- E.6. La más deseable la 9 por su físico, más que nada, cómo se viste, qué cuerpo tiene. La menos deseable la 2 porque se ve muy niña, bueno me da esa impresión, se ve muy penosa.

INTERPRETACIÓN.- La más deseable entre las entrevistadas fueron las portadas, 10, 9, 7 y 4 por lo guapas, dominantes, serias, por el cuerpo, la sensualidad, que se refleja por el cabello largo, peinado de manera causal, suelto, el maquillaje un tanto recargado, el vestuario que es revelador de algunas partes de la anatomía de las modelos, la actitud que se aprecia en la mirada y la pose de dominación, de seguridad en sí mismas. En conjunto estas cualidades representan el todo del porque las hace deseables.

Con respecto al tópico de menos deseable, las mujeres cuestionadas respondieron que la 8, 6 y la 2 y es ahí donde nos podemos dar cuenta de que dichas personas entienden de manera distinta este tópico, ya que para algunas este se aplica a las portadas más exageradas y extravagantes, otras lo entienden para la menos agraciada y atractiva, unas que porque no enseña, es de las más tapaditas y finalmente las últimas por que se ve más niña y se ve penosa, todo ello resultante de la manera de vestirse, del rostro, de mirar, de cómo se encuentra maquillada, de la indumentaria que llevan y finalmente de los colores que tiene y rodean la imagen. También cabe mencionar que existieron personas que dijeron que no había imágenes menos deseables, que todas eran deseables.

#### PREGUNTA 13 TÓPICOS 25 Y 26 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

13 ¿Cuál es la más sensual / sexual?

- E.1. La más sensual yo creo que no hay. La más sexual, bueno que quiere aparentar que es sexual más no me consta que sea sexual la 9, su pose, su actitud.
- E.2. La más sensual la 9, trae así como que microvestido y así como los labios y la pose de así muy muy sexy. La más sexual es la 10 como que la más sexualona de todas las portadas, de todas las chicas, está vestida muy provocadora, igual en la pose y la actitud.
- E.3. Fíjate que para mí la 10 es la más sensual, porque tiene una mezcla de cara de niña y el cuerpazo, entre niña y mujer, se me hace sensual. Y la más sexual la 8 por lo rubio también por cómo está maquillada, la ropa, todo.
- E.4. La más sensual podría ser la 7, por su porte como ya dije antes, la hace atractiva. La más sexual la 8, por su forma de vestir, su extravagancia, su exageración, su apariencia física.
- E.5. La más sensual y sexual, las dos cosas la 7, por lo mismo, cara, cuerpo y cabello.
- E.6. La más sensual la 3 por la forma que ella modela, muy segura. La más sexual pues la 8, cómo mira y cómo se viste.

INTERPRETACIÓN.- Para el concepto de la más sensual, la 9, 10, 7, 3 por la ropa que traen, el rostro maquillado, la mirada retadora y segura, la expresión de seriedad y confianza, la actitud de seguridad en sí mismas y la pose sensual, además del cuerpo y de que algunas mezclan la dualidad de niña y mujer, hacen que estas modelos contengan en sí las cualidades de la sensualidad.

En el caso de la más sexual, el caso de se definió con las imágenes 9, 8 y 7, están vestidas muy provocadoramente, el maquillaje y la ropa, la extravagancia y exageración de algunas, así como su apariencia física, es decir el cuerpo, la cara y el cabello, la actitud al igual que la pose, hacen que sean éstas las consideradas como las más sexuales. Cabe decir que algunas imágenes entraron dentro de ambas categorías.

#### PREGUNTA 14 TÓPICOS 27 Y 28 (PARES DE OPOSICIÓN) TODAS LAS ENTREVISTADAS

14 ¿Cuál es la más desinhibida / recatada?

