



**BUAP**

**Benemérita Universidad Autónoma de Puebla**  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Representaciones femeninas y machismo:  
Influencia de The Bold Type en las jóvenes  
chignahuapenses**

**Tesis para obtener el título  
de**

**Licenciada en  
Comunicación**

**PRESENTA**

Lizeth Cortés Portilla

201919853

**DIRECTOR DE TESIS**

Mtro. Alejandro George Cruz

H. Puebla de Z. 12 de Octubre de 2023

## **Agradecimientos**

Realizar este trabajo de investigación fue todo un reto y un camino complejo, como en todo, hubo momentos en los que me fue muy difícil, sin embargo, quienes estuvieron a mi alrededor siempre me motivaron a seguir y me recordaron lo capaz que era para realizar esta investigación de buena manera.

Hoy que este trabajo está culminado quiero agradecer principalmente a Dios y a la Virgen María por darme la sabiduría, inspiración, fuerza y motivación para poder hacer mi trabajo, especialmente en aquellos momentos en que más perdida me sentía. En segundo lugar, a mis papás, pues ellos me han acompañado y apoyado a lo largo de todo mi caminar, son mi gran compañía, no me dejan sola y, sobre todo, siempre me recuerdan lo que soy y me dan las herramientas para alcanzar mis sueños. A mi hermana también le agradezco por acompañarme en cada paso de mi vida, por ser mi fiel compañera y por escucharme leer cada uno de los capítulos de este trabajo siempre que hacía una corrección.

A mis amigas y amigos: Salma, Aranza, Alexa, Jashia, Yureni, Jimena, Hector y Víctor, quienes me motivaron constantemente para no rendirme, por entender la prioridad de mi trabajo y apoyarme en cada paso desde que nos encontramos en la vida.

A la doctora Edith, mi maestra de seminario y lectora, al doctor Guillermo, mi lector y al maestro Alejandro, mi director de tesis, pues me guiaron y acompañaron en la realización de esta investigación, me motivaron y ayudaron cuando lo requería. Sé que fueron la mejor asesoría que pude tener a lo largo de esta travesía de investigación, les admiro y respeto enormemente.

A quienes fueron participantes de mi grupo focal, gracias por su apoyo y compartirme su experiencia que fue la base y respaldo de mi investigación.

Curiosamente, aunque están lejos y no nos conocemos, agradezco a los artistas que crean la música que me gusta pues fue uno de mis mayores soportes durante el tiempo de trabajo. Finalmente, a mis mascotas: Nala, Manchas, Quicas, Bigotes, Chato y Rocky, su amor y alegría siempre está conmigo.

## Índice

### Introducción viii

### Capítulo 1. Marco Contextual de las Representaciones Femeninas en Medios y los Patrones Machistas de la Sociedad Chignahuapense 1

Evolución de la Representación Femenina en los Mass Media 1

*Mujer Tradicional 3*

*Mujer Moderna 7*

The Bold Type 9

*Representaciones femeninas 11*

*Desarrollo 15*

Género y Patrones Machistas en la Sociedad Chignahuapense 16

*Cultura 16*

*Política 18*

*Campo laboral y educación 19*

*Violencia 21*

### Capítulo 2. Estado del Arte de los Estudios Sobre Representaciones Femeninas en los Mass Media y el Machismo 24

Método 26

Resultados 27

*Evolución de la Representación Femenina 27*

*Representación no representaciones 29*

*Mujer liberada 31*

*Influencia en la audiencia 32*

*Reproducción de violencia de género 34*

*Medios como agentes de cambio 35*

*Visión de la producción 36*

Discusión 38

### Capítulo 3. Marco Teórico 41

El poder de los mass media 41

Influencia de los medios de comunicación en la sociedad: Teoría del Cultivo de Gerbner 44

*Análisis de cultivo 47*

Sociopsicología de las representaciones sociales en los medios 49

Representaciones sociales de Serge Moscovici 52

*Socialización y medios 55*

*Estudio Moscovici 56*

Influencia de las representaciones sociales de los mass media 57

Operacionalización de variables 59

#### **Capítulo 4. Apartado Metodológico 63**

Tipo de Investigación 63

*Cualitativa, Cuantitativa o Mixta 64*

*Descriptiva, Correlacional o Explicativa 66*

*Experimental o No Experimental 68*

*Transeccional o Longitudinal 69*

*Prospectiva o Retrospectiva 69*

Técnica de Investigación 1: Análisis de Contenido 70

*Diseño del Instrumento 72*

*Muestreo para el Levantamiento de Datos 75*

*Pasos para la Recolección de Datos o Trabajo de Campo 77*

*Prueba piloto 83*

*Plan de Análisis de la Información 102*

Técnica de Investigación 2: Grupo Focal 107

*Diseño del Instrumento 109*

*Selección de participantes 113*

*Pasos para la Recolección de Datos o Trabajo de Campo 115*

*Plan de Análisis de la Información 118*

#### **Capítulo 5. Análisis y resultados 120**

Resultados del Análisis de Contenido 120

*Las Mujeres de The Bold Type 120*

*Representaciones Femeninas con Poder 132*

*Relaciones Interpersonales en The Bold Type 135*

*Mujeres Humanas y Diversas 137*

|  |            |
|--|------------|
| Resultados del Grupo Focal   | 139        |
| <i>Socialización de la Feminidad</i>   | 139        |
| <i>Feminidad y Medios</i>  | 142        |
| <i>Concepción de las Mujeres en The Bold Type</i>                                  | 144        |
| <i>Cultivo de las Representaciones Femeninas de The Bold Type e Impacto Social</i> | 147        |
| Representaciones de The Bold Type y Cultivo en las Chignahuapenses                 | 149        |
| <b>Conclusiones</b>  | <b>151</b> |
| <b>Referencias</b>   | <b>155</b> |
| <b>Anexos</b>  | <b>166</b> |

### **Índice de tablas y figuras**

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1. Esquema Paradigma, Teorías y Conceptos                           | 58  |
| Tabla 1. Tabla Operacionalización de Variables                             | 59  |
| Tabla 2. Planilla de Datos: Análisis de Contenido                          | 73  |
| Tabla 3. Planilla Prueba Piloto Interacción con Mujeres Kat Edison         | 83  |
| Tabla 4. Planilla Prueba Piloto Interacción con Hombres Kat Edison         | 90  |
| Tabla 5. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Vestimenta                      | 97  |
| Tabla 6. Tabla de Frecuencia Prueba Peinado y Maquillaje                   | 97  |
| Tabla 7. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Accesorios                      | 98  |
| Tabla 8. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Tono de Voz                     | 98  |
| Tabla 9. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Lenguaje Usado                  | 98  |
| Tabla 10. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Actitud                        | 98  |
| Tabla 11. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Contacto Físico                | 99  |
| Tabla 12. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Patrones Violentos             | 99  |
| Tabla 13. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Deseos                         | 99  |
| Tabla 14. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Gestos, Movimientos y Ademanes | 100 |

Tabla 15. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Valores 100

Tabla 16. Tabla de Frecuencia Prueba Piloto Sentimientos 101

Tabla 17. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Vestimenta 124

Tabla 18. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Peinado y Maquillaje 124

Tabla 19. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Accesorios 125

Tabla 20. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Tono de Voz 125

Tabla 21. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Lenguaje Usado 126

Tabla 22. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Actitud 126

Tabla 23. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Contacto Físico 127

Tabla 24. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Patrones Violentos 127

Tabla 25. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Deseos 127

Tabla 26. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Gestos, Movimientos y Ademanos 128

Tabla 27. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Valores 128

Tabla 28. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Sentimientos 129

### **Índice de anexos**

Tabla 1. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Kat Edison en Interacción con Mujeres 166

Tabla 2. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Kat Edison en Interacción con Hombres 173

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 3. Presentación de Resultados KE. Variable Vestimenta                                | 180 |
| Tabla 4. Presentación de Resultados KE. Variable Peinado y Maquillaje                      | 180 |
| Tabla 5. Presentación de Resultados KE. Variable Accesorios                                | 180 |
| Tabla 6. Presentación de Resultados KE. Variable Tono de Voz                               | 180 |
| Tabla 7. Presentación de Resultados KE. Variable Lenguaje Usado                            | 181 |
| Tabla 8. Presentación de Resultados KE. Variable Actitud                                   | 181 |
| Tabla 9. Presentación de Resultados KE. Variable Contacto Físico                           | 181 |
| Tabla 10. Presentación de Resultados KE. Variable Patrones Violentos                       | 182 |
| Tabla 11. Presentación de Resultados KE. Variable Deseos                                   | 182 |
| Tabla 12. Presentación de Resultados KE. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes           | 182 |
| Tabla 13. Presentación de Resultados KE. Variable Valores                                  | 183 |
| Tabla 14. Presentación de Resultados KE. Variable Sentimientos                             | 183 |
| Tabla 15. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Jane Sloan en Interacción con Mujeres | 183 |
| Tabla 16. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Jane Sloan en Interacción con Hombres | 186 |
| Tabla 17. Presentación de Resultados JS. Variable Vestimenta                               | 189 |
| Tabla 18. Presentación de Resultados JS. Variable Peinado y Maquillaje                     | 189 |
| Tabla 19. Presentación de Resultados JS. Variable Accesorios                               | 190 |
| Tabla 20. Presentación de Resultados JS. Variable Tono de Voz                              | 190 |
| Tabla 21. Presentación de Resultados JS. Variable Lenguaje Usado                           | 190 |
| Tabla 22. Presentación de Resultados JS. Variable Actitud                                  | 191 |
| Tabla 23. Presentación de Resultados JS. Variable Contacto Físico                          | 191 |
| Tabla 24. Presentación de Resultados JS. Variable Patrones Violentos                       | 191 |
| Tabla 25. Presentación de Resultados JS. Variable Deseos                                   | 192 |
| Tabla 26. Presentación de Resultados JS. Variable Gestos, Movimientos y                    |     |

|  |     |
|--|-----|
| Ademanes   | 192 |
| Tabla 27. Presentación de Resultados JS. Variable Valores                                    | 192 |
| Tabla 28. Presentación de Resultados JS. Variable Sentimientos                               | 193 |
| Tabla 29. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Sutton Brady en Interacción con Mujeres | 193 |
| Tabla 30. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Sutton Brady en Interacción con Hombres | 196 |
| Tabla 31. Presentación de Resultados ST. Variable Vestimenta                                 | 198 |
| Tabla 32. Presentación de Resultados ST. Variable Peinado y Maquillaje                       | 199 |
| Tabla 33. Presentación de Resultados ST. Variable Accesorios                                 | 199 |
| Tabla 34. Presentación de Resultados ST. Variable Tono de Voz                                | 199 |
| Tabla 35. Presentación de Resultados ST. Variable Lenguaje Usado                             | 199 |
| Tabla 36. Presentación de Resultados ST. Variable Actitud                                    | 200 |
| Tabla 37. Presentación de Resultados ST. Variable Contacto Físico                            | 200 |
| Tabla 38. Presentación de Resultados ST. Variable Patrones Violentos                         | 200 |
| Tabla 39. Presentación de Resultados ST. Variable Deseos                                     | 201 |
| Tabla 40. Presentación de Resultados ST. Variable Gestos, Movimientos y Ademanos             | 201 |
| Tabla 41. Presentación de Resultados ST. Variable Valores                                    | 202 |
| Tabla 42. Presentación de Resultados ST. Variable Sentimientos                               | 202 |
| Tabla 43. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Vestimenta            | 202 |
| Tabla 44. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Peinado y Maquillaje  | 203 |
| Tabla 45. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Accesorios            | 203 |

Tabla 46. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Tono de Voz 203

Tabla 47. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Lenguaje Usado 204

Tabla 48. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Actitud 204

Tabla 49. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Contacto Físico 205

Tabla 50. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Patrones Violentos 205

Tabla 51. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Deseos 206

Tabla 52. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes 206

Tabla 53. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Valores. 207

Tabla 54. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Sentimientos. 207

Transcripción de Focus Group 208

Imagen 1. Universal Television/Getty Images 241

Tabla 55. Análisis del Grupo Focal 242

## Introducción

La representación femenina en los medios audiovisuales a lo largo de los años se ha apegado a los ideales existentes en la sociedad desde sus inicios. La mayoría de estas representaciones tienden a obedecer a la ideología machista que ha imperado tanto tiempo en la mente de la población, y, a pesar de que se ha intentado evolucionar a la par de la sociedad, no se han logrado crear personajes femeninos que le hagan justicia a las mujeres de la vida diaria.

Después de los movimientos sociales originados en los años 60's fue cuando se empezó a exigir un cambio en la representación femenina de los mass media, pues se retrataba solo a una mujer tradicional, es decir, a la que solo se desenvolvía en el ámbito privado para atender a su familia, pero principalmente a su marido, el hombre al que debía servir siempre. Este modelo de mujer corresponde al creado por el machismo, el cual, según la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (2016), "es el conjunto de actitudes y comportamientos que violentan injustamente la dignidad de la mujer en comparación con el varón" (2016, párr.1).

Tanto la representación de la mujer tradicional, como la representación de la mujer moderna que la incluye en el ámbito público con mayor presencia, sigue quedando corta para la exigencia de la sociedad femenina. Esto debido a que las mujeres no logran sentirse identificadas con los personajes femeninos que se representan en los diversos contenidos existentes, pues las siguen englobando en un solo tipo, en una sola forma de ser, creando así estereotipos de lo que debe ser una mujer sin representar lo que son las mujeres.

Ya lo dice Soto (2013) al explicar la teoría *The woman, the women*, en la cual dice que "La Mujer" hace alusión a un ideal ficticio, a una representación ficticia que se ha creado de la mujer para los contenidos audiovisuales, mientras que "las mujeres" hacen alusión a las mujeres reales, las mujeres que existen.

Gómez (2002), explica que esta estereotipación se debe a que se sigue tratando a la mujer como objeto, no solo desde la narrativa, desde la historia del personaje, sino también desde el trato en cámara, luces, vestuario y maquillaje.

Cortina (2002), Fregoso (2016) y García (1998), consideran que la falta de identificación se debe a la falta de representación de la diversidad, es decir, a la falta de incluir a mujeres de todos lugares, culturas, niveles sociales, razas, etnias, etc. Si solo se representa a un tipo de mujer, todas las demás quedan fuera y de ahí viene todo el problema. Las producciones no consideran eso, ni tampoco consideran que ahora sus contenidos deberían incluir más la diversidad, pues el alcance de consumo es de nivel internacional.

Como solución al fallo en la representación femenina, la mayoría de los autores proponen que más mujeres se integren a la creación de contenidos pues ellas podrán empatizar y comprender más a su género y crear personajes dignos que las representen. Sin embargo, Bracho (1985) también señala que “Un hombre nuevo que no represente los valores machistas de la sociedad, es capaz de tocar, con gran acierto el alma femenina” (1985, p.423)

Lazo (2008), Serrano (1981) y Torres (2008) se han dedicado a analizar la influencia que tienen las producciones audiovisuales en la ideología de vida de la sociedad, pues ellos explican que los medios abonan a la creación de estilos de vida de la población. Para Serrano, uno de los medios principales es la televisión, que, aunque ha perdido audiencia debido a la creación de las plataformas digitales, sigue siendo uno de los más consumidos principalmente dentro de las familias y, por ende, es uno de los principales difusores y formadores de ideales, es por ello que el autor resalta la importancia de la creación de sus contenidos al decir:

La televisión...debe ser estudiada como el gran mediador entre el acontecer y los comportamientos. Está comprometida con el cambio o la estabilidad social en cuanto productora de modelos de la realidad. Modelos que expresan una “teoría” del mundo real y las finalidades del individuo y de la sociedad. (1981, p.55).

Así como Serrano (1981), Lazo (2008) sostiene que es importante cuidar a detalle los contenidos que se producen teniendo conciencia del impacto directo que tienen en la sociedad, puesto que, desde temprana edad, los infantes son influidos por los medios en su forma de ver el mundo. Lazo (2008) detalla que es vital educar a los niños para que reconozcan el contenido que están consumiendo, puesto que considera que si se forma a las infancias audiovisualmente después estas podrán ser selectivas con lo que consuman y así descartar y defenderse de aquellos contenidos que no les resulten adecuados o correctos.

De acuerdo con lo dicho por los anteriores autores, los medios no solo funcionan como creadores o difusores de contenido de entretenimiento, sino que dejan huella en sus espectadores, insertándoles modelos a seguir de formas de vida. Por ello se debe cuidar su producción y consumo, pues tanto puede sumar a una mejora de la sociedad como también puede provocar ideales falsos sobre el sistema social y su funcionamiento. Pues como lo dice Torres (2008), los medios contribuyen a la construcción de modos de vida, percepciones del mundo y a la construcción de identidades.

Al tener conciencia del impacto de los contenidos audiovisuales en la sociedad, es importante comenzar a crear producciones pensando en cómo se puede aportar a una mejora de la sociedad o la disminución de los problemas en ella. Tal es el caso de los altos índices de desigualdad de género y de violencia contra la mujer. Si bien, en la actualidad este es uno de los problemas más grandes que viene arrastrando desde hace años la sociedad y a pesar de que ahora hay muchos intentos por dejar de lado la ideología machista que es la principal causa de esta problemática, aún sigue presente, tal es el caso de la mayor parte del país mexicano y en especial del municipio de Chignahuapan.

Según Carta Paramétrica (2017) “un primer dato importante es que seis de cada diez entrevistados consideran que México es un país machista, contra 38% que opina lo contrario” (2017, párr.3). Y esto no solo se basa en opiniones, sino en estadísticas que lo demuestran. De manera estatal, es decir en Puebla, estado donde se ubica Chignahuapan, según estadísticas del Secretariado Ejecutivo del

Sistema Nacional de Seguridad Pública, conocido como SESNSP (2021), el Estado de Puebla es el puesto número 12 de todos los estados de la República Mexicana en relación a violencia de género, pues en 2021 presentó 28 casos de feminicidio.

En cuestión a las oportunidades de trabajo, de acuerdo con Data México en 2022, el 39.3% de la población femenina en Puebla tiene algún trabajo, frente al 60.7% de hombres presentes en la vida laboral, lo que muestra la desigualdad no solo en puestos, sino también en creencias machistas que no permiten que la mujer se desenvuelva en el ámbito público. Cosa relacionada con la representación femenina tradicional en los medios, representación que refuerza la creencia de que así debería ser la vida de una mujer.

Debido a la gran desigualdad de oportunidades y la alta tasa de violencia hacia las mujeres en el Estado, en 2019 se emitió la Declaratoria de Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres en 50 municipios, luego de que se solicitara desde el año 2016 según la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (CONAVIM, 2019).

Dentro de los 50 municipios en Alerta de Violencia de Género se encuentra Chignahuapan, un municipio de la Sierra Norte de Puebla que, según Data México, en el último censo de población realizado en 2020, cuenta con una población 66,464 habitantes, de los cuales 34,302 son mujeres y 32,162 son hombres.

Sin importar que en el municipio sean más mujeres que hombres, la mayor parte de las chignahuapenses están desempleadas. Según el H. Ayuntamiento de Chignahuapan “La población ocupada en el municipio asciende a 20 mil 650 personas, de las cuales el 74.53 por ciento son varones y solamente el 25.47 por ciento son mujeres” (2018, p. 25).

Y no solo es con relación al trabajo, sino que las oportunidades de estudio también son bajas para las chignahuapenses. Según Data México, en Chignahuapan la tasa de analfabetismo en 2020 fue 8.64%, donde del total de esa población, 45.1% son hombres y 54.9% son mujeres, demostrando así la diferencia

de oportunidad que tiene el sector femenino para acceder a la educación formal y poder crecer profesionalmente.

El Municipio de Chignahuapan es una sociedad conservadora y machista, las mujeres en las comunidades desde muy corta edad de los 7 años en adelante tienen la “obligación” de lavar, cocinar, y atender a sus padres y hermanos varones. La formación educativa en distintas comunidades no está a su alcance por falta de recursos y apoyo de los padres que creen que la mujer sirve solo para “el hogar”. Es por ello, que la mayoría de ellas se juntan a los 14 años aproximadamente y conciben hijos que no pueden mantener, tienen que aguantar una serie de maltratos por parte de su pareja, por miedo y prejuicios no los denuncian ni los dejan (Instituto Municipal de la Mujer, 2019, p. 30).

En cuanto a violencia, en Chignahuapan, según el Instituto Municipal de la Mujer (IMM), 2 de cada 10 reportes que se hacen a Seguridad Pública Municipal provienen de mujeres víctimas de violencia (2019, p.3). Además, según el reporte presentado por el Instituto para la Gestión, Administración y Vinculación Municipal (IGAVIM), en los dos primeros trimestres de 2022, se reportaron 30 carpetas de investigación por violencia familiar (2022, p.45).

En cuanto a la violencia hacia a las mujeres por parte de su pareja, según el Instituto Municipal de Mujeres en Chignahuapan (2011), el 11.02% han sido violentadas con empujones y jalones de cabello, mientras que el 8.4% sufren violencia psicológica.

Debido a la Declaración de Alerta de Género en el municipio por la situación que vive, se están realizando acciones con el fin prevenir y corregir la violencia contra las mujeres. Según Castillo (2022) del Diario Intolerancia, el presidente del municipio de Chignahuapan, Lorenzo Rivera Nava, afirmó que “se atenderán temas de delitos contra la mujer para una reacción inmediata, además de trabajar en temas de prevención y facilitar las denuncias de cualquier tipo de violencia” (2022, párr.5).

La mayoría de las representaciones femeninas en medios existentes solo han seguido el hilo del machismo e incluso en las representaciones modernas se siguen marcando estereotipos que hacen que la desigualdad de género siga produciéndose en las mismas estadísticas y que incluso aumente. La mujer representada tradicionalmente en los medios masivos solo refuerza la situación actual de la mujer en Chignahuapan, pues al presentar una mujer que responde a estereotipos machistas se espera lo mismo de las mujeres en la vida real, lo que afecta de gran manera la vida de las chignahuapenses, principalmente en sus relaciones interpersonales.

El Gobierno de Puebla (2021) publicó los avances en materia de la Alerta de Género y entre ellos se encuentran la realización de cursos, charlas, campañas y demás programas que contribuyen al objetivo. De entre estos, destacan las campañas “Masculinidades: otras formas de ser hombres”, “No estás sola” y “Lenguaje incluyente y no sexista”, que producen contenidos audiovisuales para influir en los usuarios de redes sociales y plataformas digitales. Si bien estos contenidos pueden influir en la sociedad, son los contenidos audiovisuales de entretenimiento en los mass media los que tiene mayor poder en las audiencias y que pueden marcar de mayor forma la diferencia contribuyendo a la disminución de la desigualdad de género, comenzando por representar dignamente a las féminas.

Esto coincide así con lo dicho por Fernández y Méndez (2009), que proponen que una vez existiendo la influencia de los medios, las producciones audiovisuales deberían usarse como recurso para “la reconstrucción del pasado, la militancia en el presente y las identidades femeninas” (2009, p.158).

Como se mencionó anteriormente, la representación femenina actual en los mass media solo refuerza los estereotipos o ideales creados de lo que “debe ser una mujer”, sin embargo, en los últimos años, las plataformas de streaming han creado contenidos que buscan lograr una identificación con el mayor público posible incluyendo diversas formas de ser y de vivir para las mujeres. *The Bold Type* (2017), es una serie de la plataforma de streaming Netflix producida por Watson y Whidden de Cosmopolitan, que narra la historia de tres mujeres de Nueva York que trabajan

en una revista para mujeres llamada *Scarlet*, donde se enfrentan a muchos retos tanto en la vida profesional, como en sus relaciones interpersonales. Esta serie no presenta solo una forma de ser de la mujer, sino que representa personajes femeninos diversos no solo en las protagonistas, sino también en los personajes secundarios. Esta es una serie que al dignificar el personaje femenino generando una aceptación e identificación podría ayudar a cambiar la concepción de las mujeres en la sociedad y reducir el machismo que provoca tanta desigualdad y violencia de género.

De esta manera al conocer así la problemática social existente en Chignahuapan sobre el machismo presentado principalmente en las relaciones interpersonales, la problemática comunicacional de la nula identificación de las mujeres con las representaciones femeninas en los contenidos de los mass media, y considerando estas nuevas representaciones femeninas creadas para la serie *The Bold Type*, en esta investigación se buscará conocer ¿cómo influyen las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* en el pensamiento y comportamiento en las relaciones interpersonales de las jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años que se desenvuelven en un ambiente con patrones machistas?

Esto lleva a que el principal objetivo de esta investigación sea describir la influencia de las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* en el pensamiento y comportamiento en las relaciones interpersonales de las jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años que se desenvuelven en un ambiente con patrones machistas. Para ello se pretende cubrir con los siguientes objetivos específicos que en su conjunto abonarán al logro del objetivo general de la investigación y le darán base y forma a la misma:

- a. Reconocer lo que es la representación femenina en medios y su evolución a lo largo de los años.
- b. Identificar la influencia de los medios en la sociedad y los factores que la permiten.
- c. Explicar el contexto de la sociedad chignahuapense respecto a género y patrones machistas.

- d. Revisar los estudios de comunicación sobre la representación femenina y el machismo.
- e. Describir las representaciones femeninas en la serie *The Bold Type* y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos.
- f. Aplicar un focus group con jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años para localizar sus opiniones y los efectos de las representaciones femeninas de *The Bold Type* en ellas.
- g. Distinguir la cultura de las jóvenes chignahuapenses, las características de sus relaciones interpersonales, el contenido que consumen y cómo influye en ellas.

Como respuesta previa probable a la pregunta de la investigación establecida anteriormente, es decir, como hipótesis se considera que las representaciones femeninas de *The Bold Type* llevan a que las jóvenes chignahuapenses a través del cultivo generado por las representaciones femeninas de la serie, se cuestionen sobre su manera de manejar sus relaciones interpersonales, socialización, patrones machistas y de desigualdad de género con la finalidad de marcar límites y evitar maltrato.

Describir la influencia de las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* en las jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años que se desenvuelven en un ambiente con patrones machistas permitirá entender la función y el poder que tienen este tipo de contenidos para ayudar a solucionar un problema social tan grande como lo es el machismo y la desigualdad de género que acarrear consigo una gran variedad de problemas más como la discriminación y la violencia.

El abordar la falta de una variedad de representaciones femeninas en los medios es de vital importancia para no seguir sumando a la construcción de estereotipos de “cómo tiene que ser” una mujer y, sobre todo, no abonar al estereotipo machista sobre una mujer, que es al que se hace alusión en la mayoría de los contenidos. Esto además de quedarse muy lejos representado a las mujeres, también suma a que en la sociedad se sigan perpetuando los comportamientos machistas hacia ellas, especialmente en un país como lo es México, donde esta

ideología sigue dominando gran parte del territorio, como lo es en el caso de Chignahuapan.

Las jóvenes de este municipio se desenvuelven en patrones machistas porque durante mucho tiempo esa ha sido la ideología de la sociedad donde viven al ser uno de los municipios de la sierra norte del Estado de Puebla, provocando violencia intrafamiliar, violencia de género, pocas oportunidades tanto laborales como educativas para las mujeres y por supuesto, limitándolas a que su vida se trata de encontrar un hombre, servirlo y formar una familia. Sin embargo, actualmente las jóvenes también cuentan con la oportunidad de acceder a diversos contenidos audiovisuales de donde pueden adquirir nuevas formas de pensar.

Siempre ha existido una influencia de los medios, de los contenidos audiovisuales sobre la sociedad, pues el contenido que es consumido crea poco a poco estilos de vida y formas de pensar, como se mencionó anteriormente. Este fenómeno es explicado desde la teoría del cultivo de Gerbner, la cual establece que con el consumo prolongado los medios se van cultivando o influyendo ideales o visiones de vida en los consumidores.

Esto sumado a la teoría de las representaciones sociales de Moscovici, que establece el que la sociedad crea las representaciones pero las representaciones también le dan forma a la sociedad, llevan a la situación de esta investigación, donde las representaciones sociales femeninas en los medios van cultivando formas de vida en la sociedad, establecen formas de ser mujer y las representaciones femeninas que han influido en la vida de las mujeres chignahuapenses han replicado una sola forma de ser fémina en la sociedad, ligada principalmente a ideologías machistas de una representación tradicional femenina que las ha limitado y oprimido durante mucho tiempo.

Al presentar a las jóvenes chignahuapenses las representaciones variadas de las mujeres que tiene la serie *The Bold Type* y que permite que vean reflejadas diversas formas de ser y abordar sus relaciones en la sociedad, ellas podrían cuestionarse sobre cómo están manejando sus relaciones interpersonales y con ello

empezar a ser más conscientes y cuidadosas en ellas. De esta manera podrían empezarse a marcar límites y tomar acciones para no permitir la desigualdad de género y machismo en el ambiente que en el que se desarrollan, lo que a la larga llevaría a tener un efecto cadena que funcione en más personas.

Así como existen representaciones femeninas en medios que influyen manteniendo el estereotipo machista, estos nuevos contenidos con diversas representaciones femeninas podrían ser usados para abrir panoramas y ayudar a reducir algunos de los grandes problemas en la sociedad como lo son los altos índices de machismo y la desigualdad de género.

Para ello esta investigación se dividirá en los siguientes 5 capítulos: marco contextual de las representaciones femeninas en medios y los patrones machistas de la sociedad chignahuapense, estado del arte de los estudios sobre representaciones femeninas en los mass media y el machismo, marco teórico, apartado metodológico y análisis e interpretación de resultados.

El capítulo marco contextual de las representaciones femeninas en medios y los patrones machistas de la sociedad chignahuapense tiene por objetivos o reconocer lo que es la representación femenina en los medios de comunicación y su evolución a lo largo de los años, describir las representaciones femeninas en la serie *The Bold Type* y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos y explicar el contexto de la sociedad chignahuapense respecto a género y patrones machistas. Para ello se dividirá en 3 ejes: evolución de la representación femenina en los mass media, *The Bold Type*, y, por último, género y patrones machistas en la sociedad chignahuapense.

El segundo capítulo estado del arte de los estudios sobre representaciones femeninas en los mass media y el machismo el cual tiene por objetivo revisar los estudios de comunicación sobre la representación femenina y machismo, así como también reconocer lo que es la representación femenina en medios y su evolución a lo largo de los años, dividiéndose así en 3 partes: método, resultados y discusión.

El tercer capítulo titulado marco teórico tiene por objetivo identificar la influencia de los medios en la sociedad y los factores que la permiten explicado a través de los paradigmas y teorías base de la investigación, de tal manera que estará dividido en los siguientes apartados: el poder de los mass media, influencia de los medios de comunicación en la sociedad: teoría del cultivo de Gerbner, sociopsicología de las representaciones sociales en los medios, representaciones sociales de Serge Moscovici, influencia de las representaciones sociales de los mass media y operacionalización de variables.

Así mismo, el capítulo cuarto, apartado metodológico, tiene por objetivos establecer el tipo de investigación y las técnicas de investigación que permitan describir las representaciones femeninas en la serie *The Bold Type* y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos, aplicar un focus group con jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años para localizar sus opiniones y los efectos de las representaciones femeninas de *The Bold Type* en ellas y distinguir la cultura de las jóvenes chignahuapenses, las características de sus relaciones interpersonales, el contenido que consumen y cómo influye en ellas. Para ello se dividirá en: tipo de investigación, técnica de investigación 1: análisis de contenido, y técnica de investigación 2: grupo focal.

El último capítulo titulado análisis e interpretación de resultados muestra los resultados obtenidos de las técnicas de investigación aplicadas y la interpretación de los mismo a través de la unión las teorías previamente mencionadas, para ello se dividirá en 3 partes: resultados de análisis de contenido, resultados del grupo focal y representaciones de *The Bold Type* en las chignahuapenses.

Finalmente, las conclusiones son el cierre de la investigación y tienen por objetivo dar respuesta a la pregunta de investigación estipulada desde el inicio para este tema de estudio.

## **Capítulo 1. Marco Contextual de las Representaciones Femeninas en Medios y los Patrones Machistas de la Sociedad Chignahuapense**

Este capítulo tiene por objetivo reconocer lo que es la representación femenina en los medios de comunicación y su evolución a lo largo de los años, describir las representaciones femeninas en la serie *The Bold Type* y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos y, por último, explicar el contexto de la sociedad chignahuapense respecto a género y patrones machistas. Para ello se dividirá en 3 ejes principales:

El primero, la evolución de la representación femenina en los mass media, apartado que permitirá visualizar los cambios que han tenido los personajes femeninos que aparecen en los contenidos audiovisuales de acuerdo con la evolución de la sociedad. El segundo eje, habla de la serie *The Bold Type*, contenido audiovisual que será base en esta investigación. En esta sección se explicará todo el contexto tanto dentro de la serie como en la producción de la misma, lo que permitirá hacer notar su manejo en cuanto a representaciones femeninas tanto dentro como fuera de cámara.

Finalmente, el último eje es el de género y patrones machistas en la sociedad chignahuapense, este aborda el contexto de Chignahuapan en sus indicadores principales destacando en cada uno la situación de género que se vive pues de esta manera se podrá comprender la situación de las féminas que se desenvuelven en este municipio.

### **Evolución de la Representación Femenina en los Mass Media**

Según López (s.f.), las representaciones que se hacen en los contenidos de los mass media llevan y son creadas incluyendo aspectos de la realidad. Esto quiere decir que las representaciones que se hacen en los medios de comunicación en sus diferentes formatos tienden a recoger aspectos de lo que pasa en la vida real para incorporarlos a las imágenes que crean para la pantalla. Sin embargo, las audiencias no está del todo conformes con las representaciones que se hacen de la realidad, especialmente, con referencia a las representaciones femeninas y las minorías. Cabe destacar que

siempre hay aspectos esenciales en los personajes de los contenidos que permiten la identificación de algún sector de la población, pero no todos conectan con los integrantes de los mismos.

El cine es un modo de representación y como tal puede tomar la realidad y reconstruirla formando un universo nuevo con sus propias reglas. En este sentido, el cine puede usar y necesita usar los estereotipos por una simple cuestión de funcionalidad narrativa. En la base de cada personaje debe encontrarse un estereotipo que haga identificable su comportamiento y sus actos como parte de un sistema narrativo por parte del espectador (Guarinos, 2008, p. 115).

La creación de las representaciones tiene un gran trabajo detrás, principalmente, debe tener una investigación de a quién se va a representar para hacer una digna representación del mismo. Sin embargo, a veces se hace de forma muy general y superficial, lo que provoca que no se analicen los “pequeños detalles” que terminan significando grandes conflictos.

Los personajes de contenidos audiovisuales tienen una construcción detrás de ellos, que según Guarinos (2008) se divide en 3 niveles: persona, rol y actante. El primero hace referencia a crear las características del personaje de acuerdo con el contexto que lo rodea, conlleva darle forma a la personalidad del personaje. Por su parte, el rol hace referencia la función que cumple el personaje en la historia y que se relaciona con la vida real. Generalmente este suele ser creado de acuerdo con los estereotipos existentes sobre cada grupo social. Finalmente, la parte actante hace alusión a la posición que ocupa el personaje en todo el esquema sistémico y su diferencia de niveles en comparación con los demás personajes presentados en el mismo audiovisual.

La creación de personajes femeninos se ha dejado por mucho tiempo en una sola representación femenina, dejando de lado la variedad de mujeres, la variedad de formas de ser que existen en la vida diaria para el género femenino, encasillándolas así en una sola forma, en un solo modelo de mujer a seguir, lo que instaura

estereotipos en la mente de la sociedad que idealizan a la mujer, pues convierten estos estereotipos en un prototipo.

A lo largo de los años, la representación femenina se ha dividido en dos grandes modelos: la mujer tradicional y la mujer moderna.

### ***Mujer Tradicional***

Aunque actualmente se siguen encontrando este tipo de representaciones en los diversos medios de comunicación, generalmente se piensa como aquel que predominaba de gran manera en los contenidos audiovisuales hasta antes de los años 60's. Este tipo de representación hace referencia a una mujer que correspondía a los ideales de los hombres, y que por ende solo se veía como un objeto que servía para cubrir las necesidades del masculino, siempre atrás de él, pero sin ser considerada y, sobre todo, un personaje sin voz, pues solo es acompañamiento del varón.

Para Corral y Sandulescu (2022), “la mujer tradicional ha sido una figura usualmente controlada por un sistema social que otorgó bastante importancia al patriarcado” (2022, p.186), pues los personajes se hacían conforme a las exigencias de los hombres y en varios casos se sigue haciendo así pues continúa siendo contenido que se consume en gran escala o como coloquialmente se llega a decir “es lo que vende”. Al existir una sociedad que tiene como mayor ideología el machismo, principalmente se consume contenido que comparta o difunda los valores de sus creencias y es por ello que la cantidad de gente con esta ideología es totalmente proporcional a la que consume contenido perteneciente a esta manera de pensar.

Los primeros estudios feministas definen en el cine clásico una mujer como servidora y esclava romántica, una mujer que lo olvida todo por un hombre y una relación conyugal, de lo que se puede deducir que al estar al servicio de personajes masculinos su aparición en el relato es como personaje secundario. (Guarinos, 2008, p. 112).

También se le considera al personaje femenino como sumiso, es decir, que está a completo mando del masculino, en palabras más sencillas, es una mujer que obedece al hombre y que está a su disposición en todo. “En la televisión, observamos a las mujeres desempeñando papeles de sometimiento o sumisión, mientras que el poder y el estatus quedan reservados a los varones” (INMUJERES, 2005, p. 4). Este servicio hacia el hombre además de ser porque el principal suele ser el personaje masculino, también se debe a que la parte de creación del personaje de la representación femenina tiene características que la llevan completamente a depender del masculino, principalmente económicamente. Para estos personajes de mujer tradicional no existe la opción de separarse de su padre o esposo, así que tiene que aguantar todo lo bueno y malo al lado de ellos por la dependencia generada y por el supuesto amor que tienen por él. Para este tipo de personaje su mayor logro es casarse con un hombre que la “salve” de su situación de casa o que la mejore, aunque después termine siendo lo mismo o peor. Sumado a esto, formar una familia con ese hombre es lo máximo que puede realizar, pues toda su vida desde ese punto la dedicará a servir a su esposo y sus hijos.

Como lo menciona el Instituto Nacional de las Mujeres, en la pantalla “se caracteriza a las mujeres como esencialmente dependientes y románticas, y rara vez se las presenta como racionales, activas o aptas para tomar decisiones” (INMUJERES, 2005, p.3). Por decirlo de otra manera, este tipo de representación femenina tradicional no tiene ni voz ni voto en ninguna situación, pues todas las decisiones que rondan su vida son tomadas por los masculinos a su alrededor.

Aunque existen ligeras variaciones de esta representación, todas tiene la misma esencia, pues su construcción sigue siendo desde una mirada donde todo tiene que beneficiar al varón, en pocas palabras se hacen desde una mirada machista.

Otro personaje femenino clave dentro de la mujer tradicional es la mujer que causó estragos o problemas en la narrativa de los contenidos audiovisuales, generalmente es presentada como la “amante”. Esta representación se trata de una mujer muy bella físicamente de acuerdo con los estándares de belleza físicos impuestos por la sociedad, que implican piel perfecta, ojos grandes, cuerpos con

grandes curvas, pero solo en zonas adecuadas, es decir, con estética delgada y fina, pero muy atractivas. En actitud suelen ser mujeres que saben aprovecharse de sus encantos físicos, astutas, ambiciosas, coquetas e impulsivas. El objetivo principal de este personaje es obtener al hombre de la mujer que es más sumisa, pues esta, a pesar de que tiene características en su personalidad que la llevan a ser más atrevida sigue siendo sumisa a las órdenes del mismo hombre. La única diferencia es que esta mujer tiende a querer al varón por su solvencia económica y no por "amor" como la mujer principal (si es que se le puede llamar principal porque siempre es la secundaria con respecto al hombre).

Este modelo tradicional sumiso desprendido en otras facetas también se encuentra en la madre sobreprotectora que prioriza al hijo varón de sus hijas femeninas, en la suegra que trata mal a la nuera porque pone primero a su hijo varón ante todo y lo cuida de que cualquier mujer se lo arrebatase, la mujer devota que se espanta de las cosas que ve de los demás, las hijas mujeres que son limitadas a obedecer a su papá y atender a sus hermanos, etc. Todas corresponden al mismo patrón tradicional, aunque son distintas representaciones todas tienen como base lo mismo, una mujer como extensión del hombre, una mujer que solo es funcional al masculino y le sirve a él.

Guarinos (2008) clasifica estas variaciones con la misma esencia de la siguiente manera:

- La chica buena. Lo es porque acepta el sistema, es sufridora, ingenua y conformista. Suele ser joven, pero discretamente hermosa y generalmente de clase social y nivel cultural medio-bajo. Su aspiración es ser feliz con un buen esposo toda la vida.
- El ángel. De piel de cordero y lobo en su interior, da el perfil de la anterior pero es la más peligrosa, puesto que en su falsedad es ambiciosa y capaz de cualquier cosa en beneficio propio.
- La virgen. En sus variedades de virgen sumisa y virgen rebelde o virgo potens. Estas mujeres hacen de su renuncia sexual su fundamental característica, en

algunos casos de forma beatífica y en otras aproximándose más a la mujer guerrera, tipo Juana de Arco.

- La beata/solterona. Son mujeres solas, rozando la cincuentena, poco agraciadas, con vocación religiosa y en algunos casos de personalidad reprimida, oscura y amargada.
- La chica mala. Es una variedad de ángel pero de mayor juventud, adolescente, a la caza y captura de un hombre maduro. Suele provocar tensión sexual y problemas éticos a los hombres que considera sus objetivos. Su finalidad puede llegar a ser sencillamente el divertimento: es la Lolita.
- La guerrera. Mujeres por lo general de corte histórico mítico, al estilo de las Amazonas que anteponen la lucha a otras facetas personales. Suelen ser también muy atractivas y renunciar a los hombres o renunciar a su condición de guerreras por un hombre.
- La femme fatale o vamp. Es la mujer mala por naturaleza, la perdición de los hombres, la otra chica del gánster (suelen tener una buena/tonta y otra de este estilo). Son ambiciosas, peligrosas y fatales para el hombre que se encapricha de ellas. Tienen cierta tendencia a la autodestrucción. De alto poder de seducción y malas costumbres morales y físicas, su belleza y juventud se terminan marchitando hasta llegar a la enfermedad o la muerte como justo castigo a sus vidas disolutas.
- La mater amabilis. Es el ama de casa feliz, de mediana edad, amorosa y atenta con sus hijos y su marido. Una buena persona sin mucho que aportar en ningún sentido (Guarinos, 2008, p.116-118).

Aunado a esto, la sexualización de la mujer es un aspecto que destaca en esta representación, pues al ser la mujer un objeto que servía al hombre en diversas modalidades también es tratada como objeto sexual del mismo, no solo en la narrativa sino también en las condiciones de cámara y vestuario que acompañan al personaje.

### ***Mujer Moderna***

Después de los años 60's con los movimientos sociales que surgieron alrededor del mundo, las formas de pensar en la sociedad cambiaron, aunque no radicalmente, pequeños cambios empezaron a surgir sobre las concepciones de diversas cosas, una de esas luchas que ha dejado cambios a lo largo de la historia es el feminismo.

Este feminismo busca reivindicar el lugar de las féminas ante los hombres en la sociedad, busca la igualdad de derechos y oportunidades. Con esta revelación también se empezaron a exigir representaciones femeninas en las pantallas que les hicieran justicia a las mujeres reales de ese momento, a las mujeres que se revelaban a las ideas del machismo. Sin embargo, el cambio no se dio rápidamente y aquellos cambios que llegaban a existir era censurados u ocultados de la mayoría de la audiencia. Pero al ser la exigencia social tan grande, los mass media se vieron en la obligación de empezar a adaptar y cambiar sus contenidos para entregar una representación femenina con la cual las mujeres se sintieran conformes, aunque hasta la fecha aún no se logra del todo, pero hay más conciencia del tema.

El tema sobre la mujer y los medios de comunicación ha sido tratado desde los años setenta con una clara intención: promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianeidad, la trayectoria y los roles profesionales y personales no sólo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, las mujeres. (INMUJERES, 2005, p. 1).

Es por ello que, aquí la representación femenina deja de ser como hasta ese momento había sido y la representación de la mujer tradicional evoluciona para ser la representación de la mujer moderna, que hasta el momento es la que se sigue usando en su mayoría. El principal cambio en esta representación es que se abre un poco el panorama de desarrollo para las mujeres, ya no solo se representan en el ámbito privado (en casa con tareas domésticas y a servicio de la familia), ahora se comienzan a presentar poco a poco en el ámbito público, es decir en ambientes exteriores a su casa y su familia.

En esta representación de mujer moderna ahora se presenta a una mujer más “empoderada”, más valiente, valiosa para la sociedad, con una vida profesional tanto en la rama académica como en la laboral, además de darle un poco de libertad sexual, aunque aún no deja de ser un tema tabú. En realidad, también se empezó a cargar a los personajes femeninos de más ocupaciones y cosas a cumplir, si bien ahora se presenta una mujer con más oportunidades, también se le suman más tareas.

Es en esta cara más alentadora del papel de los medios de comunicación en donde observamos que, gracias a los espacios ganados por las mujeres, se han empezado a transformar los contenidos y los mensajes que circulan en periódicos, revistas o en el radio, y sobre todo en los medios de su propia creación. En consecuencia, además de la imagen tradicional de la mujer como madre, ama de casa u objeto de consumo, hoy en día los medios presentan, aunque todavía con poca frecuencia y cobertura, a las mujeres como personas económicamente activas, profesionistas y cuya plena participación en la sociedad exige la colaboración de los hombres en el ámbito familiar y doméstico (INMUJERES, 2005, p. 2).

Arredondo (2000) y Menéndez (2001), coinciden que ahora esta nueva imagen femenina refleja a una “súpermujer” porque ahora tienen muchas actividades que realizar, ya no solo se tienen que hacer responsables de su familia, sino que ahora también tienen que cumplir con las labores de su trabajo (que generalmente suele ser proyectado dentro de una oficina), más cuidar su físico y sus actividades domésticas. Eso sí, en muy pocas representaciones se pone a las mujeres como líderes de su trabajo, porque los masculinos siempre se suelen ubicar arriba de ellas, incluso aunque ahora se le busque dar protagonismo a la mujer. De todas formas, ahora hay nuevos estándares a cumplir dentro de lo que es ser mujer, y también sigue existiendo el mismo problema que antes, aunque se empodere y libere un poco la imagen de la mujer, se sigue representado a un solo tipo de mujer y la variedad de formas de ser queda afuera.

“Los estereotipos también evolucionan. En un afán de apartarse de la clasificación de roles tradicionales van apareciendo nuevos perfiles de personajes que tras su

reaparición y asunción por parte de diversos textos fílmicos terminan convirtiéndose en nuevos estereotipos” (Guarinos, 2008, p. 115). Aunque hubo un cambio en la representación femenina con afán de incluir a las mujeres que ahora se atrevían a alzar la voz por defender sus derechos y ahora se trataba de dar más espacio a esta mujer para desenvolverse y realizarse, aunque se liberaba de la dependencia que tenía hacia el personaje o los personajes masculinos de la historia que la acompañaba, sigue existiendo el problema más grande que no permite que las todas las mujeres de la realidad se identifiquen, y es que solo se le otorgaron esas nuevas características al personaje femenino pero seguía siendo solo uno, solo un modelo, solo una forma de ser mujer, porque se volvió todo en solo representar a la mujer moderna.

De esta manera, todas las féminas en la sociedad que no cumplen con las características de este nuevo personaje tampoco se sienten a gusto con la representación que hay, pues no se sienten identificadas. Hay muchas formas de ser mujer y en la pantalla solo se manifiesta una, provocando que el tipo de mujer que se ve en los medios sea el tipo de mujer ideal en la sociedad, el molde que todas las mujeres deberían de seguir para ser una mujer perfecta, convirtiéndose así en nuevos estereotipos.

### **The Bold Type**

The Bold Type es la serie base que se usará a lo largo de toda esta investigación. Esta es una serie estadounidense creada en 2017, cuenta cinco temporadas desarrolladas en Nueva York que relatan la vida de 3 chicas millennials que trabajan en Scarlet, una revista para mujeres y también hecha principalmente por mujeres. Netflix (s.f.) relata su sinopsis como “Tres mileniales que trabajan en una revista femenina lidian con sus carreras, amoríos, amistades y la vida en Nueva York mientras intentan descubrir su propia identidad”. Alonso de Elle (2021) define su sinopsis como una serie que:

Muestra la vida de tres veinteañeras que trabajan para la revista 'Scarlet', dirigida por Jacqueline (Melora Hardin, 'Transparent') la editora jefe de la revista que tiene un gran potencial. La nueva generación de mujeres de 'Scarlet' se apoya unas a otras

mientras encuentran sus voces en un mar repleto de líderes intimidantes. Juntas, descubrirán su sexualidad, su identidad, el amor y la moda (Alonso, 2021, p.4).

Sin embargo, esta serie va más allá de ser solo lo que Netflix, que es la plataforma en la que actualmente se encuentra la serie, pueda decir de ella.

Estas tres chicas mencionadas son los personajes principales: Jane Sloan, quien es redactora de la revista Scarlet, Sutton Brady, quien se desempeña como asistente de diversos departamentos aspirando a llegar al de moda y Kat Edison, directora de redes sociales de la revista. Ellas se hacen amigas justo en su lugar de trabajo y aunque al momento no parezca ser una serie diferente a las demás, aborda temas de una manera distinta a como se abordan dentro de la representación femenina tradicional y la moderna.

Watson (2017) narra en esta serie diferentes problemáticas a las que se puede enfrentar cualquier mujer en su vida diaria, empezando por aquellos de desigualdad de género especialmente en el trabajo, pues a pesar de que el principal ambiente en el que se desarrolla es en una revista femenina, su creación sigue controlada por los hombres que invierten dinero para que siga su producción. Sin embargo, esta serie en el desarrollo de sus personajes femeninos los lleva a luchar por sus derechos y oportunidades y sobre todo a exigir una igualdad ante los hombres.

Pero lejos de ser una serie que se queda solo en ese tema, desarrolla a sus tres principales personajes a través del camino de la deconstrucción, pues de acuerdo con las situaciones a las que se van enfrentando van abriendo su mente y su panorama sobre sus distintas concepciones en diferentes problemáticas sociales. No solo tiene una deconstrucción en su forma de lo que es ser mujer, sino en general sobre lo que es ser una persona. De igual manera, esto es resultado de la presentación de temas que no siempre suelen presentarse en este tipo de contenidos por lo difícil que es manejarlos o por los tabúes que hay con respecto a ellos. *The Bold Type* habla no solo de desigualdad de género y violencia de género, también habla de desigualdad en las minorías como los afroamericanos, el trato a personas de otra religión como los musulmanes, la sexualidad femenina, el cáncer de mama,

la infertilidad, el aborto, la bisexualidad y homosexualidad, la violencia sexual y su tratamiento psicológico, traumas, el desempleo, el racismo, el manejo de una relación sana, los límites personales, inclusión, la injusticia, uso de armas de fuego, el encontrarse a unos mismo y a su voz, el crecimiento laboral y sus dificultades, etc., todo esto sumado a los problemas básicos que se van dando a lo largo del trabajo en la empresa, como errores en campañas, tomas de decisiones, etc.

El manejo de estos temas a lo largo de la trama de la serie permite el desarrollo de los personajes y también permite crear diversidad en los mismos, pues no los pone a todos en la misma línea, no lleva a sus representaciones femeninas a pensar lo mismo, ser, hacer o aspirar a lo mismo, sino que crea un abanico de oportunidades que muestra diversas formas de ser mujer y abordar su realidad. Gonzáles, D. (2021) dice que *The Bold Type* es una serie que enfrenta prejuicios sobre mujeres y de mujeres, pues los muestra tal cual para brindar distintas perspectivas de ellos. Uno de los rasgos principales dentro de esta serie, además de la gran amistad que lleva a las chicas protagonistas a apoyarse entre ellas, es la existencia de la sororidad, no solo para con ellas, sino también para con todas las mujeres que las rodean, incluso las que acaban de conocer. Alonso (2022), reconoce la importancia de este rasgo al decir que “hacen de la sororidad la cuarta protagonista de una serie que, bajo su aparente superficialidad, explora temas delicados y controvertidos de una forma tan valiente como sorprendente” (Alonso, 2022, p. 19).

Es importante destacar, que no porque se habla específicamente de las diversas representaciones femeninas que se hacen, no significa que no existan representaciones masculinas, de hecho, el manejo entre las relaciones de hombres y mujeres, así como el cambio para buscar la igualdad en las mismas, es un tema que se aborda a lo largo de toda la serie.

### ***Representaciones femeninas***

Las principales representaciones femeninas en esta serie son las tres protagonistas, aunque dos personajes femeninos secundarios también tienen gran importancia en esta historia.

Jane Sloan, es uno de los tres personajes principales. Ella es una redactora que llega a trabajar a Scarlet cumpliendo así el sueño de toda su vida, escribir en la revista. Esta revista tiene gran importancia para ella, pues cuando era pequeña su madre falleció por cáncer de mama y al no tener una imagen femenina en su familia que la orientara en diversos temas, los consejos y ejemplos que tuvo fueron los que se escribían en esa revista a la que ella tenía acceso. Por lo tanto, la revista para ella representaba la imagen de mujer que la había guiado a lo largo de su vida y conociendo el papel que tuvo en su vida, ella deseaba poder ser ese mismo medio para las nuevas generaciones, poder orientarlas como a ella la orientaron.

Sin embargo, recién entra a la empresa, se empieza a topar con una gran complicación para su carrera, pues en su imagen de ella, tenía que ser muy objetiva en lo que escribía y recurrentemente basaba sus escritos en estadísticas, sobre temas generales, especialmente sobre noticias, pues, aunque lo que ella quería era orientar a las lectoras, aun no se atrevía a externar su opinión. Le fue muy difícil encontrar su propia voz en redacción, lo que le trajo dificultades en la redacción y presentación de trabajos ante su directiva, Jacqueline, quien lo que quería era principalmente escuchar la voz de Jane a través de sus textos. De igual manera, al no crecer con una imagen femenina cercana, no sabía de muchos temas o solía presentar una idea muy cerrada de ellos, específicamente en temas de índole sexual, y aunque le cuesta mucho tiempo abrir su mente para dejar de un lado todo los tabúes con los que había crecido sobre cómo vivir su sexualidad, poco a poco va abriendo su mente a nuevas ideas y experimentos que le permitan externar y orientar de mejor manera a sus lectoras.

Así mismo, al encontrarse con sus amigas va aprendiendo de ellas y con ello va creciendo tanto en el ámbito laboral como en el personal. Es una chica que crece de forma muy independiente, por lo que ve una relación como algo muy innecesario en su vida, pero cuando se topa con una se enfrenta a diversos conflictos que proviene de traumas, llevándola a trabajar y conocerse a sí misma. Ganar confianza en ella misma, es el trabajo que tiene a lo largo de toda la serie, pues si bien es un personaje

femenino muy capaz de destacar y tiene las oportunidades para hacerlo, su mayor logro será confiar en ella misma para aprovechar todo su potencial.

De igual manera, ella se enfrenta a tener un problema genético proveniente del cáncer que tuvo su mamá, lo que la lleva someterse a un tratamiento para prevenir en el futuro la formación del cáncer. Sin embargo, al ser un tema duro para ella, tanto por lo que pasó con su madre, como por el impacto que tiene eso en su vida, cae en problemas emocionales, pues entra en una etapa de negación a atenderse. Además de que implicaba grandes decisiones para ella, pues ese tratamiento en el futuro no le permitiría ser madre, por lo que si quería formar una familia tendría que pensar en congelar sus óvulos desde ese momento.

Por otra parte, está Sutton Brady, quien es el personaje femenino con recursos económicos más limitados a lo largo de la narrativa. Si bien eso ya representaba un reto para ella, también se enfrenta a la dificultad de crecer dentro de su ámbito laboral, pues pasa muchos años trabajando como asistente y no porque ella lo desee, sino porque le costó un tiempo decidir lo que ella quería hacer con su vida, hasta que se da cuenta que lo que de verdad quiere es ser la estilista de la revista. Aunque claro, no es un puesto que se ganó de la noche a la mañana, una vez decidido tuvo que prepararse arduamente hasta tener el puesto.

Ella tiene una relación que no puede hacer pública durante un tiempo, pues su pareja es un directivo de la misma empresa, y no podían compartir su relación con los demás, pues ella no quería que todos los demás pesaran que su crecimiento laboral se debía solo a su relación con él. Su relación se caracteriza por ser la más madura de la serie, pues la comunicación es la base para resolver todos sus problemas. Es una chica que aspira al matrimonio, aunque sin ser su única meta en la vida.

Al igual que Jane, ella aprende junto a sus amigas. Se enfrenta a un embarazo no deseado, a un aborto espontáneo, a infertilidad, a un divorcio, arreglar relaciones familiares rotas en el pasado, a ser juzgada por practicar disparo con arma de fuego

deportivamente y sobre todo, a aprender a priorizar sus metas y anhelos por encima de los deseos de los demás.

El último personaje principal es Kat Edison, la más joven de las tres. Ella es una chica afroamericana, de hecho, la primera mujer afroamericana en tomar una dirección en la revista Scarlet, pues se convierte en directora de redes sociales. El principal conflicto al que se enfrenta es que siempre ha crecido rodeada de privilegios y por ende muchas personas desmeritan su trabajo asegurando que su puesto solo es obtenido por el nivel económico que tiene. Kat es una chica activista, es la más consciente y preocupada por las problemáticas sociales existentes, busca de diversas formas ayudar a las minorías, lo que a veces le acarrea problemas, pero también la lleva a adentrarse en la vida política. El principal reto de este personaje es conocerse a sí misma pues poco a poco se da cuenta de que es lesbiana, y desarrollarse en relaciones con mujeres es todo un reto para ella que poco a poco va aprendiendo.

En los personajes secundarios importantes, destacan Jacqueline, quien es la jefa editora de la revista, ella aparte de ser un personaje con mucho liderazgo, ideas y potencial, también representa de gran manera el papel de una buena jefa de oficina, pues busca hacer que sus colaboradores crezcan tanto laboral como personalmente. Ella se enfrenta todo el tiempo a luchar por hablar de los temas que las mujeres de verdad quieren escuchar y no los temas que imponen los inversionistas que limitan a las mujeres al ámbito privado. Si bien, la lucha le cuesta un despido y malos textos sobre ella, también logra que en la revista se hablen de los temas que de verdad les interesan a las mujeres, ella logra hacer valer la opinión de las féminas. De igual manera, se enfrenta a tener que adaptar su visión a una nueva etapa, pues le cuesta mucho adaptarse al mundo digital y entender que como medio de comunicación su revista debía evolucionar.

Adena, es otro personaje secundario de vital importancia. Ella es una chica musulmana lesbiana, lo que conlleva que de por sí esté en una lucha constante por defender sus derechos y los del grupo social que representa. De igual forma, se enfrenta a vivir la inmigración y a trabajar en descubrir lo que de verdad quiere de su vida, pues eso la obliga a tener diversos problemas.

Aunque solo se mencionan a estas 5 como principales representaciones femeninas de la serie, como personajes secundarios tiene aún más. La mayoría de los personajes de *The Bold Type* son mujeres que tienen una historia y forma de vivir diferente, lo que da pauta a que más mujeres se puedan sentir identificadas. Así mismo, no define a una sola mujer como perfecta como lo suelen hacer la mayoría de los contenidos, sino que presenta diversas formas de ser sin estandarizar un solo modelo. Además, de que presenta a las féminas como ser cambiantes y que pueden evolucionar, deconstruirse y construirse, tal como lo dice Alonso (2021), “resulta interesante ver el proceso de evolución de las protagonistas en la serie; el mensaje es obvio: no hay un único camino hacia la felicidad” (Alonso, 2021 p. 8).

### **Desarrollo**

*The Bold Type* es una serie americana creada por Sarah Watson, quien es una escritora de guion y productora estadounidense, también conocida por su trabajo en *Parenthood*. Watson destaca justamente por su trabajo en *The Bold Type*, y según lo dicho por Taibo (2021), un poco de la historia que ella escribió, especialmente la del personaje Jacqueline mencionado anteriormente, está basada en la historia real de una ex directora de la revista *Cosmopolitan*, en Joanna Coles. Lo que conlleva toda una construcción del personaje femenino basado en una investigación para lograr una representación real o lo más cercano a lo real de la vida de una mujer con ese contexto.

Además, Watson destaca últimamente porque sus creaciones artísticas, tanto series como libros, tienden a buscar la representación de la diversidad femenina, con puntos de la vida cotidiana con los que la audiencia se pueda sentir identificados, a fin de que más mujeres puedan encontrar una representación digna con la variedad de mujeres que se muestran. Tal es caso también de su novela *Most Likely*.

Detrás de la producción de esta serie, se encuentra la revista *Cosmopolitan*, por lo que las representaciones femeninas en la serie tenían que intentar reflejar más la variedad de mujeres existentes, pues es algo que sus lectoras demandan. Según Meneses (1976), *Cosmopolitan* es una revista para la mujer que no es “ni inferior ni superior al hombre” (Meneses, 1976, p.1), por lo que su esencia no podría permitir

una representación femenina tradicional, pero la exigencia de su público tampoco permitiría solo un cambio a moderna, es por ello que este tipo de contenido, esta variedad de representaciones femeninas ha ido evolucionado conforme a lo que su audiencia femenina demanda (o al menos debería evolucionar conforme a eso).