- E.1. La más desinhibida la 8, su vestido, la pose, el color. La más recatada la 5 se ve que enseña menos que las otras.
- E.2. La más desinhibida igual volvemos a la chica de la portada 10 igual por el vestuario, pose, maquillaje. La más recatada la 5 por todo lo que ya antes había dicho, se ve más jovencita, por la pose, por el poco maquillaje.
- E.3. La más desinhibida la 9, tiene que ver mucho la pose en la que está, la mirada, cómo está retando. La más recatada, tenemos la 5 y la 6, se me hacia las más recatadas, menos maquillaje, la ropa, más tapaditas, por eso.
- E.4. La más desinhibida la 1, igual y no tanto en cuestión de su ropa ni nada, sino que a mí por lo de extrovertida. La más recatada sería la 5, igual se me hace una niña muy conservadora, sería.
- E.5. La más desinhibida la 8 por su vestido que está más escotado, sus manos, su cara, hasta la pierna de "ven pa' ca" La más recatada la 6, por su forma de vestir y su cara.
- E.6. La más desinhibida la 4 por su mirada y como se ve que es. La más recatada la 5 se ve más tranquila, más ubicada.

INTERPRETACIÓN.- Para la más desinhibida, las mujeres cuestionadas mencionaron la 8, 10, 9, 1 y 4, ya que según ellas, por la ropa reveladora que muestra algunas partes de la anatomía de las portadas, la pose de reto, los colores, el maquillaje recargado, la mirada intimidante, la extroversión, son características de lo que puede manifestarse como la mujer más desinhibida.

En relación con la más recatada, las entrevistadas respondieron la 5 y 6, por que son las que enseñan menos debido a la ropa que usan que no es tan pequeña y descubierta, la edad, el maquillaje natural o muy poco, lo conservadoras y serias que se ven, y por que se ven tranquilas y ubicadas, todo ello da como conjunto a las más recatadas.

### **PREGUNTA 1 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

7. ¿De las imágenes que ves que me puedes comentar?

- Entrevista 1. Bueno he visto o creo ubicar a las chicas pero no las conozco, es decir no sé quienes son.
- Entrevista 2. La mayoría de las chicas son guapas, son atractivas, como un modelo a seguir, como un objeto a alcanzar tanto como para hombres como para mujeres ¿no? Modelo para las mujeres, pues te quieres parecer a ellas, más o menos quieres dar un estilo o de moda igual, la mayoría de las chicas representan lo que esta de moda, el maquillaje, como que te van dando lineamientos a seguir.
- Entrevista 3. Pues no me gustan los estereotipos, o sea yo compro también por ejemplo la revista Veintitantos aunque no es supuestamente mi edad, pero aunque yo la compro, no para sentirme joven pero me gusta hojearla, pero si me gustaría que pusieran a mujeres más reales o sea en ésta de hecho en algunas secciones manejan tallas extras, las gorditas, las llenitas y ponen a una chica curvada y eso me gusta de esta revista, que de repente saquen a mujeres más reales, quitar por ejemplo los estereotipos, de siempre hacia la mujer hermosa, bien cuidada, super cuerpazo, que las ponga más naturales, ¿no? En cuanto por ejemplo al maquillaje, cualquier ropa, una mujer X, normal, de la calle, que la pusieran en una portada, no es algo real, pero sería bueno porque por eso mismo, tratar de no ser gorda, sería algo así cánones de belleza y muchas cosas, ¿no? De que no tienes ropa porque no estás como esa flaca, o no entras dentro de la moda porque pues ya tienes 10 kilos de más, ¿no?, obviamente ya no eres "in" eso es lo que no me gusta por ejemplo de esta revista, de todas, te manejan lo de toda la vida, de que debes ser guapa, flaca, sino, no eres nadie, sino no eres exitosa, sino no eres inteligente, sino no eres mujer. Eso mismo yo por ejemplo que ya soy un poco más adulta, pues lo entiendo y eso no me importa y sé que eso no tiene nada que ver, pero por ejemplo para las chavitas que están más inmaduras luego si se van por esos cánones y quieren copiar todo lo que ven, los mismos hombres, ¿no? Que se les quedan viendo así a las portadas, cuando la mayoría de las mujeres no somos así, esa es la realidad, menos las mexicanas, ¿no? A menos que te cuides mucho, que le inviertas mucho a tu imagen, entonces realmente me gustaría que fueran imágenes más reales, más como cualquier mujer.
- Entrevista 4. Bueno, todas las imágenes independientemente de la revista yo creo que en todas hay personas extremadamente, bueno no extremadamente delgadas, son delgadas todas te manejan esa apariencia física de la chica delgadita, bien formada, si la imagen que se ha venido manejando en estos últimos tiempos tanto en la tele como

en las revistas, esa imagen de una persona muy delgadita y de la chica super guau, superarreglada que tiene que estar super bien vista para que sea la más femenina del mundo ¿no?

Entrevista 5. Pues obviamente las revistas donde salen mujeres mejor son las que más venden ¿no? Yo digo, no sé, a lo mejor estoy mal, para mí inclusive las mujeres vemos que tienen esos cuerpos, nos detenemos y vamos a ver, te interesa como mujer y como los hombres por el físico igual por el morbo, yo digo que mujeres de mejor cuerpo, ya no tan delgadas como si fueran una tablita pero si que tengan un buen cuerpo y una buena cara, son las que vemos en las revistas.

Entrevista 6. Son chavas que ahora si que por su trabajo logran estar en donde están, o sea que por las ganas que ellas le ponen y por la forma en la que ellas salen.

INTERPRETACIÓN.- Las mujeres entrevistadas conocen las revistas, saben que las mujeres que se presentan en las portadas no tienen mucho que ver con ellas, en cuestión de físico, que no son parte de su realidad, sin embargo también son un ejemplo a seguir, porque se dan cuenta que estas modelos se cuidan, se arreglan, presentan al mundo la mejor parte de sí y es eso con lo que se quedan las personas cuestionadas, ya que también entienden que de esta manera cuidándose, las personas incluidos los hombres las van a considerar más.

## PREGUNTA 2 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS

8. ¿La imagen de la mujer es importante en lo social?

E.1. Claro que si, demasiado, nosotros laboralmente en la estética lo manejamos como que la imagen de una mujer es la que te abre puertas en cualquier negocio o apertura de cualquier solicitud de empleo, nosotros como estilistas lo vemos como que la imagen, el rostro, el cabello y el vestido importan mucho, ya después vamos a lo seguro que vienen siendo el vocabulario, la inteligencia, el comportamiento, pero primero la imagen, el rostro, el cabello y el vestuario y a veces hasta el caminar, el conducirte.

E.2. Pues si, yo creo que si, de hecho ahí viene el dicho de cómo te ven te tratan, pero de hecho si, muchas veces sirven como guías, modelos, tú consultas muchas veces las revistas, para ver que está de moda, qué maquillaje, la tendencia, ves lo de las temporadas de los zapatos por ejemplo, las bolsas, etc. Clásico que cuando vas de regreso a clase, qué bolso, mochila, cuando vas a comenzar a trabajar también te dice como vestirse para tu cita de trabajo o X, te dan tips y todo ese rollo.

E.3. Si, pero debería ser más importante, la mayoría ven a una mujer y te remiten a la esposa, a la mamá, o a la hermana, a un rol y debe de ser mujer en todo, en todos los sentidos, como los hombres, como profesionista, la misma como amante, tú como mujer puedes ser amiga, hermana, amante, profesionista, como que nada más se ve a la mujer como objeto sexual por ejemplo, en esta portada ves a una chava guapísima y todo a qué te remite, por ejemplo un hombre ve esto y dice es un objeto sexual, esta muy guapa y la ven como fantasía y hasta ahí, no se ponen a pensar –esta chava será mamá, o será esposa, o será amiga, o será hermana de alguien, sufrirá o qué sentirá, cuánto gana, no se ponen a pensar en eso o sea las mismas mujeres cuando vemos esto, nada más decimos esta guapa, yo quiero ser como ella, no te pones a pensar en otra cosa más allá, entonces sí debería ser más importante en cuanto a todos los aspectos, no nada más asumir un solo rol, una imagen o un objeto.