Aunque la serie es creada en Estados Unidos de América y presentada en el año 2017 a través de la plataforma Freeform, no es un contenido que se limite solo a espectadores estadounidenses, pues después de estar en esa plataforma también fue contenido subido a Netflix y Prime Video, dos plataformas de streaming con alcance internacional. Es por ello que este contenido no es limitado y el tener variedad en representaciones femeninas también permitirá una posible identificación de audiencia extranjera, pues como lo dice Fregoso (2016), ahora los contenidos tienen que considerar que sus representaciones cruzan fronteras.

### **Género y Patrones Machistas en la Sociedad Chignahuapense**

Como se mencionó en el planteamiento de la investigación, en Chignahuapan existen patrones machistas, de desigualdad y violencia de género en distintos ámbitos, pues la ideología de la población suele corresponder a ideologías machistas que predominaban en el pasado y que a momento aún no se han podido cambiar del todo. Esto se puede notar en los siguientes indicadores:

#### ***Cultura***

Chignahuapan es pueblo rico culturalmente, lo que lo llevo a convertirse en Pueblo Mágico en el año 2012 según la Secretaría de Turismo (2019) y por ende manifiestan su cultura a través de diversas actividades y eventos donde se intenta que participe la mayor cantidad de chignahuapenses posible. Entre estos eventos los principales según Nava, Tejeda y Ortiz (2017) son:

- 25 de julio: fiesta en homenaje al Señor de Santo Santiago Apóstol, patrono del pueblo.
- 8 de diciembre: Homenaje a la Inmaculada Concepción.
- 1 y 2 de noviembre: Festival de la Luz y de la Vida, la Ofrenda de las mil Luces.

- 28 de octubre al 12 de noviembre: Feria Nacional del Árbol y la Esfera (Nava, Tejeda y Ortiz, 2017).

Estos eventos al buscar la participación de la ciudadanía y la convivencia sana entre la misma, busca incluir a hombres y mujeres dentro de estas actividades. De hecho, principalmente muchos jóvenes participan en ellos, tanto hombres como mujeres, por lo que ambos géneros se han visto en la necesidad de realizar trabajo en equipo y tomar en cuenta las necesidades de los dos grupos. Y no solo pasa en actividades culturales como grandes festividades, sino también para pequeños festivales, encuentros deportivos o presentaciones artísticas que se realizan en el municipio, Las y los jóvenes son los principales en interesarse en ellos, incluso no solo en la organización, sino también en la participación de equipos mixtos.

Aunque se está haciendo una gran labor incluyente, se requiere mayor atención en la integración de las actividades culturales a grupos vulnerables como mujeres, niños y personas de la tercera edad, con el fin de garantizar su acceso y participación en la vida cultural (Culture 21, 2016).

Si bien hay participación de ambos géneros en los eventos culturales del municipio, cabe señalar que es notable que la mayoría de los dirigentes u organizadores de los mismos, quienes toman las decisiones son hombres. Lo que limita la oportunidad de participar al 100% a las féminas en los proyectos, pues, aunque participen en la realización se les invalida para la creación de los mismos. Actualmente, uno de los grupos culturales independientes más fuertes que existen en el municipio es el Club Chignahuapense, pues este ya sea de manera independiente o en conjunto con el ayuntamiento municipal, realizan los eventos culturales más grandes del municipio, como lo es el Festival de la Luz y de la Vida. Aunque en esta agrupación un amplio grupo de mujeres también lo conforman, el grupo pequeño de socios que toma las decisiones de los eventos que se harán y que tiene la oportunidad de dar propuestas está conformado por puros hombres, no hay ni una sola mujer que sea parte de esta toma de decisiones.

Es por ello que después de una larga investigación, Culture 21 (2016) dice que “es necesario llevar a cabo acciones o programas para promover la participación de las mujeres en la vida cultural y contra la discriminación de género, así como de otros grupos” (Culture 21, 2016). De esta manera no solo aumenta el número estadístico de las mujeres que se suman a promover y vivir la cultura del municipio, sino que también se vea como herramienta para disminuir la violencia y desigualdad de género.

Cabe señalar, que esto es al hablar solo de Chignahuapan centro y sus principales comunidades, porque al hablar de las que se encuentran a orillas del municipio, a las que es difícil acceder o que accedan a actividades que desarrolle Chignahuapan, se hablaría de que la ideología machista sigue predominando de gran manera. Pues no se les brinda a las mujeres la oportunidad de asistir a este tipo de actividades, pues su obligación según ellas y su esposo es cuidar la casa y a su familia. Aunado al bajo interés de la población de estas zonas por participar en actividades que este tipo. Si se le restan a Chignahuapan los trabajos incluyentes que se realizan en las comunidades principales, no existiría participación de las mujeres en los eventos y actividades culturales o al menos no en la toma de decisiones y creación de los mismos, sino solo en el acatamiento de órdenes para realizarlos.

### ***Política***

En el ámbito político, si bien actualmente en las regidurías del ayuntamiento hay más mujeres que hombres, los mayores puestos, los de los cargos más importantes son ocupados por varones. Sin embargo, el ayuntamiento de Chignahuapan encabezado por el presidente municipal Lorenzo Rivera Nava, tiene como uno de sus principales objetivos reducir la desigualdad y violencia de género, además de brindar la atención necesaria las mujeres chignahuapenses. Como se mencionó en el planteamiento, Chignahuapan es uno de los municipios que cuentan dentro de la Alerta de Género del Estado de Puebla desde 2019, lo que no solo es resultado de los índices elevados de violencia contra las mujeres, tanto de manera física como psicológica, sino que también involucra trabajo por hacer para reducir las estadísticas y eliminar el título de municipio con Alerta de Género.

Según Castillo (2022) en el Diario Intolerancia el alcalde del municipio, Rivera Nava, “señaló que se inauguraron las oficinas del Instituto Municipal de la Mujer, el que se fortaleció para buscar actividades y empoderamiento, acompañamiento y de defensa” (Castillo, 2022, p.4). A pesar de las actividades que ha presentado el Instituto Municipal para la mujer, muchas de las féminas del municipio o desconocen su labor o no tienen la confianza de acudir a este tipo de instancias.

La reinauguración y apertura de este instituto es solo una de las acciones que se están realizando, aparte de para brindar los servicios que se deben al pueblo, también para contribuir al plan para trabajar en el tema de alerta de género. El Gobierno de Puebla, en conjunto con los municipios que se encuentran en situación de alerta de género, trabajan en diversas temáticas con la finalidad de reducir los índices tan altos que hay de violencia hacia las mujeres. Estas actividades van de regulación de servicios de apoyo, reapertura de instituciones hasta la presentación de talleres y charlas que ayuden a concientizar sobre la situación que se vive en el municipio.

Sin embargo, nuevamente es importante recordar que estas actividades deberían extenderse hacia las comunidades más lejanas al centro, pues es donde más cantidad de violencia existe, pero también son los que no se reportan, pues muchas de esas familias ven la violencia de género como algo normal de la pareja.

De igual manera, a mediados de 2022 se inauguró la Casa de Justicia en Chignahuapan, con la cual se buscará atender de manera más ágil e inmediata los casos de violencia de género y violencia intrafamiliar, que en estos años fueron al alza.

### ***Campo laboral y educación***

Como se mencionó anteriormente, el H. Ayuntamiento de Chignahuapan (2018) indica solo el que solo 25.47% de las personas que activas laboralmente en Chignahuapan son mujeres, mucho de ello correspondiente a la idea de que las mujeres tienen que dedicarse a las tareas del hogar y los hombres a proveer o traer dinero a la casa, como lo definiría la ideología machista.

La principal fuente de ingreso en el municipio es por parte del sector de turismo, tanto para esfereros como artesanos, restauranteros y hoteleros. Chignahuapan es conocido por la producción de esferas y esta es la que deja más ingreso en la sociedad chignahuapense, pues es la que alimenta a la mayoría de los hogares.

El pueblo de Chignahuapan es famoso por la elaboración de esferas navideñas hechas de arcilla o vidrio soplado. Anualmente millones de estos objetos decorativos se producen en más de sus 200 talleres. Las más de setenta millones de esferas que se producen en este pueblo mágico se venden al interior del país y también se exportan a otras latitudes. (Nava, Tejeda y Ortiz, 2017).

Las esferas son una actividad familiar que va pasando de generación en generación y se convierte en el principal sustento de muchas familias. Contrario a lo que se esperaría, al ser un trabajo en casa, muchas mujeres del municipio se dedican a trabajar dentro de este ramo, desde la parte inicial de la creación de la esfera hasta el final. Sin embargo, el trabajo de muchas mujeres es opacado por los grandes empresarios masculinos, y generalmente, cuando suele ser un negocio familiar, el representante de este es el “hombre de la casa”. Las mujeres tienden a desarrollarse en este sector comercial porque para muchas empresas de esferas de vidrio soplado, las mujeres representan un trabajo responsable y seguro.

Dejando de un lado el trabajo en casa que pueden realizar con la producción de esferas de vidrio soplado es difícil que las féminas se desenvuelvan en otro trabajo, pues no tiene los tiempos de atender a su familia y también trabajar, además de que a muchas de ellas las limitan a dedicarse meramente al hogar.

La educación no es un punto que se quede atrás considerando la dificultad que tiene las mujeres de poder tener un trabajo en Chignahuapan, sino que desde un principio es difícil que las mujeres puedan acceder a la educación, especialmente las mujeres de las comunidades lejanas al centro, pues se prioriza la educación de los varones y la de las mujeres se deja de lado pues se les considera como mujeres que siempre se dedican a su casa. Ya lo dice Data México, en 2020 del total de la población analfabeta en el municipio más de la mitad son mujeres, pues es a quienes

les cuesta más que se les brinde la oportunidad de estudio. Según el Instituto Municipal de la Mujer (2019), a las mujeres de las comunidades desde niñas se les inculca el trabajo en casa, pues la educación para las mujeres no es prioridad según la ideología de ellos, pues a su forma de pensar y vivir, las mujeres se dedicarán toda su vida al hogar por lo que deben aprender eso. De esta manera, las mujeres suelen tener bajos grados de estudio académico y casarse muy jóvenes, pues según lo inculcado por sus familias, formar una familia y dedicarse a ella es lo todo a lo que aspiran a lo largo de su vida.

### **Violencia**

Según la CONAVIM (2019), en 2019 se emitió la Alerta de Género en el Estado de Puebla para 50 municipios de este, dentro de los cuales se encuentra Chignahuapan debido a los altos índices de violencia. Según Fernández (2020) en Manatí, en 2005 solo se levantaron 2 reportes por mujeres desaparecidas en el Estado y para 2017 ya se registraban 368, lo que implicó un alza bastante grande de este delito y uno de los 3 principales por los que se llegó a declarar esta alerta, luego de solicitarla años antes y no obtenerla.

En el municipio de Chignahuapan, la violencia no se limita solo a eso, pues un tipo de las violencias de género más grandes existentes en el municipio es la que se da entre familias, la violencia intrafamiliar ha ido al alza cada vez más y ejemplo de ello son las 30 carpetas reportadas en los 2 primeros trimestres del año 2022 según el IGAVIM. Esto, sumado a la cantidad de víctimas de esta violencia que nunca hacen llegar un reporte por miedo al varón cercano a ella o porque normalizan la situación de acuerdo con su ideología.

Los reportes provienen en su mayoría de zonas céntricas del municipio, pues son las mujeres pertenecientes a estas zonas las que se atreven a levantar su denuncia pues comienzan a tomar conciencia de que no es normal que vivan así, mucho de ello debido a los cursos, y talleres que ofertan en el municipio. De acuerdo con Canal 21 (2020) según la exdirectora del Instituto Municipal de la Mujer, Alicia León “los puntos en los cuales tiene mayor presencia la violencia de género...destaca la zona

centro del municipio, el barrio de Ixtlahuaca y la comunidad de Michac” (Canal 21, 2020).

Debido al alza de violencia y acoso, la vista con lentes de género y las ganas de las mujeres a no quedarse calladas y exigir justicia y respeto, fue como surgió la colectiva feminista de Chignahuapan. Según Fernández (2020) en Manatí, las generaciones más jóvenes decidieron comenzar a levantar la voz para realizar la primera marcha feminista en el municipio en el año 2020, formalizando así la Colectiva Feminista Chignahuapan. Una de las representantes de la colectiva feminista del municipio en entrevista para Fernández en Manatí (2020), comenta que ya era necesario empezar a exigir justicia por los diversos comportamientos y acciones de violencia que existen en contra de las féminas en el municipio:

Nos habla de todo el nivel de violencia que existe y que está totalmente normalizado [...] comportamientos violentos o machistas se vuelven un secreto a voces que todo el mundo sabe pero que nadie levanta la voz y ni se hable de denunciar, tenemos instituciones locales simplemente incapaces de poder llevar un seguimiento al caso con perspectiva de género (Fernández, 2020).

Las mujeres ya se están dando cuenta de la forma en que son víctimas de violencia de género y muchas de ellas ya no lo piensan permitir, misma cosa que va de mano con la representación de la sociedad en los medios, pues tampoco se quieren ver representaciones que propongan como ideal una mujer que puede dejar que pisoteen sus derechos.

### **Conclusión**

En conclusión de este capítulo, la representación femenina en los medios a pesar de haber pasado de una evolución de modelo tradicional a moderno, sigue sin representar dignamente a las mujeres, sigue sin dignificarlas y sin representar a la variedad existente de formas de ser para una mujer en la vida real, lo que crea estereotipos en la mente de la sociedad de un solo tipo de mujer, cuando se debería empezar por retratar a la diversidad para así conectar con las féminas y también mostrar a la sociedad que no existe solo una forma de ser mujer. *The Bold Type*, es una serie que comienza a meter una variedad de representaciones femeninas en su

contenido, para no encasillar a la mujer en un solo molde, para no crear nuevos cánones que lleven a idealizar a la mujer de una sola manera.

La violencia de género es provocada muchas veces por las ideas que se tiene sobre el papel de la mujer en la sociedad, mismo papel que muchas veces es reforzado por los medios de comunicación para aquellas sociedades donde los patrones machistas siguen predominando como lo es en el caso de la sociedad chignahuapense. Sin embargo, los contenidos audiovisuales como *The Bold Type*, al no imponer un solo modelo, pueden abrir en los espectadores la visión de las distintas formas de ser mujer, y con ello podrían empezarse a dejar de reforzar ideales machistas que otros contenidos han marcado continuamente en la sociedad.

## **Capítulo 2. Estado del Arte de los Estudios Sobre Representaciones Femeninas en los Mass Media y el Machismo**

La representación femenina en los medios de comunicación ha sido estudiada por más de 50 años, sin embargo, es hasta las últimas décadas que su investigación se ha tornado seria en diversas partes del mundo y se ha analizado desde diferentes enfoques. México es uno de los principales países con investigaciones en esta materia desde el área de la comunicación seguido de España. Estados Unidos de América se encuentra en un empate con América Latina considerando los aportes de diversos países de la región de manera general para obtener el tercer puesto, esto excluyendo a México. La mayor parte de estos estudios se han publicado en revistas científicas de comunicación pertenecientes a diversas universidades, entre las que destacan la Universidad de Guadalajara, Michigan State University y la Universidad de Málaga.

La mayor parte de los estudios de representación femenina son abordados desde el estudio o análisis de la producción y dirección de los personajes femeninos en los contenidos audiovisuales, al menos, en esta investigación el 62.85% de los artículos estudios son desde el enfoque de producción de figuras femeninas. De igual manera, otros de los dos enfoques principales de estudio de este tema son el análisis del discurso que brindan las representaciones femeninas y el otro enfoque a diferencia de los anteriores centrados en el emisor, se centra en el receptor pues estudia la representación femenina desde la recepción y el consumo de la audiencia.

En cuanto a las teorías utilizadas, la mayoría de los estudios de la representación femenina no se hacen desde un tinte feminista, sino que se estudian desde el lenguaje audiovisual, la semiótica, retórica, etc. Sin embargo, existen los artículos que son analizados desde las teorías fílmicas feministas, que observan más a detalles la figura femenina tanto desde la producción como en la recepción, por decirlo de otra manera, se ve con lentes de género.

Los principales hallazgos encontrados a lo largo del estudio de la representación femenina se centran en explicar la representación de la mujer tradicional en los

medios, la cual se ve reflejada en personajes femeninos atados al androcentrismo y machismo, que por ende reflejan una mujer sumisa, perteneciente al ámbito privado, una mujer como extensión del hombre y servidora del mismo. Con la máxima aspiración a casarse y cuidar de su familia. Así como también se habla de la nueva representación que conlleva a la mujer moderna, aquella que se presenta más empoderada, con mayor presencia en el ámbito público y en la vida laboral, con más sueños y aspiraciones de crecer académica y profesionalmente. Sin embargo, a pesar de estos cambios, los estudios reflejan que las mujeres de la vida real siguen sin estar conformes con la mujer representada en la pantalla, pues no se identifican con ella, ya que no es reflejo de la vida de todas las mujeres y por ende, no lo consideran una representación digna.

Este capítulo tiene por objetivo revisar los estudios de comunicación sobre la representación femenina y machismo, así como también reconocer lo que es la representación femenina en medios y su evolución a lo largo de los años. Para ello se dividirá en 4 partes específicas: método, resultados, discusión y conclusiones. En el primer apartado se hará mención de la metodología utilizada para la revisión de los estudios de la representación femenina en esta investigación. El apartado de resultados expondrá como su nombre lo indica, los hallazgos que han tenido diversos autores en sus estudios de la representación femenina en los medios de comunicación, para lo cual estará dividido en los siguientes subapartados para un mejor análisis considerado la categorización hecha durante la consulta de los estudios: Evolución de la representación femenina, representación no representaciones, mujer liberada, influencia en la audiencia, reproducción de violencia de género, medios como agentes de cambio y visión de la producción.

Para el apartado de discusión se hará mención de los aspectos necesarios a trabajar en los estudios de la representación femenina y que hasta la fecha no se han realizado dejando áreas faltantes de análisis. Se finalizará con el apartado de conclusiones, donde se explicarán los principales puntos que ha dejado la investigación de la representación femenina a lo largo del tiempo y cómo abonan a esta investigación.

## **Método**

Se realizó la búsqueda de estudios a través de los buscadores EBSCO, JSTOR y Google Academic contemplando artículos principalmente del año 2000 a la actualidad, especialmente aquellos que no tuvieran más de 10 años de antigüedad. Sin embargo, debido a la importancia de algunos artículos se contemplaron algunos de mayor tiempo, de los cuales, el más antiguo data de 1981, pero es de vital importancia para establecer las bases de la presente investigación.

Los términos de búsqueda usados en los buscadores mencionados previamente fueron “representaciones femeninas”, “medios, influencia y mujeres”, “representaciones femeninas e influencia” “cine y mujeres”, “medios y mujeres” y “representation of women in the media”. De esta búsqueda se encontraron 1,547,655 artículos de manera general, sin embargo, fueron reduciendo y descartándose de acuerdo con los intereses de la investigación, pues muchos de estos artículos encontrados inicialmente estaban trabajados desde áreas fuera de la comunicación o resultaban no tener la representación femenina como principal objeto de investigación, estos fueron siendo eliminados después de leer el resumen de los estudios para conocer su contenido.

Después de una selección exhaustiva, se revisó el texto completo de aproximadamente 50 artículos, de los cuales se descartaron 15 por no cumplir con los criterios de búsqueda establecidos.

Se incluyeron estudios en inglés, español castellano y portugués. Así mismo se influyeron artículos tanto de metodología cualitativa como cuantitativa, aunque la mayoría de los estudios encontrados figuran dentro de la cualitativa debido a que son análisis de contenido y sobre todo investigaciones descriptivas que permiten entender la situación de la que se habla. De los 35 estudios consultados a detalle, solo 6 de ellos trabajan con sujetos de estudio y 29 realizan el estudio de las representaciones femeninas a través de análisis de contenido, solo el 20% de estos artículos realiza su estudio desde una índole feminista. La representación femenina fue analizada desde la producción en 22 artículos, desde el discurso en 5, desde la

recepción en 4 de ellos, uno desde la educación, 2 desde los efectos en las audiencias y uno desde la normativa de producción.

### **Resultados**

Los resultados encontrados en la investigación de los estudios se dividen en los siguientes subapartados para un mejor análisis de los mismos.

#### ***Evolución de la Representación Femenina***

La representación femenina como muchos estudios previos realizados desde los 60's, se sabe era realizada y en algunos casos sigue siendo realizada a través de la figura femenina conocida como mujer tradicional, aquella que correspondía a ideales "machistas" que veían a la mujer como complemento del hombre, como objeto del mismo. Guarinos (2008), nombra a esta representación también como "Mujer-florero", haciendo así alusión a que era vista simplemente como un objeto, comparándola con un florero como está escrito.

Durante mucho tiempo el personaje femenino fue retratado así, sumiso al hombre, desde su construcción tanto de persona, rol y actante como lo establece la misma Guarinos (2008), si bien, había varias formas de representar a esta mujer todas ellas se resumían en el punto central de ser funcionales al hombre, lo que se proyectaba a detalle, pues la personalidad del personaje, el rol del personaje y la posición del personaje, que son los niveles de construcción del mismo, lo reflejaban de esa manera.

Esta forma de representación era principalmente retribuida a la mirada masculina presente en la producción de contenido, pues la industria audiovisual estaba conformada principalmente por trabajadores masculinos. Mc Phail (2008) resume esta representación en "el hombre mira a la mujer y la mujer deja que la miren" (2008, p. 225), de esta manera se entiende que todo gira en torno al hombre y la mujer no tiene voz ni voto en la representación.

Sin embargo, a la par de la evolución de la sociedad, se empezaron a exigir representaciones femeninas justas, representaciones que fueran más allá de solo depender del masculino en pantalla y como consecuencia, surgió lo que se conoce

como representación de la mujer moderna. Tal como lo enuncia el Instituto Nacional de las Mujeres (2005), "gracias a los espacios ganados por las mujeres, se han empezado a transformar los contenidos y los mensajes que circulan en periódicos, revistas o en el radio, y sobre todo en los medios de su propia creación" (2005, p. 2). Nieves y Sandulescu también consideran esta evolución al decir que:

La representación de la mujer en el cine español contemporáneo se aleja de los estereotipos que tradicionalmente les eran impuestos por la cultura o la religión, pues presentan nuevos roles y profesiones. Así como nuevos modos de comportamiento, ideas o actitudes recientes e inherentes a la sociedad contemporánea (2022, p. 198).

Tal como se mencionó en el capítulo anterior, esta nueva representación que actualmente es la más usada en los medios, retrata a una mujer empoderada, a una mujer con mayor protagonismo y libertad. Sin embargo, esta representación sigue sin ser de agrado para la audiencia, pues vuelve a encasillar a las mujeres en una sola forma de ser, en un estereotipo.

Luego del análisis de esta representación Castro y Lacalle (2017) la dividen en 2 categorías: las "can-do girls", que son las mujeres que tienen éxito en todas sus actividades y que por ende su empoderamiento se nota más y las "at-risk girls" que son aquellas representaciones femeninas que a lo largo de los audiovisuales fracasan en sus actividades y por ende no cumplen sus sueños. Independientemente de esto, en general, ahora se empodera más a la mujer tanto laboralmente como académicamente, pero un punto interesante es que como lo dicen Gómez y Lacalle en 2016, laboralmente solo se presenta a las mujeres en un ámbito limitado a mujeres según la creencia de la sociedad, es decir, solo se le asigna en puestos donde tenga que brindar cuidados a otro sector de la sociedad o en el área de ciencias sociales, pero no se les presenta en áreas científicas o exactas. De igual manera, entre más éxito tiene profesionalmente, se le asignan más rasgos masculinos a la protagonista y se le presenta en una faceta fría, como una mujer sin sentimientos. Si antes se los dotaban como su principal arma ahora se los quitan completamente en esta nueva presentación.

Este cambio en la producción del personaje femenino llevó mucho tiempo y también se enfrentó a diversos conflictos como lo dice Cibreiro (2005) en el análisis de una presentación femenina literaria "Su obra literaria permite vislumbrar las dicotomías a las que se enfrentó a la mujer de su época a base de desestabilizar categorías establecidas y de perturbar patrones sociales y literarios convencionales" (2005, p. 66). Si bien los valores de la mujer representada cambiaron, no del todo la esencia de la representación, pues ahora la mujer moderna es el estereotipo existente y es con lo que se espera cumplan las mujeres de la sociedad actual, la representación femenina evolucionó, pero sigue siendo una.

### ***Representación no representaciones***

Como ya se ha mencionado en esta investigación, la falta de diversidad femenina representada en los contenidos audiovisuales de los mass media es uno de los principales, si no es que el principal problema por el que la sociedad femenina no puede sentirse identificada con la representación de su género en la pantalla y por ello sigue sin ser una justa y digna forma de presentar la figura femenina en los medios.

Los estereotipos son un arma de doble filo, pues pueden llegar a tener un impacto negativo en la sociedad, pero también son necesarios hasta cierto punto para permitir la identificación de los diferentes sectores de la sociedad en la pantalla, como lo dice López (s.f.) las representaciones sociales que se vislumbran en la pantalla determinan el rol que diversos grupos sociales tienen en la cultura. Estos estereotipos establecen un sentimiento de pertenencia como lo dice Barbosa (2016) "os processos de comunicação social ogam um papel fundamental na construção de um universo consensual, pois nos remetem ao âmbito das relações de influencia e pertença social, determinante na criação das representações" (2016, p.187).

"Las representaciones recogen aspectos de la realidad y les asignan significaciones" (López, s.f., p. 28), considerando lo dicho por este autor y lo mencionado anteriormente es un proceso recíproco, pues tanto el comportamiento de la sociedad abona a la construcción de las representaciones en los medios, como las representaciones de los medios abonan al comportamiento de la sociedad.

Los estereotipos proyectados en la figura de la mujer en los medios funcionan como lo dice Pontoriero (2021) "como una imagen de cómo "son" las mujeres "en general", es decir intentan ser una universalización de la imagen femenina y un espejo en donde las mujeres puedan verse y sentirse identificadas". (2021, p. 171). Sin embargo, esta universalidad tiene el doble filo, primero en el caso de la representación femenina permite saber de qué sector social se está hablando, pero también limita y establece cánones de comportamiento para las mujeres, pues lo estereotipos establecen "cómo debe ser una mujer" y acorde con eso no hay otra opción para las féminas.

Soto (2013) explica este problema de la poca identificación de la audiencia femenina con las representaciones femeninas en los medios a través de la teoría "La mujer y las mujeres" donde "Las mujeres se refiere a la identidad de las mujeres vistas como individuos históricos sociales, mientras que La Mujer es, básicamente, la falsa representación que se ha creado en las formas tradicionales de producción cultural" (2013, p. 59). Esto se relaciona con lo encontrado por De Lauretis (1992), quien considera que es vital encontrar las diferencias entre Mujer y mujeres y que toda esta diversidad se represente en los medios, pues después de todo, las mujeres tienen diferentes historias y no pueden ser encajonadas en una sola.

Según la mayor parte de los estudios analizados, la audiencia femenina no está contenta con la representación actual, pero la mayoría a pesar de no estar conformes no hacen nada por buscar cambiar esa situación. García y Martínez (2008) dicen refiriéndose a la audiencia femenina que "los contenidos mediáticos que contienen representaciones estereotipadas del género femenino les molestan, se observa una reacción, pero no logran concretar este sentimiento en una acción que las involucre como agentes de cambio de la realidad social" (2008, p. 123). Sin embargo, eso no significa que, si los medios productores están conscientes de eso, no deban hacer nada, al contrario, deben tomar acciones que lleven a la mejora de sus contenidos.

Sabemos que, en la realidad, las mujeres son diversas, todas tienen distintas formas de ser y es por ello que es importante que todas puedan identificarse y verse reflejadas en los contenidos audiovisuales. Como lo dice Cortina (2002) "aún faltan

representaciones que incluyan la más completa diversidad en todos los niveles sociales. Omitirlas o tergiversarlas solamente continuará perpetuando la opresión y discriminación de las mujeres en nuestras culturas" (2002, p. 124). Empezar a retratar la variedad de mujeres permitirá que las mujeres de la vida real tengan una mayor probabilidad de sentirse representadas e identificadas, ese es el paso para que la sociedad femenina pueda tener una representación justa y que no la limite.

### ***Mujer liberada***

La mujer liberada es la mujer presentada en la mujer moderna, también se le llama así porque en este cambio de tradicional a moderna justamente se buscó dotar a la figura femenina de mayor libertad. Esta modernidad y libertad se ve reflejada desde los 3 niveles de construcción del personaje femenino como lo hace notar Díaz-Marcos (2009) pues considera que la modernidad se ve reflejada o exteriorizada en la forma política y social del personaje, pero también en cosas como su vestuario, donde, por ejemplo, en la modernidad entró con el uso de las faldas cortas.

Sin embargo, como ya se mencionó antes, la modernidad de la representación femenina no es toda color de rosa, pues seguía limitando la libertad de las mujeres solo a unos ámbitos y cuando las empoderaban les dotaban rasgos masculinos.

Mujeres insumisas: buscan, prueban nuevos caminos, se rebelan, toman decisiones propias, rompen moldes acostumbrados, ofrecen otras alternativas... Pero la sociedad mexicana de fin de milenio ofrece muchos otros ejemplos, muy ricos y valiosos, que sin embargo no han sido aun tocados por el cine producido en México: mujeres líderes y protagonistas indiscutibles en escuelas, centros de salud, sindicatos, comunidades eclesiales, misiones, organizaciones de derechos humanos, organizaciones vecinales, agrupaciones de lucha civil, etc." (García, 1998, p. 404).

Gómez y Lacalle (2016) hacen mención de la masculinización del personaje femenino cuando dice que "El liderazgo/empoderamiento de las empresarias y directivas también conlleva la atribución de rasgos tradicionalmente masculinos" (2016, p. 64), lo que lleva a interpretar que las mujeres representadas en la pantalla

no pueden ser mujeres del todo si quieren ser exitosas. Aunque cabría realizar un análisis de los rasgos que se están utilizando para dividir lo femenino y masculino.

Aunque en las representaciones de mujer moderna existen cada vez más personajes femeninos protagónicos y empiezan a aumentar la cantidad de personajes femeninos que conforman el elenco de los contenidos, y a pesar de que se libera la mujer en narrativa, aun así sigue girando entorno a un masculino, pues la mayoría de los contenidos no han dejado de lado la idea de que el final feliz de las féminas debe ser casándose o haciéndose pareja de un masculino, convirtiéndolo en uno de sus más grandes anhelos y presentándolo como la parte de mayor interés en la trama de los audiovisuales. "Las series tv de producción nacional tienen efectivamente un relevante protagonismo femenino numérico, pero sus universos diegéticos siguen girando alrededor del mundo masculino" (Arranz, 2020, p. 118).

Otra de las olas que se según los estudios vino con la representación de la mujer liberada y empoderada en los medios de comunicación fue el aprovechamiento de la misma por parte del capitalismo, el empezar a dotar de liberación a la mujer incluso de forma superficial o forzada con tal de obtener beneficio económico, como lo dice Kumari (2015) "it is true that after globalization and liberalization, the economy of media has converted women as a commodity to sell with each product" (2015, p. 14), es decir, que se aprovechó del empoderamiento de la mujer para convertirla en mercancía, para convertirla en la modelo que les permitiría vender productos que empoderara a la mujer.

De igual manera Alkan (2016) coincide con el autor anterior pues considera que el empoderamiento de las mujeres se está usando como estrategia de publicidad y marketing al enunciar que "consequently, this allows us to argue that the empowered women being constructed in new era advertising is an ideological discourse serving brand's economic and commercial values and being promoted as brands' female consumer-oriented marketing strategies" (2016, p. 140).

### ***Influencia en la audiencia***

Diversos estudios en comunicación se ha dedicado a estudiar la influencia que tiene los contenidos audiovisuales en la audiencia, como lo es el caso de Serrano (1981)

y también de Torres (2008). Estos autores explican que los medios crean formas de pensar y de actuar en la sociedad de acuerdo con el contenido producido, pues este los orienta en la creación de ideologías y formas de ver la vida, como lo dice Torres (2008) "los medios no sólo contribuyen a la conformación de gustos y estilos culturales, sino que a la vez tienen un papel muy importante en la construcción de mundos de vida e identidades" (2008, p. 97).

Centrándose en la representación femenina esta tiene gran influencia en la sociedad a través de la creación de estereotipos, pues estas pautas se instauran en la mente de la sociedad llevándolos a pensar que así deberían ser las cosas, en este caso, que así deberían ser las mujeres.

Las niñas y jóvenes que crecen con este tipo de contenidos son influidas de gran manera por los estereotipos y tratan de cumplirlos todo el tiempo como lo dicen Babary y Zulficar (2015) "women are idealized by our young girls who try to copy them" (2015, p. 8), esto se ve reflejado principalmente en el intento de las jóvenes por cumplir con los estándares de belleza impuestos por la sociedad y los mass media. Pero esta imitación no solo se limita a la belleza, sino también a las actitudes y anhelos de las mujeres que ven en pantalla, por ejemplo, el que las niñas crezcan con la idea de que existe un príncipe azul que las va a rescatar de todos sus problemas y que ese será su mayor objetivo en la vida.

Estos estereotipos no solo influyen en las mujeres para que lo sigan, sino que los demás sectores de la sociedad también los esperan de esa manera, asignándole así un rol en específico a la comunidad femenina. Debido a este gran impacto que tienen los medios en la sociedad y la influencia que tienen en ella es que varios autores proponen la educación mediática para que el espectador pueda ser capaz de controlar lo que consume y conocer el aporte que le hacen los contenidos a su vida diaria. Tal como lo dice Lazo (2008) "si el niño se forma para estar alfabetizado audiovisualmente, sabrá defenderse de aquellos mensajes que le resulten no sólo poco apropiados para su nivel de desarrollo, sino también de los que intenten fomentar contravalores, estereotipos o falsedades", (2008, p. 40).

Con la existencia de la alfabetización mediática y considerando el poder de influencia de los medios en la sociedad, Fernández y Méndez (2009) y Garrido y Zapsi (2021) proponen usar las representaciones femeninas en los medios como contenido educativo, desde la representación tradicional para que se corrijan las acciones mostradas en el contenido con esta representación, como lo proponen Fernández y Méndez (2009) para aprender de ellas, de las representaciones del pasado para poder mejorar criticando y corrigiendo las actitudes que generen desigualdad de género contra las mujeres. Hasta las actuales representaciones femeninas en los mass media para hacer crítica de ellas y educar en materia de género como lo dicen Garrido y Zapsi (2021):

Más allá de su inexorable influencia en la audiencia, proponemos el uso de estas series feministas en la educación formal. Estas pueden ofrecer historias desde las cuales reflexionar críticamente sobre la inequidad de género, el abuso sexual o el empoderamiento femenino en los institutos y universidades (2021, p. 21).

### ***Reproducción de violencia de género***

Otro de los puntos recurrentes en los estudios de representación femenina es el hecho de que las figuras femeninas presentes hasta el momento en las producciones audiovisuales y el contexto que las rodean refuerzan la violencia de género hacia las féminas en lugar de disminuirla. Esta violencia es reforzada desde distintas líneas, aunque la sexualización y el trato de su sexualidad es la principal.

The dominant script in the stories set in the present time depicts virginity as a “stigma” that needs to be banished, and is usually redirected to the script about the “management” of how, when, where and who to lose this virginity with (Ibid.). Regardless of women’s age, the loss of virginity in Spanish television fiction constitutes a sort of “rite of passage”. (Castro y Lacalle, 2017, p. 54).

La representación femenina bajo violencia normaliza esos comportamientos dentro de la sociedad, lo que lleva a que se repliquen pensándolo como algo normal. Es por ello que varios autores entre los que destacan Bonavitta y De Garay (2011), Cobo, Esquembre y Galarza (2016) y el gran conocido Serrano (1981) consideran que los medios de comunicación deberían tomar en cuenta su poder para en lugar

de perpetuar y reproducir la violencia de género, contribuir a través de sus contenidos a erradicarla, para así comenzar a hacer algo para solucionar la violencia de género que es un gran problema que aqueja a la sociedad.

A pesar de considerarse un "cuarto poder", no están propiciando una sociedad más democrática y tolerante, sino que están generando nuevas formas de violencia, más sutiles, más modernas. Es necesario impulsar una mirada crítica hacia los estímulos gráficos, audiovisuales y digitales, de forma que sea posible plantear un gran abanico de posibilidades de ser mujer y de ser hombre" (Bonavitta y De Garay, 2011, p. 28).

La normalización de acciones violentas en los contenidos y la creación de estereotipos a cumplir solo llevan a que la violencia de género se siga reproduciendo como lo dicen Cobo, Esquembre y Galarza (2016):

En este sentido, la reproducción de los estereotipos -en tanto que conjunto de creencias, imágenes o ideas simplificadas acerca de las características de grupos de personas aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad-, así como de los roles -en tanto que opiniones hipersimplificadas, social y culturalmente arraigadas sobre los atributos y características de los hombres y las mujeres- por parte de los medios de comunicación contribuye a reforzar la desigualdad entre mujeres y hombres y, por tanto, a la violencia machista (2016, p. 823).

Mucho del reflejo actual de la sociedad que se intenta representar en las pantallas es lo que sigue manteniendo la violencia y aumentándola en lugar de reducirla, sin embargo, la violencia no es lo único que acontece en la vida real, las mujeres han logrado mucho en la actualidad y ese lado positivo también debe verse reflejado en los medios como lo dice Ali (2017) "filmmakers must try to reflect the current situation in society while bearing in mind the fact that society is dynamic. So many positive things about women have been going on around the country" (2017, p. 67).

### ***Medios como agentes de cambio***

Considerando que Serrano (1981) define a la "televisión como máquina, agente y mediadora" (1981, p. 43) y con el contenido de apartado anterior, se puede decir que

los medios de comunicación tienen un gran poder sobre la sociedad desde su pensamiento hasta su comportamiento, considerando la existencia de ese poder, se propone que los medios funjan como agente de cambio que velen por disminuir o erradicar la violencia de género que hasta la fecha se siguen compartiendo y propagando a través de diversas representaciones femeninas.

La importancia de los medios de comunicación, en ámbito de las representaciones sociales, se halla en su poder de construir creencias y opiniones que se estructuran como reglas sociales. Desde luego, los medios realizan dichas representaciones apegados a las normas y principios de construcción de la realidad del grupo social; sin embargo, tienen el poder de influir en la conciencia social y, por lo tanto, de transformar la propia realidad (Vega, 2010, p. 57).

Los medios deben empezar a tomar conciencia de su influencia y realizar representaciones femeninas que dignifiquen a la mujer y que reduzcan al violencia hacia ella, pues así como actualmente se normaliza por lo que se ve en los contenidos audiovisuales, si estos conllevan una producción que cuide a detalle no seguir reproduciendo la violencia hacia las féminas, estas acciones y pensamientos podrían adentrarse en la mente de los espectadores hasta lograr que la normalización de la violencia ya no sea normal, sino que este se condene y por ende se evite en la sociedad. Como lo dice Bustos (1992) se deben "promover y diseñar estrategias y mensajes que a través de la difusión de los medios masivos contribuyan al cambio y eliminación de la división de géneros" (1992, p. 119).

### ***Visión de la producción***

Hasta el momento muchas de las producciones audiovisuales tienen representaciones femeninas construidas desde una mirada masculina en todos los aspectos, no solo desde la narrativa sino también desde la cámara, como lo dice Vázquez (2002):

La cámara actúa como portadora de la mirada masculina que escudriña la figura femenina cosificándola con el uso del lenguaje fílmico; segundo, la figura femenina se vuelve un fetiche, es decir, la protagonista de la historia se convierte en objeto, a lo cual contribuyen las escenografías, la iluminación, los encuadres,

el maquillaje y el vestuario; y tercero, el personaje femenino es sometido por la violencia física hasta llegar al asesinato. Los dos primeros corresponden al lenguaje fílmico y el tercero se sostiene en la propia estructura narrativa (2002, p.120).

La poca participación de la mujer en la producción es a lo que la mayoría de los estudios atribuyen los problemas de la representación femenina en los medios, pues son pocas las mujeres que participan al cien en la industria, ya que las decisiones finales e importantes aún siguen recayendo en hombres. Se atribuye el no poder hacer una digna representación femenina a que los hombres no pueden empatizar del todo con las mujeres y por lo tanto no entienden lo que es ser mujer, es por eso que diversos estudios de los analizados proponen como solución incluir a las mujeres en la producción de personajes y en la toma de decisiones, pues su participación ayudará a mejorar la representación femenina como lo dicen André y Quispe-Agnoli (2014) la mujer que mira puede participar en la experiencia, a distancia o en ausencia para crear a la mujer mirada.

Sin embargo, autores como Bracho (1985) consideran que no se puede simplemente sacar a los hombres de la producción de personajes femeninos, al contrario, ellos también deben estar dentro en conjunto con mujeres productoras para que desde la sensibilización a creadores en materia de género puedan crear personajes femeninos dignos de las mujeres de la sociedad.

Otro punto para considerar según los estudios dentro de la creación de las representaciones femeninas es el crear figuras femeninas desde todas las culturas y con un análisis detallado de ellas, lo que va de la mano con la creación de las representaciones diversas de las mujeres, pues no se puede encasillar solo a una. Para Panda (2013) es importante señalar que las representaciones femeninas no se deben dejar llevar del todo por lo que se está haciendo en el contenido occidental, sino que cada país desde su cultura debe trabajar en sus representaciones femeninas. "Western culture should not be imitated despite accepting dynamic globalization process" (Panda, 2013, p. 90).

Sin embargo, hay otro punto de vista en los estudios, pues si bien algunos se centran en trabajarlo meramente desde su cultura, autores como Fregoso (2016) consideran que no se deben aislar las culturas extranjeras, pues en la actualidad los contenidos audiovisuales cruzan fronteras, por lo tanto, para lograr que las espectadoras se sientan identificadas, es importante considerar más variedad de mujeres que las de una sola cultura.

### **Discusión**

Aunque diversos estudios a la largo de la historia se han dedicado a estudiar las representaciones femeninas en los medios, la mayoría lo ha hecho de forma independiente a la sociedad, es decir, de forma independiente a las y los espectadores. Es importante considerar y estudiar la recepción que se tiene de las representaciones femeninas, el impacto y los efectos que tienen en la sociedad, especialmente en las mujeres, pues esto ayudará a mejorar las producciones audiovisuales desde la petición de sus consumidores más allá de hacer un análisis aislado.

Así mismo es vital que estos estudios se hagan en comunidades importantes para el mismo para así conocer la verdadera influencia y no solo hablar de su existencia sino del cómo se presenta o no esa influencia. Como será el caso de esta investigación donde los sujetos serán pertenecientes a una comunidad con patrones machistas en donde las representaciones femeninas pueden tener gran influencia para reducir temas de machismo y violencia hacia las mujeres.

Por otro lado, hasta el momento se siguen analizando los contenidos a través de una sola representación femenina, generalmente a través de las protagonistas, que en los materiales audiovisuales suele ser solo una. Si se habla de diversidad, se tiene que empezar a analizar más que solo un personaje femenino en los contenidos, así como también empezar a considerar las más nuevas representaciones femeninas que se están haciendo, para ver si hay cambio en su construcción, o si, por el contrario, a pesar de hablar de la diversidad, los medios han hecho caso omiso a la voz de diversas autoras y autores a través estudios que se han dedicado a analizar justo las representaciones femeninas creadas.

## **Conclusiones**

Como se ha visto a lo largo de este capítulo, los estudios que se han hecho sobre la representación femenina en los mass media coinciden principalmente en que esta representación a pesar de la transición de tradicional a moderna sigue sin ser una representación digna de las mujeres reales, pues incluso evolucionada sigue creando estereotipos y encasillando a las mujeres en una sola forma de ser. Por lo que se propone empezar a crear diversas representaciones que reflejen la diversidad de mujeres existentes en el mundo, con la finalidad de hacerle justicia a las féminas y brindarles mayores oportunidades de sentirse identificadas.

Para que estas representaciones diversas comiencen a ser producidas es necesario que las y los creativos se sumen a ser sensibilizados en materia de género, para así poder crear contenidos que en lugar de separar géneros y encasillarlos puedan abrigar más a la diversidad de la sociedad y así más parte de esta pueda tener sentido de pertenencia en las figuras en los medios, principalmente en la figura femenina.

Así mismo proponen usar la influencia que tienen los medios en la audiencia de manera positiva, pues hasta el momento las representaciones femeninas existentes han creado estereotipos sobre ser mujer que llevan a reproducir la violencia en la sociedad desde sus diversas facetas. Si ya se conoce que los medios tienen el poder de inducir formas de pensar y comportarse en la sociedad, se propone que los contenidos vayan encaminados a reducir la violencia de género, lo que empezaría haciendo dignas representaciones femeninas.

Dentro de la actual representación femenina de la mujer moderna, los estudios apuntan a que este discurso más que ser llevado a los medios por su importancia, es llevado con fines económicos, pues el discurso del empoderamiento femenino está siendo usado con la finalidad de vender productos y servicios a la misma audiencia femenina, convirtiéndola nuevamente en un objeto para vender. A este punto se hace referencia también al comenzar a dignificar las representaciones, pues los logros de las mujeres lejos de usarse por los medios para hacerse notar en la sociedad, lo están

aprovechando para fines de consumo, es por ello que debe ser un punto considerado para la mejora de las representaciones femeninas.

Sin embargo, no se puede dejar toda la tarea a los productores de contenido, es por ellos que también en los estudios analizados se plantea la alfabetización mediática, con la cual la sociedad desde la infancia aprenda a distinguir lo que está consumiendo y lo que aportan los contenidos a su vida diaria, para que así también tenga la oportunidad de descartar aquellos que lejos de aportarle cosas positivas lo lleven a establecer ideas cerradas de cómo debe ser la sociedad, en este caso, para no casarse con una sola forma de ser para las mujeres.

Estos estudios aportan la base sobre la que se trabajará en esta investigación, pues al conocer el estado en el que se encuentran las representaciones femeninas en los medios darán pauta a entender la forma en que pueden influir los contenidos en la audiencia, en el caso de esta investigación las representaciones femeninas de *The Bold Type* en las jóvenes chignahuapenses.

### Capítulo 3. Marco Teórico

El presente capítulo tiene por objetivo identificar la influencia de los medios en la sociedad y los factores que la permiten a través de la presentación de los paradigmas y teorías que darán base a la investigación de las representaciones femeninas en los mass media en este caso, las de la serie *The Bold Type* y su influencia en las jóvenes chignahuapenses. Para ello se dividirá en los siguientes apartados: el poder de los mass media, influencia de los medios de comunicación en la sociedad: Teoría del Cultivo de Gerbner, sociopsicología de las representaciones sociales en los medios, representaciones sociales de Serge Moscovici, influencia de las representaciones sociales de los mass media, operacionalización de variables y conclusión.

#### **El poder de los mass media**

En esta investigación se tratará a la comunicación desde su perspectiva crítica puesto que es relevante comprender la influencia que tienen los contenidos de los mass media en las percepciones e incluso en las conductas de los individuos.

La investigación crítica en comunicación tiene su origen con el surgimiento de la Escuela de Frankfurt en Alemania durante los años 20's, la cual según Aguado (2004) fue creada por investigadores de origen judío con la finalidad aplicar, estudiar y desarrollar los conceptos del marxismo de acuerdo con los cambios en la sociedad. Theodor Adorno y Max Horkheimer son los autores que sientan las bases del paradigma crítico para que después más autores comiencen a sumarse, como es el caso de Herbert Marcuse, Walter Benjamin y Jürgen Habermas (Aguado, 2004).

Esta visión sobre el estudio de las cosas que suceden en el mundo tiene su auge a la par del boom de los medios de comunicación según López (2021), pues estos junto con el autoritarismo en algunas naciones, se convertirían en el principal foco de investigación del paradigma. Debido a la existencia y desarrollo del Fascismo, Nacismo y Comunismo, fenómenos de interés de estudio para el paradigma, muchos de sus autores tuvieron que recurrir al exilio y muchos de ellos también fallecieron, como es el caso de Benjamin, quien antes de ser apresado decidió suicidarse. Cabe

señalar que era justo por sus investigaciones críticas al sistema que eran perseguidos. Las principales influencias para la creación de este paradigma fueron el marxismo y el psicoanálisis freudiano (López, 2021).

Años después, se da el primer aporte de esta escuela con índole crítica y se comienzan a publicar diversas investigaciones realizadas durante el periodo de persecución, mismas que reflexionaban sobre el autoritarismo en esas naciones, y buscaban según López (2022) la relación entre el conocimiento y la crítica social. En esta primera aportación destaca el concepto de cultura de masas y la industria cultural, que según Aguado (2004) “fundamenta la importancia de las superestructuras (ideologías y sistemas de ideas) como configuradores del mundo de la vida cotidiana” (2004, p. 181).

El paradigma crítico propone ver a la comunicación como una herramienta que lleve a la reflexión de las situaciones sociales para liberar de la injusticia a los sectores oprimidos. Según Navarro (2008), desde el paradigma crítico la comunicación es un ejercicio que permite la construcción de sentidos para comprender la realidad de la sociedad y, a través de la misma, denunciar las estrategias de persuasión que manipulan y dominan a los diferentes sectores sociales.

En otras palabras, como su nombre lo indica, juzga, crítica, hace una reflexión sobre cómo los medios de comunicación a través de la cultura popular también conocida como cultura pop y los productos mediáticos que generan persuaden a la sociedad para mantener el dominio de clases.

Entre la superestructura conformada por todas las partes de la sociedad, los medios de comunicación son parte de ella de forma importante, pues no solo son un factor que permite controlar a toda la demás estructura, sino que justo, también son uno de los eslabones más fuertes de poder. Así como lo dice Aguado (2004):

Los medios de comunicación forman parte de la superestructura, es decir, del conjunto de procesos, ideas, valores y modelos dominantes que sirven al mantenimiento de una infraestructura, esto es, un modo establecido de

relaciones de producción. Los medios, de acuerdo con la crítica marxista tradicional, juegan un papel muy importante al difundir e imponer un modo de vida acorde con las élites que detentan la propiedad (2004, p. 183).

Los medios suelen pertenecer a la clase dominante, es por ello, que a través de sus contenidos se comparte la ideología que a la clase dominante le convenga, de manera, que las otras clases lo interioricen como un deber a ser o cumplir.

Las élites propietarias del capital son también las propietarias de los medios de comunicación. Éstas difunden a través de ellos un estilo de vida y unos valores acordes con sus intereses, al tiempo que ofrecen una representación sesgada del mundo social donde la discrepancia, la diferencia o la crítica se reducen al grado de accidente (Aguado, 2004, p. 183).

Sin embargo, la función de este paradigma es justo criticar ese funcionamiento, analizarlo para romper la dominación que manipula y oprime a otros grupos de la población que no corresponden a la clase dominante. Como lo dice Melero (2011) “el enfoque crítico, se caracteriza no sólo por el hecho de indagar, obtener datos y comprender la realidad en la que se inserta la investigación, sino por provocar transformaciones sociales, en los contextos en los que se interviene” (2011, p. 343).

En pocas palabras, el paradigma crítico ve a la comunicación como la herramienta que lleva a la reflexión sobre cómo los contenidos mediáticos (que a veces incluso no son cien por ciento reales) a través de la cultura pop, buscan mantener las estructuras de poder que en esta investigación están dominadas por sociedades machistas a través de representaciones femeninas tradicionales que benefician al varón, de manera que, por medio de esta reflexión se genere una transformación, un cambio que permita la liberación de las clases dominadas y oprimidas, que en esta investigación son las mujeres de la sociedad que han sido limitadas y vulneradas mediante representaciones femeninas con las que no se sienten identificadas. Dicho de otro modo, estudia las prácticas comunicacionales que

llevan a reflexiones críticas sobre las ideologías hegemónicas o ideológicas distorsionadas y a través de esas reflexiones se busca un cambio.

### **Influencia de los medios de comunicación en la sociedad: Teoría del Cultivo de Gerbner**

Como se mencionó en el apartado anterior, los medios son uno de los principales mecanismos de influencia y control, pero no es algo que se logre de la noche a la mañana, sino que se necesita de posicionamiento, de introducir durante mucho tiempo a través de los contenidos el mismo ideal para que las y los espectadores lo interioricen.

Así lo explica la Teoría del Cultivo de George Gerbner (1973), la cual propone que los medios de comunicación masivos, especialmente la televisión, tienen un impacto en las percepciones de las personas y en su modo de ver el mundo cuando hay una prolongada exposición al medio, lo que genera una influencia acumulativa.

Gerbner, según Infoamérica (s.f.) nació en 1919 en Budapest, Hungría. Sin embargo, el emigró a los Estados Unidos de América a finales de los años treinta para estudiar periodismo en Berkeley. En este mismo país se desempeñó como reportero y columnista, trabajo que detendría al ser reclutado por el Departamento de Servicios Estratégicos de Ejército durante la Segunda Guerra Mundial, lo que lo llevó a trasladarse a Europa para desempeñar sus actividades. Años más tarde, con el fin de la guerra, regresó a Estados Unidos donde comenzó con sus actividades en la docencia. En 1964 ingresó a dar clases en Annenberg School of Communications de la Universidad de Pensilvania, misma en la cual desarrollaría y sería el director del proyecto “Cultural Indicators” o indicadores culturales, proyecto donde nace el estudio y la teoría del cultivo.

Este proyecto tiene su origen en 1967 en Estados Unidos de América (López 2020), lugar donde en ese momento la televisión se había posicionado como el medio con más audiencia y estaba encaminado a la medición de la violencia proyectada en el contenido de ese medio y el efecto que tenía en la sociedad. Para realizar este proyecto consideraron 3 líneas de investigación (López, 2020):

1. Indagar sobre la producción y distribución de los mensajes.
2. Descubrir el modelo de realidad que refleja la televisión.
3. Análisis de cultivo: Determinar si los contenidos televisivos influyen en la percepción de las personas sobre el mundo.

Cultivo hace referencia al “modo en que los individuos forman imágenes e impresiones de su entorno a partir de la penetración sistemática de los contenidos de la comunicación de masas” (López, 2020). También entendido como la “contribución de la televisión a las concepciones de la realidad” (Lara, 2008, p.69)

De acuerdo con la teoría de Gerbner (Lara, 2008) se considera a los medios como las principales fuentes de las decisiones sociales y políticas que hay en la sociedad, dicho de otra forma, como la fuente primaria de socialización. Así como también los ve como “instrumentos reproductores del sistema cultural dominante” (Álvarez-Gálvez, 2012, p. 9)

Según Lara (2008), Gerbner ve a la comunicación como “interacción a través de un mensaje, un proceso distintivamente humano y humanizador, que crea y se guía por el ambiente simbólico que constituye la cultura” (Lara, 2008, p.61). De acuerdo con Lara (2008) el autor de la teoría del cultivo, Gerbner, considera que los seres humanos somos las historia que contamos y que por ende esas historias constituyen nuestra cultura. Historias como leyendas, cuentos, religión, educación, ciencia, política, todas esas forman parte de la cultura y de quienes somos los humanos y es por ello que son las que se proyectan en los medios.

Estas historias convergen y coinciden en los símbolos que están establecidos en la cultura por lo tanto se convierten en patrones en los contenidos. Gerbner (Lara, 2008) considera que estos patrones repetitivos ayudan a definir el mundo y establecer un orden social, de tal manera que son reflejados y cultivados en las ideologías de la cultura dominada a través de los medios. Esto de igual manera lo explica el autor con el término de “influencia acumulativa”, otra forma de llamar al cultivo, en la cual hace alusión a la interiorización de ideales que hace el individuo después de estar expuesto mucho tiempo a contenido con el mismo mensaje de fondo, por llamarlo de otra forma, con los mismos patrones.

Si bien estos patrones son establecidos por la cultura debido a que el contexto de la sociedad juega un papel importante en el alcance del cultivo, de igual manera están presentes en contenidos televisivos permeados por los medios, pues como lo dice Gerbner según Lara (2008), no se ve el objeto de análisis en sí, sino el punto de vista que tiene el medio de este. Este punto de vista está creado y controlado por las clases dominantes que buscan crear consensos en la sociedad a través de las mismas percepciones y con ello tener un control social, como lo establece la teoría de la hegemonía Gramsci. En otras palabras, a través del contenido audiovisual proyectado en los medios de comunicación se busca mantener un control de pensamiento que lleve a la sociedad a tener un mismo ideal y anular sus diferencias. Justo por eso, esta teoría es parte de la corriente crítica, pues como su nombre lo indica, critica el papel que tiene los medios de comunicación en el control o dominación de la sociedad.

De esta forma, para la teoría del cultivo creada por Gerbner, dice que se establece una forma general de ver las cosas en la sociedad, una sola ideología que cancela las diferencias, sin embargo, es importante señalar que como lo propone Lara (2008), no es un efecto inmediato, no es algo que se dé a corto plazo, es decir, no se logra unificar un pensamiento de la noche a la mañana en un solo contenido. Por eso el cultivo más que ser un efecto es considerado una influencia, misma que requiere de mensajes con patrones iguales en diversos contenidos y expuestos por mucho tiempo para poder tener resultados.

Por tanto, con esta teoría se entiende que lo que se ve en la televisión después de una fuerte y prolongada exposición al contenido se ve como el mundo real en el que se vive. Es decir, los espectadores ven las representaciones sociales audiovisuales como la realidad de la sociedad. Sin embargo, las representaciones que se crean en los medios están basadas en la cultura de una sociedad y su forma de ver el mundo.

La televisión se vuelve parte de un proceso dinámico donde se hace una especie de círculo: la televisión crea y refleja imágenes, opiniones y creencias, y a su vez, busca sostener las necesidades, ideologías y valores existentes,

en públicos masivos. Los públicos adquieren su identidad a través de la exposición a los mensajes (Lara, 2008, p.70).

De manera que se vuelve un proceso dinámico, sin dejar de estar cargado del poder que tiene los medios para controlar a la sociedad. Como lo dice Gerbner (Lara, 2008) el cultivo es un proceso dinámico entre mensajes y contextos. Así como también lo aterriza en su propia definición Lara (2008) al decir que “la forma en la que vemos a las personas, al mundo y a la vida, se vuelve la forma en la que esas personas, mundo y vida son representadas en el proceso de comunicación” (Lara, 2008, p.67)

En esta teoría, Gerbner argumenta que el cultivo mantiene cierta ideología en la sociedad, y por ende no busca un cambio, sino mantenerse como está (Lara, 2008). El cambio se ve forzado cuando cambia la sociedad y las relaciones en ella, por tanto, deben cambiar los mensajes y el contenido de los medios, de manera que existirá un nuevo cultivo a través de nuevos patrones para establecer las nuevas representaciones y visiones en los contenidos para presentarlos a la sociedad. Pero si hay cambio en un solo mensaje televisivo, en un único contenido, este no tendrá resultado porque se seguirá cultivando todo el que lleva el mismo patrón y no el diferente, porque como dice Lara (2008) “las personas no pueden cultivar lo que no está disponible” (p. 66).

### ***Análisis de cultivo***

Para la realización del análisis de cultivo a aplicarse en el proyecto Indicadores Culturales que realizó Gerbner junto con su equipo de la Universidad de Pensilvania se dividió el análisis en 3 partes acorde con las 3 líneas de investigación mencionadas al inicio de este apartado.

En la primera etapa se estudiaron los mensajes que se presentaban en la televisión estadounidense para encontrar patrones repetitivos dominantes, los cuales se determinaron según Lara (2008) de acuerdo con las prioridades, valores y relaciones presentadas en los contenidos. Puntos que se conocieron como las variables de análisis de contenido. El segundo paso fue la valoración del tiempo de

exposición de los espectadores a la televisión y por ende a su consumo. Según López (2020) Gerbner los clasificó en 3 tipos:

- Espectadores blandos: Aquellos que consumen los contenidos televisivos alrededor de 2 horas diarias.
- Espectadores moderados: Aquellos que se exponen a la televisión de 2 a 4 horas diarias.
- Espectadores o televidentes duros: Aquellos que consumen programas televisivos más de 4 horas diarias.

Finalmente, la tercera parte consistió en un instrumento de medición, en el cual a través de encuestas realizadas a televidentes se les brindaban opciones de respuesta apegadas a la realidad y al cultivo, es decir, a lo mostrado en la televisión.

Los hallazgos que encontró Gerbner al realizar este análisis según López (2020) fueron los siguientes:

El primero fue que los contenidos televisivos presentaban una imagen distorsionada de la realidad social, misma imagen que se repetitiva a través de los patrones de mensajes establecidos. Por ende, se establece una idea dominante, una idea correcta del cómo deben ser las cosas en la sociedad, misma idea que la sociedad adopta como real al estar expuesta de manera prolongada a la televisión, pues son el grupo de espectadores duros con quienes se comprueba la teoría del cultivo debido a que su visión es muy parecida a lo que ven en la televisión si no es que prácticamente la misma. Esto se comprobó debido a que, en las encuestas realizadas, los televidentes duros contestaban las preguntas acordes con lo que se decía en los contenidos audiovisuales y no con la información de la realidad social.