E.4. Yo creo que si, yo creo que no tiene que ver, bueno si influye mucho el arreglo personal, ¿no? Pero más que nada que uno se sienta a gusto, yo creo que si influye porque pues obviamente si uno va desaliñado o simplemente el estado de ánimo que uno tenga influye como lo ven los demás y muchas veces influye como lo tratan a uno.

E.5. Si porque la mujer es el centro de todo, de la familia, en el hogar, en el trabajo, yo digo que si, incluso vemos más a la mujer en una revista, no es lo mismo ver a un hombre en una revista o sea si lo ves, pero ves más a una mujer, la mujer tanto atrae a las mujeres como a los hombres, no en el sentido de atraer, sino de llamar la atención y últimamente la mujer está saliendo en muchas cosas, sobresaale más que el hombre.

E.6. Si yo creo que si, porque a veces las mujeres necesitan ahora si abrirse más, para que ellas tengan confianza en sí mismas, porque a veces si eres una mujer, entonces te van a ver más, igual porque te dan un ejemplo de lo que han logrado, lo que tienen, por decirlo el cuerpo que tienen ellas (portadas) es un ejemplo de que ellas si le echaron ganas, que si se cuidan, de que hacen cualquier cosa para estar bien.

INTERPRETACIÓN.- Todas las entrevistadas coincidieron en que sí, en que la imagen de la mujer es importante en lo social, ya que es está nuestra carta de presentación, la forma en la



que de principio nos percibe la gente, porque es esta imagen lo que la gente ve de ti, de esta manera las revistas representan una guía para las mujeres de cómo pueden mejorar dicha imagen, sin tratar de cambiarse y dejar de ser ellas, las portadas también representan un ejemplo a seguir porque si ven a una mujer delgada, que se cuida, en la portada, por curiosidad tratan de averiguar como le hace ella, para tratar de imitarla y mejorar en lo posible. Además también consideran que hay mucho terreno por cubrir porque a la mujer se le ve desde el rol que desempeña en la sociedad, pero no como el conjunto de roles que tiene que llevar a cabo en su vida diaria, pues no sólo es madre, es esposa, amiga, compañera, jefa, hermana, etcétera, y es ahí donde las mujeres deben de hacer lo posible por lograr que esta mentalidad cambie pero para ello, son ellas las que necesitan dar el primer paso y generar el cambio.

### **PREGUNTA 3 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

9. ¿La mujer en lo laboral que imagen tiene?

- E.1. Actualmente la imagen en lo laboral no es la apropiada, yo lo veo en compañeras que se han dejado llevar por la comodidad, por la no discriminación y confundimos ¿no? Porque a veces vamos así como nos levantamos, con el tenis y así se presentan, eso es lo que digo, yo siento a mi modo de ver que lo que debe de ser, yo creo que a donde vas es como vas, para sentirte cómoda y sobretodo para imponer un respeto y jerarquía, yo creo que si eres jefa o jay! Tal vez no tienes que ser jefa, sino que tienes que ir presentada para que la persona que vas a atender se sienta cómoda contigo, la presencia importa mucho.
- E.2. Yo creo que debe tener una imagen formal, creo que sin llegar a ser señora y esté juvenil sin llegar no sé a la faldita, debe de estar en un punto medio, sin caer en los extremos.
- E.3. La veo así como siempre, muy pocas mujeres son así en lo laboral, profesionistas de éxito, ¿no? Que sean dueñas de su propia vida, de sus decisiones, como que en la mujer se remite nada más a estar como siempre o asistir, a auxiliar. Yo lo veo en mi trabajo, eres muy eficiente, eres muy buena, es ésta bien, pero eres mujer, sólo te relegan a eso, a asistir, a auxiliar, o a hacer 20 mil cosas más pero con ese mismo puesto y con ese mismo sueldo, entonces mujeres así exitosas laboralmente hay muy pocas, aunque somos muy capaces y somos capaces de eso y más, pero no se nos da el papel que deberíamos de tener también en lo laboral.
- E.4. ¡Uy! Pues ahí está un poco difícil, todavía hay mucho machismo en todos lados y principalmente en lo laboral, yo por ejemplo en el medio en el que estoy, a la mayoría de la gente todavía le cuesta mucho trabajo reconocer a una mujer doctora, que al doctor, al doctor aunque no lo vea con bata o a si un enfermero le dice doctor y a la doctora señorita o enfermera, entonces si, todavía le cuesta mucho trabajo a la gente reconocer el esfuerzo de la mujer y verlo por igual que el hombre, ¿no? Porque al final de cuentas, pues yo creo que tenemos la misma capacidad, tenemos los mismos derechos, pero todavía es un poco prematuro, la imagen ante la gente no gana mucho terreno, ahí vamos pero todavía nos falta, nos falta mucho.
- E.5. Yo digo que bien, porque así nos podemos desarrollar como personas, no es lo mismo que estés aquí en tu casita, haciendo el quehacer y dedicándote al hogar a que tú te desarrolles como mujer y trabajes, no tanto por lo económico, a lo mejor si por lo económico, pero también te desarrollas en lo que quieres hacer, a lo que te quieres dedicar y no estar aquí encerrada, sino que te desarrollas, piensas más cosas y sobresales tú y tu familia también.
- E.6. Un poco así como sencillas, que se vean ubicadas.

**INTERPRETACIÓN.-** Las mujeres que contestaron estas preguntaron coincidieron en que hay mucho que hacer todavía, que la imagen de la mujer se sigue gestando día a día, pero para ello, la mujer debe contribuir con ir rompiendo esas barreras que le impiden avanzar, un ejemplo de ellas, es el machismo que todavía caracteriza a esta sociedad, y que se ve reflejado en muchos de los campos en los que interactúa la mujer y uno de ellos es el campo laboral, por lo mismo es preciso que la mujer demuestre que tiene las mismas capacidades intelectuales que el hombre, si bien es cierto su imagen puede ser el reflejo de femineidad, no por ello, será el reflejo de sumisión, ni tampoco de dejar de cuidarse, debe de lograr un equilibrio entre su imagen y la capacidad de lograr lo que se proponga.

### **PREGUNTA 4 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

10. ¿La imagen de una mujer es importante para otra mujer?

- E.1. Bastante porque mira a veces el hecho de que tu me estabas preguntando hace rato por una obrera, una obrera de repente cambia a un ambiente de oficina, eso la enseña a madurar en su forma de conducirse, de vestirse, yo lo he vivido y lo he visto, en ese sentido te enseña a conducirse, a tratar a la gente, a comportarte, hasta a hablar, a tener conversaciones más amplias con gente de distintos niveles y por lo tanto si creo que es importante la imagen de otra mujer para otra mujer.
- E.2. Ah, si, definitivamente, de hecho muchas veces, te guías por – me gusta esto, por se lo vi a tal chava o X, ¿no? Porque también te va dando parámetros hasta a veces de hasta qué comprar, porque ya le viste a una amiga o a alguien que va a la universidad o en el trabajo, que ya se compró tal bolsa, tales zapatos y dices - ¡híjole! Los quiero pero no tan igual, de hecho sí como que siempre vives en una competencia ¿no? Saber quién trae lo mejor, quién está a la moda y todo ese rollo.
- E.3. Yo creo que si también, por ejemplo vamos a la cuestión laboral, tú ves a una, aún a tú propia familia, no sé a tu cuñada, la ves guapa y le dices qué te hiciste para verte así, o estás adelgazando, o dónde te compraste eso, no sé a lo mejor con envidia, como otra persona, pero si lo ves y dices yo quisiera a lo mejor estar igual, o vestirme igual que ella y entonces ya te influencia en ese aspecto, ¿no? De que a lo mejor se te pones un traje sastre te ves más ejecutiva, más profesionista, entonces te quieres ver igual, si tiene que ver todo, si te influencia de dejarte llevar por todo eso.
- E.4. Yo creo que si, hay mucha, yo creo que hay mujeres que se fijan mucho en eso, yo en lo personal no tanto, porque con qué yo me sienta bien, estoy bien, pero hay gente que si, o sea si ve a otra persona más arreglada, se siente incomoda, se siente a lo mejor agredida, pero yo creo que si influye en cuanto a otra mujer.
- E.5. Yo digo que si, porque si es mejor que uno te interesa sobre la persona, sobre esa mujer, a lo mejor imitarla o ser como ella, yo digo que si, hay mujeres que igual dicen que no, porque a lo mejor se sienten muy bien, o esta bien, por ejemplo en mi caso, si me llamaría la atención a qué se dedica, qué hace, qué come, si va al gimnasio, como se viste, que marcas usa, qué zapatos usa, cómo se peina, todo ¿no?
- E.6. Yo siento que a veces tu admiras a la gente e igual te admiran a ti, que digan qué bonita mujer, qué cuerpo tiene, arreglarte para que otra mujer te admire, a veces si porque sólo es sentirse bien consigo mismo, con lo que tiene.