De esta manera Gerbner establece que los espectadores duros confían en la televisión como su principal fuente de información, por lo que no se preocupan por consultar fuentes confiables que muestren datos duros, sino que consideran que los medios de comunicación presentan al cien por ciento la realidad de la sociedad. Así mismo, Gerbner establece que lo que la mayoría de la sociedad sabe no lo conoce por experiencia propia, sino que lo ve a través de otras fuentes, como lo es la

televisión (Lara, 2008). También señala, que los espectadores que se exponen menos tiempo a la televisión consideran otras fuentes de información más allá de este medio y que la interacción personal con otros individuos les provoca una mayor resistencia al cultivo.

Los ejemplos que brinda Gerbner de la muestra de la distorsión de la realidad en los contenidos audiovisuales son que en cada programa se presentan 3 varones por una sola mujer, se presenta a mucha gente de la clase media cuando la principal en el mundo es la obrera y la mujer tradicional de igual manera se representa en la mayor parte de los contenidos clasificando a todas las mujeres de esa manera (Lara, 2008).

También se detectó el fenómeno conocido como mainstreaming o convergencia, que establece justamente la imposición de una sola ideología, de la idea dominante, eliminando así las percepciones diferentes sobre un mismo tema para lograr homogenizar a través de los contenidos audiovisuales el pensamiento de la sociedad. Lo que también se relaciona con otro aspecto encontrado por Gerbner según López (2020), la sobre inclusión, en la cual al eliminar las diferencias sociales entre la población específicamente los espectadores arduos o fuertes, estos ya no se dividen en subgrupos como comúnmente pasa en la sociedad de acuerdo a sus características, sino que estos espectadores dejan de lado sus características para apropiarse de las de la clase dominante.

Por último, según Lara (2008), Gerbner también descubriría la resonancia de los contenidos televisivos, en la cual según López (2020) y Lara (2008) la gente ve los contenidos como una realidad revelada, como algo que les pudiera suceder en cualquier momento y se identifican entre situaciones vividas con la proyectadas en la televisión.

### **Sociopsicología de las representaciones sociales en los medios**

Después de partir del estudio de esta investigación desde la perspectiva crítica, también se hará estudio desde la perspectiva del paradigma sociopsicológico, puesto

que la influencia de las representaciones femeninas es el eje central en esta investigación.

Según Martín (2009), el estudio de la comunicación desde la visión sociopsicológica comenzó a mediados de los años cincuenta, pues a los teóricos de la comunicación les empezó a llamar la atención centrar el estudio teórico de la comunicación desde los efectos. Entre los principales autores que comenzaron con estos estudios después de la Segunda Guerra Mundial destacan las investigaciones sobre el voto de Lazarsfeld y Berelson y en los estudios de Hovland acerca de la persuasión.

García (2016) define a la sociopsicología como la comunicación de masas que es capaz de causar efectos sobre la sociedad, es decir, que la comunicación puede influir en la sociedad ya sea en pensamiento, comportamiento o conducta. Es por ello que su estudio está centrado en los efectos pues se cree que la comunicación producirá un efecto en el receptor, es decir que a través de los mensajes se logrará que los receptores realicen alguna acción pensada o planeada desde un principio por el emisor.

Es de esta manera que entonces Martín (2009) considera que el principal problema que su busca analizar en este paradigma es la manipulación del comportamiento para lograr ciertos resultados o efectos. Esto reflejado principalmente en el contenido de los medios de comunicación, los cual a través de la ideología instaurada en los contenidos establecen una serie de pautas de comportamiento o acción dominantes para la sociedad, misma que influye en cómo esta se comporta en la vida real. De esta manera, este fenómeno es el estudiado por la sociopsicología.

Desde esta corriente de pensamiento según Martín (2009) se entiende a la comunicación como un “proceso de expresión, interacción e influencia” (p.165). Es decir, no se ve a la comunicación como una producción por sí misma, sino que necesita de las características de los receptores y su interacción con ellos para ser efectiva. Por lo tanto, considera las características sociales, el contexto de los

individuos para los que es dirigida, así como también sus predisposiciones psicológicas y los cambios que puedan surgir por la interacción. Todo esto considerado para que el mensaje pueda tener un efecto, considerando así la posible influencia de los mensajes en la sociedad.

La comunicación habrá de contar siempre con las características sociológicas del entorno y los grupos en los que tiene lugar el proceso así como con las predisposiciones psicológicas de los que participan en él, es decir, sus actitudes, estados emocionales, personalidad, etc., que podrán ser a su vez modificadas por los efectos de la misma interacción social, esté o no mediada por la tecnología. (Martín, 2009, p.164).

En este paradigma entran en juego los símbolos y significados, pues es vital que en la comunicación se contemple cómo van a significar los mensajes los receptores de acuerdo con su contexto, es por ello que se considera como un proceso de interacción. Además, al poder conectar con los receptores, estos pueden adentrar el mensaje que brinda el emisor con una mayor probabilidad de que este tenga un efecto o influencia en el individuo.

En todo caso, podría decirse que la tradición sociopsicológica supera la concepción de la comunicación como mero proceso, como mero contacto de la tradición cibernética. En ella además importan los contenidos simbólicos y las acciones. Y, frente a la tradición semiótica, la sociopsicológica sostiene que la comunicación no son sólo signos (contenidos) sino signos que afectan, que están en alguien, que llegan a alguien, que proceden de alguien. En ese sentido puede afirmarse que es una visión que humaniza la comunicación (Martín, 2009, p. 165).

En pocas palabras, el paradigma sociopsicológico de la comunicación hace referencia a la función de la comunicación frente a las masas como generadora de un efecto en los individuos. Por decirlo en un ejemplo, se habla de que algún mensaje compartido a través de un contenido audiovisual en los medios de comunicación tiene un efecto en los individuos que lo consumen, ya sea desde una influencia en su

visión, pensamiento o incluso en cambios de comportamiento. Por ende, este mensaje siempre tiene que ser construido considerando las características de los individuos tanto sociales como psicológicas pues solo así se producirá algún efecto.

### **Representaciones sociales de Serge Moscovici**

Las representaciones sociales que se hacen en los medios de comunicación y en la mente de las personas sobre cada cosa o persona que existe, están estrechamente relacionadas pues una depende de otra, ambas se abonan en su construcción, así lo explica Serge Moscovici (1979) en su teoría de las representaciones sociales.

Srul Hers Moscovici mejor conocido como Serge Moscovici nació en Rumania el 14 de junio de 1925 según el Instituto de Investigaciones Sociales (2015). En 1939 se integró al Partido Comunista Rumano y al ser de origen judío, durante la Segunda Guerra Mundial fue llevado a un campo de trabajo forzado del que más adelante lo salvaría el ejército rojo soviético. Tiempo después tuvo que huir a París, donde comenzó sus estudios independientes de grandes filósofos e historiadores. Años después pudo estudiar psicología y luego de publicar su libro *La psychanalyse, son image, son public* nace por primera vez el concepto de representaciones sociales, el cual se convertiría en la base de su teoría que tuvo su esplendor a finales de los años ochenta y principios de los noventa.

Si bien la teoría de las representaciones sociales no fue la única que el autor desarrolló, esta fue muy popular en Europa y América Latina principalmente, provocando grandes investigaciones y encuentros entre estudiosos de las representaciones sociales. El murió en París en 2014 a sus 89 años.

Moscovici (1979) define las representaciones sociales como:

Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos... La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la

realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación (p.17-18).

Para Mora (2002) las representaciones sociales están definidas como “forma de conocimiento a través de la cual quien conoce se coloca dentro de lo que conoce” (p. 7).

Para uno de los autores que fue referencia de Moscovici en la creación de su teoría, Farr (1984) son:

Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal. (Farr, 1984, p. 655)

Finalmente, para Banchs según Araya (2002) las representaciones sociales son una forma de reconstrucción mental de la realidad generada en el intercambio.

Un punto importante a lo largo de esta teoría de Moscovici es que las representaciones sociales están construidas por la sociedad y para la sociedad. Es decir, la cultura de los individuos, sus características e interacción, le dan forma a las representaciones sociales de acuerdo a cómo ven las cosas. Pero al mismo tiempo estas representaciones sociales influyen en la sociedad para interiorizar el cómo se ven las cosas y adaptarlo a su vida social. Tal como lo dice Araya (2002) “las personas se constituyen y constituyen sus RS (representaciones sociales) y en forma paralela también constituyen un mundo social y construyen y reconstruyen permanentemente su propia realidad social y su propia identidad social” (p. 32).

Según Araya (2002) las representaciones sociales son construidas considerando la cultura, es decir, creencias, valores e ideales compartidos de manera colectiva, así como también la identidad social.

Los medios de comunicación masiva igual tienen un peso importante en la conformación de las representaciones sociales, pues tiene el poder de influir en la visión del mundo de la sociedad debido a que pueden transmitir a través de contenidos valores, creencias, ideas e incluso comportamientos.

Tanto los medios que tienen un alcance general, la televisión o los que se dirigen a categorías sociales específicas como las revistas de divulgación científica, por ejemplo, desempeñan un papel fundamental en la conformación de la visión de la realidad que tienen las personas sometidas a su influencia (Araya, 2002, p. 34).

Según Mora (2002) Moscovici establece la existencia de 3 dimensiones con las que pueden ser analizadas las representaciones sociales: información, campo de representación y actitud. La información hace alusión a la suma de conocimientos o saberes con los que cuenta una sociedad o un grupo. El campo de representación se refiere al contenido de representación, a la forma en que se define y se le da un aspecto a lo representado. Por último, la actitud, es la posición favorable o no que se toma sobre la representación. Moscovici (1979) considera a esta última con mayor poder, pues la postura determina muchas veces la representación que se les da a las cosas. Esta investigación se centrará en las dos últimas, el campo de representación y la actitud.

Para establecer el proceso de las representaciones sociales, Moscovici considera la existencia de dos procesos importantes: la objetivación y el anclaje. El primero según Mora (2002) hace alusión a la descomposición de los elementos para encontrar significantes, se arma de valores, significados e ideas a las representaciones sociales. Por su parte, el anclaje hace referencia a ligar las representaciones sociales con la sociedad, con sus valores, creencias, significados. Convirtiéndose en formas útiles de interpretar la realidad y formar una visión del mundo.

Las representaciones sociales están cargadas de significados para la sociedad y a la vez sirven para dar sentido a la realidad, así como también permiten clasificar las cosas que existen en esta.

### ***Socialización y medios***

Las representaciones sociales necesitan de interacción para ser creadas, de relaciones interpersonales, es decir, del proceso de socialización entendido para el autor de la teoría, Moscovici, como la interacción entre los integrantes de la sociedad para crear una conciencia colectiva que le permita compartir valores, creencias e ideas que den forma a sus representaciones pero que a la vez estas le den forma a la sociedad.

La socialización igual es definida por Rocher (1990) como:

“El proceso por cuyo medio la persona humana aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de la personalidad, bajo la influencia de experiencias y agente sociales significativos, y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir” (p. 133).

Según el Centro Virtual Cervantes (s.f.) la socialización es el “proceso de adquisición, interiorización e integración en la personalidad del individuo de los valores sociales y las normas de comportamiento propios del grupo social o comunidad a la que pertenece, con el fin de posibilitar su adaptación al contexto social” (párr. 1).

. En resumen, las representaciones son sociales por:

- Las condiciones de producción en que emergen (medios de comunicación, interacción cara a cara, comunicación, lenguaje).
- Las condiciones de circulación de las RS (intercambio de saberes y ubicación de las personas en grupos naturales y de los grupos sociales naturales en contextos sociales particulares dentro de una estructura social).

- Las funciones sociales: construcción social de la realidad en el intercambio social, desarrollo de una identidad personal y social, búsqueda de sentidos o construcción del conocimiento del sentido común (Araya, 2002, p. 33).

Para el pensamiento colectivo que forma las representaciones sociales las personas se relacionan entre sí con todos los demás en una comunidad y las aportaciones y críticas que hacen todos suman a la construcción de los ideales. Estas relaciones y lo comentado en ellas tiene gran influencia en la toma de decisiones de las personas. Es por ello que según Araya (2002) la teoría de las representaciones sociales de Moscovici “hace énfasis en la importancia de los procesos inferenciales presentes en la construcción de la realidad” (p. 18).

De tal manera, que la parte social de las representaciones sociales se muestra en la interacción entre los integrantes de la sociedad, entre las relaciones interpersonales y la interacción con las representaciones que los medios hacen, pues contribuyen a la formación de conductas y visiones.

Es bajo la forma de representaciones sociales como la interacción social influye sobre el comportamiento (o el pensamiento) de los individuos implicados en ella, y es al tratar de poner en práctica sus reglas cuando la sociedad forja las relaciones que deberá haber entre sus miembros individuales (Moscovici, 1979 p. 69).

Como ya se mencionó previamente, los medios tienen un papel muy importante al mostrar las representaciones sociales en sus contenidos pues son unos de los principales transmisores de valores y creencias a la sociedad. Con esta teoría se busca entender a través de las representaciones sociales en qué medida y de qué forma los contenidos de los medios reflejan los elementos culturales de una sociedad, su momento histórico y las posiciones dentro de la estructura social que le permiten tener influencia en los individuos sobre la forma de ver al mundo.

### ***Estudio Moscovici***

Para sus estudios en psicología, Moscovici se interesó en realizar un análisis sobre el psicoanálisis en la sociedad francesa de acuerdo con las representaciones sociales.

Para ello según Mora (2002) él empleó como metodología cuestionarios estructurados y semiestructurados los cuales fueron aplicados a distintos sectores de la población. De igual manera realizó análisis de contenido en periódicos, revistas y diarios.

Para el análisis de las representaciones sociales diversos autores además de Moscovici han realizado entrevistas a profundidad, observación participante, análisis del lenguaje, etc. Es importante señalar que Moscovici de acuerdo a Mora (2002) recalca que el estudio de las representaciones sociales se da desde la parte social y psicológica, que está en un punto intermedio y no pertenece al cien por ciento a ninguna de las dos, por lo que se estudia en la unión de ambas y por tanto desde el paradigma sociopsicológico. Además de comprender que diversas teorías de otros autores están relacionadas a la teoría de Moscovici y que una complementa a la otra, por ejemplo, la teoría del interaccionismo simbólico o la teoría crítica de la comunicación.

### **Influencia de las representaciones sociales de los mass media**

La teoría del cultivo de Gerbner y la teoría de las representaciones sociales de Mosocovici se unen y complementan para explicar la influencia que tienen las representaciones sociales en la sociedad. La teoría del cultivo como ya se habló, a través de repetición de patrones en los mensajes de los contenidos audiovisuales va creando una influencia en sus mayores espectadores sobre la forma de ver el mundo.

Aterrizándolo a la unión de las representaciones sociales, el mensaje en los medios es la representación social hecha de algo para los contenidos, la cual se formó con base en los conocimientos sobre la cultura de la misma sociedad que se está representado. Esta representación social se repite en diversos contenidos, lo que lleva a normalizarla como lo real de la vida, se ve a la representación del contenido como si fuera exactamente igual a lo que se está representado de la sociedad. Esta idea se interioriza y a la larga se vuelve el modelo o el canon con que se esperan que sean las cosas, del tal modo que la representación social en los medios de comunicación luego de ser presentada de forma repetitiva en los medios

se vuelve como verdadera para sociedad y la orienta en su actuar y pensar en su vida diaria. Es de esta manera como se presenta la influencia de las representaciones sociales en la sociedad a través del cultivo de las mismas considerando que la cultura de la sociedad y la interacción de la misma es vital para su funcionamiento.

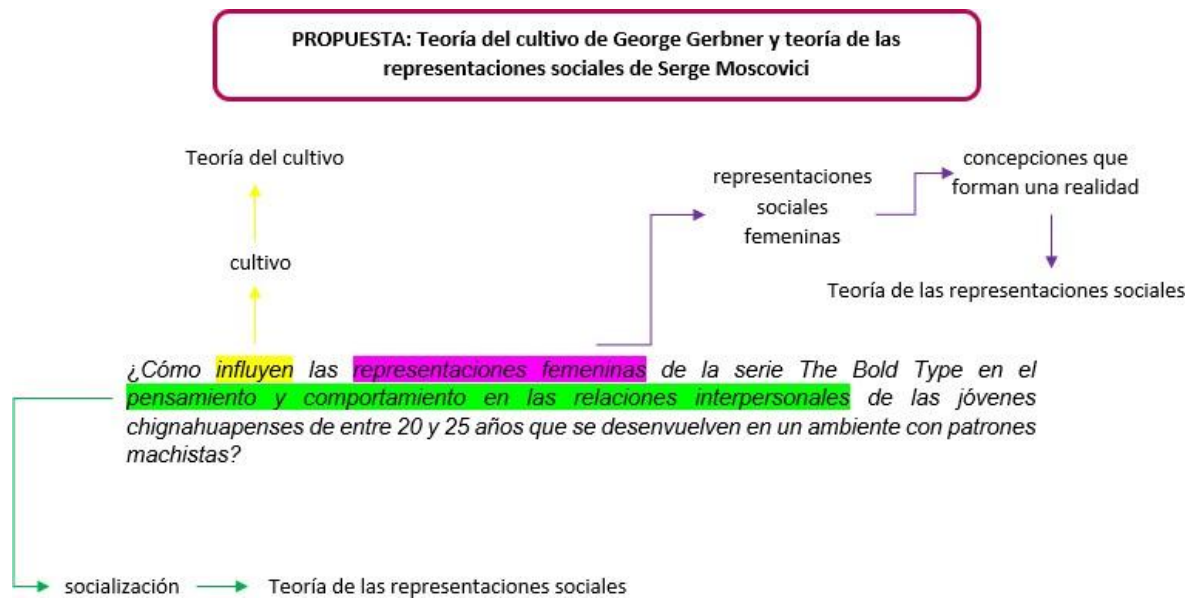


Figura 1. Esquema: propuesta teoría del cultivo de George Gerbner y teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici.

En esta investigación, sus términos principales tienen relación con los términos explicados a lo largo de las dos teorías presentadas. En el esquema presentado previamente se muestra la pregunta de investigación de este estudio, la cual tiene señalados como principales términos o variables: la influencia, representaciones femeninas y, pensamiento y comportamientos en las relaciones interpersonales.

La influencia se explica mediante la teoría del cultivo justamente con el término cultivo, pues el cultivo es la influencia acumulativa que van dejando los contenidos mediáticos en la sociedad. Por su parte, las representaciones femeninas se entienden a través de la explicación de la teoría de las representaciones sociales, pues la representación femenina es una de las tantas representaciones sociales que se generan en los contenidos con base en la ideología dominante en la sociedad.

Finalmente, al referirse a los pensamientos y comportamientos en las relaciones interpersonales, se hace referencia al término socialización usado en la teoría de las representaciones sociales, pues es esta interacción entre la misma sociedad y con los medios, los principales generadores de las representaciones y también donde se ve a detalle el cultivo generado por los medios a través de las representaciones.

Una vez abordadas estas teorías se puede decir que a través de las representaciones sociales específicamente femeninas que se presentan en la serie *The Bold Type*, se pueden lograr un cultivo de las mismas al tener una prolongada exposición a la serie, ya que esta cuenta con 5 temporadas donde se muestran los patrones repetitivos. Estos, centrados al tema de investigación, se pueden cultivar en las mujeres chignahuapenses de manera que empiecen a interiorizarlo en sus modos de ver el mundo y por ende puede tener impacto al momento de socializar y al mismo tiempo esta socialización le dará sentido a las representaciones que se ven de acuerdo con sus significados culturales.

### Operacionalización de variables

| Variable | Definición conceptual   | Definición operacional  | Dimensiones  | Subdimensiones | Indicadores    | Subindicadores        |
|----------|---|---|--|----------------|----------------|-----------------------|
| Cultivo  | "Modo en que los individuos forman imágenes e impresiones de su entorno a partir de la penetración sistémica de los contenidos de la comunicación de masas" (López, 2020).<br>"Contribución de la televisión a las concepciones de la realidad" | Influencia de los medios de comunicación a través de los contenidos en la construcción de la percepción de la realidad de los espectadores. | Influencia de los medios de comunicación a través de los contenidos. | Medios         | Cine           |                       |
|          |   |   |  |                | Televisión     |                       |
|          |   |   |  |                | Radio          |                       |
|          |   |   |  |                | Internet       | Plataformas streaming |
|          |   |   |  |                | Sitios web     |                       |
|          |   |   |  |                | Redes sociales |                       |

|                 |  |  |                 |                  |          |  |
|-----------------|--|--|-----------------|------------------|----------|--|
|                 | (Lara, 2008, pág.69).<br>Interiorización de ideales que hace el individuo después de estar expuesto mucho tiempo a contenido con el mismo mensaje de fondo, por llamarlo de otra forma, con los mismos patrones (Gerbner, 2002). |  | Contenidos      | Entretenimiento  |          |  |
|                 |  |  |                 | Ficción          |          |  |
|                 |  |  |                 | Informativos     |          |  |
|                 |  |  |                 | Debates          |          |  |
|                 |  |  |                 | Educativos       |          |  |
|                 |  | Construcción de la percepción de la realidad | Forma de pensar | Temas relevantes | Sociedad |  |
|                 |  |  |                 |                  | Política |  |
|                 |  |  |                 |                  | Economía |  |
|                 |  |  |                 |                  | Deportes |  |
|                 |  |  |                 |                  | Cultura  |  |
| Espectáculos    |  |  |                 |                  |          |  |
| Forma de actuar | Imitación  | Credibilidad                                 | Deseos          |                  |          |  |
|                 |  |  | Vestimenta      |                  |          |  |
|                 |  |  | Hábitos         |                  |          |  |

|                                  |   |   |   |   |                          |                |
|----------------------------------|---|---|---|---|--------------------------|----------------|
|                                  |   |   |   |   |                          | Estilo de vida |
| <b>Representaciones sociales</b> | Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos (Moscovici, 1979).  | Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos (Moscovici, 1979).  | Modalidad de conocimiento: Información de la realidad | Información: datos que forman representaciones simbólicas | Mitos                    |                |
|                                  |   |   |   |   | Leyendas                 |                |
|                                  |   |   |   |   | Religión                 |                |
|                                  |   |   |   |   | Costumbres               |                |
|                                  |   |   |   |   | Valores                  |                |
|                                  |   |   |   |   | Historias                |                |
|                                  |   |   |   |   | Ciencia                  |                |
|                                  |   |   |   | Política  |                          |                |
|                                  |   |   |   | Realidad: Comprobable                                     | Datos duros              |                |
|                                  |   |   |   |   | Investigación científica |                |
|                                  |   | Elaboración de comportamientos y comunicación entre individuos  | Modelos   | Modelo físico   | Cuerpo                   |                |
|                                  |   |   |   |   | Vestimenta               |                |
|                                  |   |   |   |   | Peinado                  |                |
|                                  |   |   |   |   | Maquillaje               |                |
|                                  |   |   |   | Modelo intelectual  | Hábitos                  |                |
|                                  |   |   |   |   | Comportamiento           |                |
|                                  |   |   |   |   | Lenguaje                 |                |
|                                  |   |   |   |   | Actitudes                |                |
|                                  |   |   |   |   | Ideologías               |                |
| <b>Socialización</b>             | El proceso por cuyo medio la persona humana aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de la personalidad, bajo la influencia de experiencias y agente sociales significativos, y se adapta así al entorno social en | El proceso por cuyo medio la persona humana aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de la personalidad, bajo la influencia de experiencias y agente sociales significativos, y se adapta así al entorno social en | Experiencias y agentes sociales significativos        | Habilidad o conocimiento adquirido                        | Razonamiento             |                |
|                                  |   |   |   |   | Instrucción              |                |
|                                  |   |   |   |   | Observación              |                |
|                                  |   |   | Personalidad  | Características psicológicas de un individuo              | Actitudes                |                |
|                                  |   |   |   |   | Pensamientos             |                |
|                                  |   |   |   |   | Sentimientos             |                |
|                                  |   |   | Entorno social  | Sistemas sociales   | Familia                  |                |
|                                  |   |   |   |   | Escuela                  |                |
|                                  |   |   |   |   | Amigos                   |                |
|                                  |   |   |   |   | Grupo religioso          |                |
|                                  |   |   |   | Comunidad   |                          |                |

|  |  |                                      |  |   |             |  |
|--|--|--------------------------------------|--|---|-------------|--|
|  | cuyo seno debe vivir (Rocher, 1990, pág. 133). | cuyo seno debe vivir (Rocher, 1990). |  | Condiciones de vida/elementos socioculturales | Valores     |  |
|  |  |                                      |  |   | Ideales     |  |
|  |  |                                      |  |   | Costumbres  |  |
|  |  |                                      |  |   | Tradiciones |  |

Tabla 1. Tabla operacionalización de variables

## Conclusión

Para esta investigación se hará uso de la teoría del cultivo y la teoría de las representaciones sociales, las cuales ayudan a explicar la situación a la que enfrentan las jóvenes chignahuapenses al consumir las representaciones femeninas de *The Bold Type*. Las representaciones femeninas sociales se construyen a través de la sociedad, peor también las representaciones construyen a la sociedad, ambas se abonan y se dan forma durante la interacción. El consumo prolongado de las mismas genera una influencia acumulativa en quien las consume conocida como cultivo, el cual influye en las formas de ver al mundo y de comportarse de los espectadores. Para ello, este estudio tendrá como variables de investigación: cultivo, representaciones sociales y socialización.

## Capítulo 4. Apartado Metodológico

Este apartado tiene por objetivo establecer el tipo de investigación y las técnicas de investigación que permitan describir las representaciones femeninas en la serie *The Bold Type* y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos, aplicar un focus group con jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años para localizar sus opiniones y los efectos de las representaciones femeninas de *The Bold Type* en ellas y distinguir la cultura de las jóvenes chignahuapenses, las características de sus relaciones interpersonales, el contenido que consumen y cómo influye en ellas. Para ello estará dividido en los siguientes subapartados: tipo de investigación, técnica de investigación de contenido 1: análisis de contenido y técnica de investigación 2: grupo focal.

El primer subapartado establecerá los tipos de clasificación de investigación que existen y a cuál pertenece este estudio. Los otros dos subapartados explicarán en lo que consisten las técnicas de investigación a las que hacen referencia, divididos en diseño de instrumento, muestreo o selección de participantes, pasos para levantamiento de datos o trabajo de campo y plan de análisis de información. Cabe señalar que se definen los pasos a seguir según los autores usados para cada técnica. En el caso de análisis de contenido Baptista, Fernández y Hernández (2014), Gómez-Restrepo y Okuda (2005), Krippendorff (1980) y Ruiz (1999). Para el grupo focal Bonilla-Jimenez y Escobar (2011) y Ruiz (2018).

### Tipo de Investigación

Definir el tipo de investigación que se va a realizar es importante para detallar las técnicas de recolección de datos o análisis del objeto de estudio que se van a utilizar. El tipo de investigación se determina por los objetivos, pregunta de investigación e hipótesis de la misma.

### ***Cualitativa, Cuantitativa o Mixta***

El enfoque de investigación es determinado por la metodología o herramienta que se usará para hacer el levantamiento de datos en una investigación, lo que determina el

tipo de investigación que se realiza. Hay tres tipos conocidos como los principales: cualitativa, cuantitativa y mixta.

La investigación cualitativa hace referencia a la realidad subjetiva de un estudio la cual según por Baptista, Fernández y Hernández (2014) “se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de seres vivos, sobre todo de los humanos y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente)” (2014, p. 9).

Este tipo de investigación ocupa la recolección y el análisis de datos. Esta recolección como dicen Baptista, Fernández y Hernández (2014) “consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades” (2014, p.8). El enfoque cualitativo busca comprender, describir e interpretar situaciones a través de los significados producidos en el objeto de estudio, casi siempre basándose en las experiencias de las personas.

Por su lado la investigación cuantitativa se basa más en estadísticas a diferencia de la cualitativa, este tipo de estudio tiene se enfoque en la realidad objetiva. Según Baptista, Fernández y Hernández (2014) “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (2014, p.4).

La recolección de los datos se fundamenta en la medición (se miden las variables o conceptos contenidos en las hipótesis). Esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos. Como en este enfoque se pretende medir, los fenómenos estudiados deben poder observarse o referirse al “mundo real”. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se

deben analizar con métodos estadísticos (Baptista, Fernández y Hernández 2014, p. 5).

Este tipo de investigación trata de ser lo más objetiva posible basándose en datos duros. Busca describir, explicar, verificar y predecir los fenómenos y situaciones con la finalidad de crear y comprobar teorías.

Finalmente, la investigación mixta es una combinación de las dos anteriores, convirtiéndose así en lo que dice Baptista, Fernández y Hernández (2014) un conjunto de procesos sistemáticos que combinan la recolección de datos cuantitativos y cualitativos para lograr un mayor entendimiento y profundidad en el estudio

En pocas palabras, este tipo de investigación, conjunta a la investigación cualitativa y cuantitativa para lograr un estudio más completo y profundo, considerando lo objetivo y subjetivo. De esta manera, tanto recolecta datos que se puedan cuantificar como también aquellos que tenga que ver con la interpretación de los símbolos de los datos obtenidos.

Los métodos mixtos caracterizan a los objetos de estudio mediante números y lenguaje e intentan recabar un rango amplio de evidencia para robustecer y expandir nuestro entendimiento de ellos. La triangulación, la expansión o ampliación, la profundización y el incremento de evidencia mediante la utilización de diferentes enfoques metodológicos nos proporcionan mayor seguridad y certeza sobre las conclusiones científicas (Baptista, Fernández y Hernández 2014, p.537).

En el caso de esta investigación, será una investigación de corte mixto pues requiere de dos técnicas para su realización, una cuantitativa para analizar con objetividad las representaciones femeninas en el contenido que es la serie *The Bold Type* y por otro se requiere la técnica que permita hacer el estudio con las jóvenes chignahuapenses para conocer su influencia en el pensamiento y comportamiento en las relaciones interpersonales de la serie en ellas y por ende parte de un lado más subjetivo.

### ***Descriptiva, Correlacional o Explicativa***

De igual manera, de acuerdo con su nivel de alcance, una investigación se puede clasificar en 4 tipos: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa.

Baptista, Fernández y Hernández (2014) definen a una investigación exploratoria como aquella en la cual “el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (2014, p.91). En pocas palabras, está investigación se da cuando no hay gran información del tema de estudio, cuando aún no se ha investigado y solo se llega a mencionar en investigaciones, pero no detallando el fenómeno, son investigaciones que ponen un tema nuevo en la mesa.

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados (Baptista, Fernández y Hernández, 2014, p. 91)

Por su parte, las investigaciones de alcance descriptivo son aquellas en las que:

Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (Baptista, Fernández y Hernández, 2014, p. 92)

En pocas palabras, como su nombre lo indica, en estas investigaciones se busca describir un fenómeno, conocer a detalle todo lo que lo conforma. Baptista, Fernández y Hernández (2014) dicen que estos estudios son usados para “mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (2014, p. 92).

También existen los estudios correlacionales, los cuales, como su nombre lo indica, busca explicar y establecer las relaciones entre dos o más variables. “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Baptista, Fernández y Hernández, 2014, p. 93).

Baptista, Fernández y Hernández (2014) establecen que en estas investigaciones no solo se explica la relaciones, sino que primero se entienden las variables de análisis por separado para después estipular la relación que tiene entre ellas. Para los autores esta investigación tiene un alcance explicativo porque ayuda a entender el cómo se comporta una variable sobre otra y el vínculo que hay entre ellas.

Por último, existe el alcance explicativo, el cual según Baptista, Fernández y Hernández (2014):

Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (2014, p. 95).

Resumiendo lo dicho por los autores, este alcance de investigación se refiere a buscar las causas del fenómeno, es decir, ya no es solo describirlo ni hacer notar las relaciones o vínculos que puedan existir, sino que busca el porqué de las cosas, la causa y consecuencia de las situaciones para así establecer generalidades sobre ellas.

Para esta investigación, se tiene un alcance correlacional, pues se busca conocer los efectos de las representaciones femeninas de *The Bold Type* en las jóvenes chignahuapenses, es decir, la relación que existe entre esas dos. No es un tema nuevo de estudio porque se ha analizado anteriormente la influencia de contenido en audiencias y no solo se queda en un nivel descriptivo porque se busca

conocer la posible relación entre ambas, es por ello por lo que es de alcance correlacional.

### ***Experimental o No Experimental***

De acuerdo con el diseño de investigación de cada estudio, también se clasifica una investigación en experimental o no experimental, todo esto de acuerdo a la pregunta de investigación, objetivos e hipótesis de la misma.

Una investigación experimental se refiere según Baptista, Fernández y Hernández (2014) a aquellas donde “un investigador genera una situación para tratar de explicar cómo afecta a quienes participan en ella en comparación con quienes no lo hacen” (2014, p.129). En pocas palabras, es aquella investigación donde se manipulan las cosas para generar el fenómeno de estudio, por decirlo de otra forma, se provoca una situación para analizar las consecuencias.

Por su parte, la investigación no experimental es aquella en la que no hace falta la manipulación porque la situación ya se dio o se presenta de forma natural. “Se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Baptista, Fernández y Hernández, 2014, p. 154). En esta investigación no se provoca la situación de estudio porque ya existe por sí misma, no se manipula el fenómeno solo se estudia.

Para esta investigación, el diseño será de tipo no experimental, pues la influencia de la serie se da de forma natural y la influencia no es una variable que se pueda manipular en este caso, pues son las receptoras y sus ideologías simbólicas quienes permiten o no el proceso. Además, es un caso en el que interesa analizar la influencia presente en jóvenes chignahuapenses que ya vieron el contenido por elección personal.

### ***Transeccional o Longitudinal***

De acuerdo con el momento y la forma de recolectar los datos, una investigación se puede clasificar en transeccional o longitudinal.

Los diseños de investigación transeccionales también conocidos como transversales de acuerdo con Baptista, Fernández y Hernández (2014) son los que recolectan la información en un solo momento, en un solo tiempo, “su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede” (2014, p. 154).

Por su parte, cuando se analizan cambios a través del tiempo se tiene una investigación de corte longitudinal, las cuales según Baptista, Fernández y Hernández (2014) “recolectan datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Tales puntos o periodos generalmente se especifican de antemano” (2014, p. 59). Este tipo de investigaciones muestran la evolución o el cambio de un estudio de acuerdo con el tiempo que hay de separación entre la realización de ambos momentos. Se analizan las mismas variables, lo único que cambia es que se deja pasar cierto tiempo para ver si hay cambios en los resultados obtenidos.

En este caso, esta investigación será transversal o transeccional pues la recolección de datos solo se aplicará una vez, en un momento, pues se analizará a jóvenes que ya hayan visto la serie, de manera que desde el primer levantamiento de datos ya se podrá buscar la influencia de las representaciones femeninas del contenido en ellas.

### ***Prospectiva o Retrospectiva***

Esta última clasificación de investigación se hace acuerdo con el tiempo en que se da la situación de análisis y puede ser prospectiva o retrospectiva.

De acuerdo con Corona y Fonseca (1970), los estudios retrospectivos también conocido como retrolectivos son considerados así “si el hecho a registrar ya sucedió al momento de la planificación del estudio” y los estudios prospectivos o prolectivos “toda investigación que sea diseñada antes de que ocurra el fenómeno” (1970, p.339). De esta manera, los estudios que hablan del análisis de un fenómeno que ya pasó son retrospectivos porque estudian algo del pasado, mientras que los

prospectivos estudian algo que todavía no se da al momento de realizar la investigación.

Esta investigación será retrospectiva pues analizará la influencia que las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* tiene en las jóvenes que ya vieron la serie, por ende, como el análisis será después del encuentro entre la serie y las jóvenes chignahuapenses, será de corte retrospectivo.

### **Técnica de Investigación 1: Análisis de Contenido**

El análisis de contenido según Krippendorff (1980) “es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (1980, p.28). Mientras que para Berelson (Krippendorff, 1980) el análisis de contenido es una “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (1980, p.18). Se puede decir así entonces que el análisis de contenido es una técnica de investigación que permite describir de manera objetiva y sistemática a través de inferencias los mensajes en la comunicación.

Krippendorff (1980) señala que esta técnica podría considerarse como “un método de investigación del significado simbólico de los mensajes” (1980, p.30) puesto que, a través de la descripción de los mensajes de acuerdo con su contexto de producción, se le asigna un significado a los mismos. Sin embargo, también señala que de cada mensaje habrá un significado diferente para cada receptor de acuerdo con su contexto. Es por ello que el análisis de contenido se hace desde el contexto de producción de los datos. Krippendorff (1980) señala que “los intereses y conocimientos del analista determina la construcción del contexto dentro del cual realizan sus inferencias” (1980, p.37).

El elemento básico para realizar un análisis de contenido según Krippendorff (1980) son los datos, pues es justo este elemento el que se analizará y por tanto desde el inicio debe estar definido qué datos se analizarán, de qué manera serán analizados y de qué población se extraen los datos. Este último punto es vital para establecer el contexto, por ello se tiene que conocer la relación que existe entre los

datos y el contexto, pues esta determinará la forma de validación que se hará a las inferencias al final del análisis pues como lo dice Krippendorff (1980) “los resultados del análisis de contenido deben representar alguna característica de la realidad, y la naturaleza de esa representación de ser un principio verificable” (1980, p.40).

Según Berelson un análisis de contenido sirve para describir tendencias, establecer diferencias, comparar medios o niveles de comunicación, construir normas de comunicación, verificar objetivos de comunicación, identificar propósitos de emisores, determinar estado psicológico de las personas, reflejar actitudes, intereses y valores; y describir respuestas ante la comunicación (Krippendorff, 1980).

Entre las ventajas que se destacan de esta técnica de investigación y que la distinguen de las demás según Krippendorff (1980) se encuentran:

- El análisis de contenido no conlleva intromisión, reduciendo así la posibilidad de algún sesgo por timidez o limitación de los participantes.
- Acepta material no estructurado, es decir, el material no es preparado o planeado del todo por el investigador, pues para un análisis el objeto de estudio se tiene tal cual, el material de análisis ya está dado sin que el investigador o analista pueda modificarlo a su gusto.
- Es sensible al contexto y, por lo tanto, capaz de procesar formas simbólicas, es decir, que considera el contexto y significado de lo expresado en los datos, se toma en cuenta toda la situación de producción durante la realización del análisis.
- Puede abordar un gran volumen de información, lo que quiere decir que aborda mayores cantidades de información que otras técnicas debido a su profundización. Sin embargo, es importante considerar que entre más información se suma al análisis más tiempo y personas se tendrían que sumar al mismo.

Para esta investigación se hará uso de la técnica de análisis de contenido como la primera en la investigación mixta al ser una técnica de carácter cuantitativo y considerando que para conocer la influencia de las representaciones femenina de *The Bold Type* en las jóvenes chignahuapenses, primero se deben analizar las

representaciones femeninas de la misma serie. Además, de que ya como se estipuló previamente, una de las funciones del análisis es describir respuestas ante la comunicación y entre ellas esas respuestas está la posible influencia de las representaciones femeninas de la serie en las jóvenes. Es por tanto que este análisis de contenido será un análisis a las 3 representaciones femeninas principales de la *The Bold Type* en función de su actuar como mujeres con base en su relación con los otros. Estas tres representaciones son: Jane Sloan, Sutton Brady y Kat Edison.

### ***Diseño del Instrumento***

Para hacer el registro de los datos de un análisis de contenido se hace uso de una planilla de datos que según Krippendorff (1980) de ser creada por cada unidad de registro, es decir, que se tendrá una planilla por cada unidad de registro que se tenga. A su vez, estas planillas deben ser llenadas o evaluadas de acuerdo a las categorías de registro establecidas, por lo tanto, todas las unidades de registro de la misma índole se deberán describir de acuerdo a las mismas categorías.

Krippendorff (1980) dice que esta planilla debe llevar la siguiente información:

- Información administrativa: En este apartado se debe identificar o especificar el proyecto que se está realizando y que requiere de la realización de un análisis de contenido. Se establece para que se ocupará la información obtenida, así como también formación general de los datos de análisis. Así mismo debe llevar una sección de status de llenado de la planilla donde se indique si ya está completa, duplicada o analizada. De igual manera debe proporcionar información sobre la persona que realiza el análisis y participa en el manejo de los datos. Por último, en este apartado se hace una explicación de la composición de la planilla.
- Información sobre la organización de datos: es importante para establecer la organización de las diversas unidades de registro y su relación. Se debe indicar de qué forma se relacionan o corresponden los datos de cada unidad de registro.

- **Datos:** conlleva el registro de la información sobre el contenido, aquí es donde se establecen las unidades y categorías para posteriormente proceder al llenado.

Para esta investigación las planillas de datos se realizarán por personaje en interacción con un hombre o una mujer, por lo que serán dos planillas por personaje. Una tendrá como título “Personaje 1 (nombre) en interacción con mujeres” y la segunda “Personaje 1 (nombre) en interacción con hombres”. Las planillas de datos para esta investigación serán como la siguiente, lo único que cambiará en cada una será el nombre del personaje y el sujeto de interacción, ya sea hombre o mujer:

| <b>Planilla de datos de análisis de contenido</b>   |
|---|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Kat Edison de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Sin llenar.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p>        |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p> <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> |

| En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla. |                                 |                   |
|--|---------------------------------|-------------------|
| <b>Personaje 1 (Kat) en interacción con mujeres</b>  |                                 |                   |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>                | <b>Categorías</b> |
|  | Vestimenta:                     |                   |
|  | Peinado y maquillaje:           |                   |
|  | Accesorios:                     |                   |
|  | Tono de voz:                    |                   |
|  | Lenguaje usado:                 |                   |
|  | Actitud:                        |                   |
|  | Contacto físico:                |                   |
|  | Patrones violentos:             |                   |
|  | Deseos:                         |                   |
|  | Gestos, ademanes y movimientos: |                   |
|  | Valores:                        |                   |
|  | Sentimientos:                   |                   |

Tabla 2. Planilla de datos: análisis de contenido

### ***Muestreo para el Levantamiento de Datos***

Ese necesario siempre hacer una selección de las unidades de análisis representativas en el universo, pues, aunque el análisis de contenido es una técnica que abarca mucho contenido, aun así, se debe elegir partes del mismo a analizar acordes con los objetivos de la investigación. Krippendorff (1980) destaca 6 formas de hacer un muestreo para realizar un análisis de contenido:

- Muestra aleatoria: Se hace un listado de todas las unidades relevantes y después mediante diversas técnicas, al azar se elegie cualquiera de ellas para ser usadas de muestra.
- Muestra estratificada: Considera los subgrupos existentes en una población, a esos subgrupos se les asigna el nombre de estratos. Dentro de cada estrato se aplica un muestreo aleatorio para tener la representación de cada uno.
- Muestro sistemático: “Implica la selección de cada unidad “k-ima” de una lista en la muestra” (Krippendorff, 1980, p.96). Tiene relación al orden y secuencia.
- Muestreo por conglomerados: Considera la elección por elementos de un grupo. A la unidad muestral la divide en grupos de los cuales se selecciona uno y de esos se consideran todos sus elementos para elegir alguna unidad de ellos que los represente.
- Muestreo de probabilidad variable: Establece la selección de muestra de acuerdo con algún criterio previamente establecido, la unidad que cumpla mayormente con el criterio lleva a que sea usada como muestra.
- Muestreo en etapas múltiples: En esta selección de muestra se recurre a usar varios tipos de muestreo para ir poco a poco disminuyendo la muestra, puede usarse el mismo procedimiento como alguno diferente.

Para esta investigación se hará uso de un muestro de probabilidad variable, pues dentro del universo que es la serie *The Bold Type*, también denominada para el análisis como la unidad de muestreo, se dividirá en la unidad de registro que serán las 3 representaciones femeninas principales mencionadas previamente. Para hacer el análisis de estas dentro de la serie se seleccionarán como unidad de contexto escenas en interacción con otros personajes (3 hombres, 3 mujeres) que de acuerdo

al criterio establecido deberán interactuar en temas relevantes para las vidas femeninas de los personajes y las escenas elegidas serán las muestras que serán sometidas al análisis.

Para esta investigación las escenas elegidas de la serie por personaje de acuerdo con los criterios serán las siguientes:

#### Kat Edison

- Temporada 1, episodio 7: Jaqueline exhorta a Kat para realizar su primer despido como jefa.
- Temporada 1, episodio 9: Kat tiene una cita con Adena.
- Temporada 2, episodio 1: Kat asiste a una reunión con socios de Stafford.
- Temporada 2, episodio 2: Kat y Alex charla sobre la biografía laboral de Kat.
- Temporada 3, episodio 4: Kat se postula como consejera de distrito.
- Temporada 4, episodio 1: Kat se opone a la cancelación de el número progresista de Scarlet.

#### Jane Sloan

- Temporada 1, episodio 6: Jane habla con la doctora como las pruebas de BRCA1.
- Temporada 1, episodio 7: Jane termina relación con Ryan.
- Temporada 2, episodio 6: Jane gana un Mandy.
- Temporada 3, episodio 1: Jane conoce a su nuevo jefe.
- Temporada 4, episodio 9: Jane obtiene su propia columna en la revista.
- Temporada 4, episodio 14: Jane conversa con su papá después de su doble mastectomía.

#### Sutton Brady

- Temporada 2, episodio 2: Sutton habla sobre los rumores que hay de ella en el trabajo.
- Temporada 2, episodio 9: Sutton recupera relación con su mamá.

- Temporada 3, episodio 10: Sutton defiende su trabajo y elección de modelos.
- Temporada 4, episodio 10: Sutton habla sobre su propuesta laboral con su futuro esposo.
- Temporada 4, episodio 10: Sutton se entera por su jefe de su puesto como estilista.
- Temporada 4, episodio 14: Sutton propone una sesión de fotos en su junta de trabajo.

Es importante que el tamaño de la muestra no está delimitado del todo, por lo que puede variar en cada investigación, sin embargo, Krippendorff (1980) recomienda no tener una muestra mayor a 12 unidades de análisis.

### ***Pasos para la Recolección de Datos o Trabajo de Campo***

Según Krippendorff (1980) los pasos para realizar un análisis de contenido son los siguientes:

#### **1. Formulación de datos**

Este primer paso se divide en 3 partes, la determinación de unidades, el muestreo y el registro.

#### **Determinación de unidades**

- Unidades de muestreo: porciones de la realidad observada, parte de un todo que se va a analizar. Independientes entre sí. En esta investigación, la unidad de muestreo usada es la serie *The Bold Type*.
- Unidad de registro: parte de las unidades de muestreo que se describen por separado, no pueden ser unidades de muestreo porque dependen una de otras, pero su descripción individual permite abordar el análisis de cada una como parte de las unidades de muestreo. Para esta investigación, las unidades de registro serán las 3 principales representaciones femeninas de la serie: Jane Sloan, Kat Edison y Sutton Brady.
- Unidades de contexto: “fijan límites a la información contextual que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro” (Krippendorff, 1980,

p.85). Para esta investigación las unidades de contexto serán escenas donde los personajes elegidos interactúen con hombres y mujeres y muestren el cómo viven su feminidad.

Estas unidades se pueden obtener de 5 maneras:

- Unidades físicas: Son unidades obvias porque el físico de la unidad lo da ya que “el límite del mensaje que contiene coincide con el límite del medio por el cual se transmite” (Krippendorff, 1980, p.87). Puede ser un libro, CD, carta, etc.
- Unidades sintácticas: Tienen que ver con la gramática de un medio de comunicación, como palabras o diálogos. El mismo medio marca la división de unidades.
- Unidades referenciales: Se usan cuando se analizan expresiones que hacen referencia a personas, objetos o sucesos. Son las distintas formas con las que se hace referencia a ellos y recae el peso en lo que denotan.
- Unidades proporcionales: Dividen oraciones en su forma de composición para que cada parte de convierta en una unidad de análisis.
- Unidades temáticas: Aquí las unidades se determinan por “su correspondencia con una definición estructural particular del contenido de los relatos, explicaciones o interpretaciones” (Krippendorff, 1980, p.90).

Para esta investigación se obtuvieron las unidades de muestro a través de unidades físicas y las unidades de registro y contextuales a través de unidades sintácticas, pues el mismo medio marca el cambio de aparición de personajes y de escenas.

### **Muestreo**

En esta parte se deberá elegir la muestra de análisis de contenido con base en lo mencionado en el apartado anterior.

### **Registro**

“No es posible analizar lo que no ha sido adecuadamente registrado” (Krippendorff, 1980, p.102). Es por ello que un análisis de contenido conlleva un registro de lo que se analiza y para ello primero se deben establecer las pautas que permitirán el

registro lo que conlleva establecer las instrucciones de registro detalladamente, es decir, se explicará los requisitos que se buscan en los datos y las formas de registro que se usaran. Es decir, se debe establecer con que palabras o signos marcará cada cosa para tener un significado de la misma y con ello poder realizar un análisis adecuando y así haya fiabilidad entre lo escrito desde las instrucciones del registro hasta su análisis.

Krippendorff (1980) enfatiza que es muy importante establecer las pautas de registro pues no solo guiará a todos los integrantes que participen en la realización de análisis si un equipo de investigación es grande, sino que también permitirá que después alguien más lo pueda replicar de la misma manera para comprobar el análisis obtenido.

Para esta investigación se harán uso de las siguientes variables de análisis, que Krippendorff (1980) también llama categorías de registro de datos:

- Vestimenta.
- Peinado y maquillaje.
- Accesorios.
- Tono de voz.
- Lenguaje usado.
- Actitud.
- Contacto físico.
- Patrones violentos.
- Deseos.
- Gestos, ademanes y movimientos.
- Valores.
- Sentimientos.

Este registro se hará de manera descriptiva, por lo que cada variable anterior ayudará a hacer un análisis del personaje a través de la descripción del mismo acorde con las categorías de registro, mismas que van de la mano con la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.

Krippendorff (1980) establece 7 categorías para el registro de datos:

- Designaciones verbales: Se establece una sola palabra haciendo referencia a atributos o características de algo. El significado de la palabra en el análisis debe ser igual a su significado original.
- Listas de extensión: Para cada palabra a usar se establece una lista de significados de cada una y se relaciona con otras palabras que se pueden ocupar igual de acuerdo a su significado.
- Esquemas de decisión: considera cada dato o categoría establecida como consecuencia de decisiones, con las cuales se van formando cadenas decisión tras decisión que forman las categorías.
- Magnitudes y escalas: Se establecen dos términos de evaluación que sean completamente opuestos para que entre esos se pueda categorizar a la unidad de análisis. También hay casos donde se establecen no solo dos puntos apuestos sino una escala entre ellos hasta de 6 puntos que permiten medir la intensidad de los términos de análisis.
- Simulación de verificación de hipótesis: Conlleva la creación de presupuestos conocidos como hipótesis. Aquí se relaciona la unidad de análisis con las hipótesis de cada unidad que elabore el investigador para así seleccionar la que corresponda.
- Simulación de entrevistas: En esta se realizan preguntas tal cual como si se hiciera una pregunta al autor del contenido de análisis y se realizan posibles respuestas que el autor podría proporcionar y se seleccionan una vez realizando el análisis.
- Construcciones conceptuales de cierre e inferencia: Conlleva el leer entre líneas, estableciendo categorías de registro de aquello que no se dice, pero está presente.

En esta investigación, como se mencionó previamente las categorías buscan un registro o análisis descriptivo, por lo que pertenecen a la categoría de

designaciones verbales debido a que estas se designan de acuerdo con la referencia que hacen o los atributos que conllevan.

## **2. Reducción de datos**

En esta parte se establecen las formas en que se deben registrar los datos y el cómo se dividirá para ser analizados facilitando los cálculos, clasificación y análisis. Para ello Krippendorff (1980) entiende que una variable es un símbolo que “divide en clases mutuamente excluyentes al conjunto de todas las unidades de registro” (1980, p.129).

Cabe señalar que como lo establecen Baptista, Fernández y Hernández (2014), las variables establecidas en la técnica son diferentes a las variables de investigación establecidas en el capítulo teórico, pues las variables de las técnicas pertenecen a cada una de las variables de investigación y sirven para analizar a detalle su presencia en el análisis a realizar.

Krippendorff (1980) establece la existencia de 4 tipos de variables que se pueden tener en una técnica: nominal, ordinal, de intervalos y de razones. Las nominales son las que no tienen algún orden ni corresponden a una métrica. Las variables ordinales son aquellas que pueden seguir un orden por su contenido. Por su parte, las variables de intervalos son las que establecen rangos y las variables de razón son aquellas que se presentan de forma numérica y donde su cero es igual al cero de lo representado.

La reducción de datos también considera el establecimiento de códigos que representen a las variables para agilizar el proceso de análisis y codificación de los datos.

## **3. Inferencia**

Para Krippendorff (1980) una inferencia es lo que significan los datos analizados con su contexto. Es lo que puede inferir como lo dice la misma palabra o deducir a través de los datos obtenidos en el análisis y la unión con el contexto del contenido comunicacional que está siendo objeto de análisis.

Sin embargo, estas inferencias deben tener cierta certidumbre de lo dicho y para ello Krippendorff (1980) considera las siguientes formas de construcciones

analíticas: La frecuencia relativa de las dependencias contextuales observadas, es decir, hacer uso de las observaciones de frecuencias de situaciones repetidas para hacer construcciones analíticas. También la validez se presenta con fuentes que argumenten las inferencias como lo pueden ser teorías y especialistas en el tema.

También según Krippendorff (1980) se consideran 4 puntos para poder realizar la justificación de las inferencias de acuerdo con las construcciones analíticas: éxitos obtenidos en el pasado, experiencias contextuales, teorías establecidas e intérpretes representativos.

- Éxitos obtenidos en el pasado: Considera el éxito obtenido en análisis pasados con la misma herramienta que permiten establecer confianza en que se harán inferencias con base en un análisis confiable.
- Experiencias contextuales: Son las que le dan valor riguroso a las inferencias a través de la situación contextual de la que vienen los datos.
- Teorías establecidas: Conlleva el respaldo de la inferencia a través del análisis de datos en conjunto con el contexto y una teoría establecida que explique el fenómeno.
- Y por lo último, la justificación de las inferencias por intérpretes representativos: usa a observadores ajenos para comprobar la validez de sus inferencias.

#### **4. Análisis**

Este último paso considera la validación y fiabilidad del análisis, así como la forma de presentación del análisis obtenido que será explicadas a detalle en el siguiente apartado.

#### ***Prueba piloto***

Para hacer la prueba piloto del análisis de contenido de esta situación se analizó al personaje femenino Kat Edison durante 6 escenas, 3 en interacción con hombres y 3 en interacción con mujeres, de las cuales, el plan de análisis aportará una descripción estadística que permita describir la representación femenina que brinda el personaje analizado.

Las planillas de análisis descriptivo para Kat Edison son las siguientes:

| <b>Planilla de datos de análisis de contenido</b>  |  |                   |
|--|--|-------------------|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Kat Edison de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p>   |  |                   |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p> <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> <p>En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla</p> |  |                   |
| <b>Personaje 1 (Kat Edison) en interacción con mujeres</b>   |  |                   |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>   | <b>Categorías</b> |
| Kat decide postularse como consejera de su distrito.<br>Temporada 3, episodio 4.   | <p><b>Vestimenta:</b><br/>           Vestido largo de noche amarillo con blanco y negro. El vestido es de una tela ligera que permite que se vea</p> | Casual juvenil.   |

|  |  |            |
|--|--|------------|
|  | <p>casual y no muy formal, además de incluir pequeños nudos a la altura del pecho y la cintura que le dan forma al vestido.</p> <p>El calzado son unas zapatillas verdes bandera de un tacón medio.</p>                        |            |
|  | <p><b>Peinado y maquillaje:</b></p> <p>El cabello tiene rastas y está recogido en una coleta baja.</p> <p>Los labios se presentan en un tono ligeramente rojo y en los párpados se hace uso de una sombra clara brillante.</p> | Elegante.  |
|  | <p><b>Accesorios:</b></p> <p>Aretes circulares medianos de color verde, además del uso de una cartera negra de mano.</p>   | Sencillos. |
|  | <p><b>Tono de voz:</b></p> <p>Fuerte, seguro. Se habla claro y sin titubeo.</p>  | Seguro.    |
|  | <p><b>Lenguaje usado:</b></p> <p>Respetuoso, informal, pero sin palabras altisonantes.</p>   | Casual.    |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p><b>Actitud:</b><br/>Valiente, segura,<br/>entusiasmada, feliz,<br/>determinada.</p>  | Empoderada.                                |
|  | <p><b>Contacto físico:</b><br/>Saludo con apretón de<br/>manos.<br/>Toque de hombro para<br/>señalar.</p>   | Amigable.                                  |
|  | <p><b>Patrones violentos:</b><br/>No hay.</p>   | Nulo.                                      |
|  | <p><b>Deseos:</b><br/>Quiere ser una candidata<br/>honesto con lo que es,<br/>respetando y aceptado<br/>sus ideales. Así como<br/>también quiere ser una<br/>candidata que ayude a<br/>las mujeres y grupos<br/>vulnerables a sentirse<br/>acompañados.</p> | Ayudar.                                    |
|  | <p><b>Gestos, ademanes y<br/>movimientos:</b><br/>Ademanes para<br/>acompañar la<br/>explicación de sus ideas.<br/>Levantamiento de cejas<br/>ocasional.<br/>Baile de menos a más.<br/>Toque de cabello.</p>  | Movimientos para<br>acompañar expresiones. |
|  | <p><b>Valores:</b></p>  |  |

|   |  |                      |
|---|--|----------------------|
|   | Sinceridad, valentía.  | Sinceridad.          |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Alegría,<br>empoderamiento.  | Empoderamiento.      |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> “Me gusta pensar que soy una mujer fuerte, linda y empoderada, pero también con visión de futuro y mente abierta. Pero hasta ahora no había podido hablar sobre mi aborto, así que si exponerme ayuda, aunque sea a una sola mujer a sentirse menos sola, menos avergonzada y menos culpable, entonces valdrá la pena”. |  |                      |
| <b>Escena</b>   | <b>Variable</b>  | <b>Categoría</b>     |
| Jaqueline (jefa de Kat) recomienda a Kat a hacer su primer despido como jefa de departamento debido a incumplimiento de su personal.<br>Temporada 1, episodio 7.  | <b>Vestimenta:</b><br>Blusa negra de manga larga con transparencia en la espalda y unos toques en la transparencia de líneas rojas con blanco.<br>Pantalón negro entubado.   | Juvenil sofisticado. |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Coleta desalineada con unos chinos salidos de la parte frontal izquierda.<br>El maquillaje es neutral, labios de un color rosa nude, sombra sutil en los párpados, pestañas enchinadas y cejas arregladas. | Natural.             |
|   | <b>Accesorios:</b>   |                      |

|  |  |                           |
|--|--|---------------------------|
|  | <p>Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres piercing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha y uso de celular como accesorio.</p> | Juveniles y tecnológicos. |
|  | <p><b>Tono de voz:</b><br/>Firme y suave.</p>  | Seguro.                   |
|  | <p><b>Lenguaje usado:</b><br/>Respetuosos y formal.</p>  | Formal.                   |
|  | <p><b>Actitud:</b><br/>Inconforme, molesta.</p>  | Inconforme.               |
|  | <p><b>Contacto físico:</b><br/>Nulo, separadas por un escritorio.</p>  | Distancia personal.       |
|  | <p><b>Patrones violentos:</b><br/>No hay, aunque la conversación es un poco subida de tono por ser un regaño.</p>  | Nulo.                     |
|  | <p><b>Deseos:</b><br/>Ser una buena jefa de departamento brindando oportunidades de aprender a los que no saben. Así como también ser capaz de enmendar</p>  | Ayudar.                   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | errores debido a incumplimiento laboral.   |   |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Agacha mirada y cabeza.<br>Jugar con el celular en las manos.<br>Movimiento de labios apretándolos.<br>Ladeo de cabeza.                      | Movimientos para acompañar expresiones. |
|  | <b>Valores:</b><br>Sinceridad, valentía.   | Sinceridad.                             |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Molestia, preocupación, incomodidad, decepción.  | Frustración.                            |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> “Y quiero ser una buena jefa”.   |  |   |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>   | <b>Categoría</b>                        |
| Kat tiene una cita en el aeropuerto con Adena mientras esperan a que salga su vuelo.<br>Temporada 1, episodio 9. | <b>Vestimenta:</b><br>Playera blanca de tirantes y escote redondo profundo con estampado negro en el centro dentro del torso, pantalones negros de mezclilla pegados y botines negros. | Juvenil informal.                       |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello recogido en una coleta con risos salidos al frente de ambos lados de la cabeza.  | Natural.                                |

|  |  |                        |
|--|--|------------------------|
|  | En el maquillaje se tiene un brillo sutil en los labios, pestañas enchinadas, delineado sutil y cejas arregladas.  |                        |
|  | <p><b>Accesorios:</b><br/>Gargantilla de cuero negra con pequeños detalles plateados al frente. Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres pircing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha.</p> | Sencillos y juveniles. |
|  | <p><b>Tono de voz:</b><br/>Suave, seguro, amigable.</p>  | Amigable.              |
|  | <p><b>Lenguaje usado:</b><br/>Amigable, casual.</p>  | Casual.                |
|  | <p><b>Actitud:</b><br/>Amigable, divertida, confiada.</p>  | Amigable.              |
|  | <p><b>Contacto físico:</b><br/>Cuerpos pegados hombro con hombro.</p>  | Cercanía.              |
|  | <p><b>Patrones violentos:</b><br/>No hay.</p>  | Nulos.                 |

|  |  |                                       |
|--|--|---------------------------------------|
|  | <b>Deseos:</b><br>Tener aventuras que la lleven a disfrutar su vida.   | Disfrutar.                            |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Sonrisas.<br>Manos entrelazadas.<br>Movimientos de cabeza.<br>Vista al frente, hacia otros lugares que no fueran la persona. | Movimientos para acompañar actitudes. |
|  | <b>Valores:</b><br>Sinceridad, honestidad.   | Sinceridad.                           |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Vulnerabilidad, alegría, atracción.  | Felicidad.                            |

Tabla 3. Planilla prueba piloto interacción con mujeres Kat Edison.

| <b>Planilla de datos de análisis de contenido</b>   |
|---|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Kat Edison de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p> <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> |

Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.

Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.

En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla

### Personaje 1 (Kat Edison) en interacción con hombres

| Escena  | Variables  | Categorías             |
|---|--|------------------------|
| Kat y Alex charlan sobre la decisión final de Kat al hacer su biografía para su perfil en Scarlet. Temporada 2, episodio 2. | <b>Vestimenta:</b><br>Saco negro con decoraciones en forma de estrella blancas y hojas verdes. Playera negra debajo del saco y pantalón negro ajustado.  | Juvenil sofisticado.   |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto, pero con los risos peinados y bien acomodados. El cuanto al maquillaje usa un tono rosa sutil con brillo en los labios, una sombra de ojos rosa sutil, poco rubor, cejas arregladas y pestañas enchinadas. | Aspecto cuidado.       |
|   | <b>Accesorios:</b><br>Tres pircing forma de aro en la parte superior del   | Sencillos y juveniles. |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | oído izquierdo. Anillo de piedra grande en la mano derecha y un anillo sin piedra, pero grueso de color plata en la mano izquierda.           |   |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Amable, suave.   | Suave.                                  |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Amigable, respetuoso, amable.   | Casual.                                 |
|  | <b>Actitud:</b><br>Agradecida, noble y orgullosa.   | Agradecida.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Choque de puños.   | Amigable.                               |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulo.                                   |
|  | <b>Deseos:</b><br>Agradecer por el apoyo y orientación para aceptarse a sí misma.<br>Mostrar su raza.   | Agradecer.                              |
|  | <b>Gestos, ademanes y movimientos:</b><br>Risa, sonrisas.<br>Manos entrelazadas.<br>Jugueteo con las manos en la mesa y detrás de la espalda. | Movimientos para acompañar expresiones. |
|  | <b>Valores:</b>   |   |

|   |   |                   |
|---|---|-------------------|
|   | Gratitud, sinceridad.   | Gratitud.         |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Vulnerabilidad,<br>agradecimiento y<br>felicidad.   | Agradecimiento.   |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> “Soy la primera mujer negra en ser jefa de departamento de Scarlet”.  |   |                   |
| <b>Escena</b>   | <b>Variable</b>   | <b>Categoría</b>  |
| Kat se presenta a una junta con los socios de Stafford (inversores de Scarlet) para hablar sobre los números del sitio web.<br>Temporada 2, episodio 1. | <b>Vestimenta:</b><br>Blusa con estilo de sudadera de color verde, con cierre al frente ligeramente abierto.<br>Pantalón negro y sandalias blancas de piso.   | Juvenil informal. |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello recogido en un chongo, en cuanto al maquillaje los labios tienen un tono rosa natural, un poco de rubor, sombra en párpados dorada sutil, cejas arregladas y pestañas enchinadas. | Natural.          |
|   | <b>Accesorios:</b><br>Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado.   |                   |

|  |  |                        |
|--|--|------------------------|
|  | Tres pircing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha y dos anillos sin piedra plateados en la mano izquierda. | Sencillos y juveniles. |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Seguro y confiado.  | Seguro.                |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Respetuoso, formal y atrevido.   | Formal.                |
|  | <b>Actitud:</b><br>Confiada, segura, atrevida.   | Empoderada.            |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, distancia de una mesa de juntas.  | Distancia personal.    |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.  | Nulo.                  |
|  | <b>Deseos:</b><br>Expresar los panoramas modernos en las plataformas digitales a las personas mayores de la junta para defender su trabajo.                  | Defender su trabajo.   |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Ademanes para explicar el tema.  |                        |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | Movimiento de cabeza en desacuerdo.<br>Sonrisa media.   | Movimientos para acompañar expresiones. |
|   | <b>Valores:</b><br>Valentía.  | Valentía.                               |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Orgullo, confianza, seguridad.  | Empoderamiento.                         |
| <b>Escena</b>   | <b>Variables</b>  | <b>Categoría</b>                        |
| Kat habla con el dueño de Stafford sobre la cancelación del número más progresista de la revista Scarlet.<br>Temporada 4, episodio 1. | <b>Vestimenta:</b><br>Gabardina verde militar con un largo debajo de las rodillas, botines color camel, sudadera amarilla con rosa y pantalones de mezclilla entubados.   | Juvenil informal.                       |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello recogido en un chongo hacia arriba.<br>En el maquillaje se tiene un brillo sutil en los labios en todo rosa nude, pestañas enchinadas, uso sutil de rubor y cejas arregladas. | Natural.                                |
|   | <b>Accesorios:</b> Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres pircing forma de aro en la parte  | Sencillos y juveniles.                  |

|  |  |                                       |
|--|--|---------------------------------------|
|  | superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha.                                     |                                       |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Suave, dudoso, con titubeos.  | Dudoso.                               |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal, respetuoso.  | Formal.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Desconcertada, insegura, incrédula.   | Desconcertada.                        |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, separación con mesa de juntas.                                    | Distancia personal.                   |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>Invalidación de opinión hacia sus comentarios.                       | Invalidación de opinión.              |
|  | <b>Deseos:</b><br>Evitar que se cancele el número más progresista de Scarlet.                      | Defender su trabajo.                  |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Ceño fruncido.<br>Risa nerviosa.<br>Juego con las manos. | Movimientos para acompañar actitudes. |
|  | <b>Valores:</b><br>Respeto, honestidad.  | Respeto.                              |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Inconformidad, tristeza, desacuerdo, decepción.                            | Inconformidad.                        |

Tabla 4. Planilla prueba piloto interacción con hombres Kat Edison.

Una vez recopilados los datos se hará el análisis con la estadística descriptiva tal como se explica en el siguiente apartado, por lo que se presentarán los resultados de análisis en una tabla de frecuencias como las siguiente:

| <b>Variable de análisis: Vestimenta</b>  |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Sofisticada  | JS            | 2                 | 33.3%             |
| Informal   | Inf           | 3                 | 50%               |
| Casual   | Cas           | 1                 | 16.66%            |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% un uso de vestimenta casual informal, siempre con un toque juvenil. Presentando más veces este tipo de vestimenta en interacción con hombres. |               |                   |                   |

Tabla 5. Tabla de frecuencia prueba piloto vestimenta.

| <b>Variable de análisis: Peinado y maquillaje</b>  |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Elegante   | Eg            | 1                 | 16.66%            |
| Aspecto cuidado  | AC            | 1                 | 16.66%            |
| Natural  | Na            | 4                 | 66.66%            |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66% un peinado y maquillaje natural. |               |                   |                   |

Tabla 6. Tabla de frecuencia prueba piloto peinado y maquillaje.

| <b>Variable de análisis: Accesorios</b>   |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Sencillos   | S             | 1                 | 16.66%            |
| Juveniles   | J             | 4                 | 66.66%            |
| Tecnológicos  | T             | 1                 | 16.66%            |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66%, es decir, más de la mitad, un uso de accesorios sencillos y juveniles. |               |                   |                   |

Tabla 7. Tabla de frecuencia prueba piloto accesorios.

| <b>Variable de análisis: Tono de voz</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                         | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Dudoso                                   | Du            | 1                 | 16.66%            |
| Seguro                                   | Se            | 3                 | 50%               |
| Suave                                    | Su            | 1                 | 16.66%            |
| Amigable                                 | A             | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% un tono de voz seguro, visto de manera más frecuente en sus interacciones con mujeres.

Tabla 8. Tabla de frecuencia prueba piloto tono de voz.

| <b>Variable de análisis: Lenguaje usado</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                            | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Formal                                      | Fo            | 3                 | 50%               |
| Casual                                      | Cs            | 3                 | 50%               |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas un balance entre lenguaje formal en un 50% y lenguaje casual también en un 50%, usando más el lenguaje casual para comunicarse con mujeres y el formal para comunicarse con hombres.

Tabla 9. Tabla de frecuencia prueba piloto lenguaje usado.

| <b>Variable de análisis: Actitud</b> |               |                   |                   |
|--------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                     | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Empoderada                           | Em            | 2                 | 33.33%            |
| Inconforme                           | In            | 1                 | 16.66%            |
| Agradecida                           | Ag            | 1                 | 16.66%            |
| Amigable                             | A             | 1                 | 16.66%            |
| Desconcertada                        | Des           | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas una actitud empoderada en un 33.33%, englobando la confianza, seguridad y atrevimiento dentro de su empoderamiento.

Tabla 10. Tabla de frecuencia prueba piloto actitud.

| <b>Variable de análisis: Contacto físico</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                             | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Distancia personal                           | DP            | 3                 | 50%               |
| Amigable                                     | Am            | 2                 | 33.33%            |
| Cercanía                                     | Ce            | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% una distancia personal que marca un contacto físico nulo. Presenta mayor contacto físico cuando interactúa con mujeres.

| <b>Variable de análisis: Patrones violentos</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                                | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Nulo  | X             | 5                 | 83.33%            |
| Invalidación de opinión                         | IO            | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 83.33% no es afectada por patrones violentos o acciones violentas de otras personas hacia ella, sin embargo, cuando se presenta se da en su mayoría en la interacción con hombres.

Tabla 12. Tabla de frecuencia prueba piloto patrones violentos.

| <b>Variable de análisis: Deseos</b> |               |                   |                   |
|-------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                    | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Ayudar                              | Ay            | 2                 | 33.33%            |
| Defender su trabajo                 | DT            | 2                 | 33.33%            |
| Disfrutar                           | Ds            | 1                 | 16.66%            |
| Agradecer                           | Ag            | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% los deseos de defender su trabajo y en la misma escala, un 33.33% un deseo de ayudar a las otras personas. Específicamente se busca más ayudar cuando se interactúa con mujeres y defender su trabajo cuando lo hace con hombres.

Tabla 13. Tabla de frecuencia prueba piloto deseos.

| <b>Variable de análisis: Gestos, movimiento y ademanes</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Movimientos para acompañar expresiones.                    | ME            | 4                 | 66.66%            |
| Movimientos para acompañar actitudes.                      | MA            | 2                 | 33.33%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría, un 66.66%, gestos, movimientos y ademanes para acompañar sus expresiones de entre los que destacan principalmente los movimientos de las manos al hablar.

Tabla 14. Tabla de frecuencia prueba piloto gestos movimientos y ademanes.

| <b>Variable de análisis: Valores</b> |               |                   |                   |
|--------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                     | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Valentía                             | Va            | 1                 | 16.66%            |
| Sinceridad                           | Si            | 3                 | 50%               |
| Gratitud                             | Grt           | 1                 | 16.66%            |
| Respeto                              | Re            | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% el valor de la sinceridad, aunque de mayor forma lo muestra con mujeres.

Tabla 15. Tabla de frecuencia prueba piloto valores.

| <b>Variable de análisis: Sentimientos</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                          | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Inconformidad                             | Inc           | 1                 | 16.66%            |
| Empoderamiento                            | Emp           | 2                 | 33.33%            |
| Agradecimiento                            | Agt           | 1                 | 16.66%            |
| Felicidad                                 | Fe            | 1                 | 16.66%            |
| Frustración                               | Fr            | 1                 | 16.66%            |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría con un 33.33% llega a experimentar el sentir de poder, es decir, se siente empoderada y lo proyecta.

Tabla 16. Tabla de frecuencia prueba piloto sentimientos.

Una vez obtenidos los datos anteriores, los resultados del análisis de contenido que tenían como objetivo de estudio al personaje Kat Edison arrojan que es un personaje femenino que en un 33.33% refleja en sus sentimientos poder, proyectado así a una mujer empoderada a través de su sentir y a través de su actitud, pues también en un 33.33% este personaje mostró una actitud empoderada en sus interacciones con otras personas. Esta actitud conecta con sus deseos de defender su trabajo ante los hombres y ayudar en su mayoría a mujeres. Este poder femenino que proyecta la representación femenina de Kat no considera a una mujer súper arreglada y adulta, sino que, por el contrario, al ser una mujer joven, su vestimenta tiende a ir con su edad al ser juvenil e informal, igual que sus accesorios, combinando su imagen con un aspecto de peinado y maquillaje natural. Esto sin restarle autoridad pues tiene a su cargo una de las direcciones de la empresa donde trabaja.

Su autoridad se nota al comunicarse con un tono seguro, dominado el uso del lenguaje formal e informal según sea la interacción que tenga. Además, se apoya del uso de ademanes, movimientos y gestos para completar sus expresiones verbales. Es caracterizado en un 50% como un personaje sincero. Lo que le da más confianza y fuerza a su representación femenina.

Finalmente es un personaje que en sus interacciones en un 50% no existe el contacto físico y solo se hace uso del mismo cuando es necesario o esta con personas de su círculo de confianza. Así mismo, no ha sufrido de patrones de violencia en su mayoría, sin embargo, ha sufrido de invalidación de opinión por dirigentes masculinos de su misma empresa.

En conclusión, se puede decir que Kat es una representación femenina que muestra a una mujer empoderada, moderna, liberal y juvenil. Esto sin caer en la masculinización de su personaje, sino que a través de su feminidad se empodera y busca empoderar y ayudar a las demás mujeres, incluso aun cuando eso implique defender su trabajo y propuestas ante hombres. A diferencia de otras

representaciones femeninas, es un personaje empoderado que si bien vive su sexualidad no se empodera a través de la misma, sino a través de su trabajo y sus proyectos. Este personaje es una representación femenina empoderada no creada con base en un canon establecido en el que debe entrar, sino empoderado desde la trinchera donde está y sus propios actos, es decir, proyecta el poder femenino desde su esencia y de la forma en que puede de acuerdo con su contexto.

Una vez aplicada la prueba piloto probado la planilla de datos, categorías y el plan de análisis, se comenta que para esta investigación lo establecido en la metodología, funciona de buena forma contribuyendo al logro de los objetivos establecidos. De esta manera ni el diseño de instrumento de la planilla de datos ni el plan de análisis establecido para realizar el análisis de contenido requerirán de ningún ajuste.

### ***Plan de Análisis de da Información***

Una vez que la forma de codificar ha sido establecida en el registro al definir las unidades de registro, sus categorías y variables, así como la manera en que serán utilizadas las planillas de datos y los códigos que se pueden usar para referirse a las variables o categorías, sigue el proceso de análisis.

Krippendorff (1980) comenta la existencia de 6 formas o tipos de análisis de los datos una vez que ya se ha hecho el registro de las variables en las planillas de datos. Estos 6 tipos son:

- Frecuencias: Como su nombre lo indica considera un análisis basado en las veces que se presenta cierta situación o caso, Krippendorff (1980) considera dos posibilidades dentro de este, las frecuencias absolutas “número de incidentes que aparecen en una muestra” (1980, p.162) y las frecuencias relativas “los porcentajes del tamaño muestral” (1980, p.162). Dentro de las normas de interpretación y análisis de las frecuencias de los datos se consideran según Krippendorff (1980):
  1. La distribución uniforme cuando se descubre que la frecuencia de una categoría es mayor o menor que el promedio de todas las categorías, mientras que se apela a la norma de la distribución estable

cuando se aprecian modificaciones en las frecuencias con el transcurso del tiempo (p. 163).

- Asociaciones, correlaciones y tabulaciones cruzadas: Este tipo de análisis busca establecer una relación entre las variables analizadas. Para mostrar estas relaciones se hace una tabulación cruzada de las frecuencias de co-ocurrencias de las variables de la técnica, que enlazarían los resultados de acuerdo a las frecuencias de las variables establecidas y su coincidencia. Sin embargo, cuando se quiere establecer la relación, pero sin considerar las frecuencias. Krippendorff (1980) propone la aplicación de la norma del azar o independencia estadística.

Estas asociaciones o relaciones suelen hacerse entre dos o tres variables para una mejor visualización, pero pueden realizarse entre más. De igual manera, esta relación se puede establecer entre solo variables de análisis o entre variables de análisis y datos obtenidos de forma independiente.

- Imágenes, retratos representativos, análisis discriminante: Este análisis “se centra en una entidad, persona, idea o acontecimiento especiales, procurando averiguar de qué manera se describe o conceptualiza, o cuál es su imagen simbólica” (Krippendorff, 1980, p. 166). Este tipo de análisis tiene dos enfoques: el punto de vista atributivo y el de asociaciones. El primero hace alusión al análisis de todo lo que hace referencia a aquello que se quiere describir y en ciertos casos también conlleva hacer comparaciones con otros casos similares. Esto último solo pasa cuando los atributos que lo describen pueden ser iguales a los de otra unidad, a esto se le conoce como análisis de singularidad. Esto lleva a diferencias a la unidad de todas las demás posibles, por lo que al separarla se convierte en un análisis discriminante.

Desde su enfoque asociativo, este análisis consta de considerar todo con lo que está relacionada la unidad y no lo que se disocia de él. “El concepto de asociación/disociación es un concepto estadístico que evalúa el grado en que se presentan los conceptos seleccionados” (Krippendorff, 1980. p.168).

- Contingencias: “Se dedica a inferir la red de asociaciones de una fuente a partir de la pauta de co-ocurrencia de símbolos en el mensaje” (Krippendorff, 1980. p.168). En este tipo de análisis se asocian los atributos que pueden tener en común o donde coinciden las unidades de registro. No solo existe una asociación conceptual si no también estadística que permite enlazar las unidades de registro.
- Conglomerados: Este tipo de análisis se usa cuando las variables analizadas son demasiadas por lo que tienen que irse formando grupos de ellas con las que estén relacionadas, a estos grupos se les conoce como conglomerados y se presentan en dendogramas.
- Clasificación contextual: Este análisis es similar al de conglomerados, pero aquí más que por relación, se eliminan las redundancias de los datos solo si los contextos de los valores se pueden considerar como sinónimo, de esta manera se extrae solo la conceptualización subyacente.

Los datos obtenidos del análisis una vez que se tienen ya en las planillas se tiene que presentar para poder hacer una interpretación de ellos. Para ello, por cada variable se hace una representación de los datos que permita describir su frecuencia o puntuación.

Para el análisis de datos cuantitativos como los son los de análisis de contenido según Baptista, Fernández y Hernández (2014) se pueden presentar en forma de tablas, histogramas, gráficas de pastel y polígonos de frecuencia.

Según Baptista, Fernández y Hernández (2014) en las tablas de frecuencia más sencilla elaboradas con estadística descriptiva se colocan la variable de análisis como título y en tres columnas se colocan la categoría de la variable, el código que se le asignó y la frecuencia con que se presentó. Si las categorías son muchas se pueden llegar a resumir. Estas tablas de frecuencia pueden llegar a tener más columnas que agreguen más datos como lo pueden ser el porcentaje acumulado y el porcentaje válido. Al final de las tablas se suele incorporar un comentario que resuma lo presentado.

En las gráficas, los histogramas son los más usados pues representan exactamente las frecuencias con las que se presentan las categorías o variables de análisis. En estas se coloca la variable como título, las categorías serán en nombre de cada columna y su altura o tamaño estará determinado por la frecuencia. Algo similar pasa con las gráficas de pastel a diferencia de que estas gráficas hacen uso del porcentaje acumulado para dividir la porción que ocupará cada categoría en la gráfica.

Por último, Baptista, Fernández y Hernández (2014) dicen que la presentación de datos en forma de polígono de frecuencias funciona de mejor manera cuando se tienen variables de carácter de intervalos. Estos relacionan las puntuaciones de cada variable con la cantidad de veces que se presentó el puntaje. Cabe señalar que para hacer una presentación completa de los datos también se obtienen y presentan las medidas de tendencia central: promedio, media y mediana, y la variabilidad.

En esta investigación para presentar los resultados de análisis de contenido de hará uso de tablas de frecuencias según la estadística descriptiva debido a que según las variables usadas permiten presentar de mejor forma los datos.

Como se mencionó anteriormente, para la presentación de los datos analizados, el orden usado según Baptista, Fernández y Hernández (2014) será por variables de la técnica, uniendo así las categorías que evalúen cada una de ellas en las tablas de presentación de datos para así realizar una adecuada interpretación de ellas.

La triangulación según Gómez-Restrepo y Okuda (2005) “se refiere al uso de varios métodos (tanto cuantitativos como cualitativos), de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno” (2005, párr. 3). La triangulación como lo dicen Gómez-Restrepo y Okuda (2005) busca establecer patrones y coincidencias entre la información que se tiene en una investigación con la finalidad de comprobar alguna interpretación sobre algún objeto de investigación. En otras palabras, la triangulación de información une información de diversas fuentes para hacer una interpretación de los datos y con ello comprobar la hipótesis de alguna investigación. Como su nombre lo indica, conlleva tres puntos y

generalmente se triangula la información obtenida de alguna técnica de investigación, es decir, de un levantamiento de datos con trabajo de campo, más la información que brinda alguna teoría y lo que se establece en la pregunta, hipótesis y objetivo de la investigación.

Según Ruiz (1999) existen diferentes tipos de triangulación:

- De fuentes: Esta triangulación conlleva el tejer información de diversas fuentes para hacer una construcción con ella.
- De evaluadores: Se unen los datos obtenidos por diferentes investigadores.
- Metodológica: En esta se triangulan los datos obtenidos de diversas técnicas de investigación aplicadas.
- Temporal: Conlleva la unión de información obtenida en temporadas diferentes.
- Espacial: Se unen los datos obtenidos en lugares geográficos diferentes.
- Teórica: Como su nombre lo dice, es la unión de diversas teorías para hacer con ello interpretaciones.

Para esta investigación se hará uso de la interpretación de resultados por medio de la triangulación de información haciendo uso de las teorías ya establecidas en el marco teórico: para este caso la teoría de las representaciones sociales, de los datos obtenidos de esta técnica de investigación, es decir, del análisis de contenido, y lo estipulado en la hipótesis, objetivo y pregunta de investigación.

### **Técnica de Investigación 2: Grupo Focal**

Una de las dos técnicas que se ocuparán para la recolección de datos en esta investigación es el grupo focal el cual pertenece al ámbito cualitativo, es decir, que considera la realidad subjetiva. Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) definen a los grupos focales como “una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador “(2011, p. 52).

El propósito principal de un focus group o grupo focal Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes” (2011, p.52). Todo esto a través de la interacción entre los integrantes del grupo focal, no solo entre un integrante y el moderador sino entre todos los participantes.

Como su nombre lo dice, se enfoca en un solo tema para poder conocer a profundidad las perspectivas de todos los participantes del grupo, lo primordial de esta técnica es la interacción entre ellos. Esta interacción privilegia el habla, la comunicación entre todos los participantes del grupo y es lo que permite descubrir las opiniones de los integrantes y sus narrativas. El principal objetivo de análisis es justo la interacción que se presenta en el grupo y los significados que se construyen entre ellos.

Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) dice que un grupo focal permite “descubrir la percepción de las personas respecto a lo que genera o impide un comportamiento, así como su reacción ante diferentes ideas, conductas, productos o servicios” (2011, p.52). Es de esta manera que se presenta su enfoque cualitativo.

Este grupo está formado por varias personas, la mayoría de ellas como participantes y un moderador. La cantidad de participantes no debe ser excedida de manera que ya no se pueda controlar o el manejo sea difícil. Para Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) la cantidad de integrantes debe ser de 3 a 12 participantes, pero esta cantidad dependerá de la profundidad del tema y los objetivos de la investigación. También de la profundidad depende la cantidad de las sesiones a realizar, bien puede ser solo una como pueden ser varias, para su duración Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) recomiendan que sea más de una hora para poder abordar todos los puntos necesarios en un tema como también no pasar de dos horas considerando la capacidad de prestar atención de las personas.

Los grupos focales se guían a través de una serie de preguntas o una lista de subtemas elaborados previamente por el investigador, considerando los puntos necesarios a tratar en su estudio, partiendo de lo general a lo particular. La

formulación de estas preguntas es libre y flexible, además de que en el momento de realización se pueden usar más para ahondar en algún comentario de los integrantes. De igual manera, el focus group no solo se puede quedar en una serie de preguntas, sino que puede incluir actividades dinámicas que permitan que los participantes se relajen y puedan expresarse con mayor facilidad sobre el tema a tratar.

Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) dicen que el moderador dentro de los grupos focales es de vital importancia pues debe saber dirigir el grupo y manejar las emociones y reacciones de los integrantes cuando se presenten. Así como también debe ser apto para poner en común los términos que puedan resultar complejos para algunos participantes del grupo focal. De igual manera debe incentivar la participación de todos los que formen parte del grupo focal y cuidar que todas sus aportaciones se hagan de forma respetuosa.

Las ventajas que tienen los grupos focales son que la información se obtiene a profundidad y es detallada, la interacción entre los participantes enriquece cada tema, debido a que se consideran diferentes perspectivas, es muy flexible por lo que la conversación fluye con naturalidad y su tiempo de realización es corto en comparación con otras técnicas de investigación cualitativa, como la observación y la entrevista, pues la duración de la reunión del grupo focal es de 1 a 2 horas. Como desventaja está que su realización es costosa y que a veces llegan a faltar algunos participantes que pueden hacer grandes aportaciones al tema de estudio.

Esta técnica fue elegida para esta investigación considerando la parte cualitativa necesaria en el tema puesto que se quieren conocer las opiniones, pensamientos y reacciones de las jóvenes chignahuapenses sobre las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* así como también los hábitos y comportamientos adquiridos de ellas. Esto permitirá no solo conocer la influencia que ellas puedan comentar sino también observar a través de sus movimientos, comportamiento e interacción con las demás integrantes si hay presencia de algún efecto de esas representaciones femeninas en ellas. Cabe señalar que este grupo focal se hará de forma virtual a través de la plataforma zoom considerando los

diferentes horarios de las integrantes siendo como fecha tentativa de aplicación el jueves 13 de abril de 2023 a las 11:00 am.

### ***Diseño del Instrumento***

Para realizar un grupo focal se debe considerar la realización de un guión de preguntas o una guía con los tópicos necesarios a tocar durante la reunión. Según Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) “las preguntas que se buscan contestar en esta técnica de investigación y que siempre se deben considerar en su elaboración son: ¿Qué piensan? ¿Cómo piensan? ¿Por qué piensan de esa manera? Todo esto en dirección hacia los participantes del grupo” (2011, p. 21). Es importante realizar una guía pues esta permite que no se olvide mencionar ningún punto necesario para el desarrollo de la investigación. “Esta guía se realiza apegada a los objetivos de la investigación, de manera que, las preguntas que se pongan tengan relación con ellos” (Bonilla-Jiménez y Escobar, 2011, p. 21).

Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) dice que “las preguntas deben ser concretas, estimulantes y flexibles y, en lo posible, deben guiar la discusión de lo más general a lo específico” (2011, p.57). Además, Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) recomiendan hacer una lluvia de ideas para obtener y seleccionar los temas importantes a mencionar a lo largo del grupo focal, así como establecer las preguntas base que se quieren abordar con el grupo, para con ello ir elaborando las preguntas tentativas a hacer durante la sesión. De igual manera, estos autores recomiendan realizar una prueba preliminar para observar si las preguntas son entendidas con claridad y suman al tema, para que así no se genere este inconveniente en la reunión formal. Esta prueba preliminar evidentemente se tiene que realizar con otras personas diferentes a las que integran el grupo focal original.

Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) dicen que “las preguntas deben ser abiertas y fáciles de entender para los participantes. Además, deben ser concretas y estimulantes” (2011, p. 57). Es decir, las preguntas deben ser sencillas, pero motivando a participar a quienes sean parte del grupo focal, que despierten su interés y el interés en interactuar con lo que digan los demás. Así mismo, propone que

para una sesión de dos horas se consideran 12 preguntas, sin embargo, depende de la profundidad que se quiera lograr en ellas y la cantidad de participantes, el número de preguntas que se asigne para un grupo focal. Para la creación de preguntas Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) dice que se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

a) Uso de preguntas abiertas que permitan al participante responder cada pregunta tan ampliamente como sea posible; b) evitar preguntas que puedan ser resueltas con “sí” o “no” porque estas respuestas no proveen de una explicación detallada y no son analizables; c) el “por qué” es poco usado ya que parece reclamación y pone a los participantes a la defensiva. En lugar de esto se puede preguntar por los atributos o influencias; d) usar preguntas de recordación; e) usar preguntas que permitan a los participantes comparar, dibujar, clasificar etc.; f) hacer énfasis en la formulación de las preguntas más generales a las más específicas, de lo más fácil a lo más difícil, y de lo positivo a lo negativo; y g) usar preguntas de cierre para llevar al grupo a conclusiones finales y a resumir sus comentarios (2011, p. 57).

En la redacción o consideración de las temáticas se debe tomar en cuenta el nivel de conocimiento de los participantes, sus recursos verbales, un lenguaje común para todos y su contexto. Además, las preguntas deben ser abiertas para que el participante se pueda expresar de buena manera sin limitaciones.

Para esta investigación se hará uso de preguntas abiertas durante el grupo focal pues permitirán que las participantes se puedan extender y profundizar en sus preguntas, de manera que en sus respuestas se note la influencia que las representaciones femeninas de *The Bold Type* tienen en ellas. Las preguntas abiertas no las limitarían, les permiten dar a fondo su opinión y por ende permite un mejor análisis de la influencia. Así mismo, estas preguntas serán redactadas en función de los objetivos de la investigación, de las variables establecidas en el marco teórico y de los resultados del análisis de contenido realizado como primera técnica de investigación.

El focus group conlleva en su inicio la apertura y presentación, donde se da a conocer la investigación, por lo que se puede plasmar al inicio de la guía, seguido de las preguntas.

Para Ruiz (2018) la apertura con realizar una presentación breve del investigador y la investigación, decir lo que se va a realizar en el grupo focal de manera general y cómo será el ambiente en este, después se procede a explicar con qué fines se obtiene la información y, por último, se dan las indicaciones.

Para el cierre, según Ruiz (2018) el moderador debe ofertar un momento de reflexión y un espacio para que los integrantes puedan hacer alguna aportación extra si lo desea. Finalmente debe agradecer la participación de todos los integrantes y recalcar la importancia de su aportación.

De igual manera, si se va a realizar alguna actividad en el medio de las preguntas o antes, se estipula en la guía. Esta guía la deberá repasar el moderador suficientes veces, pues, aunque puede hacer uso de ella, lo recomendable es que la conozca para que no se note un desconocimiento del tema ante el público cuando el grupo focal se esté llevando a cabo.

## **Instrumento de investigación: guía para el grupo focal**

### **1. Presentación y apertura**

- Presentación de la investigadora/moderadora y del tema de investigación.
- Establecer pautas: Dejar en claro que la conversación se dará en una charla informal. No hay respuestas correctas o incorrectas, libertad total para hablar con respeto hacia todos los participantes. Se les pedirá a las integrantes que tengan su cámara encendida a lo largo de la reunión.
- Tratamiento de información: Se comentará que la información será utilizada solo para la realización de la investigación por lo que no se expondrá en ningún otro lado.

- Se pedirá permiso para grabar la reunión.
- Solicitar a las participantes que se presenten mencionando su nombre, edad y a qué se dedican.

## 2. Guía de preguntas

- ¿Qué es ser mujer para ti?
- ¿De dónde has aprendido cómo ser mujer?
- ¿Cómo manejas tus relaciones interpersonales?
- ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumes?
- ¿Alguna vez has adoptado algún rasgo de la forma de pensar o actuar de alguna mujer en los contenidos audiovisuales que consumes?

**Actividad intermedia:** Presentación de un resumen de la serie *The Bold Type* con ayuda de imágenes que ilustren a los personajes y videos de los trailers de las temporadas 1, 3 y 5.

- ¿Qué opinas de las representaciones femeninas en *The Bold Type*?
- ¿Crees que una mujer puede ocupar un alto puesto en su trabajo y empoderar incluso siendo sensible o creer que forzosamente tiene que ser dura?
- ¿Consideras que una mujer desde su aspecto e imagen natural puede interactuar con los demás o consideras que debe cuidar su aspecto para ello?
- ¿Consideras que una mujer debe ser una súper mujer o que debe tener redes de apoyo para tener una mejor posición en la sociedad?
- ¿Crees que establecer límites en las relaciones interpersonales puede ayudar a reducir la violencia existente contra las mujeres?
- ¿Cambió tu forma de vivir tu feminidad y tu manejo de tus relaciones interpersonales después de ver la serie?
- Independientemente del ámbito laboral, ¿en qué otros ámbitos se puede empoderar una mujer?
- ¿Te sentiste identificada con los personajes femeninos? Si no, ¿qué cambiarías para lograr esa identificación?

### 3 Cierre

- Comentar que se han abordado todos los temas y abrir espacio para alguna aportación extra de las participantes.
  - Invitar a la reflexión sobre la temática abordada.
  - Agradecer la participación de todas y recalcar la importancia de sus aportaciones en la investigación.
  - Despedida.
- 2.

#### ***Selección de participantes***

De acuerdo con Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) para seleccionar a los integrantes o participantes del grupo focal se debe tomar en cuenta la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, el nivel educativo, si situación social, las actitudes y el lugar donde se vive. De igual forma, no solo se considera esas características si no también lo más importante, la experiencia en común o la experiencia sobre el tema de estudio para poder ser partícipe del grupo focal.

Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) dicen que este grupo puede estar conformado de forma heterogénea u homogénea. La primera hace referencia a un grupo muy diverso y el segundo hace alusión a un grupo con características en común o experiencias compartidas. Un grupo heterogéneo da la ventaja de tener opiniones más diversas sobre los temas en cuestión mientras que en el homogéneo las opiniones pueden ser parecidas o similares, pero serán más profundas. Esta selección se hace considerando los objetivos de la investigación.

Para Baptista, Fernández y Hernández (2014) existen 9 formas de hacer una selección de participantes en la investigación cualitativa:

- Muestras por conveniencia: conformadas por casos cercanos a los que se tiene fácil acceso.
- Muestras de casos sumamente importantes o críticos para el problema analizado: Es la selección de participantes de casos que no pueden ser dejados afuera por la importancia que tienen en el tema investigado.

- Muestras confirmativas: Son casos que se suman después de haber realizado la técnica de investigación ya con un grupo selecto. Estos serán los casos de más que confirmarán o contrastarán lo dicho de los primeros datos obtenidos.
- Muestras teóricas o conceptuales: Son casos que se seleccionan porque permiten entender o sirven para explicar un concepto o teoría.
- Muestras por oportunidad: Estos casos se presentan ante el investigador para que los tome y convierta en su muestra, no tiene que buscarlos porque se presentan dando la oportunidad a solo decirles.
- Muestras de casos extremos: Como su nombre lo indican, es la selección de participantes con casos sumamente específicos y que son considerados fuera de lo normal en la sociedad por así decirlo, son casos extraordinarios.
- Muestras en cadena o por redes: Se contacta a un caso y este lleva a otro y a su vez este a otro. Es una forma de obtener a los participantes a través de cadenas formadas por casos que ya se conocen.
- Muestras homogéneas: En este las personas seleccionadas deben tener un mismo perfil o características, incluso compartir una misma experiencia.
- Muestras diversas o de máxima variación: Es esta muestra se busca conocer distintas perspectivas y opiniones por lo que los participantes suelen ser diversos.

Como ya se mencionó anteriormente, la cantidad de participantes puede ir de 3 a 12 personas según las intenciones de la investigación. Recomiendan siempre hacer la invitación a un 20% más de personas por si alguna de la planeadas originalmente falta en la sesión, de esa manera no retrasaría o pospondría la reunión porque se contaría con los participantes suficientes para poder realizar el focus group.

Para esta investigación se hará uso de un grupo focal homogéneo, pues interesan las características en común como el lugar de origen, género y edad. Es

por ello que para este grupo focal se invitarán a 5 mujeres chignahuapenses de entre 20 y 25 años, y a una invitada de más contando así con 6 jóvenes, que sin olvidar lo principal, compartan la experiencia de haber visto la serie *The Bold Type*. La moderadora será la investigadora del tema.

### ***Pasos para la Recolección de Datos o Trabajo de Campo***

Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) recopilando a varios autores consideran la existencia de 10 pasos para realizar un grupo focal:

- Primer paso, establecer los objetivos: Este paso hace referencia a tener claros los objetivos de la investigación de manera que la preparación y creación del grupo focal esté encaminada a cumplir con ellos. Para esta investigación los objetivos ya están desarrollados y se mencionan al principio de este apartado, todos ellos encaminados a cumplir con el objetivo general de la investigación.
- Segundo paso, diseño de la investigación: En esta parte se considera si la investigación tendrá solo una técnica, es decir, si solo será el grupo focal o si se requeriría de otra técnica para al final hacer una triangulación. En este caso, como ya se mencionó previamente, el grupo focal se acompañará con un análisis de contenido.
- Tercer paso, desarrollo del cronograma: Se deben preparar las sesiones con una antelación de 4 a 6 semanas, preparando objetivos, preguntas, contenidos, actividades e invitando a los participantes.
- Cuarto paso, selección de los participantes: Esta parte considera la creación del muestreo considerando las características de los participantes y aquellos que puedan de verdad aportar para el análisis del objeto de estudio. Se invita a los participantes que se piensen más el 20% por los que lleguen a faltar. Para esta investigación se invitará a 5 participantes y se invitará a una chignahuapense más por si alguna de las principales invitadas llega a faltar.
- Quinto paso, selección del moderador: En esta parte el moderador seleccionado puede ser el mismo investigador, alguien del grupo de investigación o puede ser contratado de manera externa. Es importante que quien funja este papel conozca del tema de estudio, así como que sea capaz

de manejar los grupos, controlar emociones, saber escuchar y comunicarse, así como que también tenga la capacidad de analizar gestos y movimientos. De igual manera es importante que sea sensible, invite a los demás a participar y sea capaz de poner términos en común. Como se mencionó anteriormente, en este grupo focal la investigadora será la moderadora.

- Sexto paso, preparación de preguntas estímulo: Este paso conlleva la creación del instrumento de investigación, el cual consiste en la guía de temas y preguntas que se realizarán a lo largo del grupo focal y direccionarán al mismo.
- Séptimo paso, selección del sitio de reunión: La selección del lugar debe considerar un espacio privado para que los participantes se puedan expresar con seguridad, así como cuidar que no haya interrupciones ocasionadas por ruidos. De igual manera se considera un lugar bien iluminado y ventilado que motive a los integrantes del grupo focal, así como también se debe considerar elegir un lugar neutral que no represente un significado específico para el análisis del objeto de estudio. Para esta investigación se hará el grupo focal de manera virtual a través de la plataforma de zoom, debido a que es difícil agendar una reunión presencial por las distintas ocupaciones de las participantes.
- Octavo paso, logística: Considera no solo el ponerse en contacto con los participantes para detallarles la hora y lugar, también en este paso se debe apartar el lugar y establecer el orden del mobiliario, el cual puede ser en U o en círculo para que los participantes tengan interacción entre todos y también distingan al moderador, pero sin sentir una autoridad impuesta. Así mismo se debe en este paso verificar los incentivos que se darán por participación y quienes serán las personas asistentes. La invitación para esta investigación se hará a las chignahuapenses a través de una plataforma de mensajería instantánea, especificando los detalles del proyecto de investigación y del grupo focal, así como la fecha y la plataforma por la que será la reunión virtual. Recalcando siempre la importancia de contar con su participación para incentivarlas a aceptar.

- Noveno paso, desarrollo de la sesión: Este paso lleva la puesta en acción del grupo focal, se realiza la reunión siguiendo lo establecido en la guía. Es importante señalar que si las respuestas se tornan diferentes a lo esperando se debe continuar con la guía de todas formas. El moderador debe resolver las dudas que se vayan generando en los participantes mientras se esté llevando a cabo el grupo focal y antes de terminar la sesión se debe asegurar de dar una retroalimentación cumpliendo así con un inicio o apertura, desarrollo, retroalimentación y cierre. La sesión debe ser grabada de principio a fin con el consentimiento de los participantes.
- Décimo paso - análisis de la información: La última parte conlleva realizar la transcripción de lo sucedido en el grupo focal y el análisis de aspectos como movimientos, interacciones, reacciones y conceptos repetidos durante la sesión. Con esta información se podrá redactar un informe de lo sucedido en el grupo focal y triangular finalmente con la teoría de la investigación o alguna otra metodología para poder hacer el análisis respectivo.

Según Ruiz (2018) es importante que, en el transcurso de la sesión, el moderador sea capaz de generar un ambiente de confianza y comodidad para que los participantes puedan hablar de forma profunda y sin miedo. Así como también recomienda que el moderador utilice tácticas de profundización cuando lo dicho por algún participante no se comprenda del todo como lo pueden ser el preguntar “¿A qué se refiere con eso?” o reformular lo dicho por el participante. Así como también se pueden ocupar los silencios, que indican al participante que debe seguir con su discurso para detallarlo. De igual manera, debe tomar anotaciones sobre el comportamiento y gestos que observe son en forma de reacción por parte los participantes ante algún tema.

### ***Plan de Análisis de la Información***

Según Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) una vez obtenidos los datos del grupo focal, es decir, ya que se realizó la sesión, el siguiente paso para comenzar con el análisis de la información es transcribir todo lo ocurrido durante la sesión y que quedó grabado, esta transcripción se debe realizar de forma literal y secuenciada. También

se considerarán las observaciones realizadas por el moderador, con estos dos materiales se proseguirá a realizar el análisis. “Se debe transcribir de inmediato las grabaciones, para permitir que se reconstruya no sólo la atmósfera de la reunión, sino también lo tratado pregunta por pregunta” (Bonilla-Jiménez y Escobar, 2011, p. 57).

En esta transcripción se deberán considerar también las reacciones y actitudes mostradas por parte de los integrantes del grupo focal ya que son de vital importancia, “se deben analizar los relatos, actitudes y opiniones que aparezcan reiteradamente o comentarios sorprendidos, conceptos o vocablos que hayan generado algunas reacciones positivas o negativas” (Bonilla-Jiménez y Escobar, 2011, p. 57).

Después de realizar la transcripción, el siguiente paso es la codificación de datos a través del establecimiento de categorías de la información. Estas categorías se deben realizar considerando los temas abordados en la guía del grupo focal que corresponden a las variables de investigación establecidas en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico, por ende, el orden de presentación de datos para el análisis será de acuerdo con las variables de investigación.

Una vez establecidas las categorías de análisis, Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) propone la creación de tablas que permitan clasificar la información obtenida durante el grupo focal. Para el contenido de las mismas propone dividir toda la tabla en las variables existentes de investigación colocando las preguntas que se realizaron que hacen alusión a cada variable en una columna, en la siguiente columna se debe colocar la información más importante que se obtuvo de cada pregunta y en la última columna se deben poner las frases más impactantes que haya dicho algún integrante sobre la pregunta, pues esta podrá ser utilizada como cita durante la interpretación de la información. Así mismo, se puede añadir otra columna que especifique la modalidad de obtención de información de cada pregunta, es decir si fue en una comparación, experiencia o ejemplo. De igual forma Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) consideran que es importante destacar las opiniones individuales del consenso al que llegue el grupo en cada pregunta, por ello se puede agregar una columna más a la tabla que detalle ese punto.

Por último, una vez que ya se tiene la información clarificada y clasificada en la tabla se procede según Bonilla-Jiménez y Escobar (2011) a la interpretación de datos, en la cual se buscarán vínculos entre las respuestas de los participantes del grupo focal y las acciones notadas que permitan comprender el contexto que rodea a los datos obtenidos. De igual manera, se procederá a realizar una triangulación de información, que suele hacerse entre los datos obtenidos en el focus group, la teoría de la investigación y el objetivo pregunta e hipótesis de la investigación.

Para esta parte de la investigación se hará uso de la interpretación de resultados por medio de la triangulación de información haciendo uso de las teorías ya establecidas en el marco teórico: la teoría del cultivo y la teoría de las representaciones sociales, de los datos obtenidos del grupo focal y análisis de contenido realizado previamente, y lo estipulado en la hipótesis, objetivo y pregunta de investigación.

### **Cierre**

Finalmente, una vez explicados los tipos de investigación que existen y en cuales clasificaciones entra este estudio, así como también el cómo se realizarán las técnicas de investigación de acuerdo con los autores seleccionados para cada técnica, se concluye que esta investigación mixta se realizará a través de dos técnicas de investigación: un análisis de contenido y un grupo focal, que permitirán cumplir con los objetivos específicos mencionados al principio de este apartado.

De igual forma, los resultados en conjunto con la teorías e hipótesis se tejerán para obtener una interpretación que lleve a comprobar la hipótesis de la investigación y cumplir con el objetivo general de la misma que es describir la influencia de las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* en el pensamiento y comportamiento en las relaciones interpersonales de las jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años que se desenvuelven en un ambiente con patrones machistas.

## Capítulo 5. Análisis y resultados

Este capítulo tiene como objetivo mostrar los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas de investigación realizadas y la interpretación de los mismos a través de la unión con las teorías base del estudio. Para ello el capítulo estará dividido en 4 apartados: resultados de análisis de contenido, resultados del grupo focal, representaciones de *The Bold Type* en las chignahuapenses y por último la conclusión. Para ello el primer apartado se dividirá en 4 subapartados que presentarán los resultados del análisis de contenido de las representaciones femeninas de *The Bold Type*: las mujeres de *The Bold Type*, representaciones femeninas con poder, relaciones interpersonales en *The Bold Type* y mujeres humanas y diversas. El segundo apartado se presentará los resultados del grupo focal y se dividirá en 4 subtemas: socialización de la feminidad, feminidad y medios, concepción de las mujeres en *The Bold Type* y cultivo de las representaciones femeninas de *The Bold Type* e impacto social. El siguiente apartado, representaciones de *The Bold Type* y cultivo en las chignahuapenses presentará la unión de ambos análisis y por último la conclusión harán un resumen de los resultados importantes obtenidos en la aplicación de ambas técnicas.

### Resultados del Análisis de Contenido

Para la realización de este análisis como se mencionó en el apartado metodológico, se analizaron los tres personajes femeninos principales de la serie *The Bold Type*: Kat Edison, Jane Sloan y Sutton Brady, en escenas en interacción con los demás, es decir, donde se desarrollaran en sus relaciones interpersonales. Los resultados fueron los siguientes:

#### *Las Mujeres de The Bold Type*

Una vez aplicado el análisis de contenido para cada personaje de acuerdo con su interacción con hombres y mujeres en diversas escenas que mostraran sus formas de vivir su feminidad, se obtuvo los siguiente para cada una de las representaciones femeninas analizadas:

**Kat Edison.**

Una vez obtenidos los datos anteriores, los resultados del análisis de contenido que tenían como objetivo de estudio al personaje Kat Edison arrojan que es un personaje femenino que en un 33.33% refleja en sus sentimientos poder, proyectado así a una mujer empoderada a través de su sentir y a través de su actitud, pues también en un 33.33% este personaje mostró una actitud empoderada en sus interacciones con otras personas. Esta actitud conecta con sus deseos de defender su trabajo ante los hombres y ayudar en su mayoría a mujeres. Este poder femenino que proyecta la representación femenina de Kat no considera a una mujer súper arreglada y adulta, sino que, por el contrario, al ser una mujer joven, su vestimenta tiende a ir con su edad al ser juvenil e informal, igual que sus accesorios, combinando su imagen con un aspecto de peinado y maquillaje natural. Esto sin restarle autoridad pues tiene a su cargo una de las direcciones de la empresa donde trabaja.

Su autoridad se nota al comunicarse con un tono seguro, dominado el uso del lenguaje formal e informal según sea la interacción que tenga. Además, se apoya del uso de ademanes, movimientos y gestos para completar sus expresiones verbales. Es caracterizado en un 50% como un personaje sincero. Lo que le da más confianza y fuerza a su representación femenina.

Finalmente es un personaje que en sus interacciones en un 50% no existe el contacto físico y solo se hace uso del mismo cuando es necesario o esta con personas de su círculo de confianza. Así mismo, no ha sufrido de patrones de violencia en su mayoría, sin embargo, ha sufrido de invalidación de opinión por dirigentes masculinos de su misma empresa.

En conclusión, se puede decir que Kat es una representación femenina que muestra a una mujer empoderada, moderna, liberal y juvenil. Esto sin caer en la masculinización de su personaje, sino que a través de su feminidad se empodera y busca empoderar y ayudar a las demás mujeres, incluso aun cuando eso implique defender su trabajo y propuestas ante hombres. A diferencia de otras representaciones femeninas, es un personaje empoderado que si bien vive su sexualidad no se empodera a través de la misma, sino a través de su trabajo y sus

proyectos. Este personaje es una representación femenina empoderada no creada con base en un canon establecido en el que debe entrar, sino empoderado desde la trinchera donde está y sus propios actos, es decir, proyecta el poder femenino desde su esencia y de la forma en que puede de acuerdo con su contexto.

### **Jane Sloan.**

De este análisis se puede concluir que la representación femenina de The Bold Type reflejada en el personaje Jane Sloan, es una representación que si bien, coincide más con las representaciones femeninas de otros contenidos en cuanto a actitudes e imagen, ahora le da más peso a su trabajo y a su sentir en sus interacciones que las típicas representaciones femeninas.

Jane Sloan es una mujer que, de acuerdo con el análisis realizado, cuida su aspecto, su imagen en un 66.66%, no solo en su vestir casual sino en su maquillar y peinar cuidado al interactuar con las demás personas. Es una mujer escritora y periodista, donde eso justamente se vuelve su esencia, pues busca siempre la verdad, compartir su sentir (en un 50% al interactuar con hombres y mujeres) y es destacada por el valor de la honestidad en un 33.33% en sus interacciones.

Sin embargo, no deja de lado el que este es trabajo difícil y que por ende le ocasiona muchas veces irritabilidad (en un 33.33% de sus interacciones), especialmente porque es un personaje que se deconstruye y deconstruirse conlleva choques de realidad que pueden resultar complejos, pues el cambiar de ideales de acuerdo con el ver la sociedad fuera de los privilegios o de la nube donde se vive cuesta y este personaje lo refleja al enfrentarse a ello.

Es una mujer que busca la verdad, que busca deconstruirse sin hacerlo fácil, sino como realmente es y sin dejar de lado su feminidad y la ética de su trabajo. Además, desde su profesión, es una mujer que busca compartir su sentir y sus experiencias para brindarle apoyo y acompañamiento a las personas, especialmente mujeres, que estén pasando por lo mismo. Así como también busca especialmente compartir su sentir en interacciones con los hombres para que estos puedan entender más sobre las razones de su sentir, que si bien, al no experimentar ciertas situaciones

que viven las mujeres, no podrían comprender sin contexto, lo que a la vez le ayuda para establecer límites en sus interacciones, especialmente con las personas de género masculino.

### **Sutton Brady.**

Sutton Brady es una representación femenina de la serie The Bold Type que se enfrentó a una dificultad para poder crecer en su trabajo. De acuerdo con el análisis de contenido se observa que es una mujer que en sus interacciones con los demás tiene un aspecto casual en cuanto a vestimenta (en un 50% de sus interacciones) y en cuanto a imagen busca brindar un aspecto natural el 66.66% de las veces que interactúa con alguien más. Es decir, estéticamente busca lucir al natural, sin embargo, eso no implica que no cuide su imagen, los que de igual forma se refleja en un 33.33% en el uso de accesorios sencillos y sofisticados.

Así mismo se comunica con los demás en un tono suave en un 66.66% y con un lenguaje casual en un 83.33%, lo que hace que su comunicación sea amigable, pero sin faltar el respeto a nadie. Su actitud es de poder en un 33.33% de sus interacciones lo que va de la mano con sus deseos de compartir su sentir en un 33.33% así como de mostrar su trabajo, visible también en gestos, movimientos y además en un 66.66% que acompaña su sentir y también reflejando en su valor mayormente reflejado que es la sinceridad en un 33.33%. Si bien, se observa una personalidad suave y amorosa vista en su contacto con las personas cercanas a su círculo en un 33.33%, no deja de ser una mujer empoderada y con la suficiente fuerza emocional que también le permite estar en lado con su parte humana.

Sus deseos de mostrar su trabajo van en relación a que la violencia que llegan a presentar contra ella en un 33.33% los demás en sus interacciones es minimizando su trabajo, específicamente en su interacción con los hombres. Su sentir se proyecta en un 33.33% en empoderamiento y en vulnerabilidad, que justo como lo mencionado anteriormente, su parte humana y su poder desde su labor es lo que más proyecta en sentimientos.

La representación femenina de Sutton es una mujer que se empodera desde su actitud y desde todo lo que se esforzado para sus logros laborales. Sin embargo, eso no la lleva a tener características masculinas como dureza, al contrario, es una persona que desde su vulnerabilidad proyecta su poder.

El empoderamiento femenino en las representaciones femenina no deja de lado la parte emocional de las mujeres, ser vulnerable no quita el empoderamiento que se puede tener. Y el trabajo de las mujeres en puestos altos se puede obtener a través de su propio trabajo y no a través de sus relaciones justo como muchas sociedades tiene en su imaginario. En relación con su historia de vida, también muestra a una mujer empoderada que no tiene que poder con todo y está consciente de ello, no es una súper mujer, así que también reconoce hasta donde dan sus capacidades.

### Mujeres en la Serie.

La unión de los análisis individuales anteriores llevó a formar un análisis general de las representaciones femeninas de *The Bold Type*, las cuales arrojaron los siguientes resultados mostrados desde las tablas de frecuencia:

| <b>Variable de análisis: Vestimenta</b>   |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Elegante  | Eg            | 2                 | 11.11%            |
| Informal  | Inf           | 5                 | 27.77%            |
| Casual  | Cas           | 8                 | 44.44%            |
| Formal  | Fo            | 1                 | 5.5%              |
| Sofisticada   | Sof           | 2                 | 11.11%            |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 44.44% un uso de vestimenta casual. |               |                   |                   |

Tabla 17. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Vestimenta.

| <b>Variable de análisis: Peinado y maquillaje</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                                  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Aspecto cuidado                                   | AC            | 7                 | 38.88%            |

|  |    |   |        |
|--|----|---|--------|
| Natural  | Na | 9 | 50%    |
| Elegante   | Eg | 2 | 11.11% |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 50% un uso de peinado y maquillaje que den un aspecto natural. |    |   |        |

Tabla 18. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Peinado y Maquillaje.

| <b>Variable de análisis: Accesorios</b>   |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Sencillos   | S             | 3                 | 16.66%            |
| Sofisticados  | Sof           | 4                 | 22.22%            |
| Delicados   | De            | 3                 | 16.66%            |
| Elegantes   | Eg            | 2                 | 11.11%            |
| Juveniles   | J             | 4                 | 22.22%            |
| Tecnológicos  | T             | 1                 | 5.55%             |
| Nulos   | X             | 1                 | 5.55%             |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 22.22% un uso de accesorios sofisticados y juveniles. |               |                   |                   |

Tabla 19. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Accesorios.

| <b>Variable de análisis: Tono de voz</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                         | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Suave                                    | Su            | 7                 | 38.88%            |
| Firme                                    | Fir           | 2                 | 11.11%            |
| Retador                                  | Re            | 1                 | 5.55%             |
| Seguro                                   | Se            | 4                 | 22.22%            |
| Agresivo                                 | Agr           | 1                 | 5.55%             |
| Firme                                    | Fir           | 1                 | 5.55%             |
| Dudoso                                   | Du            | 1                 | 5.55%             |
| Amigable                                 | A             | 1                 | 5.55%             |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% un uso de tono de voz suave para comunicarse con los demás.

Tabla 20. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Tono de Voz.

| <b>Variable de análisis: Lenguaje usado</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                            | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Formal                                      | Fo            | 6                 | 33.33%            |
| Casual                                      | Cs            | 11                | 61.11%            |
| Informal                                    | Inf           | 1                 | 5.55%             |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 61.11% un uso de lenguaje casual también definido como coloquial para comunicarse con los demás.

Tabla 21. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Lenguaje Usado.

| <b>Variable de análisis: Actitud</b> |               |                   |                   |
|--------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                     | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Empoderada                           | Em            | 5                 | 27.77%            |
| Incómoda                             | Ind           | 1                 | 5.55%             |
| Temerosa                             | Te            | 1                 | 5.55%             |
| Alegre                               | Al            | 1                 | 5.55%             |
| Comprensiva                          | Com           | 1                 | 5.55%             |
| Inconforme                           | In            | 2                 | 11.11%            |
| Retadora                             | Re            | 1                 | 5.55%             |
| Vulnerable                           | Vu            | 1                 | 5.55%             |
| Nerviosa                             | Ner           | 1                 | 5.55%             |
| Pensativa                            | Pen           | 1                 | 5.55%             |
| Agradecida                           | Ag            | 1                 | 5.55%             |
| Amigable                             | A             | 1                 | 5.55%             |
| Desconcertada                        | Des           | 1                 | 5.55%             |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 27.77% una actitud empoderada. Sin embargo, las

actitudes que presentan son muy variadas de acuerdo con su personalidad, pero en todas destaca el poder.

Tabla 22. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Actitud.

| <b>Variable de análisis: Contacto físico</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                             | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Distancia personal                           | DP            | 7                 | 38.88%            |
| Amigable                                     | Am            | 4                 | 22.22%            |
| Cercanía                                     | Ce            | 4                 | 22.22%            |
| Nulo   | X             | 3                 | 16.66%            |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% mantienen su distancia personal respetado el espacio de las personas con las que interactúa.

Tabla 23. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Contacto Físico.

| <b>Variable de análisis: Patrones violentos</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                                | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Nulo  | X             | 15                | 83.33%            |
| Minimización de trabajo                         | MT            | 2                 | 11.11%            |
| Invalidación de opinión                         | IO            | 1                 | 5.55%             |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 83.33% el no haber presentado un patrón de violencia por parte de las personas con las que interactúan, sin embargo, sí se han presentado estos casos de forma indirecta.

Tabla 24. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Patrones Violentos.

| <b>Variable de análisis: Deseos</b> |               |                   |                   |
|-------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                    | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Empoderar a las mujeres             | EmMu          | 1                 | 5.55%             |

|   |      |   |        |
|---|------|---|--------|
| Mostrar su trabajo  | MT   | 1 | 5.55%  |
| Compartir su sentir   | CoSe | 5 | 27.77% |
| Agradecer   | Ag   | 2 | 11.11% |
| Escuchar  | Es   | 2 | 11.11% |
| Poner límites   | PoLi | 1 | 5.55%  |
| Invaldar opinión  | InOp | 1 | 5.55%  |
| Ayudar  | Ay   | 2 | 11.11% |
| Defender su trabajo   | DT   | 2 | 11.11% |
| Disfrutar   | Ds   | 1 | 5.55%  |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 27.77% el deseo de compartir su sentir con los demás. |      |   |        |

Tabla 25. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Deseos.

| <b>Variable de análisis: Gestos, movimiento y ademanes</b>   |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>   | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Movimientos para acompañar expresiones.  | ME            | 6                 | 33.33%            |
| Movimientos para acompañar actitudes.  | MA            | 5                 | 27.77%            |
| Movimientos para acompañar su sentir.  | MS            | 7                 | 38.88%            |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% el uso de movimientos, gestos y ademanes para acompañar su sentir, por lo tanto, muchos de ellos son involuntarios, destacando las sonrisas, movimientos de manos y el ceño fruncido. |               |                   |                   |

Tabla 26. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes.

|                                      |
|--------------------------------------|
| <b>Variable de análisis: Valores</b> |
|--------------------------------------|

| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| Empatía   | Emt           | 1                 | 5.55%             |
| Sinceridad  | Si            | 7                 | 38.88%            |
| Gratitud  | Grt           | 3                 | 16.66%            |
| Responsabilidad   | Red           | 2                 | 11.11%            |
| Fraternidad   | Fra           | 1                 | 5.55%             |
| Osadía  | Os            | 1                 | 5.55%             |
| Fortaleza   | Fot           | 1                 | 5.55%             |
| Valentía  | Va            | 1                 | 5.55%             |
| Respeto   | Re            | 1                 | 5.55%             |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% el valor de la sinceridad. |               |                   |                   |

Tabla 27. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Valores.

| <b>Variable de análisis: Sentimientos</b>   |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Vulnerabilidad  | Vul           | 2                 | 11.11%            |
| Empoderamiento  | Emp           | 5                 | 27.77%            |
| Incomodidad   | Inc           | 1                 | 5.55%             |
| Preocupación  | Pre           | 1                 | 5.55%             |
| Inseguridad   | Ins           | 1                 | 5.55%             |
| Agradecimiento  | Agt           | 2                 | 11.11%            |
| Irritabilidad   | Irr           | 2                 | 11.11%            |
| Nostalgia   | Nos           | 1                 | 5.55%             |
| Felicidad   | Fe            | 1                 | 5.55%             |
| Frustración   | Fr            | 1                 | 5.55%             |
| Inconformidad   | Inc           | 1                 | 5.55%             |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 27.77% sentimientos de poder, es decir, empoderamiento. |               |                   |                   |

Tabla 28. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Sentimientos.

De acuerdo con el análisis, las mujeres proyectadas a través de las representaciones femeninas de *The Bold Type* tiene en sus interacciones con los demás ya sean hombres o mujeres, sentimientos (en un 27.77%) y actitud de poder (27.77%), son mujeres empoderadas específicamente desde su trabajo. Sin embargo, tampoco se muestran como super mujeres que tiene que poder con todo, sino que son empoderadas desde su trinchera, desde donde pueden, reconociendo también que el trabajo en equipo y ayudándose de las personas cercanas les permite hacer un mejor trabajo. Así mismo, son mujeres que buscan compartir su sentir en un 27.77% con los demás y por lo mismo el valor que más las distingue es la sinceridad con un 38.88% en sus interacciones, tiene voz y la comparten con el resto. Para acompañar su sentir hace uso de gestos, ademanes y movimientos en un 38.88%, los movimientos son diversos de acuerdo con la personalidad de cada una de las mujeres, alguien que las actitudes y sentires, pero el poder es el que más destaca en ellas. Cabe señalar, que el ser empoderadas no las dota de actitudes masculinas, por el contrario, muestran una parte humana, sensible e incluso en algunas amorosa. El destacar por su trabajo no las hace duras o groseras.

En un 38.88% mantiene la distancia personas en sus interacciones, de manera que no invaden el espacio de las demás y solo con las personas de su círculo cercano es que se permiten tener mayor contacto físico. En un 83.33% no se enfrentaron a patrones violentos en sus interacciones, sin embargo, en acciones indirectas especialmente de parte de los hombres se enfrentan la minimización de su trabajo e invalidación de su opinión, por lo que estas mujeres buscan más mostrar y defender su trabajo, así como hablar y compartir sus sentires y opiniones.

Para comunicarse con los demás hacen uso de un tono suave en un 38.88% y en 61.11% uso de lenguaje casual, por lo que su poder no las lleva a comportarse mal con los demás, al contrario, se comunican de buena manera, aunque no de una forma muy formal, pero tampoco informal, sino respetando a los demás de manera amigable.

En cuanto a su aspecto o imagen, son mujeres que se visten de forma casual en un 44.44%, es decir, no usan atuendos de gran gama o que una mujer no podría

utilizar en la vida diaria, lo que combina con el uso de un peinado y maquillaje natural usado en un 50% de sus interacciones. Sus accesorios les brindan un poco de la presencia de su imagen con un uso de 22.22% de accesorios sofisticados y juveniles, señalando que los personajes oscilan en su década 20 de edad.

Como conclusión, las representaciones femeninas de *The Bold Type* son diversas, ya que tan solo en los 3 personajes principales analizados, se encontraron varias diferencias. Sin embargo, estas mujeres coinciden en el empoderamiento que proyectan desde su trabajo, desde su esfuerzo y su forma de ser. Buscan no solo empoderarse a ellas, sino apoderar a las demás mujeres, así como deconstruirse en la conciencia de que las mujeres no son perfectas al igual que ningún ser humano, y, por ende, sus actitudes y comportamientos son continuamente analizados entre ellas para poder cambiarlos de forma que ni afecten a los demás, al contrario, los apoyen. Conocen el alcance y poder que tienen para llegar a otras personas desde su trabajo y por ello hacen lo que pueden desde su trinchera para mostrar el poder femenino. Otro punto para señalar es que no hacen menos el trabajo de sus compañeros varones, al contrario, se establece límites con ellos para que entre ambos géneros pueden llevar buenas relaciones.

En estas mujeres representadas no se dota un aspecto o imagen en específico a seguir, las mujeres son diversas en físico y buscan proyectarlas de manera natural para una aceptación de las mismas.

Si algo destaca en las mujeres de esta serie es romper estigmas de la sociedad sobre las mujeres, empoderar a las mujeres a través de su trabajo y amor propio, compartir su sentir para que el género masculino pueda conocer la situación a la que se enfrentan, la amistad y apoyo entre mujeres como principal impulso del género femenino, el establecimiento de límites en sus relaciones, el seguir sueños siendo conscientes de los límites que tenemos como seres humanos y poder tener puestos altos en un trabajo sin dotarse de características masculinas o grotescas, una mujer sensible puede tener perfectamente una dirección o empresa a cargo. Así como también considerar la deconstrucción desde las mismas mujeres para proyectarlo en los círculos cercanos y así se vaya desencadenando a llegar a la sociedad.

### ***Representaciones Femeninas con Poder***

Las representaciones femeninas de *The Blod Type* no difieren en gran manera a la representación femenina de la mujer moderna realizada en muchos otros contenidos, pues busca empoderar a la mujer específicamente desde ámbitos laborales y sexuales. Sin embargo, hay una evolución de los personajes femeninos que había pedido la audiencia por mucho tiempo y es el mostrar a diversas mujeres o diversas formas de vivir la feminidad y se empoderan desde donde están paradas. En este caso, por ejemplo, las 3 protagonistas son empoderadas en su trabajo, aunque en distintas áreas laborales, Sutton desde la moda, Jane desde la creación de artículos y Kat desde las redes sociales y los temas sociales.

Sutton se empodera en la creación de conjuntos de moda que la llevan a destacar a la larga en su trabajo y a crecer profesionalmente hasta llegar al puesto deseado, Sutton defiende su trabajo y busca mostrarlo a los demás. El crecimiento personal a través de la moda no es su única forma de empoderamiento, sino que a través de la creación de conjuntos para las demás personas ya sean modelos, artistas o mujeres de la vida cotidiana, busca empoderarlas y hacerlas sentirse cómodas consigo mismas, por lo tanto, no solo se empodera ella, sino que desde su área busca empoderar a las demás mujeres.

Además, también es una mujer que destaca por su empoderamiento sexual, emocional y sobre su cuerpo, las tres partes, así como la primera mencionada, tienen impacto en sus relaciones interpersonales. Su empoderamiento sexual la lleva a conocerse ella misma y vivir su vida sexual activa sin ningún tipo de tabú, su empoderamiento emocional la lleva a establecer límites en sus relaciones y poner en orden sus prioridades de vida, por ejemplo, el priorizar su crecimiento laboral ante relaciones interpersonales que no la permitían crecer como quería. Y finalmente el empoderamiento de su cuerpo la lleva a reconocer que las decisiones sobre lo que sucede en el solo le competen a ella, por ejemplo, cuando se da cuenta que no quiere tener hijos.

Jane Sloan es empoderada laboralmente desde la dirigencia de su propia columna, escala tanto en la redacción de artículos que logra llevar a obtener una

propia columna de opinión en la revista, por lo tanto, es empoderada a través de su voz, porque le da voz a muchas personas y temas que necesitan ser visibilizados en la sociedad, como lo son el abuso de mujeres, temas de salud y sexualidad. A través de sus artículos ella no solo da voz para concientizar, sino también para acompañar a quienes se sienten identificadas y empoderar a esas mismas mujeres para pasar por la situación en la que están viviendo, así como también reconocer el trabajo de muchas otras.

Fuera de lo laboral, Jane es empoderada a través de 3 puntos, la deconstrucción, la sexualidad y la salud. El primero es un proceso de deconstrucción de sus mismos ideales lo que la empodera porque empieza a tener un panorama más completo de las situaciones, empieza a conocerse a si misma y sobre todo a establecer límites en sus relaciones interpersonales para no permitir situaciones que la lastimen principalmente emocionalmente. Desde la sexualidad se empodera conociéndose y rompiendo tabúes que existían en su mente y que la limitaban a vivir de forma plena su sexualidad. Y, por último, en la salud es empoderada al animarse y tomar conciencia de la importancia de los chequeos y pruebas en relación con el cáncer de mama, lo cual busca compartir con las demás mujeres para que se animen a normalizar y no tener miedo de hacerse las pruebas como método de prevención y tomar acciones como método de tratamiento.

Finalmente, Kat se empodera desde su voz en el trabajo pues es consciente del alcance que tiene con las redes sociales de la empresa, por lo que da voz a muchos temas sociales específicamente de grupos vulnerables y son necesarios de poner en la mesa. Su juventud también lejos de tomarla como debilidad o falta de experiencia, la dota de conocimientos y habilidades que le permiten comprender más a las generaciones nuevas y por ende realizar su trabajo de manera eficaz. A través de la visibilización de abuso de derechos en grupos vulnerables y la mejora de los derechos de los mismos, es que ella se va empoderando, empoderar a los demás y hacer justicia para los demás son temas que a ella la van haciendo crecer y sentirse realizada, ella se empodera a través de la ayuda brindada.

De igual forma, Kat experimenta su poder femenino en la sexualidad y el autoconocimiento. La primera se muestra desde el reconocer sus preferencias sexuales y conocerse desde su bisexualidad, así como también en la manera de relacionarse con personas de su mismo sexo luego de conocer sus preferencias. El autoconocimiento también va de la mano con eso, en descubrir quien es y aceptarse como es, no solo con referencia a sus preferencias sino también con referencia a su bi-racialidad al ser una personal americana y afroamericana.

Estas mujeres coinciden en el empoderamiento que proyectan desde su trabajo, desde su esfuerzo y su forma de ser. Buscan no solo empoderarse a ellas, sino apoderar a las demás mujeres, así como deconstruirse en la conciencia de que las mujeres no son perfectas al igual que ningún ser humano, y, por ende, sus actitudes y comportamientos son continuamente analizados entre ellas para poder cambiarlos de forma que no afecten a los demás, al contrario, los apoyen. Conocen el alcance y poder que tienen para llegar a otras personas desde su trabajo y por ello hacen lo que pueden desde su trinchera para mostrar el poder femenino.

Otro punto importante para destacar de las tres representaciones es que su muestra de empoderamiento no las posiciona a tener ciertas características para poder proyectarlo, es decir, estas mujeres son empoderadas, pero sin perder su feminidad, sin perder sus emociones. Así como también, su aspecto, ya sea en vestimenta, maquillaje y accesorios, no se relaciona como la fuente principal de su empoderamiento, la fuente principal son sus cualidades, capacidades y su trabajo. El aspecto pasa a plano personal, a ser decisión de ellas mismas como se quieren ver, e inclusive se dotan de un aspecto natural lejos de dotarse con exceso de maquillaje y atuendos llamativos, apuestan por reforzar la imagen natural de la mujer en la vida diaria. Sin embargo, para ocasiones o eventos específicos, las féminas de la serie presentan un aspecto más cuidado y arreglado. La imagen de las mujeres de *The Bold Type* no se considera una razón que tenga que tener repercusiones sociales o se necesaria para desenvolverse en sus relaciones interpersonales o laborales en su día a día, solo es reflejo de uno mismo.

Las tres representaciones femeninas de *The Bold Type* son empoderadas desde distintas trincheras y maneras, pero lo que queda claro es que el principal punto de los personajes femeninos es mostrar el empoderamiento femenino que las mujeres están teniendo en la vida real, en las situaciones reales. Tal como lo menciona Lara (2008) haciendo referencia a la teoría del cultivo de Gerbner, la cultura de la sociedad y la forma en que ve el mundo la sociedad construyen las representaciones sociales y estas representaciones social construyen la forma de ver el mundo. Es decir, en este caso el empoderamiento que está creciendo cada vez más en las calles, escuelas, oficinas, casas, áreas deportivas, etc., de la vida diaria de las mujeres se ve reflejado en las representaciones femeninas que se hacen en los medios y estas representaciones femeninas empoderadas impulsan el empoderamiento femenino en las mujeres que consumen los contenidos para que ellas lo proyecten en su día a día.

El campo de representación del que habla Mora (2002) establecido en la teoría de Moscovici de las representaciones sociales, es decir, el aspecto que se da a lo representando, en este caso, el aspecto que se le da a las mujeres proyectas en contenidos se ha tornado a mostrar el poder femenino, este se está convirtiendo en lo esencial que debe existir para representar a una mujer, un poder que se puede mostrar de muchas maneras y desde distintas trincheras. El mostrar este empoderamiento femenino es un reflejo de las mujeres empoderadas de la vida real, pero también es una manera de cultivar este pensamiento en las mujeres para empezar a posicionarlas de mejor manera en la sociedad, tratando de eliminar las barreras que les impiden tener una igualdad de derechos e incluso de disminuir la violencia en la que viven.

### ***Relaciones Interpersonales en The Bold Type***

Las relaciones interpersonales de las representaciones femeninas de *The Bold Type* están caracterizadas por el establecimiento de límites y la comunicación abundante en ellas. En el análisis se observó que las relaciones interpersonales que establecían los personajes femeninos de *The Bold Type* no diferían de gran manera si se establecían con un hombre o con una mujer, eran pequeñas las diferencias

presentadas de acuerdo con el género de su receptor. Sin embargo, las tres mujeres de la serie cuando interactuaban con hombres tendían más a defender su trabajo y en interacción con mujeres mostraban de mayor manera una mayor cercanía que con los hombres tanto en contacto físico, movimientos, gestos y ademanes, tono de voz incluso en el lenguaje usado. Cabe señalar que tampoco es que no muestren contacto físico con los hombres, o que les hablen fuerte o les hablen solo de manera formal, no, con ellos también establecen cercanía, pero tiende a ser de mayor forma con mujeres.

Así mismo, en cuanto a patrones de violencia, la mayoría que se llegan a presentar para las representaciones femeninas en sus interacciones son violencia de tipo psicológica y laboral, haciendo menos su trabajo, apropiándose de sus creaciones, etc. Es por ello que las representaciones femeninas comienzan a establecer límites en sus relaciones interpersonales.

En cuanto a la comunicación, las tres mujeres de la serie, específicamente Jane, comprende la importancia de hablar las cosas para llegar a acuerdos en las relaciones con las demás personas, por eso siempre busca compartir su sentir y su postura con quien interactúe. Es importante señalar que lo hace de mayor forma en su interacción con hombres pues comprende que un hombre necesita de un mayor contexto en forma de conversación para entender diversos procesos femeninos que alguna otra mujer puede entender fácilmente.

Si bien lo que se destaca de las relaciones interpersonales, es que las representaciones femeninas ponen límites en estas, ya sea con hombres o mujeres, siempre establecen límites para funcionar de mejor manera en el trabajo, en relaciones amorosas, en amistades o simplemente para comunicarse e interactuar de mejor manera con otras personas. Estos límites se observan principalmente en relaciones amorosas y laborales, pues al tener un mayor desenvolvimiento las representaciones femeninas en esos ámbitos, es en donde se llegan a presentar algunos patrones de violencia, especialmente psicológica, por lo que los límites permiten que estos personajes femeninos establezcan una línea a no pasar para no violentarlas o romper relaciones interpersonales por problemas.

Así como lo establece Moscovici (1979) las representaciones sociales que hacen los medios de comunicación tienen un papel muy importante porque son los principales transmisores de valores y creencias, por lo que la manera en como manejan las relaciones interpersonales esas representaciones sociales tendrán una gran transmisión a la sociedad en el manejo de su relaciones interpersonales, se vuelve un espejo de la forma de socializar en la sociedad y la forma en que se socializa de acuerdo con lo proyectado en los medios, este dotará de características al primero, pues como lo dice Gerbner en su teoría del cultivo, el patrón repetitivo de lo representado lleva a que sea normalizado en la vida real, en este caso, el patrón repetitivo del establecimiento de límites por parte de las mujeres de la serie en sus relaciones interpersonales, llevará a que las mujeres de la vida real normalicen el establecimiento de límites en sus relaciones y lo apliquen en su vida diaria para tener un mejor manejo de sus relaciones y no permitir situaciones con las que no estén conformes como lo son las situaciones de violencia.

Las redes de apoyo son de gran importancia de igual manera en la serie, se muestran desde la amistad hasta las redes de apoyo en el trabajo en la lucha por un mismo ideal, como es el caso de Kat cuando se alía con una chica de ideales completamente distintos a los de ella pero que buscan un bien común, la lucha de los derechos de las mujeres lesbianas y bisexuales. Estas redes entre mujeres para lucha por temas de mujeres y apoyarnos en el proceso, no son más que un reflejo de la sororidad que existe y comienza a existir cada vez más en la sociedad, esto se ve representado de esta manera a través de las redes de apoyo de las mujeres de *The Bold Type*, pero también se proyecta en el cultivo de creación de redes entre mujeres en la sociedad, de la implementación de interacción con las demás a través de la sororidad.

### ***Mujeres Humanas y Diversas***

Mostrar representaciones femeninas diversas es el principal punto que destaca de la serie *The Bold Type* en comparación con otros contenidos, si bien no puede abarcar toda la diversidad de mujeres existentes en el mundo, sí presenta diversidad en todos

los personajes femeninos de la serie, especialmente en las tres protagonistas, son tan diferentes entre ellas y no por eso dejan de ser una red de apoyo.

Kat destaca por su juventud, impulsividad, su consciencia social, su bisexualidad y su capacidad de análisis. Jane destaca por ser calculadora, por atreverse a hablar, por darle voz a las mujeres, por la deconstrucción, por su valentía en temas de salud y por tener tintes un tanto de mente cerrada. Sutton destaca por su esfuerzo, por la búsqueda de vocación, por su inteligencia emocional, por su escucha, por el manejo de sus relaciones interpersonales y el establecimiento de sus prioridades. Las tres representaciones de mujeres de la serie son muy diferentes, unas más alocadas otras más relajadas, unas con mayor control de emociones otras explosivas, unas hablan más y otras dan su discurso de otras maneras.

El principal conflicto con las representaciones femeninas en los contenidos audiovisuales como se mencionaba en capítulos anteriores es el hecho de que solo se proyecta un tipo de mujer. *The Bold Type* llega a hablar de representaciones femeninas y no solo de representación femenina, dota a las mujeres de diversidad sin perder su parte humana.

En el capítulo del estado del arte, se mencionó que, según los estudios de representaciones femeninas, siempre que se empoderaba a una mujer, específicamente laboralmente se dotaba de características masculinas y grotescas. Las representaciones femeninas de *The Bold Type* de acuerdo con el análisis de contenido realizado destacan por tener como principal valor la sinceridad y la gratitud, ligado a sus sentimientos de poder, sensibilidad, vulnerabilidad, etc. Sí, son mujeres con emociones que son empoderadas y ocupan, en algún punto, puestos directivos. Son mujeres que no tienen que dejar de lado sus emociones o su parte femeninas para poder liderar a un grupo y crecer profesionalmente.

Las representaciones sociales que se crean en los medios, como lo establece Moscovici (1979), tiene estrecha relación con la representación creada en la mente de las personas, y entre ambas se dan forma. Al existir mujeres diversas en la sociedad, la representación femenina que se debe hacer es diversa y esta

representación tendrían un impacto enorme en la concepción de la feminidad que hay en la sociedad, de manera que se rompan estereotipos del cómo debe ser una mujer. *The Bold Type*, refleja esta diversidad en sus representaciones que podría llevar a romper estereotipos sobre la existencia de solo una forma de ser mujer.

Como lo establece la teoría de las representaciones sociales, las representaciones sociales son construidas por la sociedad y para la sociedad. De tal manera que deben ser fieles a la sociedad y tener un impacto en la mejora de la misma, mismo impacto reflejado en la socialización, pues es la ventana de la influencia que tiene las representaciones sociales, en este caso, femeninas, de los medios.

Existen diversas formas de ser mujer en la vida real, todas las vivimos a nuestra manera y eso es lo que se tiene que reflejar en los contenidos audiovisuales, mujeres diversas. Como también se mencionó anteriormente, los contextos son importantes, pero los contenidos deben empezar a trabajar en representaciones que rompan fronteras, pues el consumo de los productos audiovisuales ya lo hace.

### **Resultados del Grupo Focal**

Para realizar este grupo focal, como se mencionó en el apartado metodológico, se invitó a participar a 5 jóvenes chignahuapenses del sexo femenino que ya hubieran visto la serie *The Bold Type* y oscilaran entre los 20 y 25 años. Se invitó a una chica de más por si alguna falta. El focus group se realizó el jueves 13 de abril de 2023 de forma online y los resultados fueron los siguientes:

#### ***Socialización de la Feminidad***

El “ser mujer” abarca más que solo las diferencias de órganos reproductores masculinos y femeninos, conlleva un significado más profundo que sin embargo la mayoría de la sociedad no sabe explicar, la feminidad es algo que todas las mujeres viven de forma diferente, no existen una lista o instructivo de “cómo ser mujer”.

Las participantes de grupo focal consideran que no hay una definición específica y que de hecho es un término que tiene su peso de forma social, es en la interacción con la sociedad y en la forma de la sociedad que busca dotarse de un

significado para la creación de categorizaciones. Lo que sí se destaca es que por la época en la que estamos, en pleno siglo XXI, ser mujer es lucha y es revolucionario, ser mujer en la actualidad lleva a las féminas a luchar por sus derechos y pelear por su libertad. Las jóvenes chignahuapenses coinciden en eso y lo ven reflejado en la lucha de las mujeres que las rodean día a día.

El ser mujer, la feminidad, es algo que nadie tiene bien definido, pues la feminidad se vive de formas diversas, es una lucha entre lo que una mujer cree que es y lo que la sociedad le dice que debe ser una mujer a través de las representaciones femeninas dominantes establecidas en la mente de la sociedad y los estereotipos que han contribuido a la creación de las mismas. María, participante del grupo focal lo dice de la siguiente manera “ser mujer es una contradicción entre lo que soy, entre lo que lucho por ser, pero también en lo que otros dicen que soy” (María, 2023).

Esto va de la mano con la generación de las representaciones sociales, como lo dice Araya (2002) haciendo referencia a teoría de las representaciones sociales, estas representaciones son una reconstrucción mental de la realidad y se construyen considerando la cultura compartida de manera colectiva, es decir, se construyen con base en los ideales de la sociedad.

En este caso, la representación femenina, el concepto sobre ser mujer que tiene la sociedad se ha ido creando conforme los ideales de la sociedad y la socialización de los mismos, esa representación es una estandarización de lo que debería ser una mujer acorde con los ideales de la sociedad. La imagen que tiene la sociedad sobre la feminidad está en constante cambio, especialmente la sociedad está cambiando también de manera constante y los ideales no reinan ya manera hegemónica, que si bien, pueden existir aun los que estén establecidos con mayor fuerza, la rebelión de ideales aporta la diversidad de pensamientos y con ello la forma de vivir, en este caso la forma de vivir la feminidad, ser mujer se ha dotado de diversidad y rebelión por sus derechos.

Según Moscovici (1979) las representaciones sociales, ya sea las imágenes que se forma en la sociedad o las que se proyectan en los medios, necesitan de socialización para ser creadas, pues es en la interacción con los demás, con la sociedad, que se llega a establecer una conciencia colectiva que permita crear representaciones a través de sus creencias, valores e ideas, es por ello que si bien, en el focus group las jóvenes dijeron que resulta difícil definir feminidad, ellas han adquirido conocimientos sobre ella y han aprendido a vivirla a través de su interacción con las demás mujeres.

El principal sitio de donde las chignahuapenses han aprendido a vivir su feminidad es de las mujeres su nuestro entorno, tanto amigas, familia, profesoras, artistas, etc. Y tiene relación con lo establecido por Moscovici (1979) en su teoría, la interacción entre la sociedad a través de la socialización y la interacción con las representaciones de los medios para convertirlas en socialización interpersonal, contribuyen a formar conductas y visiones del mundo.

También un punto que se resaltó en el grupo focal es la apertura del concepto feminidad que se tiene al salir del lugar de origen, pues la socialización comienza con personas que tiene nuevos o diferentes ideales y compartir su visión con ellas, como lo dice Lizbeth participante del grupo focal “para mí fue un abrir de ojos cuando yo entré a la universidad y ver la diversidad con la que se expresaban y pensaban en mis compañeras, son temas que yo nunca había como abierto mi mente o no había reaccionado eso” (Lizbeth, 2023).

Así mismo, en el manejo de sus relaciones interpersonales, las jóvenes chignahuapenses han aprendido a establecer límites con las personas que se relacionan, amigos, pareja, familia, etc., y ser selectivas las mismas, pues los pensamientos proyectados por la representación cambiante de la feminidad y la época en la que vive, las ha llevado a usarlos como medio de prevención de violencia y protección para ellas mismas. Pero también, la misma diversidad de representaciones sociales existentes las ha hecho respetar la diversidad y, por ende, respetar la existencia de diversas formas de pensar, aunque no coincidan con las suyas.

De igual manera, las presentaciones femeninas en los medios han aportado a la formación de su feminidad, aunque en menor escala que las personas de su entorno, sin embargo, las ha preparado para temas que generalmente no se conversan o son considerados tabúes. Como lo dice Ixchel, integrante del grupo focal “la mediaticidad me ha ayudado también a, pues, a reaccionar de algunas formas o a resolver algunas situaciones que, pues a lo mejor yo no estaba preparada para resolverlas” (Ixchel, 2023).

### ***Feminidad y Medios***

Como lo explica la teoría del cultivo de Gerbner, los medios tienen gran influencia en la percepción de las personas y su modo de ver el mundo cuando la audiencia se expone de gran manera al contenido de los medios. La influencia se da de forma acumulativa, de manera que los ideales proyectados en los medios deben de consumirse manera repetida para un gran tener impacto en la percepción de la sociedad.

Las chignahuapenses consumen en mayor medida redes sociales debido a que es en donde pasan más tiempo, sin embargo, los mass media consumidos son muy variados de acuerdo a las preferencias y necesidades de cada una. Algunas consumen más podcast, otras cine y otras plataformas de streaming, que va muy de la mano con el cine y la televisión en uno solo.

El contenido que consumen impacta principalmente en la percepción que tiene sobre las cosas, pues el contenido les abre la mente a través de temas que no conocían y a través de contraste con otras culturas, como lo dice María, integrante de focus group “y también consumo, pues mucho contenido asiático, de que dramas y así, pero quiero decir que es bueno porque precisamente te permite ver cómo es una cultura y tú la puedes contrastar con la tuya” (María, 2023).

Centrando esa influencia en las representaciones femeninas, las jóvenes chignahuapenses destacan que diversos personajes femeninos de los contenidos han consumido, han tenido influencia en ellas, tanto en formas de vestir, maquillarse,

como también en perspectivas de situaciones, comportamientos y la forma en cómo se relacionan con los demás

La influencia provocada a través de las representaciones femeninas suma a la construcción de su forma de ser mujer, sin embargo, tanto puede haber influencia positiva que les abra la mente y las ayude a buscar posicionarse de mejor manera en la sociedad ayudando a los demás y creciendo personalmente, como también puede haber influencia de perjudique sus relaciones con compartiendo y actitudes desagradables, como lo destaca Alexa, participe del grupo focal:

Hay cosas que uno adopta y que a lo mejor no son del todo correctas y unas a veces no nos damos cuenta. Hay otras cosas que, pues nos aportan mucho y nos ayudan a deconstruirnos y también aventurarnos, que es lo más importante (Alexa, 2023).

Esto se relaciona con lo establecido en la teoría de las representaciones sociales que apunta a que justo las representaciones influyen en la sociedad para interiorizar la visión y adaptarla a su vida. Esto pasa con la influencia que las jóvenes chignahuapenses tiene de las representaciones femeninas de los medios, adaptan de estas formas de lucir, de verse, de comportarse y de pensar de acuerdo con las representaciones de los medios. Tal como lo dice Diana, participante del focus group:

También en todo lo que veo, en series, k-dramas, las protagonistas son muy buenas y a veces pues uno quiera o no pues hay cosas que sí, sí, afectan como nuestra personalidad o nosotros lados las adoptamos, más bien dicho, que decimos, ah, eso me gusta. Y si ese personaje no es malo, entonces lo adoptamos, nos gusta. De hecho, hay ocasiones hasta en las que me dicen, oye, qué bonito que digas esto o qué bonito que hagas esto o qué bonito tu vestuario y tú de ah, sí, sí, gracias, es de un personaje de un drama, jaja. Pero, o sea, sí como que en esa parte es en donde influye más en mi persona (Diana, 2023).

Esta influencia reflejada de gran manera en formas de hablar, vestirse o comportarse es resultado ser espectadoras duras del contenido, es decir, de una

exposición prologando al consumo de los contenidos como lo establece Lara (2008) al mencionar la teoría del cultivo de Gerbner, en este caso a la exposición ardua como lo mencionan las chignahuapenses, especialmente de series y k-dramas.

Las chignahuapenses experimentan el cultivo de las representaciones femeninas de los contenidos a través de formas de pensar, actuar, pensar y lucir, generando estos contenidos una idea dominante de su feminidad de acuerdo con lo establecido en sus personajes femeninos, deconstruyendo sus ideales o percepciones para la implementación de nuevos pensamientos que según lo cultivado pueden llegar a mejorar la sociedad.

### ***Concepción de las Mujeres en The Bold Type***

Las representaciones de *The Bold Type* tiene diversas opiniones en su audiencia, en este caso, las chignahuapenses presentaron concepciones distintas de estas representaciones, pues si bien se reconocer la importancia de presentar parcialmente la diversidad femenina existente y mostrar personajes femeninos que evolucionan constantemente a través de la socialización y deconstrucción, la diferencia del contexto ambiental de serie y el de las chignahuapenses las hace sentirse como representaciones lejanas. Como lo dice María, participe del grupo focal:

El contexto en donde viven las protagonistas, pues es uno completamente distinto al que en el que viven las personas que lo consumen. Es decir, pues yo soy de México, de Chignahuapan, ¿no? Entonces yo consumo este tipo de contenido y puede ser un tanto alejado, o sea la representación que hacen puede ser que los temas sean, son los mismos a allá y aquí, los mismos temas, las mismas complicaciones y demás. Pero sigue siendo una representación un tanto alejada de mí (María, 2023).

Sin embargo, a pesar de esta nota sobre la diferencia de contextos, se consideró también la relevancia de mostrar a mujeres diversas, mujeres que se construyen y deconstruyen como las mujeres de la vida real. Esta comparación en relación con la diversidad femenina presentada en la serie se hizo en relación con el

contenido de consumo que han hecho las mismas participantes, como fue el caso de Lizbeth al decir:

“Las representaciones femeninas que vimos en a lo largo de la serie son un tanto distintas a lo que normalmente consumo, porque no sólo te muestran a una sola persona viviendo su feminidad y el proceso de conseguir lo que quieren, sino que te muestran, por ejemplo, en este caso, a las 3 protagonistas. Y entonces, cada una de ellas atraviesa por diversos procesos, cada uno diferentes” (Lizbeth, 2023).

La opinión sobre las representaciones femeninas de *The Bold Type* que tiene las chignahuapenses corresponde al punto de análisis de las representaciones sociales de Moscovici (1979) llamado actitud. La actitud en el análisis de las representaciones sociales hace alusión a la posición que se toma de lo representado, ya sea favorable o no, y esto determina el poder que tiene la representación social proyectada en la sociedad. En este caso, las chignahuapenses tiene una postura favorablemente parcial de las representaciones femeninas de *The Bold Type* por la diversidad de mujeres presenta, sin embargo, al ser una representación con la que no se conecta del todo al no lograr una postura totalmente favorable pierde poder en la influencia que puede tener en la representación de las mismas.

Las jóvenes chignahuapenses partícipes del grupo focal no llegaron a un consenso sobre la identificación con las representaciones femeninas de la serie, pues si bien unas se sintieron identificadas en cierta forma con los temas y situaciones vividas por los personajes femeninos, otra parte de ellas no se sintieron representadas debido principalmente a la diferencia de contextos, así lo dice María integrante del focus group “yo no me sentí identificada con las protagonistas siento que sí implica mucho esta parte del contexto, también las edades” (María, 2023).

Sin embargo, como se mencionó, hubo quienes a pesar de la diferencia de contextos lograron sentirse identificadas, sin embargo, al reconocer la diferencia de contextos externaron la opción de implementar estas representaciones en contenido mexicano, como lo dice Alexa:

Yo sí me sentí representada en cuestiones de ideología, cuestiones de pensamiento, pero también...son sus contextos un poco diferentes a las situaciones como es Estados Unidos a México. Hay situaciones que vamos a decir que no hemos vivido y que es un poco distinto. Creo que estaría interesante que este tipo de personajes en cuestiones de representaciones femeninas se toquen aquí en México, en los contextos, situaciones que enfrentemos como mexicanos (Alexa, 2023).

Esta propuesta por parte de la joven chignahuapense va de la mano con lo establecido en la teoría de las representaciones sociales, las cuales según Araya (2002) deben ser construidas considerando la cultura de la sociedad, como lo son las creencias, valores, costumbres, ideologías, etc. Existen las ideologías en común entre las jóvenes chignahuapenses y las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* incluso desarrolladas en otro contexto, sin embargo, no se puede considerar una representación total de ellas, pues no se sienten identificadas del todo con la conciencia colectiva proyectada por los personajes, específicamente en cuanto a situaciones que les proporciona el mismo país en que desarrolla, considerando que el ambiente de la serie es de primer mundo.

Sin embargo, los temas puestos en la mesa a través de las representaciones, se consideran una posibilidad de vida, es decir, las jóvenes chignahuapenses no descartan llegar a vivir las situaciones de la serie, pero también reconocen la lejanía existente, como lo dice Jimena, integrante del grupo focal “A lo mejor la representación que hacen sí son a lo mejor situaciones que se pueden llegar a vivir o que las mujeres viven, pero en mi entorno, por ejemplo, ahorita que yo ya estoy laborando, lo siento muy alejado” (Jimena, 2023).

La consideración de la existencia de una posibilidad de enfrentarse a las situaciones que se enfrentan las representaciones femeninas de la serie se llama resonancia de contenidos, mencionada en el marco teórico y es justo una forma de cultivo de los medios de comunicación explicada en la teoría de Gerbner según Lara (2008) al mostrar una realidad que pueden llegar a vivir en cualquier momento los consumidores de contenido, como en este caso, las jóvenes chignahuapenses.

### ***Cultivo de las Representaciones Femeninas de The Bold Type e Impacto Social***

Las representaciones femeninas de *The Bold Type*, aun cuando las opiniones sobre ellas no fueron 100% favorables, tiene un impacto en influencia en las jóvenes chignahuapenses. Esta influencia es conocida como cultivo según López (2020), y como se mencionó en el marco teórico es la influencia acumulativa que impacta en las percepciones y visiones del mundo de los receptores.

En este caso, el cultivo que dejaron las representaciones femeninas de la serie si bien no se presenta en un gran cambio o adopción de comportamientos o actitudes, sí se muestra en influencia de la visión del mundo, como lo establece la teoría del cultivo, las representaciones de los medios de comunicación influyen en la visión del mundo debido a su capacidad de transmisión. En este caso, las representaciones trajeron a la mente de las chignahuapenses temas en los cuales pensar y generar conciencia, como lo dice María participante del grupo focal “me permite conocer más, tener un panorama más completo de lo que sucede, pero también a tener una mirada mucho más crítica sobre estos temas que son importantes” (María, 2023).

Los temas de posicionados en la mente de las jóvenes chignahuapenses varían según los grados de identificación con las situaciones vividas por los personajes, pero destacan: establecimiento de límites en relaciones interpersonales, redes de apoyo, empoderamiento femenino, mujeres diversas y aceptación de sexualidad.

Entre los temas que hubo un mayor cultivo destaca el considerar a una mujer empoderada, también una mujer humana, es decir, el hecho de que una mujer crezca personal y profesionalmente no la lleva a dotarse de rasgos de piedra, o rasgos grotescos por considerar la sensibilidad una debilidad. Al contrario, el cultivo es que se empieza a considerar a la sensibilidad como una cualidad que puede tener una mujer incluso siendo dirigente de un equipo de trabajo, una empresa, etc., y que incluso la puede llevar a desenvolverse de mejor manera al establecer empatía con su equipo de trabajo.

En cuanto al aspecto femenino de la serie, el cultivo en las chignahuapenses se proyecta en considerar la imagen como un tema de expresión personal, es decir, que se visten, maquillan y arreglan a su gusto, para agradarse a sí mismas y no a los demás. Acá no se llegó al querer verse naturales como en las representaciones femeninas de la serie, sino a establecer un balance y elegir lo que prefiere cada una y empoderarse a través de ello.

Otro punto de cultivo es la toma de conciencia de la importancia de las redes de apoyo, de crear comunidades, especialmente entre mujeres, que las impulsen a crecer y les brinden el apoyo y acompañamiento necesario en los procesos. La creación de comunidades puede ayudar a la mejora de la sociedad inclusive posicionando a las mujeres de mejor manera reduciendo la desigualdad de género, para lo que es importante crear redes entre ambos géneros. Sin embargo, las chignahuapenses hacen notar que las redes del mismo género brindan cobijo y seguridad, tal como se proyecta en la serie.

Así mismo, al hablar de redes que desembocan en las relaciones interpersonales, el cultivo fue la conciencia del establecimiento de límites, que si bien, al aplicarlos la chignahuapenses están conscientes de que no se va a erradicar al 100% la violencia de género, si ayuda a prevenirla y disminuirla, especialmente la violencia psicológica y emocional.

Y, por último, el otro tema de conciencia interiorizado a través del cultivo en las chignahuapenses, es que el empoderamiento de la mujer se puede dar en distintos ámbitos, desde distintas trincheras y de diferentes formas. El empoderamiento busca mejorar la posición de la mujer en la sociedad, reducir desigualdades y exigir sus derechos, lo que se puede hacer desde donde cualquiera mujer esté parada, no necesariamente siempre tiene que ser a través de protestas, trabajos exitosos, puestos de poder, sino que también se puede desde casa, sacado adelante a la familia, deconstruyéndose, aceptándose, amándose a sí mismas, cuidando su salud, conociendo su sexualidad, apoyando a las demás mujeres, etc. El poder femenino puede estar en todo siempre y cuando haya una mujer que lo desarrolle.

### **Representaciones de *The Bold Type* y Cultivo en las Chignahuapenses**

El análisis de contenido aplicado a las principales representaciones femeninas de *The Bold Type* mostró de gran manera una diversidad existente entre ellas, entre su forma de vivir su feminidad de acuerdo con su personalidad, gustos, incluso situaciones que viven. Sin embargo, si algo destaca de estas representaciones es no dejar de lado el poder femenino, el cual se percibe de forma instantánea por las chignahuapenses que han visto la serie y que fueron participes del grupo focal realizado en esta investigación. La variedad de formas de mostrar el poder femenino a través de Kat, Jane y Sutton, hace que en las jóvenes chignahuapenses exista una influencia que pongan en su mente la posibilidad de empoderarse desde cualquier trinchera.

Los puntos que se destacan en el análisis de contenido por ser presentados de gran forma a través de las interacciones de los personajes femeninos de la serie, son los mismo puntos que mayor influencia tienen en las jóvenes chignahuapenses: los límites, el empoderamiento, el autoconocimiento y la diversidad.

Sin embargo, el poder que representan las mujeres de *The Bold Type* a través de su diversidad y que las destaca de las representaciones femeninas de los demás contenidos, se ve opacado por la diferencia de contextos existentes entre el ambiente de desarrollo de la serie y el contexto de desenvolvimiento de las jóvenes chignahuapenses, pues hace que las representaciones femeninas se vean lejanas. Cabe señalar que, a pesar de esta lejanía de contextos, no impide que exista una influencia en las jóvenes, que, si bien el cultivo en ellas no se presenta de gran manera, sí logra posicionar temas relevantes en relación la feminidad y sus relaciones interpersonales en su mente.

### **Conclusión**

En conclusión, las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* se engloban de manera general, en su campo de representación, en mostrar a mujeres empoderadas cada una desde su trinchera, sin perder su parte humana, sin masculinizarlas y sobre todo en mostrar mujeres diversas, mujeres que viven su feminidad diferente y no bajo un mismo estándar. Son personajes femeninos

conscientes de sus relaciones interpersonales y los límites que tienen que establecer en ellas para evitar desacuerdos, problemas y violencias. Así como también muestran las redes de apoyo entre mujeres como los principales impulsores del crecimiento y dignificación de las féminas en la sociedad.

Estos puntos que destacan diferentes de las representaciones femeninas comunes en los demás contenidos, son lo que tienen principalmente influencia en las jóvenes chignahuapenses y en su actitud hacia estas representaciones sociales femeninas, pues son los temas que generaron conciencia y reflexión en ellas después de haber visto la serie, esta conciencia o reflexión es el cultivo de las representaciones femeninas en las jóvenes. De manera que a través de la influencia de las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type*, las jóvenes chignahuapenses obtuvieron nuevas perspectivas sobre las formas de vivir su feminidad, desenvolverse en su entorno y manejar sus relaciones interpersonales. Así mismo se destaca la diferencia de contextos existente entre la serie y el lugar donde radican las jóvenes, lo que lleva que la influencia sea más en formas de ver el mundo y no en su forma de comportarse o actuar, pues no existen las mismas situaciones de vida para las representaciones femeninas de la serie, que para las chignahuapenses.

## Conclusiones

Esta investigación que se inició con el objetivo de describir la influencia de las representaciones femeninas de la serie *The Bold Type* en el pensamiento y comportamiento en las relaciones interpersonales de las jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años que se desenvuelven en un ambiente con patrones machistas, conllevó la aplicación de dos técnicas de investigación para su cumplimiento: un análisis de contenido de las representaciones femeninas de *The Bold Type* y un focus group con jóvenes chignahuapenses que ya habían consumido esa serie, justamente para así describir la influencia presentada en el cultivo que las representaciones femeninas tuvieron en las chignahuapenses.

Después de haber realizado el estudio de esta investigación a través de las dos técnicas y tejerlo con la teoría del cultivo de Gerbner y las representaciones sociales de Moscovici, se llegó a la conclusión de que las representaciones femeninas de *The Bold Type* tienen influencia en el pensamiento y comportamiento en las relaciones interpersonales de las jóvenes chignahuapenses de entre 20 y 25 años que se desenvuelven en un ambiente con patrones machistas a través del establecimiento de temas a concientizar y socializar con las personas en su alrededor.

Es decir, la influencia o cultivo obtenido de las representaciones en las chignahuapenses se nota a través de la apertura de mente a nuevas perspectivas o temas que no habían considerado de la forma presentada, como los son las redes de apoyo vitales para lograr el crecimiento personal, el establecimiento de límites en sus relaciones interpersonales para prevenir y evitar violencia, específicamente violencia psicológica y emocional, las diversas formas de vivir su feminidad y el empoderamiento que pueden tener de diversas formas y desde diversos ámbitos.

Si bien, esta influencia en las jóvenes chignahuapenses no llega al grado de implementar o aplicar lo visto en la serie sobre estos temas, sí los posicionan en su mente para concientizar sobre ellos, por lo tanto, se puede decir que como primera instancia tiene influencia principalmente en sus pensamientos más allá de en su

comportamiento. Esta mayor resistencia al cultivo presente solo en la influencia en pensamiento y no tanto en comportamiento, justo como lo dice la teoría del cultivo, se puede considerar porque no se exponen de manera prolongada al mismo mensaje en los contenidos y porque tienen una mayor interacción con personas en su entorno que las lleva a cuestionarse más lo visto, como es el caso de las chignahuapenses al salir de su lugar de origen y entrar a la universidad.

Valdría la pena para futuras investigaciones del tema apuntar por una técnica de investigación de observación, pues es más por la acción, que por las palabras donde se observaría de mayor forma una influencia de las representaciones femeninas de la serie en el comportamiento de las jóvenes chignahuapenses.

Cabe señalar, que la influencia se quedó más en un grado de reflexión de los temas debido a la diferencia de contextos existentes entre el ambiente donde se desenvuelven las representaciones de la serie y el ambiente donde se desenvuelven las chignahuapenses, por lo que sería de gran importancia apostar por la creación de contenidos con contextos mexicanos que busquen representar a las mujeres de formas diversas y tocando temas que las impulsen a continuar con la lucha existente en la sociedad para exigir sus derechos.

Aunque también es importante considerar que cada día los contenidos tienen un mayor alcance y son consumidos de manera global, por lo que es relevante que independientemente del contexto de producción, busquen sumarse representaciones femeninas de diversos contextos que permitan sentirse mayormente identificadas a las mujeres que consumen los contenidos. De igual forma, los consumidores deben ser críticos con su consumo, puesto que por más representaciones que se agreguen a los contenidos nunca se podrán abarcar todas las diversidades.

La hipótesis presentada en esta investigación se cumple parcialmente, pues sí bien las representaciones sociales femeninas de la serie *The Bold Type* llevan a que las jóvenes chignahuapenses, a través del cultivo generado por las representaciones de la serie, se cuestionen sobre su manera de manejar sus relaciones interpersonales, socialización, patrones machistas y de desigualdad de

género con la finalidad de marcar límites y evitar maltrato, se provoca solo un cuestionamiento superficial, debido a que se logra concientizar a las chignahuapenses sobre estos temas, pero no se logra que se cuestionen al grado de buscar un cambio sobre cómo ellas están manejado sus relaciones interpersonales, es decir, se queda meramente en la reflexión y no en un cuestionamiento profundo que las lleve a replantearse su forma de manejar las relaciones interpersonales en su día a día.

Así mismo, más que cuestionarse solo para buscar evitar maltrato y marcar límites, se cuestionan para crecer, para exigir sus derechos, para empoderarse, para reducir la desigualdad de género posicionando de mejor manera a la mujer en la sociedad, es decir, no se queda solo en el punto de evitar maltrato, sino que va más allá pensando en los beneficios generales que puede obtener la mujer en la sociedad. De hecho, opuesto a lo que se esperaba, aunque el contexto machista y de violencia de género está presente en el municipio donde radican las chignahuapenses, este no tuvo impacto ni fue relacionado con la influencia que tuvieron las jóvenes de las representaciones femeninas consumidas a través de *The Bold Type*, aunque esto se pudo haber debido a que la serie presenta un contexto distinto a en el que ellas se desenvuelven.

Un punto importante para destacar es que la experiencia de las jóvenes chignahuapenses de la edad de entre 20 y 25 años presentes en el focus group sobre haber podido asistir a la universidad y salir de su municipio, llevan a que las representaciones femeninas de la serie sean mayormente acetadas debido a corresponden con algunos ideales revolucionarios de la época con los que ellas se han encontrado principalmente al entrar a la universidad. Por lo que sería interesante realizar esta misma investigación con quienes no han tenido la oportunidad de tener el choque de ideales que provoca la universidad y el salir del lugar de origen, pues pudiese ser diferente la reacción presentada ante las representaciones féminas de *The Bold Type*.

Así mismo, otro hallazgo que se encontró es que el contenido que se observó en tendencia de consumo acorde con la investigación es el contenido asiático, que

en los últimos dos años ha cobrado gran relevancia a nivel mundial y del cual las jóvenes chignahuapenses comentan haber tenido influencia. Valdría la pena apostar por un análisis de representaciones femeninas asiáticas y su cultivo en la forma de vivir la feminidad y relacionarse con los demás de las jóvenes chignahuapenses, pues este contenido se podría posicionar como la principal fuente de influencia de contenido audiovisual de las nuevas generaciones en cuestión de representaciones sociales.

Las representaciones femeninas sociales que hacen los medios influyen en las sociedades a través de lo que comunican, sin embargo, para que las nuevas representaciones femeninas que buscan dignificar las representaciones de las mujeres puedan tener un verdadero efecto en la sociedad, es necesario que sean la mayoría de los contenidos los que las manejen, y no la minoría como hasta ahora, pues es la exposición prolongada lo que dará forma a representaciones sociales femeninas dignas que generen una identificación en las mujeres de la vida real, que las representen de mejor manera y sobre todo que las posicionen en un mejor lugar en la sociedad para reducir la violencia y desigualdad de género.

Así como también, es importante, que estas representaciones se creen de manera urgente en contextos como el mexicano, especialmente en contextos como el chignahuapense, donde abunda la problemática de género, pues representaciones originadas y basadas en estos contextos permitirán crear una mayor conexión que muestre a las mujeres diversas formas de vivir su feminidad dignamente y se cuestionen sobre los patrones machistas y violentos que existan en su entorno, principalmente en sus relaciones interpersonales, para desde ahí empezar a generar un cambio que las beneficie, prevenga la violencia y las libere de la opresión.

## Referencias

- Aguado, J. (2004). Introducción a las Teorías de la Comunicación y la Información. Universidad de Murcia. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Álvarez-Gálvez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/1/doc%20trab%202.pdf>
- Ali, A. (2017). Stereotype Representation of Women in Nigerian Films. *Cinej Cinema Journal*, 6 (2), 49-70. <https://cinej.pitt.edu/ojs/index.php/cinej/article/view/166/474>
- Alkan, N. (2016). New Trends in The Representation of Women in Contemporary Media Culture: A Critical Analysis of Three Women Empowering Advertising Campaigns. *Haziran*, 24, 119-123. <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/en/download/article-file/225470>
- Alonso, B. (2021). The Bold Type': la serie de Netflix que necesitas ver este finde. *ELLE*. <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a36205947/the-bold-type-serie-netflix/>
- Alonso, M. (2022). Las 30 mejores series feministas para empoderarnos. *Cosmopolitan*. <https://www.cosmopolitan.com/es/famosos/películas-series/g39168349/series-television-feministas/>
- André, M. y Quispe-Agnoli, R. (2014). Mirada de Mujer: narrativas visuales femeninas y narraciones femeninas de lo visual en el mundo luso-hispano. *Letras Femeninas*, 40 (1), 9-17. <https://www.jstor.org/stable/44733684>
- Araya, S. (2002). Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. FLACSO. <http://www.efamiliarcomunitaria.fcm.unc.edu.ar/libros/Araya%20Uma%20F1a%20Representaciones%20sociales.pdf>

- Arranz, F. (2020). *Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico*. CIMA-Asociación de mujeres cineastas y de medios audiovisuales. [https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/Estereotipos\\_rols\\_y\\_relaciones\\_de\\_genero\\_Series\\_TV2020.pdf](https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/Estereotipos_rols_y_relaciones_de_genero_Series_TV2020.pdf)
- Arredondo Zamora, Paulina (2000). Participación en el Primer Foro Internacional de Mujeres en Radio “Voces de Mujeres”. *IMER / Conmujer, México*, 147-156.
- Babary, A. y Zulfiqar, F. (2015). Historial Analysis of Representation of Media Women. *The Explorer: Journal of Social Sciences*, 1 (1), 5-8. [https://www.academia.edu/12150138/HISTORCIAL\\_ANALYSIS\\_OF\\_REPRESENTATION\\_OF\\_MEDIA\\_WOMEN](https://www.academia.edu/12150138/HISTORCIAL_ANALYSIS_OF_REPRESENTATION_OF_MEDIA_WOMEN)
- Baptista, M., Fernández, C. y Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta Edición. McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Barbosa, R. (2016). As representações sociais do feminino: um olhar sobre a boneca Barbie. *Comunicologia*, 9 (2), 181-192. <https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>
- Bonavitta, P. y De Garay, J. (2011). De estereotipos, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios mexicanos y argentinos. *Anagramas*, 9 (18), 15-30. <http://www.scielo.org.co/pdf/anqr/v9n18/v9n18a02.pdf>
- Bonilla-Jiménez, F. y Escobar, J. (2011). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 9 (1), 51-67. [http://sacopsi.com/articulos/Grupo%20focal%20\(2\).pdf](http://sacopsi.com/articulos/Grupo%20focal%20(2).pdf)
- Bracho, D. (1985). El cine mexicano: ¿y en el papel de la mujer... Quien? *Mexican Studies*. 1 (2), 413–423. <https://doi.org/10.2307/1052047>

- Bustos, O. (1992). Visiones y Percepciones de Mujeres y Hombres Como Receptoras(es) de Telenovelas. *El Colegio de México*, 113-136. <https://doi.org/10.2307/j.ctv5139r7.10>
- Canal 21. (7 de septiembre de 2020). *Violencia contra la mujer*. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=604993886853537>
- Carta Paramétrica. (2017). México, un país machista. *Parametría*. <http://www.parametria.com.mx/estudios/mexico-un-pais-machista/>
- Castillo, J. (9 de marzo de 2022). Da vergüenza que Chignahuapan esté en Alerta de Género: Lorenzo Rivera Nava. *Diario Intolerancia*. <https://intoleranciadiario.com/articulos/municipios/2022/03/09/992935-da-verguenza-estar-en-alerta-de-genero-lorenzo-rivera-nava.html>
- Castro, D. y Lacalle, C. (2017). Representations of female sexuality in Spanish television fiction. *Convergencia*, 75, 45-64. <https://swebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=cac3dbe6-08bc-41a7-b40a-95d445afa081%40redis>
- Centro Virtual Cervantes. (s.f.). Socialización. [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/socializacion.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/socializacion.htm)
- Cibreiro, E. (2015). De "ángel del hogar" a "mujer moderna": las tensiones filosóficas y textuales en el sujeto femenino de Carmen de Burgos. *Letras Femeninas*, 31 (2), 49-74. <https://www.jstor.org/stable/23021587>
- Cobo, R., Esquembre, M. y Galarza, E. (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 818-832. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/58069/1/2016\\_Galarza\\_etal\\_RLCS.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/58069/1/2016_Galarza_etal_RLCS.pdf)

- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2016). *¿Sabes qué es el #Machismo?* Gobierno de México. <https://www.gob.mx/conavim/articulos/sabes-que-es-el-machismo?idiom=es>
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres. (2019). *Declaratoria de Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres para el Estado de Puebla*. Secretaría de Gobernación. <https://alertaporlasmujeres.puebla.gob.mx/images/pdf/LD1-DAVGM.pdf>
- Corona, L. y Fonseca, M. (1970). Acerca del carácter retrospectivo o prospectivo en la investigación científica. *Medisur*, 19 (2), 338-341. <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v19n2/1727-897X-ms-19-02-338.pdf>
- Corral, M. y Sandulescu, A. (2022). Representaciones de la figura femenina en el cine español contemporáneo (2010-2020). *Área Abierta*, 22(2), 185-199. [file:///C:/Users/Lizeth/Downloads/rosaiglesias,+185-199\\_corregido.pdf](file:///C:/Users/Lizeth/Downloads/rosaiglesias,+185-199_corregido.pdf)
- Cortina, G. (2002). La política de la representación: La rebelión de las latinas en los mass media. *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, 6, 115-127. <https://www.jstor.org/stable/20641600>
- Culture 21. (2016). Chignahuapan: análisis de la autoevaluación de cultura 21: acciones. Culture 21. [https://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/experts/informe\\_chignahuapan-spa\\_0.pdf](https://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/experts/informe_chignahuapan-spa_0.pdf)
- Data México. (s.f.) Chignahuapan. Secretaria de Economía. <https://datamexico.org/es/profile/geo/chignahuapan>
- De Lauretis, T. (1992). Repensando el cine de mujeres Teoría estética y feminista. *Debate Feminista*, 5 (3), 251-277. <https://pwebebsco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=25&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>

- Díaz-Marcos, A. (2009). La "mujer moderna" de Carmen de Burgos: feminismo, moda y cultura femenina. *Letras Femeninas*, 35 (2), 113-132. <https://www.jstor.org/stable/23024078>
- Farr, R. (1984). Las representaciones sociales. En Moscovici, S. *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Paidós
- Fernández, M. y Méndez, L. (2009). Historia enseñada, cine y mujeres: una tríada a debate. La Aljaba. Segunda Época. *Revista de Estudios de la Mujer*. 13, 147-161. <https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=7eeb76f7-de12-4dae-a5ea-c52b5e12135a%40redis>
- Fernández, P. (2 de noviembre de 2020). La expansión del movimiento feminista en Puebla. *Manatí*. <https://manati.mx/2020/11/02/expansion-movimiento-feminista-puebla/>
- Fregoso, R. (2016). Mujer y cine en América Latina: Proyectando una visión alternativa. Papeles del CEIC. *International Journal on Collective Identity Research*. 2, 1-18. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76547309008>
- García, L. (1998). Mujeres sumisas en el cine mexicano. *Xipe Totek*. 7 (4), 400-404. <https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=1e4ccfac-c677-4747-a50c-b9813ac6cc7f%40redis>
- García, L. (13 de abril de 2016). Las 7 tradiciones de la comunicación. [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=GA99QUY-me4>
- García, N. y Martínez, L. (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Comunicación y Sociedad*, 10, 111-128. <https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=17&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>
- Garrido, R. y Zapsi, A. (2021). Arquetipos, Me Too, Time's Up y la representación de mujeres diversas en TV. *Comunicar*, 29 (68), 21-33.

<https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=28&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>

Gobierno de Puebla. (2021). Declaratoria de Alerta de Violencia de Género Contra las Mujeres en el Estado de Puebla. Informe de Cumplimiento a Enero 2021. <https://alertaporlasmujeres.puebla.gob.mx/images/pdf/INFORMEDAVGMenero2021.pdf>

Gómez, A. (2002). Las representaciones femeninas en el cine hollywoodense. *Hospitalidad ESDAI*, 1, 105-120. <https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=b8ba3fd1-662f-4002-b317-c7a4497446b7%40redis>

Gómez, B. y Lacalle, C. (2016). La representación de las mujeres trabajadoras en la ficción televisiva española. *Comunicar*, 24 (47), 59-67. <https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=20&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>

Gómez-Restrepo y Okuda (2005). *Métodos en investigación cualitativa: triangulación*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34 (1), 118-124. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-74502005000100008](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008)

González, D. (2021). The Bold Type”: 5 razones para empezar a ver la serie ahora que llegó a su final. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/saltar-intro/netflix/series/the-bold-type-5-razones-para-empezar-a-ver-la-serie-ahora-que-llego-a-su-final-hulu-noticia/?ref=ecr>

Guarinos, V. (2008). Mujer y cine en Los medios de comunicación con mirada de género. Instituto Andaluz de la Mujer. 103-120. <https://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2008/14125583.pdf>

- H. Ayuntamiento del municipio de Chignahuapan. (2018). Plan de Desarrollo Municipal 2018-2021. H. Ayuntamiento del municipio de Chignahuapan. <https://planeader.puebla.gob.mx/pdf/Municipales2020/Chignahuapan.pdf>
- Infoamérica. (s.f). George Gerbner. <https://www.infoamerica.org/teoria/gerbner1.htm>
- Instituto de Investigaciones Sociales. (2015). Serge Moscovici. In Memoriam. *Cultura representaciones*, 9 (18). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-81102015000100009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102015000100009)
- Instituto Municipal de las Mujeres de Chignahuapan. (2011). *Programa de igualdad entre hombres y mujeres del municipio de Chignahuapan*. H. Ayuntamiento de Chignahuapan. [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/fodeimm/Chignahuapan\\_Pue\\_proigualdad\\_2012.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/fodeimm/Chignahuapan_Pue_proigualdad_2012.pdf)
- Instituto Municipal de la Mujer. (2019). *Programa Municipal de Chignahuapan para prevenir y atender la violencia contra las mujeres y niñas*. H. Ayuntamiento de Chignahuapan. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwig3qDF0ob6AhWYBUQIHRQPA9EQFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Falertaporlasmujeres.puebla.gob.mx%2Falertamujhist%2Fcomponent%2Fk2%2Fdownload%2F508\\_8edeb059f6e44ff9ebb96477be112e92&usg=AOvVaw1WgpU9Q55jkASpFZ3taWXh](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwig3qDF0ob6AhWYBUQIHRQPA9EQFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Falertaporlasmujeres.puebla.gob.mx%2Falertamujhist%2Fcomponent%2Fk2%2Fdownload%2F508_8edeb059f6e44ff9ebb96477be112e92&usg=AOvVaw1WgpU9Q55jkASpFZ3taWXh)
- Instituto Nacional de las Mujeres. (2005). *Las mujeres y los medios de comunicación*. INMUJERES. 1-16. [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100762.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf)
- Instituto para la Gestión, Administración y Vinculación Municipal. (2022). *Reporte sobre incidencia delictiva Estado de Puebla, Segundo Trimestre*. Observatorio Nacional Ciudadano.

<http://igavim.org/Documentos%20Generados/Reportes/2022%20doTrimIncidenciaDelictiva.pdf>

Krippendorff, K. (1980) *Metodología de análisis de contenido*. Paidós Comunicación.

Kumari, A. (2015). Representation of Women in Media after Globalization.

*ResearchGate*. [https://www.researchgate.net/profile/Archana-Kumari/16/publication/317098935\\_Representation\\_of\\_Women\\_in\\_Media\\_after\\_Globalization\\_Introduction/links/5925e7480f7e9b9979903f08/Representation-of-Women-in-Media-after-Globalization-Introduction.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Archana-Kumari/16/publication/317098935_Representation_of_Women_in_Media_after_Globalization_Introduction/links/5925e7480f7e9b9979903f08/Representation-of-Women-in-Media-after-Globalization-Introduction.pdf)

Lara, K. (2008). *Consumo de televisión y cultura política*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de las Américas Puebla]. 55-81.

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/lara\\_r\\_k/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/lara_r_k/capitulo3.pdf)

Lazo, C. (2008). El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos.

*Comunicar*. 16 (31), 35-40. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15803105>

López, J. (1 de julio de 2020). Teoría del Cultivo | George Gerbner | Teorías de la Comunicación. TeoCom. [Archivo de vídeo]. YouTube.

[https://www.youtube.com/watch?v=8MSNXW\\_6y8g](https://www.youtube.com/watch?v=8MSNXW_6y8g)

López, J. (15 de junio de 2021). Teoría Crítica | Escuela de Frankfurt | Teorías de la Comunicación. TeoCom. [Archivo de vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=n02W3f5Kj2k&t=268s>

López, J. (5 de septiembre de 2022). Paradigmas de las Teoría de la Comunicación. TeoCom. [Archivo de vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=JbSjZZKXAwc&t=282s>

López, L. (s.f.). El cuerpo radical: la representación femenina en el cine y la tv. *Tierra Adentro*. <https://www.tierraadentro.cultura.gob.mx/el-cuerpo-radical-la-representacion-femenina-en-el-cine-y-la-tv/>

Martín, M. (2009). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Análisi*, 38, 151-172.