**INTERPRETACIÓN.- Para la mujer al igual que para todos, la admiración que pueda despertar en otra persona es importante y ésta adquiere otra dimensión si es por parte de otra mujer, de alguna de su genero, esta admiración adquiere otra valía, porque al mismo tiempo si es ella la que admira al dejarse influenciar por su objeto de admiración tratará de mejorar, de ser como ese alguien y si a ella la admiran ese hecho le dará fortaleza para continuar y no decaer en su intento por mejorar, el entorno de la mujer está siempre rodeado por la competencia, pero el que sea así no tiene por que ser perjudicial para la mujer, todo lo contrario puede ser muy provechoso para ella a lograr cosas de las que no se creía capaz.**

#### **PREGUNTA 5 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

11. ¿La cara y el cuerpo son importantes en la imagen de una mujer?
- E.1. Esta mal que yo lo diga pero si, porque yo respeto mucho el hecho de que la gente sea gordita o llenita, chaparrita y morenita y en una de esas recaigo yo, pero se me hace mucha falta de atención propia el hecho de que nos dejemos engordar, el que no nos cuidemos, no nos peinemos, no, no, está mal que yo lo diga pero si importan la cara y el cuerpo.
- E.2. Si, definitivamente si, pues de la cara que tengas más o menos una bonita piel, que tengas una piel limpia, bonita y del cuerpo pues igual porque actualmente pues la mayoría de la ropa ya viene en tallas más chicas y se está viviendo un apogeo de la moda y por estar siempre a la moda y todo ese tipo de cosas, de combinar todo, zapatos y todo ese rollo y las tendencias, o sea que viene todo muy bombardeado actualmente y antes pues si era importante estar a la moda, pero no como ahorita, si ha habido un aumento, vives más al pendiente de tu cuerpo y de tu cara que antes, de hecho ahora te puedes dar cuenta de cuantos gimnasios hay cerca de tu casa, qué tipo de gente va y hasta la moda para ir al gimnasio ¿no?
- E.3. Yo creo que no, yo creo que debe de ser más importante lo que tienes acá dentro (pecho) y lo que tienes acá (cabeza) pero ahorita son importantes, desgraciadamente se le da mucha importancia, te digo, a que te cuides, a que traigas la ropa más bonita, que te quede bien, que andes super bien maquillada, se les da importancia, no debería ser importante pero desgraciadamente es importante.