<https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/142478/194033#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20es%20el%20principal,parte%20del%20objeto%20de%20estudio.>

Mc Phail, E. (2008). Mujeres (ad)miradas y mujeres que miran. *La Ventana*, 3 (28), 191-232.

<https://pwebebsco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=14&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>

Melero, N. (2011). El Paradigma Crítico y los Aportes de la Investigación Acción Participativa en la Transformación de la Realidad Social: Un Análisis Desde las Ciencias Sociales. *Cuestiones Pedagógicas*, 21, 339-355.  
[https://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art\\_14.pdf](https://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art_14.pdf)

Menéndez, M. Isabel (2001). "Una representación invisible: imagen actual de las mujeres en la información", en *Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje. Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación*, 77-96.

Meneses, E. (1976). "Cosmopolitan", una revista para sacar partido a la condición femenina. *El País*.

[https://elpais.com/diario/1976/12/11/sociedad/219106804\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1976/12/11/sociedad/219106804_850215.html)

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, 2, 1-25.

<https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n2/15788946n2a8.pdf>

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.

Nava, A., Tejeda, C. y Ortiz, D. (2017). Un paseo por Chignahuapan, Puebla. Secretaria de Cultura. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/gob/vigia-digital/boletin-1/paseo/#:~:text=El%20pueblo%20de%20Chignahuapan%20es,m%C3%A1s%20de%20sus%20200%20talleres.>

- Navarro, L. (2008). Aproximación a la comunicación social desde el paradigma crítico: una mirada a la comunicación afirmadora de la diferencia. *Investigación y Desarrollo*, 16 (2), 326-345.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/indes/v16n2/v16n2a09.pdf>
- Netflix. (s.f.). The Bold Type. <https://www.netflix.com/mx/title/80176085>
- Nieves, M. y Sandulescu, A. (2022). Representaciones de la figura femenina en el cine español contemporáneo. *Área Abierta*, 22 (2), 185-199.  
<https://doi.org/10.5209/arab.79015>
- Panda, T. (2013). Role of Media on Indecent Representation of Women. *Odisha Review*. 88-91.  
<http://magazines.odisha.gov.in/Orissareview/2013/oct/engpdf/89-92.pdf>
- Pontoriero, A. (2021). Mujeres y Cine. Estereotipos y Rebeliones. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 142, 169-182.  
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/5126>
- Rocher, G. (1990). Introducción a la sociología general. Herder.  
<https://es.scribd.com/document/447409144/Rocher-Guy-Introduccion-a-la-sociologia-general-Herder-pdf#>
- Ruíz, A. (1999). *Metodología de la investigación Educativa*. Grifo Chapecó.
- Ruíz, A. (2018). *La técnica de "focus group": elementos teórico-prácticos*. [Diapositiva PowerPoint].  
[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/123386/1/La%20t%C3%A9cnica\\_d\\_e\\_Focus\\_Group\\_2018.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/123386/1/La%20t%C3%A9cnica_d_e_Focus_Group_2018.pdf)
- Secretaría de Turismo. (2019). Chignahuapan, Puebla.  
<https://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/chignahuapan-puebla/>
- Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública. (2021). *Información sobre violencia contra las mujeres. Incidencia delictiva y llamadas*

- de emergencia 9-1-1, Centro Nacional de Información, 2021.  
<https://drive.google.com/file/d/1Nvhace2unfMepby3Z95uxcJBcF1SSHjf/view>
- Serrano, M. (1981). La influencia social de la televisión: Niveles de influencia. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 16, 39-55.  
<https://doi.org/10.2307/40182966>
- Soto, A. (2013). La crítica fílmica feminista y el cine de mujeres. *ESCENA*, 72 (1), 55-64. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=561158773009>
- Taibo, N. (2021). The Bold Type': todo sobre las chicas que encabezan el reparto de la serie. *Cosmopolitan*. <https://www.cosmopolitan.com/es/famosos/peliculas-series/a35871302/the-bold-type-reparto/>
- Torres, P. (2008). La recepción del cine mexicano y las construcciones de género. ¿Formación de una audiencia nacional? *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 3 (27), 58-103.  
<https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=a79b3658-1d13-4b48-a6e3-a1d164c11ba0%40redis>
- Vázquez, R. (2002). Las representaciones femeninas en el cine hollywoodense. *Hospitalidad ESDAI*, 1, 105-120.  
<https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>
- Vega, A. (2010). La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica. *Comunicación y Sociedad*, 13, 43-68.  
<https://pwebesco.bibliotecabuap.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=12&sid=27347b9c-e3ca-456d-83fa-14d9596fc86d%40redis>
- Watson, S. y Whidden, H. (Productores). (2017). *The Bold Type*. [Serie de televisión]. Estados Unidos de América: Cosmopolitan, The District, Universal Television.

## Anexos

**Tabla 1. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Kat Edison en Interacción con Mujeres.**

| Planilla de datos de análisis de contenido   |  |                        |
|--|--|------------------------|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Kat Edison de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p>   |  |                        |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p> <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> <p>En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla</p> |  |                        |
| Personaje 1 (Kat Edison) en interacción con mujeres  |  |                        |
| Escena   | VARIABLES  | Categorías             |
| <p>Kat decide postularse como consejera de su distrito.</p> <p>Temporada 3, episodio 4.</p>  | <p><b>Vestimenta:</b></p> <p>Vestido largo de noche amarillo con blanco y negro. El vestido es de una tela ligera que permite que se vea casual y no muy formal, además de</p> | <p>Casual juvenil.</p> |

|  |  |            |
|--|--|------------|
|  | <p>incluir pequeños dos pequeños nudos a la altura del pecho y la cintura que le dan forma al vestido.</p> <p>El calzado son unas zapatillas verdes bandera de un tacón medio.</p>   |            |
|  | <p><b>Peinado y maquillaje:</b></p> <p>El cabello tiene rastas y está recogido en una coleta baja.</p> <p>Los labios se presentan en un tono ligeramente rojo y en los párpados se hace uso de una sombra clara brillante.</p> | Elegante.  |
|  | <p><b>Accesorios:</b></p> <p>Aretes circulares medianos de color verde, además del uso de una cartera negra de mano.</p>   | Sencillos. |
|  | <p><b>Tono de voz:</b></p> <p>Fuerte, seguro. Se habla claro y sin titubeo.</p>  | Seguro.    |
|  | <p><b>Lenguaje usado:</b></p> <p>Respetuoso, informal, pero sin palabras altisonantes.</p>   | Casual.    |
|  | <p><b>Actitud:</b></p>   |            |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | Valiente, segura, entusiasmada, feliz, determinada.  | Empoderada.                             |
|  | <p><b>Contacto físico:</b></p> <p>Saludo con apretón de manos.</p> <p>Toque de hombro para señalar.</p>  | Amigable.                               |
|  | <p><b>Patrones violentos:</b></p> <p>No hay.</p>   | Nulo.                                   |
|  | <p><b>Deseos:</b></p> <p>Quiere ser una candidata honesta con lo que es, respetando y aceptado sus ideales. Así como también quiere ser una candidata que ayude a las mujeres y grupos vulnerables a sentirse acompañados.</p> | Ayudar.                                 |
|  | <p><b>Gestos, ademanes y movimientos:</b></p> <p>Ademanes para acompañar la explicación de sus ideas.</p> <p>Levantamiento de cejas ocasional.</p> <p>Baile de manos de más a menos.</p> <p>Toque de cabello.</p>              | Movimientos para acompañar expresiones. |
|  | <b>Valores:</b>  |   |

|   |  |                      |
|---|--|----------------------|
|   | Sinceridad, valentía.  | Sinceridad.          |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Alegría, empoderamiento.   | Empoderamiento.      |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> “Me gusta pensar que soy una mujer fuerte, linda y empoderada, pero también con visión de futuro y mente abierta. Pero hasta ahora no había podido hablar sobre mi aborto, así que si exponerme ayuda, aunque sea a una sola mujer a sentirse menos sola, menos avergonzada y menos culpable, entonces valdrá la pena”. |  |                      |
| <b>Escena</b>   | <b>Variable</b>  | <b>Categoría</b>     |
| Jaqueline (jefa de Kat) recomienda a Kat a hacer su primer despido como jefa de departamento debido a incumplimiento de su personal.<br><br>Temporada 1, episodio 7.  | <b>Vestimenta:</b><br><br>Blusa negra de manga larga con transparencia en la espalda y unos toques en la transparencia de líneas rojas con blanco. Pantalón negro entubado.  | Juvenil sofisticado. |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br><br>Coleta desalineada con unos chinos salidos de la parte frontal izquierda.<br><br>El maquillaje es neutral, labios de un color rosa nude, sombra sutil en los párpados, pestañas enchinadas y cejas arregladas. | Natural.             |
|   | <b>Accesorios:</b><br><br>Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres piercing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande  |                      |

|  |  |                           |
|--|--|---------------------------|
|  | en la mano derecha y uso de celular como accesorio.  | Juveniles y tecnológicos. |
|  | <b>Tono de voz:</b><br><br>Firme y suave.  | Seguro.                   |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br><br>Respetuosos y formal.  | Formal.                   |
|  | <b>Actitud:</b><br><br>Inconforme, molesta.  | Inconforme.               |
|  | <b>Contacto físico:</b><br><br>Nulo, separadas por un escritorio.  | Distancia personal.       |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br><br>No hay, aunque la conversación es un poco subida de tono por ser un regaño.  | Nulo.                     |
|  | <b>Deseos:</b><br><br>Ser una buena jefa de departamento brindando oportunidades de aprender a los que no saben. Así como también ser capaz de enmendar errores debido a incumplimiento laboral. | Ayudar.                   |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br><br>Agacha mirada y cabeza.  |                           |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | <p>Jugar con el celular en las manos.</p> <p>Movimiento de labios apretándolos.</p> <p>Ladeo de cabeza.</p>   | Movimientos para acompañar expresiones. |
|   | <p><b>Valores:</b></p> <p>Sinceridad, valentía.</p>   | Sinceridad.                             |
|   | <p><b>Sentimientos:</b></p> <p>Molestia, preocupación, incomodidad, decepción.</p>  | Frustración.                            |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> "Y quiero ser una buena jefa".  |   |   |
| <b>Escena</b>   | <b>Variables</b>  | <b>Categoría</b>                        |
| <p>Kat tiene una cita en el aeropuerto con Adena mientras esperan a que salga su vuelo.</p> <p>Temporada 1, episodio 9.</p> | <p><b>Vestimenta:</b></p> <p>Playera blanca de tirantes y escote redondo profundo con estampado negro en el centro dentro del torso, pantalones negros de mezclilla pegados y botines negros.</p>   | Juvenil informal.                       |
|   | <p><b>Peinado y maquillaje:</b></p> <p>Cabello recogido en una coleta con risos salidos al frente de ambos lados de la cabeza.</p> <p>En el maquillaje se tiene un brillo sutil en los labios, pestañas enchinadas, delineado sutil y cejas arregladas.</p> | Natural.                                |

|  |  |                        |
|--|--|------------------------|
|  | <p><b>Accesorios:</b></p> <p>Gargantilla de cuero negra con pequeños detalles plateados al frente. Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres piercing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha.</p> | Sencillos y juveniles. |
|  | <p><b>Tono de voz:</b></p> <p>Suave, seguro, amigable.</p>   | Amigable.              |
|  | <p><b>Lenguaje usado:</b></p> <p>Amigable, casual.</p>   | Casual.                |
|  | <p><b>Actitud:</b></p> <p>Amigable, divertida, confiada.</p>   | Amigable.              |
|  | <p><b>Contacto físico:</b></p> <p>Cuerpos pegados hombro con hombro.</p>   | Cercanía.              |
|  | <p><b>Patrones violentos:</b></p> <p>No hay.</p>   | Nulos.                 |
|  | <p><b>Deseos:</b></p> <p>Tener aventuras que la lleven a disfrutar su vida.</p>  | Disfrutar.             |
|  | <p><b>Gestos, movimientos y ademanes:</b></p>  |                        |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>Sonrisas.</p> <p>Manos entrelazadas.</p> <p>Movimientos de cabeza.</p> <p>Vista al frente, hacia otros lugares que no fueran la persona.</p> | <p>Movimientos para acompañar actitudes.</p> |
|  | <p><b>Valores:</b></p> <p>Sinceridad, honestidad.</p>   | <p>Sinceridad.</p>                           |
|  | <p><b>Sentimientos:</b></p> <p>Vulnerabilidad, alegría, atracción.</p>  | <p>Felicidad.</p>                            |

**Tabla 2. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Kat Edison en Interacción con Hombres.**

| <b>Planilla de datos de análisis de contenido</b>  |
|--|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Kat Edison de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p> |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p>   |

Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.

Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.

En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla

**Personaje 1 (Kat Edison) en interacción con hombres**

| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>   | <b>Categorías</b>      |
|--|--|------------------------|
| Kat y Alex charlan sobre la decisión final de Kat al hacer su biografía para su perfil en Scarlet.<br><br>Temporada 2, episodio 2. | <b>Vestimenta:</b><br><br>Saco negro con decoraciones en forma de estrella blancas y hojas verdes. Playera negra debajo del saco y pantalón negro ajustado.  | Juvenil sofisticado.   |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br><br>Cabello suelto, pero con los risos peinados y bien acomodados. El cuanto al maquillaje usa un tono rosa sutil con brillo en los labios, una sombra de ojos rosa sutil, poco rubor, cejas arregladas y pestañas enchinadas. | Aspecto cuidado.       |
|  | <b>Accesorios:</b><br><br>Tres pircing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo de piedra grande en la mano derecha y un anillo sin piedra, pero   | Sencillos y juveniles. |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | grueso de color plata en la mano izquierda.   |   |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Amable, suave.   | Suave.                                  |
|  | <b>Lenguaje usado:</b> Amigable, respetuoso, amable.  | Casual.                                 |
|  | <b>Actitud:</b><br>Agradecida, noble y orgullosa.   | Agradecida.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Choque de puños.   | Amigable.                               |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulo.                                   |
|  | <b>Deseos:</b><br>Agradecer por el apoyo y orientación para aceptarse a sí misma.<br>Mostrar su raza.   | Agradecer.                              |
|  | <b>Gestos, ademanes y movimientos:</b><br>Risa, sonrisas.<br>Manos entrelazadas.<br>Jugueteo con las manos en la mesa y detrás de la espalda. | Movimientos para acompañar expresiones. |
|  | <b>Valores:</b>   |   |

|   |   |                        |
|---|---|------------------------|
|   | Gratitud, sinceridad.   | Gratitud.              |
|   | <b>Sentimientos:</b><br><br>Vulnerabilidad,<br>agradecimiento y felicidad.  | Agradecimiento.        |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> "Soy la primera mujer negra en ser jefa de departamento de Scarlet".  |   |                        |
| <b>Escena</b>   | <b>Variable</b>   | <b>Categoría</b>       |
| Kat se presenta a una junta con los socios de Stafford (inversores de Scarlet) para hablar sobre los números del sitio web.<br><br>Temporada 2, episodio 1. | <b>Vestimenta:</b><br><br>Blusa con estilo de sudadera de color verde, con cierre al frente ligeramente abierto. Pantalón negro y sandalias blancas de piso.  | Juvenil informal.      |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br><br>Cabello recogido en un chongo, en cuanto al maquillaje los labios tienen un tono rosa natural, un poco de rubor, sombra en párpados dorada sutil, cejas arregladas y pestañas enchinadas. | Natural.               |
|   | <b>Accesorios:</b><br><br>Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres piercing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha y dos      | Sencillos y juveniles. |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | anillos sin piedra plateados en la mano izquierda.  |   |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Seguro y confiado.   | Seguro.                                 |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Respetuoso, formal y atrevido.  | Formal.                                 |
|  | <b>Actitud:</b><br>Confiada, segura, atrevida.  | Empoderada.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, distancia de una mesa de juntas.   | Distancia personal.                     |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulo.                                   |
|  | <b>Deseos:</b><br>Expresar los panoramas modernos en las plataformas digitales a las personas mayores de la junta para defender su trabajo. | Defender su trabajo.                    |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Ademanes para explicar el tema.<br>Movimiento de cabeza en desacuerdo.<br>Sonrisa media.          | Movimientos para acompañar expresiones. |

|   |   |                        |
|---|---|------------------------|
|   | <b>Valores:</b><br>Valentía.  | Valentía.              |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Orgullo, confianza, seguridad.  | Empoderamiento.        |
| <b>Escena</b>   | <b>VARIABLES</b>  | <b>Categoría</b>       |
| Kat habla con el dueño de Stafford sobre la cancelación del número más progresista de la revista Scarlet.<br><br>Temporada 4, episodio 1. | <b>Vestimenta:</b><br><br>Gabardina verde militar con un largo debajo de las rodillas, botines color camel, sudadera amarilla con rosa y pantalones de mezclilla entubados.   | Juvenil informal.      |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br><br>Cabello recogido en un chongo hacia arriba.<br><br>En el maquillaje se tiene un brillo sutil en los labios en todo rosa nude, pestañas enchinadas, uso sutil de rubor y cejas arregladas. | Natural.               |
|   | <b>Accesorios:</b> Aretes en forma de arracada cortos, prácticamente pegados al oído en tono plateado. Tres piercing forma de aro en la parte superior del oído izquierdo. Anillo grande en la mano derecha.                  | Sencillos y juveniles. |
|   | <b>Tono de voz:</b><br><br>Suave, dudoso, con titubeos.   | Dudoso.                |

|  |  |                                       |
|--|--|---------------------------------------|
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal, respetuoso.  | Formal.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Desconcertada, insegura, incrédula.   | Desconcertada.                        |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, separación con mesa de juntas.                                    | Distancia personal.                   |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>Invalidación de opinión hacia sus comentarios.                       | Invalidación de opinión.              |
|  | <b>Deseos:</b><br>Evitar que se cancele el número más progresista de Scarlet.                      | Defender su trabajo.                  |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Ceño fruncido.<br>Risa nerviosa.<br>Juego con las manos. | Movimientos para acompañar actitudes. |
|  | <b>Valores:</b><br>Respeto, honestidad.  | Respeto.                              |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Inconformidad, tristeza, desacuerdo, decepción.                            | Inconformidad.                        |

**Tabla 3. Presentación de Resultados KE. Variable Vestimenta.**

| Variable de análisis: Vestimenta |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Sofisticada                      | JS     | 2          | 33.3%      |
| Informal                         | Inf    | 3          | 50%        |
| Casual                           | Cas    | 1          | 16.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% un uso de vestimenta casual informal, siempre con un toque juvenil. Presentando más veces este tipo de vestimenta en interacción con hombres.

**Tabla 4. Presentación de Resultados KE. Variable Peinado y Maquillaje.**

| Variable de análisis: Peinado y maquillaje |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría                                  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Elegante                                   | Eg     | 1          | 16.66%     |
| Aspecto cuidado                            | AC     | 1          | 16.66%     |
| Natural                                    | Na     | 4          | 66.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66% un peinado y maquillaje natural.

**Tabla 5. Presentación de Resultados KE. Variable Accesorios.**

| Variable de análisis: Accesorios |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Sencillos                        | S      | 1          | 16.66%     |
| Juveniles                        | J      | 4          | 66.66%     |
| Tecnológicos                     | T      | 1          | 16.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66%, es decir, más de la mitad, un uso de accesorios sencillos y juveniles.

**Tabla 6. Presentación de Resultados KE. Variable Tono de Voz.**

| Variable de análisis: Tono de voz |        |            |            |
|-----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                         | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Dudoso                            | Du     | 1          | 16.66%     |
| Seguro                            | Se     | 3          | 50%        |
| Suave                             | Su     | 1          | 16.66%     |

|   |   |   |        |
|---|---|---|--------|
| Amigable  | A | 1 | 16.66% |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% un tono de voz seguro, visto de manera más frecuente en sus interacciones con mujeres. |   |   |        |

**Tabla 7. Presentación de Resultados KE. Variable Lenguaje Usado.**

| Variable de análisis: Lenguaje usado  |        |            |            |
|---|--------|------------|------------|
| Categoría   | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Formal  | Fo     | 3          | 50%        |
| Casual  | Cs     | 3          | 50%        |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas un balance entre lenguaje formal en un 50% y lenguaje casual también en un 50%, usando más el lenguaje casual para comunicarse con mujeres y el formal para comunicarse con hombres. |        |            |            |

**Tabla 8. Presentación de Resultados KE. Variable Actitud.**

| Variable de análisis: Actitud  |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Empoderada   | Em     | 2          | 33.33%     |
| Inconforme   | In     | 1          | 16.66%     |
| Agradecida   | Ag     | 1          | 16.66%     |
| Amigable   | A      | 1          | 16.66%     |
| Desconcertada  | Des    | 1          | 16.66%     |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas una actitud empoderada en un 33.33%, englobando la confianza, seguridad y atrevimiento dentro de su empoderamiento. |        |            |            |

**Tabla 9. Presentación de Resultados KE. Variable Contacto Físico.**

| Variable de análisis: Contacto físico  |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Distancia personal   | DP     | 3          | 50%        |
| Amigable   | Am     | 2          | 33.33%     |
| Cercanía   | Ce     | 1          | 16.66%     |
| El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% una distancia personal que marca un contacto físico nulo. Presenta mayor contacto físico cuando interactúa con mujeres. |        |            |            |

**Tabla 10. Presentación de Resultados KE. Variable Patrones Violentos.**

| Variable de análisis: Patrones violentos |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría                                | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Nulo                                     | X      | 5          | 83.33%     |
| Invalidación de opinión                  | IO     | 1          | 16.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 83.33% no es afectada por patrones violentos o acciones violentas de otras personas hacia ella, sin embargo, cuando se presenta se da en su mayoría en la interacción con hombres.

**Tabla 11. Presentación de Resultados KE. Variable Deseos.**

| Variable de análisis: Deseos |        |            |            |
|------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                    | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Ayudar                       | Ay     | 2          | 33.33%     |
| Defender su trabajo          | DT     | 2          | 33.33%     |
| Disfrutar                    | Ds     | 1          | 16.66%     |
| Agradecer                    | Ag     | 1          | 16.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% los deseos de defender su trabajo y en la misma escala, un 33.33% un deseo de ayudar a las otras personas. Específicamente se busca más ayudar cuando se interactúa con mujeres y defender su trabajo cuando lo hace con hombres.

**Tabla 12. Presentación de Resultados KE. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes.**

| Variable de análisis: Gestos, movimiento y ademanes |        |            |            |
|---|--------|------------|------------|
| Categoría   | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Movimientos para acompañar expresiones.             | ME     | 4          | 66.66%     |
| Movimientos para acompañar actitudes.               | MA     | 2          | 33.33%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría, un 66.66%, gestos, movimientos y ademanes para acompañar sus expresiones de entre los que destacan principalmente los movimientos de las manos al hablar.

**Tabla 13. Presentación de Resultados KE. Variable Valores.**

| Variable de análisis: Valores |        |            |            |
|-------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                     | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Valentía                      | Va     | 1          | 16.66%     |
| Sinceridad                    | Si     | 3          | 50%        |
| Gratitud                      | Grt    | 1          | 16.66%     |
| Respeto                       | Re     | 1          | 16.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% el valor de la sinceridad, aunque de mayor forma lo muestra con mujeres.

**Tabla 14. Presentación de Resultados KE. Variable Sentimientos.**

| Variable de análisis: Sentimientos |        |            |            |
|------------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                          | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Inconformidad                      | Inc    | 1          | 16.66%     |
| Empoderamiento                     | Emp    | 2          | 33.33%     |
| Agradecimiento                     | Agt    | 1          | 16.66%     |
| Felicidad                          | Fe     | 1          | 16.66%     |
| Frustración                        | Fr     | 1          | 16.66%     |

El personaje Kat Edison presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría con un 33.33% llega a experimentar el sentir de poder, es decir, se siente empoderada y lo proyecta.

**Tabla 15. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Jane Sloan en Interacción con Mujeres.**

| Planilla de datos de análisis de contenido   |
|--|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Jane Sloan de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p>   |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p> <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> <p>En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla</p> |
| <b>Personaje 2 (Jane Sloan) en interacción con mujeres</b>   |

| <b>Escena</b>  | <b>VARIABLES</b>  | <b>Categorías</b>                     |
|--|---|---------------------------------------|
| Jane gana un Mandy a la excelencia a artículo biográfico por su artículo "Llevar el peso".<br>Temporada 2, episodio 6. | <b>Vestimenta:</b><br>Vestido negro largo, de estilo gala con abertura en la parte formal de la cintura. Tiene medias mangas y un escote en v. Uso de zapatillas.   | Elegante.                             |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto con ondas en las puntas. Los mechones de enfrente están recogidos y bien peinados por la parte de abajo del cabello, generando así una diadema con el propio cabello. Su maquillaje lleva cejas y pestañas maquilladas, un delineado sutil, sombra ahumada, rubor y labial rojo intenso. | Elegante.                             |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Cartera negra de mano, aretes dorados largos con un corazón al final. Pircing de aro en el oído derecho.  | Elegantes.                            |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Firme.   | Firme.                                |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal y amigable a la vez.   | Casual.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Sorpresa, nerviosa, confiada, alegre.  | Nerviosa.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>No hay contacto físico, mantiene distancia.  | Nulo.                                 |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulo.                                 |
|  | <b>Deseos:</b><br>Compartir su inspiración y razón para realizar su artículo, así como agradecer a quienes la apoyaron.   | Compartir su sentir.                  |
|  | <b>Gestos, ademanes y movimientos:</b><br>Boca abierta, respiración profunda, sonrisa.  | Movimientos para acompañar su sentir. |
|  | <b>Valores:</b><br>Gratitud.  | Gratitud.                             |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Agradecimiento, alegría, nerviosismo.   | Agradecimiento, empoderamiento.       |
| <b>Escena</b>  | <b>Variable</b>   | <b>Categoría</b>                      |
| Jane asiste con una doctora para hablar sobre el gen   | <b>Vestimenta:</b>  |                                       |

|  |  |                                       |
|--|--|---------------------------------------|
| BRCA1 y las pruebas del mismo.<br>Temporada 1, episodio 6.   | Blusa negra en dos partes: en forma de top y la otra abierta con escote en v hasta la cintura. El cuello lleva holanes y tiene manga 3/4. Usa un pantalón de mezclilla gris y botas negras arriba de la rodilla.       | Casual.                               |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto con partido de lado y ligeras ondas en las puntas. Las cejas y las pestañas las usa arregladas, con sombra café estilo ahumado en los párpados y un labial rosa fuerte. | Aspecto cuidado.                      |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Artes mediados delgados con la forma del contorno de un cuadrado, Pircing de aro en el oído derecho y bolsa negra de piel.   | Sofisticado.                          |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Agresivo.   | Agresivo.                             |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal y un poco grosero.  | Formal.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Agresiva, molesta, irritable.   | Inconforme.                           |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, separadas por un escritorio.  | Distancia personal.                   |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay, aunque la conversación es un poco subida de tono.  | Nulo.                                 |
|  | <b>Deseos:</b><br>Invalidar y refutar lo dicho por la doctora sobre los estudios en las mujeres de veinte años.  | Invalidar información.                |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Mirada baja.<br>Levantar las cejas.  | Movimientos para acompañar actitudes. |
|  | <b>Valores:</b><br>Fortaleza.  | Fortaleza.                            |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Molestia, irritabilidad, miedo.  | Irritabilidad.                        |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>   | <b>Categoría</b>                      |
| Jane recibe la noticia de parte de su jefa sobre su nueva columna en la revista Scarlet.<br>Temporada 4, episodio 9. | <b>Vestimenta:</b><br>Traje azul marino sastre rayado con una blusa negra floral con corbatín en el cuello. Botas de tacón cerradas de color café.   | Formal.                               |

|  |   |                                       |
|--|---|---------------------------------------|
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello lacio suelto, peinado de lado. Como maquillaje se usa sombra rosa en los párpados, labial rosa con brillo y cejas y pestañas maquilladas. | Aspecto cuidado.                      |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Aretes dorados delgados largos con un contorno de círculo en la punta.  | Elegantes.                            |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Suave.   | Suave.                                |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal, respetuoso.   | Formal.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Alegre, dudosa, pensativa.   | Pensativa.                            |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Apretón de manos.  | Amigable.                             |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulos.                                |
|  | <b>Deseos:</b><br>Agradecer por su columna y escuchar opiniones.  | Escuchar.                             |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Ojos llorosos.<br>Sonrisa forzada.  | Movimientos para acompañar el sentir. |
|  | <b>Valores:</b><br>Responsabilidad.   | Responsabilidad.                      |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Miedo, alegría, inseguridad.  | Inseguridad.                          |

**Tabla 16. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Jane Sloan en Interacción con Hombres.**

| <b>Planilla de datos de análisis de contenido</b>  |
|--|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Jane Sloan de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p> |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p>   |

| <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> <p>En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla</p> |   |                                       |
|---|---|---------------------------------------|
| <b>Personaje 2 (Jane Sloan) en interacción con hombres</b>  |   |                                       |
| <b>Escena</b>   | <b>VARIABLES</b>  | <b>Categorías</b>                     |
| Jane charla con su papá cuando ella está experimentado una depresión después de realizarse una doble mastectomía. Temporada 4.  | <b>Vestimenta:</b><br>Pantalón de mezclilla azul marino, sweater blanco con negro y amarillo, abrigo gris con cuadros azules y blancos. Botas negras.         | Casual.                               |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto pero peinado con ondas ligeras, cejas y pestañas maquilladas, sobra de ojos naranja sutil y labios tono coral. | Natural.                              |
|   | <b>Accesorios:</b><br>Anillos dorados delgados en cada dedo índice, aretes delgados dorados, en forma de contorno de triángulo.                               | Delicados.                            |
|   | <b>Tono de voz:</b><br>Amable, suave, confiado.   | Suave.                                |
|   | <b>Lenguaje usado:</b> Amigable, respetuoso, amable.  | Casual.                               |
|   | <b>Actitud:</b><br>Vulnerable, sensible, comprensiva.   | Vulnerable.                           |
|   | <b>Contacto físico:</b><br>Abrazo, apretón de manos.  | Cercanía.                             |
|   | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulo.                                 |
|   | <b>Deseos:</b><br>Compartir su sentir sobre el difícil proceso que está pasando.  | Compartir su sentir.                  |
|   | <b>Gestos, ademanes y movimientos:</b><br>Pucheros.<br>Llanto.<br>Vista hacia abajo.<br>Ceño fruncido.  | Movimientos para acompañar su sentir. |
|   | <b>Valores:</b><br>Sinceridad, fraternidad, confianza.  | Sinceridad.                           |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Tristeza, miedo, nostalgia.   | Nostalgia.                            |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> "Era tu cuerpo, tu decisión".   |   |                                       |
| <b>Escena</b>   | <b>Variable</b>   | <b>Categoría</b>                      |
| Jane habal con su nuevo jefe Patrick.   | <b>Vestimenta:</b>  | Casual.                               |

|  |   |                                       |
|--|---|---------------------------------------|
| Temporada 3, episodio 1.   | Blusa azul marino con corte en v sin mangas. Short rayado azul marino.  |                                       |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto ondulado peinado de lado. Cejas y pestañas maquilladas, labial rosa fuerte, rubor y sobra en párpados dorada.                    | Aspecto cuidado.                      |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Aretes largos plateados de una sola línea.  | Delicados.                            |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Retador, sarcástico, fuerte.   | Retador.                              |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Retador, respetuoso.  | Informal.                             |
|  | <b>Actitud:</b><br>Retadora, molesta, rebelde.  | Retadora.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, distancia de una mesa de juntas.   | Distancia personal.                   |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.   | Nulo.                                 |
|  | <b>Deseos:</b><br>Incomodar a la otra persona, mostrarle la molestia que genera.  | Compartir su sentir.                  |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Ceño fruncido.<br>Risas burlonas.   | Movimientos para acompañar actitudes. |
|  | <b>Valores:</b><br>Osadía.  | Osadía.                               |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Molestia, irritabilidad, rebeldía.  | Irritabilidad.                        |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>  | <b>Categoría</b>                      |
| Jane termina su relación abierta con Ryan.<br>Temporada 1, episodio 7. | <b>Vestimenta:</b><br>Short negro de vestir con una blusa negra con detalles de encaje y transparencias.<br>Zapatillas.   | Casual.                               |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto y lacio, con mechones de enfrente funcionando como diadema.<br>Sombra en párpados dorada con café, cejas y pestañas maquilladas. | Aspecto cuidado.                      |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Aretes pequeños en forma de contorno de un cuadrado, anillo en mano derecha y bolso negro.  | Sofisticados.                         |
|  | <b>Tono de voz:</b>   |                                       |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | Decidido, seguro.   | Seguro.                                 |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Informal, amigable.   | Casual.                                 |
|  | <b>Actitud:</b><br>Valiente, alegre, determinada.   | Empoderada.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo, cercanos, pero sin contacto.   | Distancia personal.                     |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>Nulo.   | Nulo.                                   |
|  | <b>Deseos:</b><br>Poner límites y compartir su sentir.  | Poner límites.                          |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Subir hombros.<br>Sonrisa.<br>Toque de cabello.<br>Ceño fruncido. | Movimientos para acompañar expresiones. |
|  | <b>Valores:</b><br>Sinceridad.  | Sinceridad.                             |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Seguridad, poder, confianza.  | Empoderamiento.                         |

**Tabla 17. Presentación de Resultados JS. Variable Vestimenta.**

| Variable de análisis: Vestimenta |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Elegante                         | Eg     | 1          | 16.66%     |
| Casual                           | Cas    | 4          | 66.66%     |
| Formal                           | Fo     | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66% un uso de vestimenta casual, es decir, no es vestimenta formal, pero tampoco informal. Presenta este tipo de vestimenta siempre en su interacción con hombres.

**Tabla 18. Presentación de Resultados JS. Variable Peinado y Maquillaje.**

| Variable de análisis: Peinado y maquillaje |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría                                  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Elegante                                   | Eg     | 1          | 16.66%     |
| Aspecto cuidado                            | AC     | 4          | 66.66%     |
| Natural                                    | Na     | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66% un aspecto cuidado en cuanto a su peinado y maquillaje, por lo que se ve arreglada, pero no tan excesivamente como para algún evento.

**Tabla 19. Presentación de Resultados JS. Variable Accesorios.**

| Variable de análisis: Accesorios |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Elegantes                        | Eg     | 2          | 33.33%     |
| Sofisticados                     | Sof    | 2          | 33.33%     |
| Delicados                        | De     | 2          | 33.33%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas un balance entre el uso de accesorios sofisticados, elegantes y delicados, lo que se pueden englobar en el uso de accesorios para dar más porte a su imagen.

**Tabla 20. Presentación de Resultados JS. Variable Tono de Voz.**

| Variable de análisis: Tono de voz |        |            |            |
|-----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                         | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Retador                           | Re     | 1          | 16.66%     |
| Seguro                            | Se     | 1          | 16.66%     |
| Suave                             | Su     | 2          | 33.33%     |
| Agresivo                          | Agr    | 1          | 16.66%     |
| Firme                             | Fir    | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% un tono de voz suave, aunque su tono de voz es muy variado de acuerdo a sus actitudes y sentires durante la interacción.

**Tabla 21. Presentación de Resultados JS. Variable Lenguaje Usado.**

| Variable de análisis: Lenguaje usado |        |            |            |
|--------------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                            | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Formal                               | Fo     | 2          | 33.33%     |
| Casual                               | Cs     | 3          | 50%        |
| Informal                             | Inf    | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% un uso de lenguaje casual, siendo este el lenguaje utilizado en su mayoría en su interacción con hombres.

**Tabla 22. Presentación de Resultados JS. Variable Actitud.**

| <b>Variable de análisis: Actitud</b> |               |                   |                   |
|--------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                     | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Empoderada                           | Em            | 1                 | 16.66%            |
| Inconforme                           | In            | 1                 | 16.66%            |
| Retadora                             | Re            | 1                 | 16.66%            |
| Vulnerable                           | Vu            | 1                 | 16.66%            |
| Nerviosa                             | Ner           | 1                 | 16.66%            |
| Pensativa                            | Pen           | 1                 | 16.66%            |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas una actitud muy variada según el tema de interacción, sin embargo, se puede englobar las 3 primeras en la búsqueda de la verdad sin dejar de lado sus emociones y parte humana (las tres últimas).

**Tabla 23. Presentación de Resultados JS. Variable Contacto Físico.**

| <b>Variable de análisis: Contacto físico</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                             | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Distancia personal                           | DP            | 3                 | 50%               |
| Amigable                                     | Am            | 1                 | 16.66%            |
| Cercanía                                     | Ce            | 1                 | 16.66%            |
| Nulo   | X             | 1                 | 16.66%            |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% una distancia personal, es decir que hay el respeto del espacio de cada persona en sus interacciones para no resultar invasiva.

**Tabla 24. Presentación de Resultados JS. Variable Patrones Violentos.**

| <b>Variable de análisis: Patrones violentos</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                                | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Nulo  | X             | 6                 | 100%              |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 100% no es afectada por patrones violentos o acciones violentas de otras personas hacia ella. Sin embargo, se enfrenta en ciertas ocasiones a levantamiento de voz de ambos géneros.

**Tabla 25. Presentación de Resultados JS. Variable Deseos.**

| Variable de análisis: Deseos |        |            |            |
|------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                    | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Escuchar                     | Es     | 1          | 16.66%     |
| Compartir su sentir          | CoSe   | 3          | 50%        |
| Poner límites                | PoLi   | 1          | 16.66%     |
| Invaldar opinión             | InOp   | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% el deseo de compartir su sentir, de hablar de lo que siente y tiene en mente para tener una comunicación efectiva y no quedarse con las cosas dentro, específicamente en sus interacciones con hombres.

**Tabla 26. Presentación de Resultados JS. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes.**

| Variable de análisis: Gestos, movimiento y ademanes |        |            |            |
|---|--------|------------|------------|
| Categoría   | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Movimientos para acompañar expresiones.             | ME     | 1          | 16.66%     |
| Movimientos para acompañar actitudes.               | MA     | 2          | 33.33%     |
| Movimientos para acompañar su sentir.               | MS     | 3          | 50%        |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría, un 50% gestos, movimientos y ademanes para acompañar su sentir, es decir, sus emociones, entre ellos destacan el ceño fruncido y la sonrisa con diferentes connotaciones.

**Tabla 27. Presentación de Resultados JS. Variable Valores.**

| Variable de análisis: Valores |        |            |            |
|-------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                     | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Osadía                        | Os     | 1          | 16.66%     |
| Sinceridad                    | Si     | 2          | 33.33%     |
| Gratitud                      | Grt    | 1          | 16.66%     |
| Fortaleza                     | Fot    | 1          | 16.66%     |
| Responsabilidad               | Red    | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% el valor de la sinceridad, aunque de mayor forma lo muestra con hombres.

**Tabla 28. Presentación de Resultados JS. Variable Sentimientos.**

| Variable de análisis: Sentimientos |        |            |            |
|------------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                          | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Inseguridad                        | Ins    | 1          | 16.66%     |
| Empoderamiento                     | Emp    | 1          | 16.66%     |
| Agradecimiento                     | Agt    | 1          | 16.66%     |
| Irritabilidad                      | Irr    | 2          | 33.33%     |
| Nostalgia                          | Nos    | 1          | 16.66%     |

El personaje Jane Sloan presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría con un 33.33% llega a experimentar el sentir irritabilidad, pues se expone de gran manera de descubrir verdades y a charlas incómodas. Sin embargo, eso la lleva a entregar buenos artículos que al final la empoderan a través de su trabajo.

**Tabla 29. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Sutton Brady en Interacción con Mujeres.**

| Planilla de datos de análisis de contenido   |  |                                  |
|--|--|----------------------------------|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Sutton Brady de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p>   |  |                                  |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p> <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> <p>En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla</p> |  |                                  |
| Personaje 3 (Sutton Brady) en interacción con mujeres  |  |                                  |
| Escena   | Variables  | Categorías                       |
| Sutton propone una sesión de fotos en la junta de trabajo asumiendo la dirección de un proyecto.   | <b>Vestimenta:</b><br>Blusa lila de manga corta, con cuadrados medianos de hilos | Casual, aunque un poco informal. |

|   |  |   |
|---|--|---|
| Temporada 4, episodio 14.   | de colores. Pantalones de mezclilla oscuros.   |   |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto con partido a la mitad y sujeto de cada lado con pasadores, labial sutil naranja con brillo, sombra sutil naranja y pestañas maquilladas. | Natural.                                |
|   | <b>Accesorios:</b><br>Pasadores blancos delgados en forma de línea, anillo de compromiso, aretes de colgantes medianos.  | Sofisticados.                           |
|   | <b>Tono de voz:</b><br>Firme.  | Firme.                                  |
|   | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal y amigable a la vez.  | Casual.                                 |
|   | <b>Actitud:</b><br>Creativa, propositiva, decidida.  | Empoderada.                             |
|   | <b>Contacto físico:</b><br>No hay contacto físico, mantiene distancia.   | Distancia personal.                     |
|   | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.  | Nulo.                                   |
|   | <b>Deseos:</b><br>Empoderar a las mujeres desde su vestimenta.   | Empoderar a las mujeres.                |
|   | <b>Gestos, ademanes y movimientos:</b><br>Sonrisas.<br>Cejas levantadas.<br>Ademanes al hablar.  | Movimientos para acompañar expresiones. |
|   | <b>Valores:</b><br>Confianza, responsabilidad.   | Responsabilidad.                        |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Confianza, seguridad.  | Empoderamiento.                         |
| Frase: "La ropa es para que las mujeres puedan sentirse sexis para sí mismas".  |  |   |
| <b>Escena</b>   | <b>Variable</b>  | <b>Categoría</b>                        |
| Sutton habla con Jaqueline sobre los rumores de obtener su trabajo debido a sus relaciones amorosas. Temporada 2, episodio 2. | <b>Vestimenta:</b><br>Jeans de mezclilla, blusa roja con azul de manga $\frac{3}{4}$ y cuello redondo. Botines negros de tacón bajo.   | Casual.                                 |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto con partido a la mitad, pestañas chinas y labial de tono nude.  | Natural.                                |
|   | <b>Accesorios:</b><br>No lleva.  | No hay.                                 |
|   | <b>Tono de voz:</b><br>Suave, casi susurro.  | Suave.                                  |

|  |  |                                       |
|--|--|---------------------------------------|
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Formal.  | Formal.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Incómoda, dudosa, insegura.   | Incómoda.                             |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Nulo.   | Nulo.                                 |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.  | Nulo.                                 |
|  | <b>Deseos:</b><br>Explicar su incomodidad sobre los comentarios de sus compañeros de trabajo.  | Externar su sentir.                   |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Levantar cejas.<br>Pasar saliva.<br>Sonrisa.   | Movimientos para acompañar el sentir. |
|  | <b>Valores:</b><br>Sinceridad.   | Sinceridad.                           |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Incomodidad, inseguridad, confianza.   | Incomodidad y poder.                  |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>   | <b>Categoría</b>                      |
| Sutton recupera su relación con su mamá.<br>Temporada 2, episodio 9. | <b>Vestimenta:</b><br>Jeans negros, sweater rojo, chaqueta rompevientos azul con crema.  | Casual.                               |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello lacio suelto peinado de lado. Como maquillaje sombra sutil dorada, pestañas maquilladas, rubor, labial rosa. | Natural.                              |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Bolso negro.   | Sencillos.                            |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Suave.  | Suave.                                |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Amigable.  | Casual.                               |
|  | <b>Actitud:</b><br>Temerosa, desconfiada, receptiva.   | Comprensiva.                          |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Toma de manos.  | Cercanía.                             |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>No hay.  | Nulos.                                |
|  | <b>Deseos:</b><br>Escuchar a su mamá sobre los cambios en su vida.   | Escuchar.                             |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Llanto.<br>Ceño fruncido.  | Movimientos para acompañar el sentir. |
|  | <b>Valores:</b>  | Fraternidad.                          |

|  |   |                 |
|--|---|-----------------|
|  | Sinceridad, fraternidad.  |                 |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Miedo, vulnerabilidad,<br>desconfianza, duda. | Vulnerabilidad. |

**Tabla 30. Planilla de Datos de Análisis de Contenido Sutton Brady en Interacción con Hombres.**

| <b>Planilla de datos de análisis de contenido</b>  |  |                   |
|--|--|-------------------|
| <p><b>Proyecto:</b> Representaciones femeninas y machismo: Influencia de <i>The Bold Type</i> en las jóvenes chignahuapenses.</p> <p><b>Uso:</b> Esta planilla servirá para realizar el análisis del personaje Sutton Brady de <i>The Bold Type</i> con la finalidad de describir las representaciones femeninas en la serie y las diferencias con las representaciones comunes de otros contenidos de manera que esto contribuya al objetivo general de la investigación.</p> <p><b>Status:</b> Completa.</p> <p><b>Persona a cargo del análisis:</b> Lizeth Cortés Portilla, investigadora del tema.</p>   |  |                   |
| <p><b>Instrucciones de llenado:</b> En la columna de escena se describirá el principal evento que ocurre dentro de la escena seleccionada, así como la temporada y el capítulo de la serie al que pertenece.</p> <p>Dentro de las variables se hará un análisis descriptivo por lo que cada una de las variables debe ser vista en la escena y descrita en el espacio correspondiente.</p> <p>Finalmente, la categoría se llenará con la palabra o las palabras que resuman lo descrito de la variable y entren dentro de lo establecido en la operacionalización de variables realizada en el marco teórico.</p> <p>En dado caso de existir una frase destacada del personaje sobre su forma de vivir su feminidad en la escena, se pondrá al final del análisis de la escena en planilla</p> |  |                   |
| <b>Personaje 3 (Sutton Brady) en interacción con hombres</b>   |  |                   |
| <b>Escena</b>  | <b>Variables</b>   | <b>Categorías</b> |
| Director del taller de diseño habla con Sutton sobre las modelos para el desfile. Temporada 3, episodio 10.  | <b>Vestimenta:</b><br>Chamarra de mezclilla oscura, pantalón negro y top negro.  | Informal.         |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello lacio con dos mechones recogidos en trenzas pequeñas unidas en la parte de atrás. Como maquillaje labial rojo, sombras doradas y pestañas maquilladas. | Aspecto cuidado.  |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Collar con dijes de luna dorado, aretes de plata largos en forma de línea.   | Sofisticados.     |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Firme.  | Firme.            |
|  | <b>Lenguaje usado:</b> Amigable, respetuoso, amable.   | Casual.           |
|  | <b>Actitud:</b><br>Decidida, segura, alegre.   | Empoderada.       |
|  | <b>Contacto físico:</b>  | Nulo.             |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | No hay.  |   |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>Violencia indirecta.   | Minimización de trabajo.                          |
|  | <b>Deseos:</b><br>Mostrar su colección de ropa con modelos reales porque es echa para mujeres reales.  | Mostrar su trabajo.                               |
|  | <b>Gestos, ademanes y movimientos:</b><br>Sonrisa.<br>Asentir con la cabeza.<br>Manos entrelazadas.  | Movimientos para acompañar su actitud.            |
|  | <b>Valores:</b><br>Solidaridad, empatía.   | Empatía.  |
|  | <b>Sentimientos:</b><br>Duda, determinación, confianza.  | Empoderamiento.                                   |
| <b>Frase destacada del personaje:</b> "Trabajo con mujeres reales".                              |  |   |
| <b>Escena</b>  | <b>Variable</b>  | <b>Categoría</b>                                  |
| Sutton le dice sobre su puesto como estilista en Scarlet a Richard.<br>Temporada 4, episodio 10. | <b>Vestimenta:</b><br>Vestido de novia blanco, abierto en la parte de enfrente a la altura de los muslos, con cola por la parte de atrás.<br>Chaqueta de peluche blanco y zapatillas doradas.            | Elegante.   |
|  | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello sujeto en media coleta, con pequeñas mechas del cabello de enfrente salidas para hacer un flequillo. Labios rosas, sombra naranja, rubor y pestañas maquilladas. | Aspecto cuidado.                                  |
|  | <b>Accesorios:</b><br>Aretes delgados en forma circular pequeños, tocado en el cabello de perlas. Pircing oído izquierdo.  | Delicados.  |
|  | <b>Tono de voz:</b><br>Suave.  | Suave.  |
|  | <b>Lenguaje usado:</b><br>Amigable, informal.  | Casual.   |
|  | <b>Actitud:</b><br>Nerviosa, preocupada, liberadora.   | Temerosa.   |
|  | <b>Contacto físico:</b><br>Abrazo, toque de hombro.  | Cercanía.   |
|  | <b>Patrones violentos:</b><br>Violencia indirecta.   | Minimización de trabajo.                          |
|  | <b>Deseos:</b><br>Compartir deseo de aceptar trabajo y su verdadero sentir.  | Compartir se verdadero sentir y el nuevo trabajo. |
|  | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Pestañeo constante.  | Movimientos para acompañar el sentir.             |

|   |  |                                       |
|---|--|---------------------------------------|
|   | Ceño fruncido.   |                                       |
|   | <b>Valores:</b><br>Sinceridad.   | Sinceridad.                           |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Miedo, preocupación.   | Preocupación.                         |
| <b>Escena</b>   | <b>VARIABLES</b>   | <b>Categoría</b>                      |
| Sutton se entera de que Oliver le dará el puesto de estilista.<br>Temporada 4, episodio 10. | <b>Vestimenta:</b><br>Pijama azul marino con líneas rosas de short y bata. Con una camiseta rosa de tirantes.                          | Informal.                             |
|   | <b>Peinado y maquillaje:</b><br>Cabello suelto con línea en medio y ondas ligeras. Maquillaje con labial rosa sutil y pestañas chinas. | Natural.                              |
|   | <b>Accesorios:</b><br>Anillo de compromiso.  | Sencillos.                            |
|   | <b>Tono de voz:</b><br>Suave, dulce.   | Suave.                                |
|   | <b>Lenguaje usado:</b><br>Amigable.  | Casual.                               |
|   | <b>Actitud:</b><br>Nostálgica, feliz.  | Alegre.                               |
|   | <b>Contacto físico:</b><br>Abrazo.   | Amigable.                             |
|   | <b>Patrones violentos:</b><br>Nulo.  | Nulo.                                 |
|   | <b>Deseos:</b><br>Agradecer el puesto y rechazarlo.  | Agradecer.                            |
|   | <b>Gestos, movimientos y ademanes:</b><br>Llanto.<br>Cara de sorpresa.<br>Sonrisa.<br>Rostro tierno.                                   | Movimientos para acompañar su sentir. |
|   | <b>Valores:</b><br>Gratitud.   | Gratitud.                             |
|   | <b>Sentimientos:</b><br>Vulnerabilidad y agradecimiento.   | Vulnerabilidad.                       |

**Tabla 31. Presentación de Resultados ST. Variable Vestimenta.**

| Variable de análisis: Vestimenta |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Elegante                         | Eg     | 1          | 16.66%     |
| Informal                         | Inf    | 2          | 33.33%     |
| Casual                           | Cas    | 3          | 50%        |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 50% un uso de vestimenta casual informal. Tiende a ir más hacia lo informal en su interacción con hombres.

**Tabla 32. Presentación de Resultados ST. Variable Peinado y Maquillaje.**

| Variable de análisis: Peinado y maquillaje |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría                                  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Aspecto cuidado                            | AC     | 2          | 33.33%     |
| Natural                                    | Na     | 4          | 66.66%     |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66% un peinado y maquillaje natural. Si bien cuida su aspecto, trata de ir a lo natural, cuidándolo más en su interacción con hombres.

**Tabla 33. Presentación de Resultados ST. Variable Accesorios.**

| Variable de análisis: Accesorios |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Sencillos                        | S      | 2          | 33.33%     |
| Sofisticados                     | Sof    | 2          | 33.33%     |
| Delicados                        | De     | 1          | 16.66%     |
| Nulos                            | X      | 1          | 16.66%     |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66%, es decir, más de la mitad, un uso de accesorios sencillos y sofisticados, teniendo un balance entre los mismos.

**Tabla 34. Presentación de Resultados ST. Variable Tono de Voz.**

| Variable de análisis: Tono de voz |        |            |            |
|-----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                         | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Suave                             | Su     | 4          | 66.66%     |
| Firme                             | Fir    | 2          | 33.33%     |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 66.66% un tono de voz suave, sin embargo, es un suave seguro, no de vulnerabilidad.

**Tabla 35. Presentación de Resultados ST. Variable Lenguaje Usado.**

| Variable de análisis: Lenguaje usado |
|--------------------------------------|
|--------------------------------------|

| <b>Categoría</b> | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| Formal           | Fo            | 1                 | 16.66%            |
| Casual           | Cs            | 5                 | 83.33%            |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas un uso del lenguaje casual en 83.33%, es decir, que casi no hace uso del lenguaje formal o informal, sino un término medio.

**Tabla 36. Presentación de Resultados ST. Variable Actitud.**

| <b>Variable de análisis: Actitud</b> |               |                   |                   |
|--------------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                     | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Empoderada                           | Em            | 2                 | 33.33%            |
| Incómoda                             | Ind           | 1                 | 16.66%            |
| Temerosa                             | Te            | 1                 | 16.66%            |
| Alegre                               | Al            | 1                 | 16.66%            |
| Comprensiva                          | Com           | 1                 | 16.66%            |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas una actitud empoderada en un 33.33%, englobando la confianza, seguridad y determinación dentro de su empoderamiento.

**Tabla 37. Presentación de Resultados ST. Variable Contacto Físico.**

| <b>Variable de análisis: Contacto físico</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                             | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Distancia personal                           | DP            | 1                 | 16.66%            |
| Amigable                                     | Am            | 1                 | 16.66%            |
| Cercanía                                     | Ce            | 2                 | 33.33%            |
| Nulo   | X             | 2                 | 33.33%            |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% de contacto de cercanía específicamente en las interacciones con personas de su círculo de confianza y el 33.33% de nulo contacto con personas que no tiene una relación cercana.

**Tabla 38. Presentación de Resultados ST. Variable Patrones Violentos.**

| <b>Variable de análisis: Patrones violentos</b> |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>                                | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Nulo  | X             | 4                 | 66.66%            |

|   |    |   |        |
|---|----|---|--------|
| Minimización de trabajo   | MT | 2 | 33.33% |
| El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en 66.66% no ser afectada por patrones violentos o acciones violentas de otras personas hacia ella, sin embargo, de forma de violencia menor e indirecta, se ve la minimización de su trabajo en especial en su interacción hombres. |    |   |        |

**Tabla 39. Presentación de Resultados ST. Variable Deseos.**

| Variable de análisis: Deseos  |        |            |            |
|---|--------|------------|------------|
| Categoría   | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Empoderar a las mujeres   | EmMu   | 1          | 16.66%     |
| Mostrar su trabajo  | MT     | 1          | 16.66%     |
| Compartir su sentir   | CoSe   | 2          | 33.33%     |
| Agradecer   | Ag     | 1          | 16.66%     |
| Escuchar  | Es     | 1          | 16.66%     |
| El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% el deseo de externar su sentir, de compartirlo con los demás para que la comprendan y realizar lo que tiene en mente. Esto en sus interacciones se acerca mucho al mostrar su trabajo, ya que debido a que muchas veces es subestimada en su labor, busca mostrar su trabajo y lo que es capaz de hacer en las interacciones que tiene especialmente con hombres. |        |            |            |

**Tabla 40. Presentación de Resultados ST. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes.**

| Variable de análisis: Gestos, movimiento y ademanes  |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Movimientos para acompañar expresiones.  | ME     | 1          | 16.66%     |
| Movimientos para acompañar actitudes.  | MA     | 1          | 16.66%     |
| Movimientos para acompañar su sentir.  | MS     | 4          | 66.66%     |
| El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría, un 66.66%, gestos, movimientos y ademanes para acompañar su sentir, más que para acompañar sus |        |            |            |

palabras reflejan su sentir, incluso siendo estos movimientos no intencionales. Entre sus gestos, movimientos y ademanes destaca como más repetido la sonrisa.

**Tabla 41. Presentación de Resultados ST. Variable Valores.**

| Variable de análisis: Valores |        |            |            |
|-------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                     | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Empatía                       | Emt    | 1          | 16.66%     |
| Sinceridad                    | Si     | 2          | 33.33%     |
| Gratitud                      | Grt    | 1          | 16.66%     |
| Responsabilidad               | Red    | 1          | 16.66%     |
| Fraternidad                   | Fra    | 1          | 16.66%     |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en un 33.33% el valor de la sinceridad.

**Tabla 42. Presentación de Resultados ST. Variable Sentimientos.**

| Variable de análisis: Sentimientos |        |            |            |
|------------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                          | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Vulnerabilidad                     | Vul    | 2          | 33.33%     |
| Empoderamiento                     | Emp    | 2          | 33.33%     |
| Incomodidad                        | Inc    | 1          | 16.66%     |
| Preocupación                       | Pre    | 1          | 16.66%     |

El personaje Sutton Brady presenta en sus interacciones con otras personas en su mayoría con un 33.33% vulnerabilidad y empoderamiento, es decir, que el poder que llega a experimentar no la aleja de sus emociones o parte sensible.

**Tabla 43. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Vestimenta.**

| Variable de análisis: Vestimenta |        |            |            |
|----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                        | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Elegante                         | Eg     | 2          | 11.11%     |
| Informal                         | Inf    | 5          | 27.77%     |
| Casual                           | Cas    | 8          | 44.44%     |
| Formal                           | Fo     | 1          | 5.5%       |

|   |     |   |        |
|---|-----|---|--------|
| Sofisticada   | Sof | 2 | 11.11% |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 44.44% un uso de vestimenta casual. |     |   |        |

**Tabla 44. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Peinado y Maquillaje.**

| Variable de análisis: Peinado y maquillaje   |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría  | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Aspecto cuidado  | AC     | 7          | 38.88%     |
| Natural  | Na     | 9          | 50%        |
| Elegante   | Eg     | 2          | 11.11%     |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 50% un uso de peinado y maquillaje que den un aspecto natural. |        |            |            |

**Tabla 45. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Accesorios.**

| Variable de análisis: Accesorios  |        |            |            |
|---|--------|------------|------------|
| Categoría   | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Sencillos   | S      | 3          | 16.66%     |
| Sofisticados  | Sof    | 4          | 22.22%     |
| Delicados   | De     | 3          | 16.66%     |
| Elegantes   | Eg     | 2          | 11.11%     |
| Juveniles   | J      | 4          | 22.22%     |
| Tecnológicos  | T      | 1          | 5.55%      |
| Nulos   | X      | 1          | 5.55%      |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 22.22% un uso de accesorios sofisticados y juveniles. |        |            |            |

**Tabla 46. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Tono de Voz.**

| Variable de análisis: Tono de voz |        |            |            |
|-----------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                         | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Suave                             | Su     | 7          | 38.88%     |

|          |     |   |        |
|----------|-----|---|--------|
| Firme    | Fir | 2 | 11.11% |
| Retador  | Re  | 1 | 5.55%  |
| Seguro   | Se  | 4 | 22.22% |
| Agresivo | Agr | 1 | 5.55%  |
| Firme    | Fir | 1 | 5.55%  |
| Dudoso   | Du  | 1 | 5.55%  |
| Amigable | A   | 1 | 5.55%  |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% un uso de tono de voz suave para comunicarse con los demás.

**Tabla 47. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Lenguaje Usado.**

| Variable de análisis: Lenguaje usado |        |            |            |
|--------------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                            | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Formal                               | Fo     | 6          | 33.33%     |
| Casual                               | Cs     | 11         | 61.11%     |
| Informal                             | Inf    | 1          | 5.55%      |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 61.11% un uso de lenguaje casual también definido como coloquial para comunicarse con los demás.

**Tabla 48. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Actitud.**

| Variable de análisis: Actitud |        |            |            |
|-------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                     | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Empoderada                    | Em     | 5          | 27.77%     |
| Incómoda                      | Ind    | 1          | 5.55%      |
| Temerosa                      | Te     | 1          | 5.55%      |
| Alegre                        | Al     | 1          | 5.55%      |
| Comprensiva                   | Com    | 1          | 5.55%      |
| Inconforme                    | In     | 2          | 11.11%     |
| Retadora                      | Re     | 1          | 5.55%      |
| Vulnerable                    | Vu     | 1          | 5.55%      |
| Nerviosa                      | Ner    | 1          | 5.55%      |

|               |     |   |       |
|---------------|-----|---|-------|
| Pensativa     | Pen | 1 | 5.55% |
| Agradecida    | Ag  | 1 | 5.55% |
| Amigable      | A   | 1 | 5.55% |
| Desconcertada | Des | 1 | 5.55% |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 27.77% una actitud empoderada. Sin embargo, las actitudes que presentan son muy variadas de acuerdo con su personalidad, pero en todas destaca el poder.

**Tabla 49. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Contacto Físico.**

| Variable de análisis: Contacto físico |        |            |            |
|---------------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                             | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Distancia personal                    | DP     | 7          | 38.88%     |
| Amigable                              | Am     | 4          | 22.22%     |
| Cercanía                              | Ce     | 4          | 22.22%     |
| Nulo                                  | X      | 3          | 16.66%     |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% mantienen su distancia personal respetado el espacio de las personas con las que interactúa.

**Tabla 50. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Patrones Violentos.**

| Variable de análisis: Patrones violentos |        |            |            |
|--|--------|------------|------------|
| Categoría                                | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Nulo                                     | X      | 15         | 83.33%     |
| Minimización de trabajo                  | MT     | 2          | 11.11%     |
| Invalidación de opinión                  | IO     | 1          | 5.55%      |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 83.33% el no haber presentado un patrón de violencia por parte de las personas con las que interactúan, sin embargo, sí se han presentado estos casos de forma indirecta.

**Tabla 51. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Deseos.**

| Variable de análisis: Deseos |        |            |            |
|------------------------------|--------|------------|------------|
| Categoría                    | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Empoderar a las mujeres      | EmMu   | 1          | 5.55%      |
| Mostrar su trabajo           | MT     | 1          | 5.55%      |
| Compartir su sentir          | CoSe   | 5          | 27.77%     |
| Agradecer                    | Ag     | 2          | 11.11%     |
| Escuchar                     | Es     | 2          | 11.11%     |
| Poner límites                | PoLi   | 1          | 5.55%      |
| Invaldar opinión             | InOp   | 1          | 5.55%      |
| Ayudar                       | Ay     | 2          | 11.11%     |
| Defender su trabajo          | DT     | 2          | 11.11%     |
| Disfrutar                    | Ds     | 1          | 5.55%      |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 27.77% el deseo de compartir su sentir con los demás.

**Tabla 52. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Gestos, Movimientos y Ademanes.**

| Variable de análisis: Gestos, movimiento y ademanes |        |            |            |
|---|--------|------------|------------|
| Categoría   | Código | Frecuencia | Porcentaje |
| Movimientos para acompañar expresiones.             | ME     | 6          | 33.33%     |
| Movimientos para acompañar actitudes.               | MA     | 5          | 27.77%     |
| Movimientos para acompañar su sentir.               | MS     | 7          | 38.88%     |

Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% el uso de movimientos, gestos y ademanes para acompañar su sentir, por lo tanto, muchos de ellos son involuntarios, destacando las sonrisas, movimientos de manos y el ceño fruncido.

**Tabla 53. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Valores.**

| <b>Variable de análisis: Valores</b>  |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Empatía   | Emt           | 1                 | 5.55%             |
| Sinceridad  | Si            | 7                 | 38.88%            |
| Gratitud  | Grt           | 3                 | 16.66%            |
| Responsabilidad   | Red           | 2                 | 11.11%            |
| Fraternidad   | Fra           | 1                 | 5.55%             |
| Osadía  | Os            | 1                 | 5.55%             |
| Fortaleza   | Fot           | 1                 | 5.55%             |
| Valentía  | Va            | 1                 | 5.55%             |
| Respeto   | Re            | 1                 | 5.55%             |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 38.88% el valor de la sinceridad. |               |                   |                   |

**Tabla 54. Presentación de Resultados Representación Femenina. Variable Sentimientos.**

| <b>Variable de análisis: Sentimientos</b>   |               |                   |                   |
|---|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Categoría</b>  | <b>Código</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Vulnerabilidad  | Vul           | 2                 | 11.11%            |
| Empoderamiento  | Emp           | 5                 | 27.77%            |
| Incomodidad   | Inc           | 1                 | 5.55%             |
| Preocupación  | Pre           | 1                 | 5.55%             |
| Inseguridad   | Ins           | 1                 | 5.55%             |
| Agradecimiento  | Agt           | 2                 | 11.11%            |
| Irritabilidad   | Irr           | 2                 | 11.11%            |
| Nostalgia   | Nos           | 1                 | 5.55%             |
| Felicidad   | Fe            | 1                 | 5.55%             |
| Frustración   | Fr            | 1                 | 5.55%             |
| Inconformidad   | Inc           | 1                 | 5.55%             |
| Las representaciones femeninas de The Bold Type en sus interacciones con otras personas presentan en un 27.77% sentimientos de poder, es decir, empoderamiento. |               |                   |                   |

### ***Transcripción de Focus Group***

El focus group comenzó a las 11:07 am del 13 de abril de 2023 una vez que todas las integrantes se unieron a la videoconferencia en zoom. Se realizó la introducción del grupo focal, la presentación del tema y de la moderadora, se explicaron las instrucciones y se pidió permiso para comenzar a grabar la sesión.

Moderadora: Hola, pues bueno, ahora sí, vamos a empezar un poquito con sus presentaciones, ya me presenté, no, les dije, también soy originaria de Chignahuapan, como ya saben y les iré diciendo aquí como el orden que tengo para que ustedes se presenten. Es su nombre, su edad y de dónde son originarias. Empezamos contigo, Lizbeth, por favor.

Lizbeth: Hola a todas, yo soy Lizbeth, tengo 23 años y soy originaria de Chignahuapan.

Moderadora: Muchas gracias. Ixchel, por favor. Tienes tu micro apagado.

Ixchel: Hola, soy Ixchel, tengo 22 y soy originaria de Chignahuapan.

Moderadora: Muchas gracias. Ale, por favor.

Alexa: Hola, soy Alexa y soy originaria de Chignahuapan y tengo 21 años.

Moderadora: Muchas gracias. Dianita, por favor.

Diana: Hola, este yo soy Diana, tengo 22 años y soy de Chignahuapan también.

Moderadora: Muchas gracias, Mari adelante.

María: Hola, yo soy Mari Carmen, tengo 22 años y también soy originaria de Chignahuapan.

Moderadora: Muchas gracias. Y, por último, Jime... Jime, ¿me escuchas? ¿Estás ahí? Bueno, parece que tenemos unos pequeños problemas, pero bueno, como podrán ver su nombre, Jimena Vázquez, ya casi cumple 22 y también es originaria de Chignahuapan.

Así que pues ya vamos a empezar con las preguntitas. La primera parte, antes de que hagamos como este resumen de la serie es para conocer un poco cómo viven su feminidad ustedes y bueno, el contenido que consumen y las representaciones femeninas de este contenido. Así que pues bueno, en el mismo orden, si no se acuerdan ahí les voy diciendo. Pero la primera pregunta es, ¿qué es para ustedes ser mujer? Adelante Lizbeth.

Lizbeth: Bueno, pues yo creo que ser mujer aparte de lo que es hablando físicamente va más allá de eso. Para mí ser mujer es pues ser capaz de lograr todo, de ser quien soy y de vivir mi libertad como como yo quiera, como a mí me gusta.

Moderadora: Muchísimas gracias. Ixch, adelante. De nuevo tu micro, por favor.

Ixchel: Disculpa este...pero mujer para mí pues tiene mucho significado sobre todo por el rol que nos ha tocado históricamente y antropológicamente. Eh, creo que va más por el sentido como a este punto de lo social. Bueno, este punto de vista social que te define si eres hombre o mujer, no necesariamente ser mujer es algo que te defina como ser humano.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixch. Adelante, Ale.

Alexa: Bueno, siento que ser mujer es un poco complicado describirlo en cierta forma, porque conlleva muchas cosas, no solo, como dice Ixchel, desde la implicación como la distinción de sexos, pero cree que también implica una cuestión social. Hay muchas complicaciones y muchas ventajas al ser mujer en la vida de la sociedad que nos han como distinguido o nos han como discriminado en muchos de los contextos que estamos y siento que ser mujer, aunque sonara un poco cliché, siento que ser mujer es revolucionario, es una lucha y es pues muchas palabras que utilizamos como empoderamiento. Y también es como no estar peleado con esta fase que tenemos en nuestras distinciones. Siento que es, mmm como una, ¿cómo podemos explicarlo? Podría ser, ser mujer es un como orgullo, es lucha y es felicidad, yo siento. Amor también.

Moderadora: Muchas gracias, Ale. Diana, adelante, por favor.

Diana: Pues creo que sí, está un poco la definición de qué es mujer. Pues además del sexo, como dicen mis compañeras aquí presentes, creo que es algo que nos distingue a nosotras. Que podemos hacer cosas diferentes, tal vez igual como dice Ale, suena cliché, pero hay tantas cosas relacionadas y que las diferencian. En que no sé, o sea, es como no sé cómo explicarlo, no sé la palabra, déjenme, pienso un poquito. No sé, esa esa dulzura y esa cosa que nos caracteriza a nosotras como mujeres. Yo creo que ese es el toque porque lo demás, pues como que ya lo dijeron y para no repetir tanto las palabras.

Moderadora: Muchas gracias, también si quieren ir tejiendo su opinión con la opinión de alguien más lo pueden ir haciendo. Siéntanse libres de hacerlo. Adelante, Mari.

María: Yo creo que el significado de ser mujer sí puede llegar a ser un tanto complejo. Pero creo que definitivamente está, está alcanza su definición según el contexto en donde se abarca y si ya lo ponemos, ese concepto en la parte, solamente en la esfera social, nos podemos dar cuenta que se trata de un término que está en constante confrontación. Y si tú a mí me preguntas, para mí, qué es ser mujer, pues yo siento que es en todo el momento una confrontación y es una contradicción entre lo que soy, entre lo que lucho por ser, pero también en lo que otros dicen que soy, ¿no? Entonces por eso es el concepto en el campo social y en esta constante lucha. Yo así puedo visualizar el concepto.

Moderadora: Muchísimas gracias, Mari. Jime, ¿nos escuchas?

Jimena: Sí las escucho solo que me acabo de conectar.

Moderadora: Si bueno, la pregunta, aquí era ¿qué es para ti ser mujer?

Jimena: Bueno, pues yo creo que va más allá de solamente definirnos por el sexo, por nuestros órganos femeninos, claro. Pero creo que la mujer ha marcado muchas cosas, ¿sabes? Desde la perspectiva de que es la persona que da la vida. Pues claro sabemos que tenemos una lucha muy difícil hoy en día ante la sociedad hay más que eso, ante los hombres. Es difícil explicarlo, pero yo creo que abarca muchas cosas el ser mujer y creo que una de las más importantes es el empoderamiento que estamos buscando hoy en día para defendernos ante los hombres y ante toda la corrupción que hay hablando políticamente, la protección que no se nos da. Pero yo creo que pues sí, es difícil explicar qué es ser mujer, pero para mí sería, pues eso, la lucha que estamos llevando.

Moderadora: Gracias, Jime. Y pues bueno, así como sabemos que es difícil definirnos en pocas o muchas palabras, también nuestras interacciones con la sociedad desde que somos pequeñas, nos van formando a cómo vivir nuestra feminidad porque muchas veces nos dicen, tienes que hacer esto por ser mujer. Pero no es lo único que nosotros seguimos, sino también lo que nosotros vemos de otras interacciones, de lo que vemos en los contenidos, en la tele, en el cine, de lo que escuchamos, de la música. Entonces aquí mi pregunta es, ¿cómo ustedes han aprendido a vivir su feminidad? ¿De dónde lo han adquirido? Adelante, Lizbeth.

Lizbeth: Pues en mi caso, creo que además de del contenido que cada día consumimos, que cada día pues representa un poco más como la lucha que queremos ver, esas mujeres empoderadas y no solo sumisas que antes se presentaban. También, por ejemplo, para mí fue un abrir de ojos cuando yo entré a la universidad y ver la diversidad con la que se expresaban y pensaban en mis compañeras, que son temas que yo nunca había como abierto mi mente o no había reaccionado eso. No sé, conocer sus puntos de vista pues a mí eso me fue abriendo mucho la mente, el empezar a ver mi entorno de manera distinta y mis acciones, también a ir deconstruyéndome, eso también me ayudó. El como también lo que uno consume diario, ver como en los medios, a esas mujeres que diario luchan, y no solo en la televisión, sino también, pues los tenemos en por ejemplo nuestro municipio. Hay mujeres que van luchando, que aportan su granito de arena y pues yo siento que de todas esas experiencias de todas esas personas que uno ha conocido a lo largo de su vida y de cada contenido que va influyendo. De todo eso uno va aprendiendo cosas y como que uno va asimilando y reaccionado a cosas como de que antes no tenías como marcadas y vas despertando. Yo creo que para mí eso ha sido fundamental para ir desarrollando esta parte.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lizbeth. Adelante, Alexa.

Alexa: Bueno, una parte fundamental siento que sí el contenido de lo que consumimos ha influido mucho, como películas que me han mostrado como diferentes panoramas, igual literatura. Son

cuestiones que han influido, pero creo que el punto más relevante, este cambio, este abrir de ojos, siento que son, como dice Lizbeth, como las personas con las que interactúas. Siento que una parte que ha como dejado una huella son mis amigas y las personas con las que me junto y te das cuenta también mucho de la situación, del privilegio que muchas tenemos de no vivir ciertas situaciones que vas como compartiendo, que tus amigas te van diciendo como el “no es que me pasó esto, me pasó esto otro”, de la inseguridad en la que vivimos...y te va dando como que un abrir de ojos de que pues sí, estamos como un poco vulneradas en la cuestión social Pero de la misma forma como que no te desanimas del todo porque ves la contraparte de todas estas mujeres que está luchando y que están haciendo ruido afuera, que muchas artistas, directoras, escritoras que están intentando un cambio social que están tratando de hacer un mundo un poco más diferente y que motivan a uno como que a deconstruirse y a cambiar un poco hacia una confrontación entre tus ideales, lo que está sucediendo y lo que quiere ser, es como una de las cuestiones que hacen que pues como abrir más tus ojos, a ver cuestiones que tú no sentías o que tú no las veías de cierta forma. Pero, en definitiva, creo que la parte que más ha hecho como choque con mis ideales o con lo que ha pasado, son las personas que están en mi entorno, las mujeres que conozco, con las que interactúo, con las que veo y también un poco de lo que leo y escucho. Y también de lo que uno como que va viviendo, de sus experiencias de uno, creo que también eso va haciendo que cambies tus pensamientos, tus ideologías de las realidades que te vas enfrentando.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues yo creo que principalmente, ahora sí que conforme fui creciendo y observando ciertas situaciones familiares fui aprendiendo a observar y creo que también el salir de donde yo soy me ayudó mucho a observar otra realidad de la que ya de por sí estaba viviendo y empezar pues a comparar y tomar lo bueno y lo positivo de ambas. Creo que también, pues este la mediaticidad me ha ayudado también a, pues, a reaccionar de algunas formas o a resolver algunas situaciones que, pues a lo mejor yo no estaba preparada para resolverlas, pero pues gracias a los medios y a estos diferentes discursos que se comparten día con día, me, pues, me ha ayudado a resolver muchas muchas situaciones.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixchel. Adelante, Diana.

Diana: Pues yo creo que en mi caso principalmente, es en la cuestión familiar en donde te desenvuelves y ya después, obviamente te das cuenta con los medios lo que consumimos día a día ya sea las series que vemos, las novelas que llevamos desde chiquitas, ¿no? Pero después, cuando nosotros salimos a ese ambiente de la universidad foránea, que las prácticas, que todo eso, empiezas a convivir con más mujeres y te das cuenta de otras realidades y de otras perspectivas, ¿no? Y creo que eso influye muchísimo en nuestra parte, a nosotras como mujeres, lo que ha vivido una y lo que

no ha vivido otra. Entonces creo que ahí toma todo, como lo que a nuestros conocimientos y a crecer como personas.

Moderadora: Muchísimas gracias, adelante, Mari.

María: Pues yo creo que definitivamente he aprendido mucho de mi madre. Ella, al igual que yo desde muy joven, pues salió para para estudiar, para estudiar la universidad, la licenciatura, entonces yo creo que ese ha sido un gran modelo de mujer. Y luego pues yo tengo la fortuna de tener 3 hermanas, entonces somos cuatro y mi madre. Entonces nos ha enseñado a todas como a ser lo suficientemente valientes y afrontarlas en nuestras realidades. Ya cuando llego a la universidad los diferentes testimonios que nos dan las profesoras y la forma en como pues tienen presencia y se paran en el aula y exponen sus discursos y su forma de pensar, yo creo que eso también me ha hecho fortalecerme, ¿no? En esta forma y en esta concepción que yo también ya me tengo como mujer.

Moderadora: Muchísimas gracias, Mari, adelante, Jime.

Jimena: Pues yo siento que me considero como una mujer dual, tanto tengo mi lado masculino muy marcado como mi lado femenino. Pero creo que mi lado masculino es un poquito el que más me domina, porque pues yo crecí con un hermano, entonces no tenía como esa figura de hermanas, mi mamá siempre estaba afuera, entonces no era alguien como que me dijera el que tienes que vestir así bonita o peinarlo como una niña. O sea, siempre fui más ruda. Algo que me ha ayudado para pues igual ir buscando mi feminidad y todo esto, han sido las mujeres que se han puesto en mi camino, por ejemplo, amigas, maestras, no sé, diversas personas que me han moldeado también con sus historias y como son para que yo tuviera también esa feminidad mía, pero sí creo que me considero como una mujer dual que tiene su masculinidad y su feminidad marcada.

Moderadora: Muchísimas gracias, Jime. Y pues bueno también creo que todas nosotras somos conscientes de la situación en la que se encuentra nuestro municipio. Lamentablemente, el país de por sí está en un constante alerta de género, pero pues el municipio de Chignahuapan desde 2019 tiene esta alerta de género y a pesar de que se han realizado diversas campañas, diversos programas, pues no se ha encontrado una solución para lograr desactivar esa alerta de género en el municipio. También, pues bueno, la violencia se presenta inclusive entre la misma familia, tan solo en el primer trimestre del año 2022 fueron más de 30 carpetas de violencia intrafamiliar las que se presentaron. Así que bueno, considerando esta situación de quizás inclusive en unas familias no se presente esta violencia de manera pues decir grotesca, con golpes y así, pero se presentan con los conocidos micromachismos, ¿no? Quizás muchísimas de nosotros los tenemos adentrados y no nos damos cuenta de ello. Entonces es hablar un poquito de esto, en esa parte de nuestras relaciones interpersonales, cómo son, cómo las manejamos con hombres y con mujeres, porque no significa que la violencia entre mujer-mujer no exista, también existe. Entonces, ¿cómo manejamos estas relaciones interpersonales? ¿Cómo las manejan ustedes? Pero si les parece mejor, no sé si ya les apareció el

mensajito de que tenemos 9 minutos, así que, si quieren, cancelamos esta y empezamos una nueva reunión para que igual no se corten las opiniones, ¿les parece bien? Bueno, entonces ahorita regresamos.

Moderadora: Ahora sí, adelante, Lizbeth.

Lizbeth: A mí no me gusta que, por ejemplo, hagan comentarios sobre el físico de alguien, porque pues claro que no está bien, yo no voy a sentirme a gusto con personas que se dedican a hacerlo, ¿no? Entonces creo que lo importante es poner límites de mira a mí no me gusta lo que haces o simplemente pues también tratar de como a veces un poquito influir en que lo que hacen a lo mejor visto desde una manera puede afectar a muchas personas. Y también hacerles entender a ellos que lo que hacen no está bien porque no estaría padre para ellos que se lo hicieran a ellos también, ¿no? Entonces creo que para mí es importante mantener límites y pues también estar abierta a aprender que no digo que no cometa errores y creo que cada vez aprendes más de las personas que te rodeas. Incluso siento que hay personas que bueno, siempre va a haber alguien que esté mucho más preparado, que tenga más conocimiento en algo. Entonces creo que lo importante también es tener una mente abierta para aceptar cuando tú te equivocas y aceptar como ese conocimiento nuevo, esas opiniones nuevas, pero también respetando lo que tú eres y lo que tú quieres. Entonces creo que esa es la manera en que yo manejo mis relaciones.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lizbeth, adelante, Alexa.

Alexa: Es un poco complejo a veces manejar asertivamente mis comportamientos en mis relaciones interpersonales porque siento que también depende mucho del cómo estás en ese momento. A veces estamos estresadas, estamos tranquilas, entonces es un poco complejo manejarlo bien, pero trato siempre como de ser un poco, bueno siempre ser paciente. También entender un poco esta cuestión, por ejemplo, con mi familia y las generaciones que somos muy, muy diferentes, me sucede con mi abuela, ¿no? Mi abuela es una generación muy distinta, ella tiene otros pensamientos, es de una época muy diferente, en donde pues era que hacía lo que decía el papá, estaba como limitada, entonces, pues sí, tenemos como esos choques de ideologías, de pensamientos. Y también es como que entender cierta parte de su contexto y algo que me costó mucho como que entender, es que yo no puedo imponer mi pensamiento, sí puedo influir y explicarle mi perspectiva y como que entender su perspectiva de ella y llegar como un punto medio. En cuestiones, por ejemplo, con otras personas que sí a veces han llegado a situaciones con amigos, con tíos, con personas que sí, como que están un poco más alejadas y si he llegado con a decir, sabes qué, no concuerdo con lo que dices, esta idea no la comparto, valoro nuestra relación que tenemos, pero sinceramente dejemos esto este tema de lado, porque antes discutía, antes era de discutir con las personas y le decía como de no, es que no sé qué, no sé qué, pero creo que aprendido a que a veces no puedo cambiar los pensamientos de las demás personas y tengo que ser como que tolerante con ello, y a veces hay luchas que yo no puedo,

que no tiene caso yo debatir porque no voy a influir en nada. Entonces es como de sabes que no me gusta lo que estás diciendo, sí como que dar mi opinión sobre eso me incomoda, no me gusta y decirles que no quiero hablar de esto, de ese tema, hagamos otra cosa, pero sí poner como dice Lizbeth, límites y ser muy consciente uno sobre nuestros límites, lo que queremos, lo que aceptamos, lo que no aceptamos y lo que estamos dispuestos porque es muy difícil darse cuenta de esos límites y más difícil aplicarlos, ¿no? Porque a veces, como que te da, dices que va a decir la otra persona, se va a molestar, ya no va a querer estar conmigo o hablar conmigo, se lo va a tomar muy personal, pero creo que esta vez es como más una cuestión de tú cómo te sientas y tienes que respetarte como persona, pero también respetar a la otra persona y decirlo de la mejor manera, como dices que esto no me gusta. Entiendo y respeto tu opinión, pero no concuerdo con ella o estos comportamientos me afectan o no me gustan. Entonces aprender a plasmarlos, a decir lo que no nos gusta. Igual es muy válido si esa persona nos incomoda o ya no nos agrada, aunque sea nuestro amigo, una persona cercana, pues digamos no, no va conmigo, es muy mala y a tomar distancia y decir sabes que, pues simplemente ya no me siento cómoda y alejarte, ¿no? También creo que es esta cuestión, pero creo que, sobre todo, las 2 partes o las 2 palabras clave que utilizaría aquí serían los límites que dice, Lizbeth, muy importante creo que ahí empieza todo y también ser tolerantes y un poco empáticos con otra persona, como que no ponerlos ya en un malo concepto, sino también entender un poco su perspectiva y pues al final de cuentas, toda la ideología y los contextos que ha vivido, ser un poco más conscientes de eso, pero también respetarnos en nuestras ideologías. Creo que eso es como lo importante de mi opinión.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues creo que en mi caso me pasa un poco como a Ale porque no sé si lo han llegado a notar, pero a mí me gusta mucho escuchar a la gente más que me escuchen a mí. Y es muy importante lo que dice ella, porque hay que tener mucha empatía y entender, pues el contexto en el que vive cada persona, y creo que eso pues me ha servido para, pues también yo formar mi propia opinión, escuchar a los demás, sí, pero pues también un poco como escucharme a mí. Y creo que el escucharte a ti pues es importante, porque a veces pues tú te quedas pensando sobre algún tema importante, que pues a lo mejor tú pensabas que no tenía mucha trascendencia en tu vida, pero en realidad sí la tiene y te quedas pensando, y vas probando tu propia opinión y creo que las opiniones de los demás también te sirven de base para fundamentar las tuyas y es como también, pues dicen mis otras 2 compañeras amigas, este que es muy, muy importante, pues si no concuerdas con alguien, pues no discutir con él porque creo que pues a las personas es muy, muy, muy difícil cambiarlas de opinión hasta que ellos viven eso. O sea, o hasta que ellos, bueno, hasta que ellos quieran reaccionar es cuando lo van a cambiar su forma de ser. Entonces, pues sí, creo que lo más importante aquí es pues entender, ser empáticos y, sobre todo, pues escucharte a ti mismo.

Moderadora: Muchísimas gracias, adelante, Diana. Bueno, creo que tenemos unos problemitas, nos saltamos y después regresamos. Adelante, Mari.

María: Pues yo pienso mucho en la parte de lo negociable. Siempre he pensado que hay cosas que son negociables, que se pueden tratar y hay otras cosas que no. Por ejemplo, he tenido bueno, cuando vivía mi abuela ella luego solía hacer comentarios así sobre las cosas que tiene que hacer la mujer en la casa y como tendríamos que servir, pues a nuestros tíos parientes. Entonces, por ejemplo, esas cosas sí son negociables, ¿no? Y si puedes hablar con la persona y hacerla entender, bueno, porque ya era muy grande, pero pues ya hablábamos con ella y era tratar así de, de hacerle entender que todos podíamos colaborar, que todos podíamos servir la mesa, que todos podíamos hacer ese tipo de actividades, pero hay otras cosas que no son negociables. Por ejemplo, siento que cuando ya se meten con mi cuerpo de forma grotesca o a atacar este mi persona, eso ya no es como que no, no significa que haga caso omiso, ¿no? A las palabras que dicen las personas, pero simplemente es cosa a la que no tengo que prestar oídos. Son como ese tipo de conversaciones bizantinas que no te llevan a nada y que tú no debes estarte desgastando, ¿sabes? Porque ya sabes también, sobre qué tipo de persona es la de la que estamos hablando, que a veces son muy necias o a veces están siempre sobre un mismo punto y te están atacando, eso no es negociable. Entonces yo no trato con ese tipo de personas y creo que hasta cierto punto también por eso ya en la universidad me di cuenta de varias cosas y he empezado a poner mis límites con personas muy cercanas, pero cuando te das cuenta estaban atacándote mucho a ti, te estaban criticando y tú pensabas que estaba bien, ¿no? Y pues lo aceptaste por un tiempo, pero luego ya te das cuenta y dices, ah, no sí se están pasando, ¿no? O sea, porque lo que está diciendo ya es muy fuerte. Siempre pongo este ejemplo a mis hermanas, les digo, es muy diferente que un amigo, que una amiga te diga este no, pues vamos a comer o ya comiste ya desayunaste. O sea, lo dicen en plan chido a que otra persona te esté diciendo todo el tiempo, no es que sabes qué estás muy flaca, oye, este sí, comiste, o no te metes el dedo, o sea ese tipo de comentarios donde lastiman tu persona y te comienzan a crear también imaginarios en tu cabeza y empieza uno es que, qué tal si sí estoy muy delgada o yo me siento muy gorda y comienzas también a tener quizás algunos otros trastornos porque también de ellos se derivan de los comentarios. Cuando eso ya es ofensivo, eso ya no es negociable. Yo no trato con ese tipo de personas y ahí van las relaciones interpersonales. Muchas veces las rompo, pierdo contacto con esas personas, pero si es por mi bien, prefiero eso.

Moderadora: Muchísimas gracias, Mari, adelante, Diana.

Diana: Este yo creo que mis relaciones interpersonales, pues al paso del tiempo pues han cambiado muchísimo a como lo dice Mari, pues antes aceptábamos más, bueno, era más normal que nos dijeran ese tipo de comentarios, pero hoy en día ya sabemos poner límites. Creo que nuestra generación es lo que está aprendiendo, a poner límites, a saber, qué personas sí son sanas en tu vida y en qué personas no. Y también esa parte de discutir con personas creo que no va, creo que todas venimos

de un contexto diferente y todas van a tener ideas diferentes. Hay algunas que sí vamos a, o sea en mi parte, por ejemplo, yo me quedo con las que tienen más mis ideologías, no me quedo, así como a discutir de que esto no está bien, yo sé que no está bien, pero digo no, o sea sí les hago la plática, pero trato de no tener esos problemas para mí porque al final del día se crean conflictos con esas mismas personas de que sabes que, ella me dijo esto y se hacen cosas malas. Entonces yo sí cuido mucho mis relaciones interpersonales, trato de juntarme con gente con la que siempre me he juntado y con gente que veo que es mejor que yo. Entonces, como que tratar de nutrirme en esa en esa cuestión y no batallar, no batallar, pero sí poner mucho los límites hoy en día.

Moderadora: Muchísimas gracias, adelante, Jime.

Jimena: Algo que me ha servido bastante es comenzar a conocerme a mí misma para saber qué personas quiero en mi vida y que personas no. Otra cosa que igual me funciona muchísimo fue un libro que se llama los “Cuatro acuerdos” que uno de ellos es no te tomes nada personal y es muy cierto, porque a veces nos dicen cualquier cosa y no lo tomamos tan personalmente y a lo mejor pues tenemos que entender que esa persona tiene otra idea, pues otras costumbres, no sé nació en otra época. Y creo que esas cosas son las que me han funcionado para ir depurando a las personas negativas que no, que pues sí no traen nada bueno a mi vida. Hablando de mi familia pues claro, sí, tengo que aceptar sus ideas o si me hablan de eso, como mis compañeras decían, pues no discutir simplemente pues aceptar, ¿no? O a lo mejor no estoy de acuerdo, pero pues no te discuto y ya. Y como decía mi compañera Diana es importante también llenarte de personas que te aporten, eso es algo muy bueno. O sea que sepas que esa persona te puede dejar algo.

Moderadora: Muchas gracias y pues bueno, ahora vamos a pasar un poquito a la parte de los contenidos que consumimos. Aquí esta pregunta es un poquito más rápida, es como para saber qué están consumiendo, ahorita entonces es preguntarles, ¿cuál es el medio que más consumen? No sé plataformas de streaming, televisión, radio e inclusive redes sociales. ¿Qué es lo que más consumen? Y si pueden en este momento mencionar uno de los programas que están viendo o un programa que haya sido su favorito. Adelante, Lizbeth.

Lizbeth: Bueno, pues yo creo que yo consumo de todo un poco, pero últimamente, pues sabemos que los podcasts han estado en su auge, entonces uno últimamente que me ha gustado mucho y sobre todo que me ha cambiado mucho mi percepción de muchas cosas, está en YouTube y en Spotify, se llama “Más allá del rosa”, creo que es un podcast bastante, no sé, a mí me ha cambiado mi percepción de todo, desde la alimentación, desde la salud mental. También consumo muchos libros, me gusta muchísimo leer. Y también este, pues sí, las plataformas de streaming, series e incluso las de los animes se aprende mucho.

Moderadora: Muchas gracias, adelante, Ale.

Alexa: Bueno, creo que lo que más consumo en medios en primer lugar, son redes sociales. Creo que todas estamos como muy inmersas en redes sociales y el segundo es el cine, veo mucho cine. Siento que igual también del anime se aprende y eso también he visto mucho y creo que todos influyen. Y poesía he leído como poetas y es muy interesante ver las opiniones y todas estas cuestiones que plasman y la última película que realmente me impactó mucho, demasiado y que por eso mismo creo que ya no la volvería a ver pero siento que la tienes que ver al menos una vez en tu vida, pero tanto fue como mi compro, bueno, sino el sentimiento que me dejó que diga, no quiero volver a sentir esa sensación porque me dejó como mucha impotencia es la película de, no me acuerdo bien el nombre, creo que "Ruido", tiene mucho que ver ahí. Y pues, sobre todo desde nuestro contexto, de México, habla sobre México, sobre las mujeres, la violencia de las mujeres. Y sí me dejó muy impactada y ha sido como y dije, wow, más cine así, más se vio que era una película hecha para y por mujeres, y pues retrata una realidad muy, muy cruda y de lo que estamos viviendo entonces, creo que hay contenido así, muy, muy bueno que tenemos que darle como pues preferencias. Creo que es muy importante siempre es ser consumidores responsables, no tener en cuenta que es lo que estamos consumiendo, a quién va dirigido, Y también podemos consumir no siempre como contenidos, bueno, no siempre consumo contenido como tan relevante o tan buenos o tan culturales o así también hay como contenidos de entretenimiento. A veces consumo algunos que pueden sonar muy absurdos, pero también soy consciente de lo que estoy viendo y a pesar de que puede ser que a veces sean como muy absurdos algunos contenidos, pues creo que es como dejarlo ahí, ¿no? Como nada más entretenimiento y no darle tanta importancia a eso que estamos consumiendo en esos contenidos como de entretenimiento o palomeros, por así decirlo. Pero siento que sí, ahí consumo más. Igual redes sociales es un poco difícil porque tenemos de todo, a muchas personas opinando sobre todas las cuestiones. Ahí es un poco difícil controlar lo que vemos y lo que no vemos. Creo que a veces vemos como, bueno, nos aparece un cierto contenido. Pero sí ser un poco más críticos en lo que estamos viendo.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues en cuanto a lo que consumo es mayormente, son plataformas de streaming. Pero pues también este que luego en Facebook te salen ciertas películas o ciertos vídeos también me gusta verlos para como para entretenerme un poco o para no sentirme este sola cuando estoy solita. Creo que algo que ha revolucionado mucho es como las redes sociales y todo, pues esta red, que es TikTok podemos pasar horas y horas viendo TikTok y no nos damos cuenta. O, por ejemplo, pues ahí encontramos las películas completas, aunque por partes y las vemos así por partes. En cuanto a algún contenido que me haya gustado últimamente, vi el documental del actual líder de la religión católica, me parece muy interesante pues esta conversación que tiene con jóvenes de diferentes orígenes y que hablan este principalmente son hispanohablantes, pero pues hay algunos que otros que no habla bien el español, que también hablan el inglés. Con estas dudas de los jóvenes que son, pues sobre

temas del aborto, del feminismo, de las cuestiones de género. Me parece muy interesante, pues este debate que hay entre la institución y el individuo. Creo que sí lo recomendaría para pues también como un poco como para escuchar qué es lo que opina, más que la institución, tengo que opina el individuo, es muy importante lo que dice y también cómo, cómo es la reacción de los jóvenes, pues nos ayuda como a tener otro punto de vista más allá de lo religioso.

Moderadora: Muchísimas gracias, adelante, María.

María: Ah, pues principalmente yo considero que consumo más redes sociales, principalmente, Instagram, creo que es el medio en donde más estoy. Ahí mismo de Instagram me gusta seguir publicaciones pues más que nada informativas. Y también consumo, pues mucho contenido asiático, de que dramas y así, pero quiero decir que es bueno porque precisamente te permite ver cómo es una cultura y tú la puedes contrastar con la tuya. Hay uno muy bueno que se llama "True Beauty", que precisamente habla de esta lucha que tiene la protagonista porque tiene problemas de bullying y demás. Yo cuando veo este k-drama le digo a mi hermana, realmente la actriz es muy hermosa y así con acné y demás, es muy bonita, digo, yo no entiendo cuál sea el problema de ellos en la sociedad. Pero ya cuando te pones a investigar realmente pues sí, son mujeres muy muy marginadas porque las critican por su rostro, por su complejión, por la forma en como tienen sus ojos, su nariz. O sea, todo ello también suma. Entonces esta es la forma en cómo se juzga a una mujer dentro de la cultura asiática, pero si nos vamos a la cultura mexicana, ¿por qué nos juzgan a nosotras? Entonces ya te empiezas a dar cuenta si son cosas de belleza, sí, pero es más de ideología, ¿no? Entonces es como, como el contraste y de allí sale la riqueza de este contenido.

Moderadora: Muchísimas gracias, adelante, Diana.

Diana: Pues hay mucho. Lo mismo escucho los podcasts y son como de amor propio, el de "Se regalan dudas" y cosas así. Me gusta mucho cuando me siento muy bajoneada, creo que esa es una, me pongo a hacer mi quehacer antes de irme a mis prácticas y lo escucho y digo que ya me levantó el ánimo. También me gustan mucho los K-dramas, de hecho, ahorita estoy viendo uno que se llama Woo, una secretaria, se me fue el nombre, una secretaria extraordinaria, y la protagonista también tiene autismo, o sea, vemos las realidades también, como dice Mari, pues las culturas en eso, pues creo que hasta aquí en México sería muy parecido lo que hacen en Corea a lo que pasa aquí en México. Pero sí creo que eso sí marca una diferencia en lo que vemos y lo que no.

Moderadora: Gracias. Adelante, Jime.

Jimena: Tengo un poquito de fallas, pero lo que últimamente consumo más son podcast por el tiempo igual que no tengo estar en la red social, aquí pues solo es simplemente escuchar. Y concuerdo mucho con...

Moderadora: ¿Soy la única que no la escucha?

Alexa: No, yo tampoco la escucho.

Moderadora: Jime, puedes hablar otra vez, por favor.

Jimena: ¿Me escuchan?

Moderadora: Sí, ya ya.

Jimena: Les decía que lo que consumo ahora son podcast como Lizbeth uno de los podcasts que consumo es “Más allá del rosa” porque tienen muchas historias sobre mujeres que son muy importantes. Y me gusta, me gusta escuchar la vida de las...

Moderadora: Te dejamos de escuchar otra vez. Pero creo que lo que entendemos un poquito de esto, es que te gustan los podcasts y específicamente “Más allá del rosa” y también ha tenido como trascendencia, escuchando las historias. No sé si quieras completar más de tu opinión o así está bien.

Jimena: Así la dejo para que no se vuelva a cortar.

Moderadora: Vale, muchísimas gracias, Jime. Y pues, bueno, ya la última pregunta antes de pasar a nuestra segunda parte es preguntarles un poquito de estos contenidos que ustedes consumen, ¿han tenido influencia de las protagonistas femeninas que justamente ustedes ven? ¿Han adoptado algo de ellas o meramente se queda ahí en consumo? Adelante, Lizbeth.

Lizbeth: Pues sí, yo considero que bueno, más allá de, por ejemplo, yo mencioné que a mí me gusta mucho leer y creo que últimamente hay muchas protagonistas empoderadas. Para mí ha sido fundamental aprender de ellas porque vas adaptando ciertas cosas, que dices o por ejemplo las ves como algo de admiración. No sólo en los libros, también las de las películas, las series, cualquiera, lo ves como admiración y empiezas como decir wow, yo quiero ser como ella, yo quiero ser igual de fuerte, de valiente, de no sé, como que hasta te suben la autoestima porque yo quiero verme así, así de fuerte, así de capaz. Y, por ejemplo, en cuanto al podcast que a todos se los recomiendo muchísimo, yo siempre se los recomiendo porque de verdad a mí me ha abierto mucho la percepción de muchas cosas que me ha ayudado a cambiar mis ideologías, bueno no cambiarlas, sino como deconstruirme más bien porque hay cosas que uno pues uno tiene interiorizado y no sabe qué están bueno, qué es malo por decirlo de alguna manera, hasta que te das cuenta la experiencia de otra persona que tiene eso, ¿no? Y pues creo que tiene que ver con los contextos, porque, por ejemplo, ese podcast abre incluso de personas gordas de cómo ha sido su batalla. Por ejemplo, cómo este sistema, cómo el ser delgada, es un privilegio, eso también lo tocan en un podcast porque, por ejemplo, algunas veces tú no te has puesto a pensar y bueno, yo nunca me había puesto a pensar hasta que escuché ese episodio donde específicamente habla de una persona que no cabía en los asientos de

los aviones, porque justamente estaban diseñados para personas que no, pues que no tenían el peso que ella tenía, una complexión que ella tenía. Incluso los asientos de los cines y por eso es que digo que a mí me ha abierto mucho la mente, porque yo nunca me había cuestionado eso de, ¿todas las personas podrán sentarse en este asiento de cine? ¿Todas las personas podrán en caber en el asiento de un avión? Nunca lo había pensado. Es entonces diría abrirme la mente en eso. También, por ejemplo, en cuanto a la salud, en cuanto, incluso hay experiencias de personas de cómo han vivido no sé la muerte, el suicidio de su hijo, la muerte de su esposo. No sé, yo creo que a pesar de que uno no ha vivido esas experiencias y lo bueno porque creo que nadie quisiera vivir eso, pero a pesar de todo eso, uno va a aprendiendo. Entonces yo creo que no solo la admiración se ve para las personas que vemos en los libros, películas, series, sino también las topamos con personas, pues de nuestra vida diaria. Ves a tus amigas empoderadas y que son felices y dices, wow, yo quisiera ser como entonces. Yo creo que todo esto, tanto los medios como las personas con las que te rodeas, todo lo que consumes, creo que tiene influencia en ti y te ayuda pues a irte deconstruyendo y a ir mejorando poquito a poquito y cambiando ciertas actitudes que tú no quisieras tener y que pues sí, que te ayuden a ser mejor persona.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lizbeth y antes de que sigamos con las opiniones nuevamente les voy a pedir lo del link porque ya tenemos poquito tiempo y no les quiero cortar la inspiración, así que regresamos en otra sesión.

Alexa: Soy consciente de que todo lo que consumimos influye de manera positiva o negativamente en nuestra persona. Igual me pasa que hay contenidos que veo que digo, wow, quiero, quiero hacer eso o como hacer esto. Igual, por ejemplo, me pasa mucho que veo películas, series y eso de trabajos y digo ay, no había visto esa cuestión está muy padre, quiero hacer este hobby y así. Entonces hay cosas que uno va adoptando o se va como animando a intentar, dices ah, pues vamos a ver qué tal funciona o se ve que está divertido esto o quiero hacer esto. Entonces, como que te da ese ánimo o esa otra visión de hay cosas que a lo mejor te dan miedo o no querías. De igual forma, pasa con los pensamientos, te muestra situaciones, contextos de perspectivas distintas a las que tienes y a veces te abre con panoramas o igual complementa y nutre a otros que tienes. Y hay, por ejemplo, hay cosas que uno no concuerda, no hay cosas que dicen no, pues esto no es mío. Y como que te ayuda como que a afirmar tus cosas o ver otro punto de vista, entonces considero que sí, que todo lo que consumimos en cuestiones mediáticas, en cuestiones personales de personas, creo que influye en nosotros de cierta forma. Bien dicen, ¿no? Que llevamos dentro de nosotros, por ejemplo, conocemos a personas y todas como que tienen como semillita. Ah y también no sé si han visto este post como de que somos una hoja en blanca y una de muchas líneas que han dejado muchas personas que han pasado en nuestra vida. Siento que sí, que somos en ese conjunto de pequeñas semillas que han dejado las personas, los contenidos, experiencias. Pero en definitiva sí estoy muy consciente de que todo lo que consumo tiene influencia en mi persona, positiva o negativamente, ¿no? Porque hay cosas

que, pues no me quisiera, no sé decir cómo, pero pues hay cosas que uno adopta y que a lo mejor no son del todo correctas y unas a veces no nos damos cuenta. Hay otras cosas que, pues nos aportan mucho y nos ayudan a deconstruirnos y también aventurarnos, que es lo más importante. A veces hay cosas que como que nos da miedo y no nos animamos y con estas otras perspectivas nos ayuda como a aventarnos, a tratar de analizarnos y decidir como de que oh, okay, no había pensado en esto, voy a cambiar esto, no lo voy a cambiar o voy bien. Entonces esa cuestión de que lo que consumimos nos ayudará, al menos, aterrizar el tema de nuestra mente a ponernos a pensar ese tema de decir ay, eso no lo había pensado y profundizar un poco más sobre ello y generar un poquito de, podría ser si no cambio más bien como hay una palabra como conciencia de esos pensamientos, de esas acciones, porque pues no todo lo que consumimos va a cambiarnos y cosas que a lo mejor no nos cambian, pero sí como que ayudan como que al menos a tener ese pensamiento, a ser un poco más conscientes de algunas situaciones, cosas. Y hay otras que sí nos ayudan a como cambiar nuestros pensamientos, nutrirnos. Entonces considero que sí, que sí es hay una influencia en todo lo que consumimos. Puede ser muy pequeña o muy grande, eso dependerá de nosotros y también de lo que estemos como o de del mensaje que nos esté llegando.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues creo que en mí principalmente lo que ha adoptado de lo que veo es, pues son las formas de vestir. Yo antes era muy insegura para para ponerme cosas que no cubrieran mis piernas y ahora pues este viendo este tipo de series o viendo tan solo a las de los noticieros como que me doy más seguridad para ponerme en lo que yo quiera o lo que me gusta. También este, pues un poco en el aspecto del maquillaje, yo antes no me no me gustaba maquillarme, pero a partir de que vi que estas personas y pues se veían bonitas, dije bueno y pensé en intentarlo y la verdad eh, no lo hago todos los días, pero pues es algo que sí me agrada y que ya es parte como de mi aspecto físico y que me hace sentir bien. Otra cosa también que viendo mucho imitar son los cortes de cabello, sobre todo de estos doramas, principalmente porque yo normalmente estoy acostumbrada al cabello largo y cuando decido hacerme un corte, pues es como para, pues, hacer algún beneficio a la sociedad en este caso, pues yo ahorita en este momento lo estoy dejando crecer para después donarlo y obviamente, pues me gustaría tener un corte como el de algún dorama que esté viendo o de alguna serie.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixchel, adelante, Mari.

María: Pues, hijole, yo creo que sí he adoptado algunas cosas. Ah, pienso mucho en, hay una película que me encanta, su libro es hermoso y la película también es muy buena "Mujercitas". Ahí la protagonista, Jo March, que quien la interpreta es esta, no sé pronunciar bien el nombre, pero es Saoirse Ronan, algo así o sea bueno es Ronan, es muy buena. Yo cuando vi la película siento que comencé a adoptar de ella está parte de que es muy viva, es muy activa, pero siempre dice lo que piensa, ¿no? O sea, y la forma en cómo se expresaba con sus hermanas, con su familia y en los

diferentes entornos en los que ella convive. Entonces eso me empezó a gustar y dije, no, pues de eso hay que aprenderle. ¿Qué pasa? Que cuando empiezo a investigar más de la actriz, me gustan también sus trabajos. Eh, sale en “Lady Bird”, es la protagonista en la Gaviota y la verdad es muy buena, que, de hecho, se basa en una obra de teatro de Antón Chéjov que también es muy buena. Y a mí, la verdad, me gusta mucho el cine, me gusta mucho el teatro, eh, soy actriz. Y cuando comienzo a ver cómo en una entrevista ella dice que ella escoge a sus personajes por el valor que también quiere demostrar o lo que quiere proyectar a las otras mujeres, o sea, ella escoge sus papeles por el mensaje que quiere darle a las mujeres, entonces yo cuando vi eso dije, bueno, se trata de un artista que está siendo mujer y expresa lo que ella siente y lo que ella ve desde su ámbito, desde el arte. O sea, desde entonces así yo me lo planteo, ¿no? Digo yo, estudiante de la licenciatura en comunicación también qué discursos voy a decir y de qué forma voy a proyectarlos. A partir de ello me ha dado mucha seguridad o sea de ver a estas actrices, ver estas mujeres dentro de escena y fuera de la misma. De eso he aprendido para mi vida, ¿no? Y es lo mismo, lo que aprendo, en cómo lo llevo a cabo en la universidad, con mi familia, como también lo hago vida en la escena en el teatro, pero también como fuera. Entonces es jugar con las 2 dimensiones, pero siempre estar consciente del discurso que se está transmitiendo. Y entonces yo siento que de esas actrices he aprendido mucho la seguridad que tienen, o sea, lo mismo, las mismas fuertes palabras con las que se presentan en escena, son las mismas palabras que también dan en su rueda de prensa y cuando tienen convivencia con los medios. Entonces es como que tener esa presencia y esa fuerza en los diferentes ámbitos, y eso es lo que yo he adoptado.

Moderadora: Muchísimas gracias, Mari, adelante, Diana.

Diana: Pues creo que también con soy como Ixchel, también influye mucho ejemplo, a mí me gusta mucho la moda, me fijo mucho en eso. También en todo lo que veo, en series, k-dramas las protagonistas son muy buenas y a veces pues uno quiera o no pues hay cosas que sí, sí, afectan como nuestra personalidad o nosotros lados las adoptamos, más bien dicho, que decimos, ah, eso me gusta. Y si ese personaje no es malo, entonces lo adoptamos, nos gusta. De hecho, hay ocasiones hasta en las que dicen, oye, qué bonito que digas esto o qué bonito que hagas esto o qué bonito tu vestuario y tú de ah, sí, sí, gracias, es de un personaje de un drama, jaja. Pero, o sea, sí como que en esa parte es en donde influye más en mi persona.

Moderadora: Muchísimas gracias, Diana, adelante, Jime.

Jimena: Creo que el contenido que consumo sí influye mucho, como les comentaba, los podcasts y en especial “Más allá del rosa” es algo que, pues tiene muchas historias de mujeres que viven, pues sí, ¿no?, situaciones que siento que en mi vida voy a llegar a vivir o están muy fuera de mi alcance, pero que existen. O sea que las escucho y me abren un panorama más amplio de la situación en la que estamos viviendo. Y creo que sí impacta mucho porque pues también es tema de conversación

el que sepa yo las historias y no sé, vaya yo y se las diga a mi mamá y me da sus puntos de vista. Entonces es una interacción que tengo con diferentes mujeres, ¿no? para saber también sus historias y lo que han vivido y pues estar también alerta de lo que nos puede llegar a pasar. Y también consumo muchos libros, me gustaron los libros más que nada psicología, y uno último que leí es “La psicología oscura” y está muy padre, la verdad. También abre un panorama hacia la vida que estamos viviendo hoy y cómo podemos llegar a ser tan manipulados por otras personas o que nosotros mismos seamos manipuladores sin saberlo. Entonces sí, porque entonces ese tipo de cosas me abren mucho el panorama y también me dan pláticas o temas de conversación con otras personas.

Moderadora: Muchísimas gracias, Jime. Pues, bueno, con esto vamos a empezar ya nuestra segunda parte del Focus Group aquí les voy a compartir pantalla cuando les aparezca la imagen, me dicen igual para saber qué se está viendo. A ver, díganme ustedes si la ven. Esperando que vean la imagen ahora sí, pues vamos a hablar de la serie *The Bold Type*, es una serie que surge en Estados Unidos o es creada en Estados Unidos por Sarah Watson en 2017, pero es una serie que tuvo un impacto más o menos cuando empezó todo lo de pandemia, ahí fue cuando fue justo el boom de esta serie que retrata la vida de estas 3 protagonistas que vemos aquí, no solo es una y justo por eso es una serie de elección, yo creo por mucho de nosotras, porque intenta cambiar un poco la representación femenina. Sí echamos un poco la mirada hacia atrás, en los contenidos que quizás hemos visto, casi siempre, solo es una protagonista, o casi siempre, todas tienden ir hacia un tipo de mujer. Estaba la mujer tradicional, que es esta mujer que era más sumisa y está la mujer moderna, que también se súper empodera, pero también se convierte en una súper mujer que tiene que poder con todo sí o sí y de todas formas, siempre la dejan como un poquito abajo del hombre. De todas formas, en las representaciones, Watson intenta romper un poquito de eso con la serie *The Bold Type* al poner 3 representaciones femeninas diferentes, que sí, todas terminan englobadas en el empoderamiento femenino, porque como discurso es lo que se quiere proyectar para que la sociedad, para que las mujeres se empoderen y es, por ende, que es como el punto central de esta serie. *The Bold Type* sitúa a estas mujeres en su vida laboral, en su trabajo, en una revista llamada *Scarlet*, todas trabajan ahí unas con anterioridad, otras no.

Pues vamos a empezar un poquito con Jane Sloan que es la chica del vestido café. La serie comienza cuando ella ingresa a *Scarlet* justamente y es una escritora, va a redactar artículos y lamentablemente ella perdió a su mamá cuando era muy joven, su mamá murió por el cáncer de mama y entonces pues bueno, ella era muy pequeñita en ese entonces y no tuvo otra imagen femenina, ya que no tenía alguna hermana, alguna prima o tía cerca de la cual como adoptar esta parte. Ella creció con su papá y con su hermano y justo en los primeros capítulos ella comenta que su deseo era llegar a *Scarlet* porque *Scarlet*, a través de su discurso, a través de lo que escribían en la revista, era su imagen femenina, era la parte que entendía como toda su feminidad. Entonces ella quería regresar ese apoyo que recibió, ese acompañamiento que recibió, también escribiendo justamente en esta revista para

hacer el acompañamiento de alguien más. Y pues, bueno, llega y se da cuenta que tiene muchos conflictos para escribir en esta revista, porque tiene la mente un poco cerrada y también porque no ha vivido muchas circunstancias que nosotras, las mujeres que hemos vivido con otras mujeres, pues tenemos el privilegio de conocerlo y también se limitaba mucho a toda su crianza con su papá y por supuesto también el manejar sus relaciones interpersonales le cuesta. Pues bueno, temas como la sexualidad, temas como los límites, son cosas que a ella le cuesta mucho escribir, por supuesto también hablar y conversar con sus amigas, que justamente son estas otras 2 chicas. Le cuesta mucho hablar de eso, por supuesto, le cuesta mucho escribirlo y compartirlo con los demás. Sin embargo, ella tenía en mente siempre que lo que ella escribiera iba a ser de trascendencia, de un tema social que hiciera sentir acompañadas a las demás mujeres, en general a la demás sociedad, pero específicamente se enfoca a las mujeres. Por ejemplo, ella no quiere escribir sobre cosas banales, sino cosas que tuvieran impacto, como llega a ser un artículo con el que ella, después de mucho tiempo, es galardonada sobre los 30 mejores escritores y también recibe el premio al mejor artículo biográfico porque el artículo habla justamente de los testimonios de mujeres que han sobrevivido a violaciones, ¿no? Entonces, este tipo de temas son los temas que ella busca escribir en la revista o redactar para acompañar a las mujeres.

Comienza una relación incluso cuando llega a Scarlet y es ahí donde se ve en la necesidad de poner límite, porque al igual que a muchas de nosotras, ella es a una mujer a la que le cuesta mucho establecer sus límites y viene de unos ideales de que justamente lo que quiere es una relación monógama. Se enfrenta a que la persona con la que quiere estar, pues bien, es de relaciones abiertas y buscar relaciones abiertas. Entonces compaginar eso cuesta muchísimo hasta que ella se da cuenta, pues que tiene que establecer sus límites. Comienza a establecerlos y no sólo con él, sino que más adelante con sus amigas, con sus jefes, con sus amigos. Ella se va dando cuenta de lo importante que es establecer los límites. Es una mujer caracterizada en la serie por deconstruirse, creo que es en las que más se nota de las 3 lo de la deconstrucción, porque pues para redactar y escribir en la revista, apoyando a las mujeres, también debe entender que muchas veces nosotros, como decíamos, tenemos interiorizados o estamos haciendo por así decirlo mal para alguna otra parte de la sociedad. Y pues, bueno, poco a poco ella, ella va deconstruyendo esta parte.

Y pues bueno, ya casi como por la cuarta temporada se tiene que someter a una doble mastectomía. ¿Por qué? Porque heredó un gen del cáncer de su mamá que le hacía tener en un 80% de probabilidades de en el futuro padecer este mismo cáncer. Y entonces ella, por su juventud y por lo que implicó perder a su mamá por este cáncer, es una mujer muy negada, una mujer que le da mucho miedo hacerse las pruebas, que no quiere hacerse las pruebas porque dice que por su juventud no tendría por qué hacerlas, pero en realidad es una negación de todo el miedo y todo el daño que le provocó justamente perder a su mamá por esto, ¿no? Poco a poco, con el apoyo de su círculo, ella se va dando cuenta que también, no solo por ella, sino por compartirlo con otras mujeres, por invitar a las

mujeres a que en su juventud también es importante que se hagan estudios sobre qué riesgo pueden tener de tener cualquier tipo de cáncer, pero específicamente el cáncer de mama. Entonces se da cuenta que es importante que ella se haga sus estudios, que lo comparta con un público y bueno se somete también a que tiene que decidir a su corta edad, a sus veintitantos años, tiene que decidir si quiere tener hijos o no. Ella no estaba situada en este punto, pero debido a este gen que tiene, tiene que tomar una decisión de fertilidad. Ella opta por congelar sus óvulos, también todo un proceso muy difícil y después una doble mastectomía. Esto la posiciona en una situación difícil emocionalmente, pero también laboralmente, porque pierde cierta inspiración. Creo que si nos situamos un poquito en el lugar de todas las personas por las que han pasado cáncer o que se enfrentan a que tienen esta probabilidad de tenerlo, pues es una situación compleja, una situación difícil. Pero que ella va asimilando poco a poco, siempre contando con el apoyo de su red, algo que destacan mucho es este apoyo entre redes, específicamente de mujeres, pero también contar con tu círculo cercano, porque, como les decía, no son unas súper mujeres, pero pueden hacer todo siempre y cuando tengan estas redes de apoyo.

Después, bueno, nos pasamos a la chica de en medio, Sutton Brady, ella es una chica que le cuesta mucho crecer en su trabajo porque siempre había tenido la mira de llegar al departamento de moda. Ella comienza siendo asistente de gerencia y prácticamente le costó las 5 temporadas de la serie lograr llegar al departamento de moda siendo estilista, que era lo que ella quería, pero estuvo muchos años en un puesto de asistente porque a diferencia de sus compañeras, sus otras 2 amigas, ella es la chica a la que más le cuesta subir laboralmente, aunque siempre se esfuerza, siempre está mostrando lo que quiere hacer. Una vez que llega al departamento de moda y es asistente, se confronta con el hecho de no saber qué hacer específicamente y esto nos indica obviamente que una mujer, no tiene que desde luego que saber desde un principio lo que quiere hacer, sino que a veces pues encontrar también esta parte cuesta. Empieza también como diseñadora, como influencer, hasta que se da cuenta que pues lo que realmente quiere hacer es ser estilista específicamente de la revista.

Ella tiene una relación con su madre un poco difícil, su madre sufrió alcoholismo y por tanto, la descuidaba mucho en su infancia y en su juventud. Y ella pues busca alejarse de ella, no tener este contacto con su con su mamá y pues bueno, después de mucho tiempo vuelve a establecer el contacto y a reparar estas relaciones, que puede ser un poquito complejo, ¿no? Pero como lo decían ustedes hace ratito, conversando estas diferencias que hay entre dos personas puede lograr tener una relación con su mamá, respetando como estas diferencias. Y de todos los personajes, Sutton es la que tiene una relación amorosa estable, como sana, siempre tienen claro las prioridades el uno del otro, saben que lo principal es su carrera, su vida laboral. Y bueno, pero se enfrentan a uno de los principales problemas, que pues, bueno, el chico con el que estaba saliendo tiene uno de los puestos más altos en la revista Scarlet, entonces mucha gente empieza a decir que todos los puestos que obtenía Sutton, el cómo iba subiendo, era debido a la relación que tenía. Ella decide, pues obviamente priorizar su

trabajo y termina esta relación para poder seguir escalando laboralmente sin que estuvieran estas críticas. Más tarde, en la serie se da cuenta que pues las opiniones de los demás no tendrían que importarle tanto cuando ella está esforzándose y dando su máximo esfuerzo. Busca más mostrar su trabajo y obviamente se enfrenta mucho a la minimización de su trabajo y sus opiniones por parte de otras personas. Por ejemplo, alguien que la apoyó muchísimo fue también el que era estilista en ese entonces de Scarlett, antes de que ella lo fuera, pero también se enfrenta a que él minimizaba su trabajo en algún punto. Entonces, después logra conciliar esta relación y su trabajo y se casa. Resulta que queda embarazada, algo que es espontáneo, no se lo imaginaba y de repente entra esos conflictos en su mente, entre el poder con todo, con su vida laboral, su vida social y también su vida familiar. Sufre un aborto espontáneo que le causa un gran choque emocional, porque se da cuenta de que realmente no quiere tener hijos, ese aborto espontáneo lejos de mortificarla, ella dice con esas palabras que sintió alivio porque se da cuenta que quiere su vida exactamente como la tenía. Es una chica de 26 años que está en la plena de su carrera y entonces se da cuenta que no quiere o no necesita tener un hijo en ese momento. Esto la lleva al divorcio con su pareja, porque pues son 2 ideales completamente distintos, la otra parte sí quería tener hijos y pues, bueno, deciden priorizar, no quitarle como lo que quiere al otro, sino cada quien seguir con sus ideas y por tanto se separan. Pero pues ella sigue teniendo este contacto con él, pero pues ya no evidentemente en forma de relación y continúa con su vida laboral como estilista.