- E.4. Pues yo diría que no, pero para mucha gente, para la sociedad, como que si muchas veces la imagen externa es lo que primero toman en cuenta aunque puede ser la mujer más bella del mundo pero tener un pensamiento nefasto o comportarse horrible o yo creo que si influye el aspecto físico en general, no debería de ser pero así es.
- E.5. En la imagen si, porque finalmente, bueno no voy a usar discriminación, pero por ejemplo si ves a una mujer guapa, a una mujer fea y aunque las dos pidan trabajo o lo que sea no, siempre optan por la guapa, por la que se ve mejor y por la que vaya más arreglada y una mujer guapa arreglada todavía se ve más guapa, inclusive uno que es feo, no, bueno no está tan guapa, ya arreglada te ves diferente, ¿no? A ti mismo te gusta como te ves y entonces dices arreglada te ves bien y si vas a ir a algún lado, lo que sea, tratas de ir bien arreglada y das buena imagen, tratar de tenerlo bien (cuerpo) mantenerlo, cuidarlo, conservarlo, tratar de no subir de peso o descuidarte, tampoco un super cuerpo pero más o menos.
- E.6. No debería ser, lo que importa es cómo pienses, que no seas tan hipócrita, que seas sencilla, pero se da la otra parte, debería ser importante lo que uno piensa y siente y debe uno de tener valor por lo que es y te deben respetar, pero si es importante en la sociedad desgraciadamente, así eres tú y no se vale que tengas que cambiar, ser otra, ser como ellos te dicen.

**INTERPRETACIÓN.- Aunque todas mencionaron que no debería ser así, qué es más importante lo que tienes dentro, qué sentimientos albergan en tu corazón y cómo piensas, explicaron que por desgracia así es, la misma sociedad en la que se encuentran va a generar que se le de una mayor importancia al físico, de tal manera que las mujeres buscaran estar dentro de los estándares que va dictando la sociedad, cómo estar delgada, vestirse bien, arreglarte, en fin, una serie de normas no escritas con las cuales se debe comulgar. Y si no lo hicieran deben acatar las consecuencias como que no les den un empleo, porque se lo dan a otra mujer con mejor presentación. Al mismo tiempo también reconocieron que es importante el cuidarse, no sólo por estética sino por tener una autoestima sana.**

#### **PREGUNTA 6 (PREGUNTAS GENERALES) TODAS LAS ENTREVISTADAS**

12. ¿La imagen en las portadas de las revistas repercute a las otras mujeres?
- E.1. Si bastante mira, te lo voy a decir desde dos puntos de vista, en el estético, a mí me llama la atención y me rió muchas veces de que llegue una gordita, morena y que esta chaparrita y te dice quiero que me dejes como la de la revista y tú lo haces en el momento, pero es una persona que no lo va a volver a hacer en su vida y le haces el corte, pero no lo va a volver hacer nunca, sale en ese momento así, pero en su vida se va a recoger el cabello, se va hacer el chongo y así va a andar todos los días porque va a la escuela, al mercado, ese día porque es un evento especial, en el otro precepto en el hogar, o muchas profesionistas les ayuda muchísimo, en el caso tengo clientes que son doctoras, dentistas, etcétera y se basan en las revistas y ven imágenes que les gustan y van al doctor para mejorar, tienen aspectos buenos y malos, a veces hasta las feitas se trauman más ¿no?
  - E.2. Yo creo que si, digamos de las que conozco, de las que están en mi entorno, bueno yo veo a las revistas como una guía ¿no? Para enterarme pues básicamente qué es lo que viene, qué es lo que está de moda, qué viene de tendencias, por ejemplo a mí me gustan mucho los zapatos y entonces ya me doy cuenta de qué zapatos vienen de moda y todo ese rollo, son como guías, no tanto así como la ley a seguir, pero si te dan parámetros para adquirir algún bien, las portadas básicamente porque de hecho cuando estas en un puesto de revistas o vas al Samborn's, rápido te lees la portadita y dices pues ya sé más o menos lo que viene en el contenido de la revista, te sirve como parámetro para ver si la compras o no la compras y a veces la compras por lo que viene en la portada y luego la vas leyendo y te sale un fiasco porque no viene nada de lo que tu pensaste. Eso en general, en lo particular yo adquiero Veintitantos y a veces, sólo a veces Cosmopolitan.
  - E.3. Si, es como te decía, uno ve eso e intentas copiar cosas, de que ves esa blusa y dices –ah está bien bonita la blusa y obviamente a ti no te queda porque tienes dos tallas o tres más que la modelo, entonces se te a fruncir la blusa o se te va a ver la lonjita, pero tu crees que si porque a la modelo se le ve padre, yo creo que si te influencia mucho porque siempre quiere uno copiar, la mayoría de la gente quiere copiar lo que ve aunque no sea para ti o no se te vea bien o ni siquiera vaya contigo ni con tu cara, ni con nada pero si te influncian mucho las revistas, la televisión, todo eso tiene que ver o sea aunque digas que no, si hasta yo misma, luego de repente ves esta modelo y le ves el vestido y dices –hay Má no me lo puedes hacer aunque sea 5 tallas más grande para traerlo igual ¿no? Entonces yo lo leo y yo sé que estas revistas tienen mucha tendencia a lo sexual, siempre marcan mucho eso, traen tips, traen

artículos y luego dices eso es pura basura y no es cierto porque la acabas comprando y la lees porque te interesa y a lo mejor quieres conocer más, o como tú lo quieras, la acabas comprando y ya te influencio o sea la mercadotecnia es muy cañona, es muy fuerte y si a una persona que ya más o menos tiene una conciencia, que ya esta más madura, te influencia, ahora imagínate a otra que no, lo triple que a ti, pero si te influencia muchísimo.

- E.4. Yo creo que si, más en la juventud, porque como comentaba al principio yo creo que en todas las revistas se maneja la imagen de la mujer delgada, de la mujer sin defectos si lo podemos llamar así, igual los tests que se dan o las recomendaciones, ahí hablan para una mujer delgada o para ciertos tipos de características y se olvida de que simplemente por nuestra población, cómo somos, somos chaparritos, hay unos que somos más llenitos, morenitos y eso hace que las personas se metan mucho a lo que dicen las revistas y quieren ser exactamente como la persona de la revista sin tomar en cuenta que a lo mejor su complexión nunca va a ser extremadamente delgada como la chica que ven en la revista, o que el cabello nunca se les va ver así exactamente, yo creo que si influye mucho la imagen de las portadas de la revista.
- E.5. Si por ejemplo vemos una revista en donde la portada está una mujer delgada y dices: -¡ay! quisiera estar como ella y si influye, a lo mejor te pones tú solita a dieta, o ejercicio, a lo mejor nada más en lo que ves la revista, una semana y después ya se te olvida, pero si tratas de imitar, yo creo que si repercute la imagen de todos, tanto en la forma en que las peinan, las maquillan, las visten y las poses que hacen, todo, de alguna manera las mujeres tratamos de imitar eso, la mirada de muy sexy, muy imponente, muy seria, sonriente, así tratamos de maquillarnos como ellas, o sea se ve bien, pues a lo mejor yo le hago igual y entonces me veo bien ¿no?
- E.6. Si repercute, yo antes estas revistas y decía porque no soy flaca, porque no estoy como ellas, pero tuve un accidente y aprendí a quererme como soy y ahora ya no me afecta ver las portadas de estas y otras revistas, pero hay chicas que si las ven y quieren cambiar y verse como las chavas de la portadas y se provocan daños graves.

INTERPRETACIÓN.- Todas llegaron al mismo punto en el que mencionan que si repercute la imagen de las portadas de las revistas a otras mujeres, ya que de entrada te motivan a cambiar, pues al ver a una mujer muy guapa, arreglada, con determinada ropa y un cuerpo bonito, bien formado, sucede alguna de las siguientes cosas, o se inspiran para buscar un cambio en ellas, desde un nuevo corte de cabello, una dieta, un plan de ejercicios, un cambio de imagen, hasta el buscar la misma ropa que trae la modelo, claro en tallas más grandes, pasando por tener a las revistas como una guía de cómo mejorar determinados aspectos que no les son satisfactorios. Esto se da, sin importar la edad, el nivel de estudios y la experiencia que se tenga, pues a todas las cuestionadas en algún momento les ha llegado a suceder algo así, a pesar de saber y tener la conciencia de que las mujeres que salen en las portadas son modelos y que tienen un estilo de vida y una realidad muy diferente a la suya.