Después tenemos a Kat Edison del lado izquierdo, es la chica más joven de las 3, ella es una chica afroamericana y que es muy criticada porque obtuvo su puesto en Scarlet debido a que sus padres la acomodaron justamente en la revista, sin embargo ella reconoce estos privilegios que tuvo y de todas formas demuestran que ese trabajo sí es para ella, siempre, de hecho, es una directora de redes sociales, la más joven, destacada porque siempre hace bien su trabajo, porque siempre busca o saca a relucir esta revista a través de las redes sociales. Kat se enfrenta justamente a racismo como lo podemos ver, también a que la critiquen mucho por los privilegios que tiene, ella siempre ha sido como consciente de eso, es la persona más consciente de las situaciones sociales de ellas 3. De hecho, siempre busca apoyar como a los grupos más vulnerables, a los afroamericanos, a los musulmanes, a la comunidad de LGTB, siempre busca estar apoyando y, sobre todo también a las mujeres. Apoya a quienes puede, desde su trinchera, desde las redes sociales, desde la revista y, más adelante, también a través de su candidatura como diputada, por así decirlo, del distrito. Todo sucede en Nueva York. Entonces, bueno, se da cuenta que quien está en ese entonces para candidato, lejos de ayudar a los grupos vulnerables, lo que está haciendo, pues es vulnerarlos, quitarles los pocos espacios que tienen. Así que ella decide lanzarse como diputada que bueno, lamentablemente pierde las elecciones por la corrupción existente en el sistema. Ella iba compitiendo contra un señor llevaba muchos años en la política, que lleva muchos años desarrollando toda su campaña, pues, ella acaba de ingresar y esto la hace, aparte de tener votantes sí la apoyaban, pues sabemos cómo es un poquito el sistema de corrupción acerca de política, así que la quitan del puesto y obviamente el otro candidato gana la

diputación. Pero bueno, esto la lleva también a perder su trabajo que puso en riesgo por la candidatura. Ahora está desempleada, pero también busca hacer algo desde su desempleo y comienza a trabajar. No importa que tenga un título, no por eso no puede trabajar en ningún otro trabajo, de hecho, empieza a ser barista y cuando es barista se da cuenta que es interesante hacer un podcast con los clientes que van. Y de ahí, bueno, empieza otra vez su carrera como en redes sociales, comienza a seguir con el trabajo que tenía de apoyar desde ahí a los grupos vulnerables.

También uno de los principales problemas a los que se enfrenta es que ella pues no sabía que era bisexual, sino que descubre a lo largo de la serie esta bisexualidad que tiene y también a manejar sus relaciones interpersonales, especialmente con su novia, que es Adena, una mujer musulmana y lesbiana que de por sí, por ser musulmana ya tiene muchos problemas en Estados Unidos, casi siempre la quieren deportar y pues bueno, al ser lesbiana aún bajan más como todos los derechos a los que ella tiene acceso porque la gente no se los permite. Entonces, pues bueno, también desde su relación busca apoyar a su novia y a todo el grupo que va incluido ahí con su novia, pero también le cuesta esta parte. Se va conociendo poco a poco y conoce su bisexualidad y llega a aceptarla, pero siempre, como les digo, señalando como el valor de la amistad entre ellas.

Hay otras personas a lo largo de esta serie, como Jacqueline, que es la jefa de la revista y que siempre busca apoyarlas y que no pierdan la visión de que es una revista para acompañar a las mujeres, para empoderar a las mujeres, por mujeres y para mujeres. También los personajes, como les mencioné, quienes están en su relación con ellos, perdón con ellas, también son como trascendentales.

Este es un poquito del resumen de lo que tienen estos personajes a lo largo de toda la serie y pues bueno, ahorita les voy a mandar unos videítos, no se los voy a poner aquí por aquí, porque pues ven que luego se traba, pero les mando los links a través de WhatsApp o a través de aquí del chat para que puedan verlos, son super cortitos y ahorita se los mando. Bueno, se los mandaré a través de WhatsApp porque creo que va a ser más fácil, ahorita se los hago llegar.

Ya les mandé los vídeos, son solo 3. Es como para recapitular un poquito de lo de la serie. Si les parece, mientras está como el corte, que ya tenemos poco tiempo para acabar esta reunión, mientras está este corte, aprovechamos si quieren para ver los videítos. Les doy como, son como 3 minutos por cada uno, así que dejamos 10 minutos si quieren y a las 12:46 volvemos para comentar acerca de la serie, ¿les parece bien?

Jimena y Alexa: Sí, sí.

Moderadora: Vale pues, entonces ahorita regresamos.

(Sale Diana de la reunión por temas laborales).

Moderadora: ¿Me están escuchando o no?

Alexa: Yo sí te escucho.

Jimena: Yo también.

Moderadora: Entonces tenemos un problema con, a ver Lizbeth habla... Bueno, creo que tenemos un poco de fallas técnicas, pero vamos a empezar un poquito ya hablando acerca de la serie y lo primero es como ya les había dicho, nos vamos a centrar como en la representación femenina en estos 3 principales personajes que son los que destacan de esta serie. Entonces es preguntarles a ustedes, ¿qué opinan acerca de este tipo de representación femenina? ¿Lo ven igual que en otros contenidos? ¿Ven que haya diferencias? ¿Qué opinan acerca de estas representaciones? Adelante, Alexa.

Alexa: Lo que me gusta de la serie es que maneja 3 personajes muy distintas en diferentes situaciones diferentes, como contextos y te vas como identificando con una bueno, te vas a ir identificando más con una, pero también te identificas con las otras en ciertas partes y sí cambia a muchos contenidos que he visto porque nos muestran representaciones diferentes, nos muestran igual procesos diferentes de todas las chicas y de acuerdo a la mentalidad y sus objetivos que van teniendo, entonces es una serie muy rica en cuestiones de todas estas, como ideologías, que tiene que a lo mejor unas no concuerden con tu ideología, pero en situaciones determinadas como que te sientes identificado o piensas de eso Por ejemplo, con Jane yo me identifiqué mucho en su profesión, pero con Kat me pasó mucho en la cuestión del proceso de que tenía de cómo arriesgarse a tomar otros como procesos a otros trabajos, como que deja algo seguro para adentrarse, algo que sigue en su dial de disfrutan es muy interesante. Como su proceso, como en un momento, como la paciencia que tuvo para ir creciendo. Entonces es como estas cuestiones que se van como entiendo, que no sólo te muestran a un personaje y a una sola cosa, sino te van mostrando diferentes situaciones que van viviendo los personajes y cómo tú vas como identificándote, viendo diferentes cosas, otras diferentes perspectivas, es muy rica la serie en esto en también, cómo se desenvuelven y también la red de apoyo que tienen. Es creo que una de las cosas que más me ha gustado que hayan podido como mandar ese mensaje de que no tienes que hacer todo sola, que está bien tener ayuda y cómo no influye esa ayuda y esas personas en poder lograr sus objetivos y estar ahí en los momentos difíciles.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ale, adelante Lizbeth.

Lizbeth: ¿Me puedes repetir la pregunta, por favor?

Moderadora: Ah sí, discúlpame. Es un poquito acerca de tu opinión sobre las representaciones femeninas, ¿crees que estas representaciones como las The Bold Type son iguales o son distintas a las que ves en otros contenidos? ¿Qué destacas justo de estas representaciones?

Lizbeth: Bueno, yo creo que las representaciones femeninas que vimos en a lo largo de la serie son un tanto distintas a lo que normalmente consumo, porque no sólo te muestran a una sola persona

viviendo su feminidad y el proceso de conseguir lo que quieren, sino que te muestran, por ejemplo, en este caso, a las 3 protagonistas. Y entonces, cada una de ellas atraviesa por diversos procesos, cada uno diferentes a su manera, y creo que también te va llevando todo el transcurso de la serie, pues bueno, más bien te muestra como todo el proceso que tuvo cada una de ellas que vivir, los obstáculos que se les presentaron, la manera en que lo resolvieron y también creo que como lo mencionaba Ale, este lazo que tienen entre ellas, la manera de hacerte saber que no estás sola y que aunque nosotros estemos, por ejemplo, las protagonistas que están atravesando procesos distintos, a final de cuentas estaban juntas. Entonces creo que eso es una parte importante, ver que los lazos que tú también tienes y, bueno, lo asimilas a tu a tu vida diaria de ver ah, pues los lazos que yo tengo me van a ayudar también a lo largo de mi proceso, porque pues cada una tiene un contexto diferente, entonces creo que eso es algo que me agradó bastante de la serie, que no sólo te muestra a una sola persona con los obstáculos que se le presentan, sino en este caso que fueron las 3.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lzbeth adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues creo que a mí sí se me hace un poco parecida a esta serie de los noventa de “Sex and the City”, sobre todo por la red de apoyo. En cuanto a las situaciones que viven, no tanto porque son, o sea, porque son diferentes épocas y también en la forma de resolverlo justamente por la época, son muy distintas las formas de resolver este tipo de situaciones. Pero creo que sí, como que me recuerda un poco a la red de apoyo de “Sex and the City”.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixchel, adelante, Mari.

Mari: Bueno, yo considero que la serie es interesante por la forma en cómo van evolucionando los personajes. Pero si habláramos un tanto de la representación entiendo que cuando se escribe un guión cinematográfico o para este tipo de productos audiovisuales, pues siempre se trata de meter cosas de realidad, pero también mucha parte de ficción. Y, obviamente, el contexto en donde viven las protagonistas, pues es uno completamente distinto al que en el que viven las personas que lo consumen. Es decir, pues yo soy de México, de Chignahuapan, ¿no? Entonces yo consumo este tipo de contenido y puede ser un tanto alejado, o sea la representación que hacen puede ser que los temas sean, son los mismos a allá y aquí, los mismos temas, las mismas complicaciones y demás. Pero sigue siendo una representación un tanto alejada de mí. Entonces yo veo la serie, me gusta, es interesante y la consumo, pero sigue existiendo un sesgo, o sea, sigue siendo muy apartado de mi realidad, aunque los temas que se aborden sean los mismos que me confrontan, su representación es distinta porque al final son contextos distintos y al final se trata de pues sí, una producción audiovisual que es entretenimiento, pero que también tiene parte de verdad.

Moderadora: Muchísimas gracias, Mar, adelante, Jime.

Jimena: Pues yo creo que concuerdo mucho con Mari porque pues a lo mejor la representación que hacen sí son a lo mejor situaciones que se pueden llegar a vivir o que las mujeres viven, pero en mi entorno, por ejemplo, ahorita que yo ya estoy laborando, lo siento muy alejado. O sea, no es algo que me represente o que yo sienta que estoy identificada con él, es muy, muy, muy distinto a mi realidad laboral que ahora estoy viviendo. Entonces creo que, pues sí es bueno conocer las situaciones, por ejemplo, en este caso de las 3 chicas que viven cosas muy distintas y que no se apartan de la realidad, claro, cualquier mujer puede vivir eso, pero sí, siento que está muy lejos de lo que yo puedo vivir o lo que puedo llegar a vivir.

Moderadora: Muchísimas gracias y pues bueno, ahora estas preguntas van un poquito con base en lo que sucede a lo largo de las 5 temporadas. Nuestras protagonistas en algún punto llegan a ser las dirigentes, por así decirlo, de su departamento en diferentes tiempos y en diferentes circunstancias. Sutton llega a ser estilista, que es el puesto más alto en el departamento de moda de Scarlet y Jane llega a ser en algún punto la editora, ya no la escritora, sino la editora de todos los artículos y tiene su propia columna. Y esta chica Kat, que desde el principio estuvo en dirección, son protagonistas empoderadas siempre, pero empoderadas desde su trinchera cada una. Y un punto que quizás llegue a ser un poco diferente con las representaciones que se habían tenido en otros contenidos es que, de acuerdo a diversos estudios, siempre que se ponía a las mujeres en puestos altos en producciones audiovisuales o en contenido audiovisual, siempre se les dotaba como de características masculinas, eran grotescas, duras, o sea, como que no podía ser una persona sensible la mujer. Entonces, a través de esta serie donde nunca dejan las protagonistas de lado esta sensibilidad, es preguntarle, preguntarles, perdón, ¿ustedes consideran que una mujer puede tener un puesto alto en cualquier lugar donde trabaje, con esta sensibilidad o tiene que tener esta personalidad grotesca para poder dirigir a algún grupo? Adelante, Lizbeth.

(Sale Jimena por trabajo).

Lizbeth: Yo considero que la sensibilidad no tiene nada que ver en si alcanzas o no, en este caso, el ser dirigente, porque simplemente la sensibilidad es parte de ti. Entonces yo considero que eso no tiene nada que ver con llegar a esto, claro que sí, hay que saber poner límites y no dejarse, ¿cómo decirlo de alguna manera? Pues que las otras personas lo pasen, o sea, tú también mostrarte sí, eres sensible, pero también tengo una actitud que no sé, podría ser una actitud que no te voy a dejar que te aproveches de esa sensibilidad porque para mí es algo que, por ejemplo, me caracteriza. Entonces yo siento que no tiene nada que ver y, por lo tanto, considero que una persona con, que no es de características así muy rudas, sí puede llegar a ser dirigente. Yo siento que no, que no tiene nada que ver, aunque sí hay que respetar los límites, bueno, irlos poniendo más bien dicho.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lizbeth, adelante, Ale.

Alexa: Es una cuestión como que compleja porque en la sociedad en la que vivimos y más en el contexto de que tenemos poca desventaja, bueno, tenemos pocas oportunidades de estar en puestos y generalmente pues crean o no estamos en una sociedad donde el patriarcado pues es el que generalmente está en los puestos de arriba y son como que los que más tratas. Creo que la sensibilidad no es debilidad porque también soy una persona muy sensible, pero sí considero que, en el ámbito laboral, el imaginario social que se tiene sobre la sensibilidad, si es como que te discrimina más siendo mujer, porque la sensibilidad lo toman como una característica de la mujer y como que lo toman como sinónimo de debilidad en cierto sentido, que no concuerda con eso, pero socialmente siento que así es un poco tomado. Y considero que en los puestos de poder está bien, ser sensible, pero también siento que la mayor parte es como mantener esa cuestión de tu vida como personal, con tu vida laboral, y pues tratar siempre de mostrarte profesionalmente, por así decirlo, como involucrar estas cuestiones como de no sé, es que, ¿cómo podríamos explicarlo? Considero que sí, que sí está bien ser sensible en el trabajo, pero también saber en qué momento serlo porque claro, se toma como esa cuestión débil y pues no, no siempre podemos mostrarnos así en ciertas situaciones. Más o menos considero que es eso que no está, no es estar peleado esa cuestión sensible con los puestos y que tampoco los personajes tienen que ser grotescos, ni tampoco tienen que ser como totalmente rudos o totalmente cerrados, así como como cuestiones de que todos son como una roca, ¿no?, así como ponen a los como jefes, como que son como de piedra, como que no tienen relaciones. No, son somos seres humanos y todos tenemos esta esta cuestión sentimental y pasamos por muchas cosas en nuestra vida, por nuestros procesos, pero sí es un poco, creo que complejo, al menos como mujeres, mostrar esa esa cuestión o ese sentimiento o esa esa parte de nosotros en puestos de poder, porque somos criticadas siempre, somos criticadas y creo que muchos de los personajes, o muchas de las personas, ponen como los personajes de cierta manera, porque creo que es como una barrera que uno pone para evitar sentirse vulnerable o vulnerada en esos como puestos, como decir pongo mi barrera para que no haya como esa cierta persona, pero creo que ser sensible te da esa apertura de ser empático, de mostrarte humano con tus otros como trabajadores, otras personas de tu equipo, poder empatizar más y poderte poner también como en los zapatos de las personas. Entonces considere yo que es una cualidad esto de ser sensible y es una...mmm, que tendríamos que ser más conscientes y se tendrían que visibilizar más y no solo tener como este imaginario de que las mujeres o los personajes de poder siempre son como que de piedra y son estas estatuas y no sienten nada, sino ser conscientes como esta cuestión.

Moderadora: Muchas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues desde mi punto de vista creo que en ser sensible no debería de influir en conseguir un puesto directivo, sino la capacidad laboral que tú tienes al desempeñarte siempre. Justamente este creo que, pues a lo mejor lo toman en cuenta por eso que dice Ale de que un jefe debe de ser como

firme, pero yo siento que no tendría mucho que ver el que sea firme o no, cuando tienes todas las capacidades laborales para atender el puesto.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixchel, adelante, Mari.

María: Igual estoy de acuerdo con la forma en la que explica Ale que pues la sensibilidad no es una debilidad, yo creo que bueno, como mujeres también es una parte que se tiene más desarrollada, pues, científicamente hablando e ideológicamente es pues es algo muy natural. Incluso en partes de la serie se puede, se puede dar cuenta, por ejemplo, cuando están haciendo sus eventos y demás o en las alfombras rojas, como son los nervios que ellas tienen pues con el evento y están nerviosas, están haciendo cosas y demás, y pues entra la preocupación de que si vino a verla el novio o si no vino a verla. Entonces como que se preocupa en la parte sensible, pero okay, no pasa nada, hay que seguir, hay que sacar el evento y siguen en su modo ejecutivo, y si tienen la preocupación de estas relaciones interpersonales con las otras personas, pero también no descuidas tu puesto. Es decir, es como tener un balance, ¿no? No es una debilidad, no es una desventaja competitiva tampoco ser sensible. Simplemente hay que saber regularlo, hay que saberlo manejar. Eso también tiene mucho que ver con mucho manejo de emociones, la inteligencia emocional y demás. Pero al final eso no debería determinar si estás en un puesto o no, porque al final es tu capacidad, o sea, te ganas un puesto por las capacidades que tienes, las habilidades y la forma en cómo manejas las situaciones, momentos de crisis y demás, es así como tú te ganas un lugar más allá de que si eres sensible o no.

Moderadora: Muchas gracias, pues bueno, ahora vamos a otra parte que es sobre el aspecto de las protagonistas y sí, había momentos en que las protagonistas, obviamente cuando tienen un evento, están súper arregladas, ¿no? Pero de ahí, aunque somos conscientes de que al grabar una serie siempre los actores están maquillados de cualquier forma, hay como de un aspecto más natural en su día a día de las protagonistas, ¿no? Tan solo en las formas de vestir, esta chica que es Kat, no por ser directora le quitan su parte juvenil también siempre usa atuendos juveniles. El maquillaje tiende a ser como natural, aspecto natural, porque no vamos a decir que no tienen maquillaje, claro que lo tienen. Entonces es preguntar acerca de su aspecto, ¿tiene que ser o es relevante para interactuar con las demás personas? Es decir, en tu vida laboral, ¿tienes que lucir impecable, arregladita, formal para pues poder hacer tu trabajo o para poder interactuar con los demás? ¿Tu aspecto es relevante en la interacción con las demás personas? Esa sería la pregunta, adelante, Lizbeth.

Lizbeth: Pues la verdad no, no tiene nada que ver si te arreglas con que trabajes mejor. Es verdad que a veces te hace sentir de alguna manera mejor el hoy me veo bien, hoy me va a salir todo todo chido, pero no tiene nada que ver, o sea, yo creo que mis habilidades y mis capacidades van a ser las mismas esté yo maquillada o no. Creo que, más que nada, eso tiene que ver con algo de autoestima. Si a ti te hace sentir mejor verte arreglada para algo muy importante, pues claro que lo vas a hacer, porque de alguna manera te va a ayudar a pasar por eso, a pasarlo de mejor manera. Entonces bueno, no tiene

nada que ver con que si estoy maquillada voy a trabajar uy más chido, mis capacidades van a triplicarse o algo así, no, no tiene nada que ver con eso. Además, creo que actualmente a través de lo de la pandemia y todo eso, hemos yo creo que, la manera de consumo ha cambiado un poco, creo que nos gusta ver más ahora lo que es un poco más natural, que es superficial. Entonces pues yo creo que eso también tiene que ver.

Moderadora: Gracias, Lizbeth, adelante, Alexa.

Alexa: Bueno, me puse a pensar un poco, siento que socialmente implica un poco, sí abarca un poco porque las personas tienden a juzgar y tienen diferentes como estereotipos sobre ciertas cuestiones, ciertas vestimentas. Y entonces la pregunta que me pongo a hacer es, ¿por qué cuando tu solicitas un trabajo, te piden foto? ¿Por qué es necesario que te pongan una foto cuando lo que importa creo que son tus habilidades, lo que sabes hacer? Y entonces dices, creo que sí influye un poco esta cuestión de cómo te ves físicamente, pero sinceramente no tiene nada que ver el cómo te veas, cómo te vistas sobre lo que eres. Y también siento que el maquillaje, la vestimenta, es una expresión de quién eres, de cómo te sientes cómodo, de tus ideologías, de lo que quieres proyectar. Y no encasillar, eso es como el envoltorio, no es como para un trabajo lo esencial. Creo que lo esencial son tus cualidades, lo que sabes hacer y puedes desarrollar el puesto. Y ya en la ropa, la apariencia, el maquillaje es una cuestión de uno, de su expresión, de cómo se siente cómoda. Que igual también es muy chistoso que cómo va variando, como las tendencias influye, como ahora es como más natural, antes era como muy como cargado, que la super sombras, ahora ya es como más como poco maquillaje o la vestimenta, las modas como van cambiando. Entonces creo que esto, la vestimenta, los maquillajes, los accesorios, es algo subjetivo que va como cambiando de acuerdo a la época, a la persona y simplemente es un medio como de más expresión y de cómo sentirte cómodo, pero laboralmente no tendría por qué influir. Que exista gente que lo tome en cuenta es diferente, pero tristemente pues creo que sí influye socialmente por todas estas cuestiones de que te juzgan ya que no debería de ser, pero siento que, en algunas cuestiones, en algunos casos, no en todos, no vamos a generalizar, pero siento que en determinadas o en pocas ocasiones que llega a suceder esto de que, pues si te tienen en cuenta, que digan no pues me gusta más su estilo o así. De tal forma, que creo que sí influye un poco en algunas ocasiones.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Coincido con las opiniones anteriores porque sí, cuando tú te vistes, cuando tú te arreglas demasiado es porque pues a lo mejor estás de buen ánimo o cuando no te arreglaste, porque a lo mejor este te dio mucha flojera. Pero eso tendría que ser un poco más personal y no tan social como dice Ale. O sea, vestirse debería de ser solo tu forma de expresión con el mundo, pero no deberías de sentirte juzgada por cómo te vistes o por lo que te pones hoy o por lo que no te pones hoy. Simplemente debería ser a tu gusto.

Moderadora: Muchísimas gracias, adelante, Mari.

María: Pues sí, definitivamente siento que por los diferentes ámbitos en donde nos desarrollamos, ya sea en el trabajo o ahorita que hemos tenido la oportunidad de trabajar, del servicio social o las prácticas profesionales, pues evidentemente te piden, no te exigen un código de vestimenta, pero sí que vayas presentable, ¿no? Yo siento que es más una forma muy personal. No significa que vayamos, no sé ahorita tengamos una presentación y vayamos así como de pijama, ¿no?, porque es lo que me hace sentir bien, o sea, digo, hay momentos, hay momentos. Pero independientemente de ello, creo que sí, o sea, si nos arreglamos lindas y demás, es para nosotros mismas más allá de querer agradar a ciertas personas o querer impresionar no sé a nuestros jefes y demás. Es más una cuestión de nosotras, que nos guste, vernos a nosotras de esta forma, más allá de querer ser un discurso o sea, de nuestra vestimenta transmitir algún tipo de discurso. Yo pienso que eso vendría a ser lo valioso.

Moderadora: Muchísimas gracias. Y bueno, nuevamente les pido que ingresen al último link, ya vamos por las últimas preguntas, las que siguen. En este listado les pediría que las contesten un poco más breves para que también no sea pesado para ustedes porque ya se alargó a 4 sesiones, o sea, no está mal, pero también comprendo que tienen otras ocupaciones. Entonces, pues bueno, regresamos ya para nuestra última sesión.

Moderadora: En lo que llega Ixchel le vamos empezando de nosotras. Bueno, la siguiente pregunta, como ya lo mencionamos muchísimo, las redes de apoyo son como vitales para el crecimiento de cada una de las protagonistas que está aquí, entonces es preguntarles esto, ¿ustedes consideran que una mujer puede ser una súper mujer y lograr todo sin las redes de apoyo o que son vitales estas redes de apoyo para alcanzar sus objetivos? Adelante, Lizbeth.

Lizbeth: Yo creo y considero que claro que una mujer puede ser una súper mujer a su modo, pero creo que los lazos y las relaciones son muy importantes. ¿Por qué? Porque si en algún punto, a través de todo el proceso sea independientemente de la meta a la que quieras llegar, creo que hay un punto en todo, es como una escalerita y hay veces en las que de repente subiste 2 escalones, pero de repente, hay algo que te regresó, uno o 2. Entonces creo que el que alguien esté a veces, lo que uno necesita también es que alguien te diga de no sí se puede, vamos, échale ganas y también incluso a través de todos esos procesos va a haber un momento en el que tú te sientas insuficiente, que ya no puedes más. Entonces creo que sí es fundamental tener a alguien que esté contigo, que te acompañe en todo el proceso, porque a final de cuentas igual no solo va a ser tu logro, también va a ser gracias a personas que estuvieron ahí para ti siempre y creo que si esas personas estuvieron para ti, creo que es obvio que tú también vas a estar para ellas, porque cada uno atraviesa diferentes procesos, entonces creo que los lazos son muy importantes.

Moderadora: Muchas gracias, adelante, Ale.

Alexa: Considero que las redes de apoyo y la relaciones que uno va generando son vitales para nuestro crecimiento, tanto en cuestiones de que tú estás pasando una situación y la cuentas y luego tu amiga o tu familiar o alguien está en esta situación, te da ayuda, te tranquiliza, te dan consejos. Creo que uno vive bajo las experiencias de otras personas y te ayudan como a ver cómo afrontar ciertos procesos. De igual manera, me gusta mucho esto de las redes de apoyo que te ayudan a crecer en cuestiones de que tienen un proyecto y te jalan al proyecto o tienen otra cuestión y te influyen. Es una cuestión muy bonita que te suma. Y también estas cuestiones de apoyo emocional que siempre van a estar contigo, te motivan, que a pesar de que tengan como diferentes problemas, que estén todos juntos apoyando y escuchándose en los diferentes procesos. Pues siempre es importante tener a alguien que esté ahí contigo, aunque sea nada más escuchándote. Creo que, aunque nada más, las personas te escuchan creo que ya suman, ya te animan, y creo que es muy importante tener a estas personas y saber con quién te rodeas y buscar ser selectivos en tus redes de apoyo, encontrar estas personas que te aporten emocionalmente, que aporten en cuestiones de contactos, en todas estas como situaciones que podrías tú ocupar. Pero sí es como súper importante y muy vital en nuestra vida tener personas y redes de apoyo porque todos somos seres sociales y todos necesitamos de esta interacción, de esta convivencia, de esta unión entre nosotros y de cualquier proceso. Creo que tener a personas que nos ayuden y nos motiven, que nos den un granito de arena a nuestra vida, creo que es importante y suma mucho.

Moderadora: Muchas gracias, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues yo creo que estas redes de apoyo que todos hacemos este son importantes para nuestra vida, ya que nos ayudan a crecer personalmente. En mi caso, nunca, nunca, nunca antes había tenido redes de apoyo, sobre todo que fueran de mí mismo género. Casi siempre eran como hombres, pero ahora que en mi vida universitaria pues he conocido a muchas mujeres, que les agradezco mucho el que estén ahí conmigo, creo que es muy, muy diferente, que tengas una red de apoyo tanto de hombres con como de mujeres, como que las mujeres, sobre todo por la época que estamos viviendo se siente como mejor.

Moderadora: Muchísimas gracias. Ixchel, adelante, María.

María: Bueno, yo soy de la idea de que, pues realmente nadie puede solito, o sea, todos tenemos nuestras capacidades y demás, pero siempre requerimos de la ayuda de redes de apoyo para poder lograrlo y, bueno, me gusta la idea de que todos vamos sumando, que al final si yo puedo llegar a un puesto muy alto, pero al final ese puesto lo voy compartiendo, o sea, lo voy a lo voy haciendo también participe de esas otras personas que me ayudaron a llegar hasta ahí. Entonces, definitivamente, las redes de apoyo, pues sí, son, creo que son necesarias. Y que la gente que ha llegado solita y ha estado ahí y que según dice que no tiene redes de apoyo, pues realmente debería como de hacerse

de redes o simplemente reconocerlas que sí existen. Porque al final es ese apoyo que se necesita para lograr tus metas y el bien de todos.

Moderadora: Muchas gracias, bueno, ahora vamos a las relaciones interpersonales y lo que vimos en *The Bold Type*, como les dije, también son chicas que se enfrentan a establecer límites, algo que nos cuesta, pero se enfrentan justo a este proceso de establecer los límites en sus relaciones interpersonales y situándolo un poquito en el contexto en el que nos desenvolvemos nosotros, ¿creen que el establecer límites en nuestras relaciones interpersonales puede ayudar a reducir la violencia de género existente? Adelante, Lizbeth.

Lizbeth: Pues yo considero que sí, porque para empezar hay diferentes tipos de violencia. Y creo que estableciendo límites comienzas un poco con la erradicación de la violencia psicológica, porque si a ti te molesta algo, tú pones tu límite y no dejas que nadie lo pase, entonces si a ti eso no te va, primero le vas a hacer saber esa persona que lo que ella te está diciendo o haciendo está mal para ti, que tú no lo quieres, no te gusta, simplemente no te agrada. Entonces creo que esa manera de establecer ese límite, si tú lo dejas pasar de alguna manera va a ser violencia emocional o psicológica de acuerdo a lo que te vaya a decir o hacer. Entonces si tú le pones esa persona ya va a saber que eso a ti te molesta, que tu no congenias con eso, pues que simplemente no. Entonces yo considero que los límites son una manera de poner un hasta aquí. Entonces, yo creo que sí pueden ayudar un poco a la erradicación de estas violencias, principalmente comenzando con la violencia psicológica y emocional, que creo que también es unas de las que más ataca y creo que a veces es un poco la que no se enfatiza, porque como la tienen muy como más alejada, entonces yo considero eso.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lizbeth, adelante, Ale.

Alexa: Considero que sí, tal vez no erradique toda la violencia que tenemos de género porque es un tema muy complejo que se tienen que tomar muchas acciones, pero creo que empezar con nosotros mismos, con poner límites, con empezar a concientizarnos, a ponernos los lentes de género, así muchas personas le dice, como de pensar las situaciones de diferente forma, de también tratar de nosotros no caer, porque muchas veces caemos también en esas actitudes, que denigramos a la gente sin darnos cuenta, son como microacciones que tenemos, que no concientizamos, entonces creo que suma el que nosotros empecemos a poner límites, a reconstruirnos a esta cuestión social. No va a ser un gran cambio de momento, no va a tener un gran impacto y con eso erradicar todo, ¿no? Pero creo que comenzando con uno mismo es una muy buena una lucha. Y creo que, si entre todas empezamos como a ponernos límites, a deconstruirnos, va sumando, ¿no? Y se va haciendo una acción más grande, entonces considero que sí, que manejando y poniendo límites, pensando en nosotros, en nuestras personas, el concientizarnos siento que sí ayuda a disminuirlo y que después, pues van cambiando las personas, quizá vayan concientizándose más, pero siento que es una acción que suma mucho y que, a pesar de ser pequeña, tiene un buen un impacto.

Moderadora: Muchas gracias, adelante Ixchel.

Ixchel: Creo que poner límites nos ayuda a protegernos a nosotros. Y es una forma de prevenir sí la violencia de género, pero tal vez no de erradicarla por completo, sino que creo que debemos empezar así, como dice Ale a concientizarnos. Empezar por uno mismo y con base a eso, pues tratan también de concientizar a los demás.

Moderadora: Muchas gracias, adelante, Mari.

María: Sí, definitivamente este parte de poner límites es muy importante, sobre todo a veces no sé, creemos que son cosas muy pequeñas y que pueden no tener un efecto mayor, pero es a partir de esas pequeñas cosas o comentarios o actitudes son con las que nosotros tenemos que marcar un hasta aquí. Y pues definitivamente en la serie también se nota eso, ¿no?, como las más protagonistas van cambiando o van creciendo, la evolución de su personaje les hace crecer igual por el mismo contexto en donde se van desarrollando, es como también esto les ayuda a saber a qué poner límites. Yo siento que también, algo importante de resaltar pues es precisamente la lectura que se tiene que hacer del contexto, de los diferentes ambientes donde te desarrollas, en nuestro caso, la universidad, el trabajo, nuestros grupos sociales y demás, leer bien eso, ese contexto para también saber en dónde se van marcando los límites, lo que sí es negociable y lo que no.

Moderadora: Muchas gracias. Ahora hablando un poquito de este tema, la pregunta es, ¿cambió su forma de vivir su feminidad o de manejar sus relaciones interpersonales después de ver la serie? Adelante, Lizbeth,

Lizbeth: Pues creo que, como ya lo hemos mencionado anteriormente, creo que todo lo que consumimos nos deja ciertas lecciones, bueno, algo en lo que nuestra cabeza esté pensando, ¿no? Entonces yo considero que, pues esta serie reafirmó, lo importante que son los lazos, estar rodeada de personas que te aporten. También afirmó la importancia de poner límites, la importancia de que no tienes que seguir una guía de cómo vivir tu feminidad porque tú la tienes que vivir a tu manera, a lo que tú quieres, a lo que tú eres. Entonces yo creo que, pues cada situación es diferente, o sea, obviamente no es lo mismo lo que yo viva ni mis lazos afectivos a los que vimos en la serie, porque pues claramente no, pero, aun así, a lo que uno tiene, con lo que uno tiene, creo que esos cachitos que se van quedando es lo que te va cambiando la percepción.

Moderadora: Muchísimas gracias, Lizbeth, adelante, Ale.

Alexa: ¿Me podrías repetir la pregunta, por favor?

Moderadora: Sí, la pregunta es que si después de ver la serie, ¿cambió tu forma de vivir tu feminidad o de manejar tus relaciones interpersonales?

Alexa: Sí influyó, tal vez no cambió, tal vez no cambió algunos pensamientos, pero sí influyó en algunas cuestiones, por ejemplo, en esta parte cuando Kat explora su otro lado de la sexualidad en donde no está peleada con su lado bisexual que descubre, creo que eso fue muy interesante porque en algún punto yo me vi como en esa cuestión, como pensando y conociéndome y meditando en cómo me definiría. Y entonces, como que hay cuestiones como que afirmar, por ejemplo, en esa onda de categorización y como que fue como ayudándome a otras cosas. Igual también en los procesos, de que no siempre voy a estar, no siempre voy a tener el resultado tan rápido, sino que hay un tiempo y está bien estar perdida en su momento, creo que eso me tranquilizó mucho, el ver que todo llega en su momento. A veces si habrá cuestiones que tienen que llegar, cosas que no. Y como que no preocuparme tanto por esta cuestión de que estar como perdida, no es sinónimo de estar como perdiendo, por así decirlo. Y cada quien va a llevar diferentes tiempos. Sí influyó en esa cuestión de reforzar las ideologías que ya tenía.

Moderadora: Muchas gracias, Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues creo que a partir de que vi la serie cambió mucho mi perspectiva con algunos temas, uno de ellos, pues esta red de apoyo de mujeres, como que antes no me había abierto con mujeres, como que sí les tenían un poquito de miedo. Pero pues a partir de esta serie vi que, pues en realidad debemos de ser sororas y empáticas y no juzgar o tomar, pues los juicios de la sociedad de que entre mujeres siempre nos atacamos cuando pues en realidad no es cierto. O sea, yo creo que, al contrario, las mujeres siempre vamos a estar apoyándonos y celebrando todos nuestros logros.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixchel, adelante, Mari.

María: Pues yo creo que realmente fue eso, también conocer las diferentes situaciones en las que las protagonistas se desarrollaron, los problemas que se enfrentaron y demás. Este eso me hizo abrir mi panorama para poder también comprender las situaciones de mis amigas, mis compañeras de trabajo y demás, que también pueden tener esas situaciones que son similares, quizás no exactas porque como ya se mencionó anteriormente, lo de las representaciones, pero sí pueden ser realidades alternas que pueden tener. Entonces, pues me permite conocer más, tener un panorama más completo de lo que sucede, pero también a tener una mirada mucho más crítica sobre estos temas que son importantes y la forma en cómo se abordan desde los productos audiovisuales.

(Lizbeth sale de la llamada por motivos laborales).

Moderadora: Y bueno, ya ahora sí vamos por nuestras últimas preguntas, ya se los dije desde hace rato, pero ahora sí, es en cuestión de empoderamiento que presentan estos personajes específicamente, obviamente lo mencionan acerca del ámbito laboral, pedirles que me mencionen algún otro ámbito desde el cual nos podemos empoderar las mujeres. Adelante, Ale.

Alexa: Creo que un ámbito que me pareció muy interesante fue en el ámbito sexual, en donde por ejemplo esta la protagonista Jane, pues como que tenía como cuestiones que no había experimentado, como que había cosas que no había tocado, o temas que no había vivido entonces, pues es muy interesante y nos damos cuenta de que estamos muy limitados en educación sexual, en experiencias, en cuestiones y a veces da miedo. Ella como que se va liberando y recurre, el valor que tiene para ir con una psicóloga sexual sino mal recuerdo y le empezó a decir cuestiones como de no, tienes que hacer esto y esto y como ella se permitió experimentar, explorar su sexualidad creo que es una de las cuestiones muy interesantes, porque socialmente pues no se habla de esto, tenemos estas cuestiones como muy escondidas. Igual en el ámbito de su proceso de chequearse de la salud, que no están concientizadas, ahorita es como de que sí están como hablando y eso, pero tomar la decisión de pues si de hacerse los estudios, confrontar el problema, compartir su experiencia, creo que suma mucho a otras mujeres porque son pues cuestiones o enfermedades que solamente o en la mayoría de los casos, las mujeres, pues experimentamos y cómo se empodera uno al conocer las historias al enfrentarse a esas nuevas cuestiones, creo que es una de las cosas que me gustaron, más por el antecedente, por ejemplo, en mi caso sí que existe antecedente como de cáncer entonces es como de que pues no tengas miedo, creo que es mejor como irse a chequear y el apoyo que tienes para sus amigas, como lo habla y como que te da valor y te anima como a enfrentarte a otras cuestiones que te empodera la serie y al mismo tiempo, como que te es como también un abrazo, como de cosas que tú tienes miedo, que te han limitado y vas viendo o te ves como representada, como que te cobijan y como que te dan un poco de valentía al enfrentarte a nuevas experiencias, a estos nuevos retos.

Moderadora: Muchísimas gracias. Ale, adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues creo que también como me lo mencionaba Ale, pues sería como en el ámbito de la salud. Hace poco estaba escuchando algo muy importante, que primero es más importante tu salud que pues tu fisionomía. Creo que la carga social que tienen los senos en una mujer es demasiada como para que prefiera o va como para que se sienta tan mal de cuidar ante su salud, su imagen, entonces eso como que sí me pareció algo muy curioso e importante de resaltar. Y qué, obviamente pues nos da otra perspectiva social de cómo nuestra fisionomía es importante.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixch, adelante, Mari.

María: Ah, pues yo pensé que este podría ser desde la libertad de creación que tienen, bueno en esta parte en como ellas trabajan con la revista y demás. Desde allí ya pueden ellas emerger, y tener otros discursos. Y claro que la parte en la que hablan de su cuerpo y su sexualidad eso también es muy interesante porque definitivamente es, yo lo veo así, ese discurso es tan fuerte en ellas que al final lo terminan por transmitir en sus áreas de trabajo, ahí tiene presencia ese mismo tema, en la revista, en las juntas directivas, o sea, en estos ambientes donde ellas colaboran. Por lo tanto, si hay una trascendencia, o sea sí se puede llegar a notar como esa fuerza que tienen sus palabras sobre temas

que quizás al principio eran personales y solamente hablaban entre ellas, ya comienza a tener partido dentro de la agenda de la empresa.

Moderadora: Muchísimas gracias y pues, bueno, ya la última pregunta, esta la respuesta es con un sí o con un no, sin ahondar, simplemente creo que ya hemos ahondado antes en esto solo es como resumirlo, ¿se sintieron representadas por estos personajes femeninos? Si me dicen que no, ¿cómo se sentirían ustedes representada? ¿O qué necesitaría un personaje para que se sientan representadas? Adelante, Ale.

Alexa: Yo sí me sentí representada en cuestiones de ideología, cuestiones de pensamiento, pero también no había tomado en cuenta lo que dijo Mari, son sus contextos un poco diferentes a las situaciones como es Estados Unidos a México. Hay situaciones que vamos a decir que no hemos vivido y que es un poco distinto. Creo que estaría interesante que este tipo de personajes en cuestiones de representaciones femeninas se toquen aquí en México, en los contextos, situaciones que enfrentemos como mexicanos porque es diferente la cultura que manejan en Estados Unidos o la cultura que se maneja en México en libertad de valores, de concepciones. Creo que México tiene un poco más cuestiones de género, más como fuertes, como que somos el país con el que más feminicidios cuenta, entonces sí es como ver un poco más estas representaciones en contenidos mexicanos y que todos tuvieran como alcance con ello, que, si bien la serie sí coincidí, me sentí representada en algunos aspectos, no del todo.

Moderadora: Muchas gracias. Ale adelante, Ixchel.

Ixchel: Pues es me pasa un poco como a Ale, en ciertos aspectos sí me sentí identificada, pero creo que sí, como que el pasar una historia norteamericana a mis contextos es como difícil de pensar.

Moderadora: Muchísimas gracias, Ixchel, adelante, Mari.

María: Ah, yo no me sentí identificada con las protagonistas siento que sí implica mucho esta parte del contexto, también las edades, Considero que quizás me hubiese gustado la participación de un personaje que no sé, que tuviera tintes un tanto más este como de estilo conservador si se puede llamar de alguna forma, para más que nada por curiosidad y para saber cómo se implementaría ese tipo de personaje en una narrativa como la que propone la serie. Entonces nada más para saber qué tipo de discurso se implementaría, considero que eso sería interesante teniendo en cuenta que la sociedad mexicana todavía atañe a este tipo de discursos un tanto conservadores.

Moderadora: Bueno, muchas gracias y pues ahora sí les agradezco su participación en este Focus Group, se alargó un poquito más de lo esperado, por mí mucho mejor, tengo más material. Muchísimas gracias por su participación, es muy importante para que yo pueda realizar esta investigación y para que pues evidentemente tejamos las opiniones entre todas y yo creo que aquí todas nos llevamos

algo, no solo lo que nutre la investigación, sino que nosotros también nos llevamos un granito de lo que escuchamos de las demás. Y pues bueno, si alguien quiere dar un comentario extra lo puede hacer, igual pues dejar en mente que las representaciones femeninas quizás nos competen también a muchas de nosotras desde la trinchera de donde estemos, de si creamos contenido, del contenido que consumimos, exigirlo y ser analíticos como decían. Y pues bueno, les agradezco que hayan participado aquí y pues cualquier cosa, ahí estamos en contacto, igual si quieren saber más de la investigación, pues ya saben que aquí andamos y muchísimas gracias.

Alexa: Pues muchas gracias por invitarme aquí al focus group, fue una experiencia muy bonita y fue bueno compartir como opiniones y encontrar otras opiniones, es siempre gratificante y muchas gracias a todas por compartir sus opiniones y el tiempo para poder charlar. Y ya es todo lo que diré, muchas gracias.

María: Igual gracias, Liz, por este espacio de diálogo muy, muy interesante.

Moderadora: Bueno, muchísimas gracias, chicas. Ay perdón, Ixchel.

Ixchel: Ay no, pues nada más te iba a decir que pues que gracias y que pues que tengan bonito día.

Moderadora: Igualmente chicas, bye.

Alexa: Bye, igualmente, bonitas vacaciones.

Ixchel: Igual, adiós.

### Imagen 1. Universal Television/Getty Images



Vídeo trailer temporada 1: Freeform. (19 de abril del 2017). The Bold Type Official Trailer. [YouTube]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=q9Evo8pJTV0>

TV Promos. (12 de febrero del 2019). The Bold Type Season 3 "They're Back" Trailer (HD). [YouTube]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v= SWKgel4LcM>

Franklg. (6 de mayo del 2021). THE BOLD TYPE Temporada 5 Trailer SUBTITULADO [HD] Temporada Final. [YouTube]. Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=m\\_6Mgw3Emms&t=3](https://www.youtube.com/watch?v=m_6Mgw3Emms&t=3)

**Tabla 55. Análisis del Grupo Focal.**

| ANÁLISIS DEL GRUPO FOCAL.                     |                           |   |  |   |
|---|---------------------------|---|--|---|
| Pregunta                                      | Modalidad                 | Información importante obtenida   | Cita   | Consenso  |
| Primera parte. Consumo de las chignahuapenses |                           |   |  |   |
| ¿Qué es ser mujer para ti?                    | Conocimiento, experiencia | Se resaltó en el 83.33% de las respuestas que se mujer implica más que solo la distinción de sexos. Se destacó el ser mujer como un ser humano que tiene una lucha y que busca empoderarse para vivir libremente.   | “Yo siento que es en todo el momento una confrontación y es una contradicción entre lo que soy, entre lo que lucho por ser, pero también en lo que otros dicen que soy” (María, 2023).<br>“Ser mujer es revolucionario, es una lucha y es pues muchas palabras que utilizamos como empoderamiento” (Alexa, 2023).  | El ser mujer tiene más peso en su definición de manera social, que se engloba a la lucha que las mujeres tienen en esta época en la búsqueda de su libertad.    |
| ¿De dónde has aprendido cómo ser mujer?       | Experiencia               | El 100% de las respuestas coincidieron que el lugar de donde más se aprende a vivir la feminidad es en interacción con otras mujeres de su entorno (amigas, maestras, familia). El 50% reconocen un abrir de ojos sobre la feminidad al salir de su municipio de origen. El 66.66% les atribuyen también a los medios una | “Para mí fue un abrir de ojos cuando yo entré a la universidad y ver la diversidad con la que se expresaban y pensaban en mis compañeras, que son temas que yo nunca había como abierto mi mente o no había reaccionado eso” (Lizbeth, 2023).<br>“La mediaticidad me ha ayudado también a, pues, a reaccionar de algunas formas o a resolver algunas situaciones que, pues a lo mejor yo no estaba preparada para resolverlas” (Ixchel, 2023). | El principal sitio de donde se aprende a vivir la feminidad es de las mujeres de nuestro entorno, sin embargo, todo lo que se consume también tiene influencia. |

|   |                               |   |   |   |
|---|-------------------------------|---|---|---|
|   |                               | influencia en su feminidad.   |   |   |
| ¿Cómo manejas tus relaciones interpersonales?       | Experiencia basada en hábitos | <p>El 66.66% optan por no discutir con los demás cuando se presentan ideales diferentes.</p> <p>El 50% reconoce la importancia de establecer límites.</p> <p>El 50% propone entender el contexto de las personas con que se relacionan y ser empáticos y tolerantes.</p> <p>El 50% son selectivas con sus relaciones y están dispuestas a terminarlas si se sobrepasan límites.</p> | <p>“He empezado a poner mis límites con personas muy cercanas, pero cuando te das cuenta estaban atacándote mucho a ti, te estaban criticando y tú pensabas que estaba bien, ¿no? Y pues lo aceptaste por un tiempo, pero luego ya te das cuenta y dices, ah, no sí se están pasando, ¿no?” (María, 2023).</p> <p>“Entonces creo que para mí es importante mantener límites y pues también estar abierta a aprender que no digo que no cometa errores y creo que cada vez aprendes más de las personas que te rodeas” (Lizbeth, 2023).</p> <p>“Entender un poco su perspectiva de otras personas y pues al final de cuentas, toda la ideología y los contextos que ha vivido, ser un poco más conscientes de eso, pero también respetarnos en nuestras ideologías” (Alexa, 2023).</p> | <p>En sus relaciones interpersonales establecen límites con las otras personas, aunque son tolerantes con ellos respetado las diferentes ideologías que pueden tener, así como también es importante ser selectivos con quien se establecen vínculos.</p> |
| ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumes? | Experiencia basada en hábitos | <p>El 50% consume en su mayoría podcast.</p> <p>El 33.33% consume mayormente redes sociales, aunque varía la red.</p>   | <p>“Y también consumo, pues mucho contenido asiático, de que dramas y así, pero quiero decir que es bueno porque precisamente te permite ver cómo es una cultura y tú la</p>  | <p>Las redes sociales se posicionan como el medio más consumido, sin embargo, el consumo de medios es muy variado dependiendo las</p>   |

|  |                    |  |   |  |
|--|--------------------|--|---|--|
|  |                    | <p>Y el 16.66% plataformas de streaming. Se destaca el contenido de entretenimiento asiático y el contenido de temas de importancia social. Los contenidos consumidos varían, pero destaca con un 33.33% el podcast "Más allá del rosa".</p>   | <p>puedes contrastar con la tuya" (María, 2023). "Más allá del rosa", creo que es un podcast bastante, no sé, a mí me ha cambiado mi percepción (Lizbeth, 2023).</p>  | <p>preferencias de la audiencia.</p>   |
| <p>¿Alguna vez has adoptado algún rasgo de la forma de pensar o actuar de alguna mujer en los contenidos audiovisuales que consumes?</p> | <p>Experiencia</p> | <p>El 100% reconoce influencia o adopción de actitudes, ideologías o comportamientos de las mujeres del contenido que consumen. El 33.33% obtiene influencia del aspecto de las representaciones femeninas. El 66.66% nota influencia en sus actitudes, comportamientos o formas de pensar. El 16.66% muestra la influencia a través de establecimiento de temas de conversación. Se reconoce la existencia de influencia negativa y positiva.</p> | <p>"A partir de ello me ha dado mucha seguridad o sea de ver a estas actrices, ver estas mujeres dentro de escena y fuera de la misma. De eso he aprendido para mi vida, ¿no? Y es lo mismo, lo que aprendo, en cómo lo llevo a cabo en la universidad, con mi familia, como también lo hago vida en la escena en el teatro, pero también como fuera" (María, 2023). "Pues creo que en mí principalmente lo que ha adoptado de lo que veo es, pues son las formas de vestir. Yo antes era muy insegura para para ponerme cosas que no cubrieran mis piernas y ahora pues este viendo este tipo de series o viendo tan solo a las de los noticieros como que me doy más seguridad para</p> | <p>Las representaciones femeninas que se observan en los contenidos consumidos suman o influyen de alguna manera en las mujeres que lo consumen, ya sea en aspecto, ideologías, socialización o comportamientos.</p> |

|   |         |  |   |  |
|---|---------|--|---|--|
|   |         |  | <p>ponerme en lo que yo quiera o lo que me gusta" (Ixchel, 2023).</p> <p>"Hay cosas que uno adopta y que a lo mejor no son del todo correctas y unas a veces no nos damos cuenta. Hay otras cosas que, pues nos aportan mucho y nos ayudan a deconstruirnos y también aventurarnos, que es lo más importante" (Alexa, 2023).</p> <p>"Últimamente hay muchas protagonistas empoderadas. Para mí ha sido fundamental aprender de ellas porque vas adaptando ciertas cosas, que dices o por ejemplo las ves como algo de admiración. No sólo en los libros, también las de las películas, las series, cualquiera, lo ves como admiración y empiezas como decir wow, yo quiero ser como ella" (Lizbeth, 2023).</p> <p>"Me ha ayudado a cambiar mis ideologías, bueno no cambiarlas, sino como deconstruirme" (Lizbeth, 2023).</p> |  |
| Segunda parte. Impacto de la serie.                             |         |  |   |  |
| ¿Qué opinas de las representaciones femeninas en The Bold Type? | Opinión | El 40% observa representaciones femeninas diferentes a las | "El contexto en donde viven las protagonistas, pues es uno completamente  | No se llegó como tal a un consenso porque hay opiniones diversas sobre las |

|   |                |   |  |  |
|---|----------------|---|--|--|
|   |                | <p>que se usan en otros contenidos. El 40% siente las representaciones femeninas un tanto alejadas por la diferencia de contextos. El 20% nota las representaciones femeninas de la serie iguales a otros contenidos.</p> | <p>distinto al que en el que viven las personas que lo consumen. Es decir, pues yo soy de México, de Chignahuapan, ¿no? Entonces yo consumo este tipo de contenido y puede ser un tanto alejado, o sea la representación que hacen puede ser que los temas sean, son los mismos a allá y aquí, los mismos temas, las mismas complicaciones y demás. Pero sigue siendo una representación un tanto alejada de mí” (María, 2023).<br/> “Las representaciones femeninas que vimos en a lo largo de la serie son un tanto distintas a lo que normalmente consumo, porque no sólo te muestran a una sola persona viviendo su feminidad y el proceso de conseguir lo que quieren, sino que te muestran, por ejemplo, en este caso, a las 3 protagonistas. Y entonces, cada una de ellas atraviesa por diversos procesos, cada uno diferentes” (Lizbeth, 2023).</p> | <p>representaciones, pero se destaca la evolución de los personajes y las diferencias que hay entre cada representación.</p> |
| <p>¿Crees que una mujer puede ocupar un alto puesto en su trabajo y empoderar incluso siendo sensible o creer que</p> | <p>Opinión</p> | <p>El 100% considera que la sensibilidad no debería determinar si se</p>  | <p>“Creo que la sensibilidad no es debilidad, pero sí considero que, en el ámbito laboral, el imaginario social que</p>  | <p>Se coincidió en que la sensibilidad no tendría que influir en la obtención de un puesto directivo</p>                     |

|   |                |   |  |  |
|---|----------------|---|--|--|
| <p>forzosamente tiene que ser dura?</p>   |                | <p>obtiene un puesto alto.<br/>El 50% considera que la sociedad relaciona la sensibilidad como debilidad, pero al contrario es una cualidad.<br/>El 25% ve a la sensibilidad como una oportunidad de mejores relaciones laborales.<br/>El 75% coinciden en que se deben establecer límites, aunque se sea sensible.</p> | <p>se tiene sobre la sensibilidad, si es como que te discrimina más siendo mujer, porque la sensibilidad lo toman como una característica de la mujer y como que lo toman como sinónimo de debilidad en cierto sentido” (Alexa, 2023).<br/>“Creo que en ser sensible no debería de influir en conseguir un puesto directivo, sino la capacidad laboral que tú tienes al desempeñarte siempre” (Ixchel, 2023).</p>  | <p>sino las capacidades que se tengan. Así como también se puede aprovechar la sensibilidad para tener un mejor ambiente laboral, siempre poniendo límites y con un buen manejo emocional.</p>                                 |
| <p>¿Consideras que una mujer desde su aspecto e imagen natural puede interactuar con los demás o consideras que debe cuidar su aspecto para ello?</p> | <p>Opinión</p> | <p>El 100% coinciden que la aspecto o imagen es un tema personal de expresión de uno mismo.<br/>El 100% coinciden en que el aspecto no tendría que influir en la socialización, sin embargo, la sociedad lo juzga.</p>  | <p>“Pero independientemente de ello, creo que sí, o sea, si nos arreglamos lindas y demás, es para nosotros mismas más allá de querer agradar a ciertas personas o querer impresionar no sé a nuestros jefes y demás” (María, 2023).<br/>“Si a ti te hace sentir mejor verte arreglada para algo muy importante, pues claro que lo vas a hacer” (Lizbeth, 2023).<br/>“Siento que socialmente implica un poco, sí abarca un poco porque las personas tienden a juzgar y tienen diferentes como estereotipos sobre</p> | <p>Se llegó al consenso de que el aspecto debería ser una cuestión de gusto y satisfacción personal que no tendría que tener relevancia en la socialización, sin embargo, muchas veces de carga de juicios y estereotipos.</p> |

|   |                              |  |  |   |
|---|------------------------------|--|--|---|
|   |                              |  | <p>ciertas cuestiones, ciertas vestimentas. Y entonces la pregunta que me pongo a hacer es, ¿por qué cuando tu solicitas un trabajo, te piden foto? ¿Por qué es necesario que te pongan una foto cuando lo que importa creo que son tus habilidades, lo que sabes hacer?” (Alexa, 2023).</p>   |   |
| <p>¿Consideras que una mujer puede ser una súper mujer y lograr todo sin las redes de apoyo o que son vitales estas redes de apoyo para alcanzar sus objetivos?</p> | <p>Opinión y experiencia</p> | <p>El 100% consideran de vital importancia la existencia de redes de apoyo para el crecimiento personal. El 75% considera el apoyo brindado por las redes tanto emocional como de beneficio laboral.</p> | <p>“Yo soy de la idea de que, pues realmente nadie puede solito, o sea, todos tenemos nuestras capacidades y demás, pero siempre requerimos de la ayuda de redes de apoyo para poder lograrlo y, bueno, me gusta la idea de que todos vamos sumando” (María, 2023).<br/> “Creo que es muy importante tener a estas personas y saber con quién te rodeas y buscar ser selectivos en tus redes de apoyo, encontrar estas personas que te aporten emocionalmente, que aporten en cuestiones de contactos, en todas estas como situaciones que podrías tú ocupar” (Alexa, 2023).</p> | <p>Se coincidió en que las redes de apoyo son de vital importancia para alcanzar los objetivos personales y crecer.</p> |
| <p>¿Crees que establecer límites en las relaciones interpersonales puede ayudar a reducir la violencia</p>  | <p>Opinión</p>               | <p>El 100% coinciden en que si bien lo límites no van a erradicar la violencia si pueden a ayudar</p>  | <p>“Y creo que, si entre todas empezamos como a ponernos límites, a deconstruirnos, va sumando, ¿no? Y se</p>  | <p>El consenso fue que, si bien establecer límites no es la única acción que se debe hacer la</p>                       |

|   |             |   |   |   |
|---|-------------|---|---|---|
| existente contra las mujeres?   |             | <p>a disminuirla o prevenirla. El 25% considera que los límites tienen mayor impacto en la reducción de violencia psicológica y emocional. El 50% comenta que establecer límites también conlleva trabajo de uno mismo para irse deconstruyendo.</p>  | <p>va haciendo una acción más grande, entonces considero que sí, que manejando y poniendo límites, pensando en nosotros, en nuestras personas, el concientizarnos siento que sí ayuda a disminuirlo” (Alexa, 2023).<br/> “Yo considero que los límites son una manera de poner un hasta aquí. Entonces, yo creo que sí pueden ayudar un poco a la erradicación de estas violencias, principalmente comenzando con la violencia psicológica y emocional” (Lizbeth, 2023).</p>                    | <p>erradicar la violencia, sí ayuda a disminuirla y prevenirla, específicamente la violencia psicológica y emocional”.</p>  |
| ¿Cambió tu forma de vivir tu feminidad y tu manejo de tus relaciones interpersonales después de ver la serie? | Experiencia | <p>El 100% no habla de un cambio sino de influencia. El 50% dice que las representaciones reforzaron sus ideologías. El 50% dicen que estas representaciones les abrieron la mente a nuevas perspectivas. Temas de influencia: Lazos o redes de apoyo, diferentes formas de vivir la feminidad, categorización respecto a preferencias y tiempos profesionales.</p> | <p>“Me permite conocer más, tener un panorama más completo de lo que sucede, pero también a tener una mirada mucho más crítica sobre estos temas que son importantes” (María, 2023).<br/> “A partir de que vi la serie cambió mucho mi perspectiva con algunos temas, uno de ellos, pues esta red de apoyo de mujeres, como que antes no me había abierto con mujeres, como que sí les tenían un poquito de miedo. Pero pues a partir de esta serie vi que, pues en realidad debemos de ser</p> | <p>Se llegó al consenso de que, si bien no hay un cambio grande, fueron influenciadas trayendo ciertos temas a la mente para aplicarlos a su día a día o ser más conscientes de ellos. Los temas varían de acuerdo con la identificación provocada.</p> |

|   |                     |   |   |   |
|---|---------------------|---|---|---|
|   |                     |   | <p>sororas y empáticas y no prejuizar” (Ixchel, 2023).</p> <p>“También afirmó la importancia de poner límites, la importancia de que no tienes que seguir una guía de cómo vivir tu feminidad porque tú la tienes que vivir a tu manera” (Lizbeth, 2023).</p>   |   |
| <p>Independientemente del ámbito laboral, ¿en qué otros ámbitos se puede empoderar una mujer?</p>                     | <p>Conocimiento</p> | <p>El 66.66% mencionó en el cuidado de la salud.</p> <p>El 66.66% a través de su sexualidad.</p> <p>El 33.33% a través de su libre creación.</p> <p>El sentirse representada con una temática, las representaciones femeninas cobijas y animan a dar el siguiente paso.</p> | <p>“Pues sería como en el ámbito de la salud. Hace poco estaba escuchando algo muy importante, que primero es más importante tu salud que pues tu fisionomía” (Ixchel, 2023).</p> <p>“Yo pensé que este podría ser desde la libertad de creación que tienen, bueno en esta parte en como ellas trabajan con la revista y demás. Desde allí ya pueden ellas emerger, y tener otros discursos” (María, 2023).</p> | <p>Las mujeres se pueden empoderar en diferentes ámbitos, pero los que más se muestran en la serie son el laboral, sexual y de salud.</p> <p>Además, los personajes femeninos empoderados acobijan a la audiencia y también la anima a empoderarse.</p> |
| <p>¿Te sentiste identificada con los personajes femeninos? Si no, ¿qué cambiarías para lograr esa identificación?</p> | <p>Experiencia</p>  | <p>El 66.66% se sintió representada con los personajes femeninos, sin embargo, hubo temas con los que no por diferencias de contexto.</p> <p>El 33.33% no se logró identificar con las representaciones debido a la diferencia de contextos.</p> <p>El 66.66% propone</p>   | <p>“Yo no me sentí identificada con las protagonistas siento que sí implica mucho esta parte del contexto, también las edades” (María, 2023).</p> <p>“Yo sí me sentí representada en cuestiones de ideología, cuestiones de pensamiento, pero también...son sus contextos un poco diferentes a las situaciones como es Estados Unidos a</p>   | <p>Se llegó a un consenso parcial de que hubo identificación con las representaciones femeninas, pero no del todo por la diferencia de contextos por lo que se propone implementarlas en un contexto mexicano.</p>                                      |

|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  |  | <p>implementar estas representaciones en un contexto mexicano. El 33.33% propone agregar personajes conservadores también para una mayor diversidad y complemento.</p> | <p>México. Hay situaciones que vamos a decir que no hemos vivido y que es un poco distinto. Creo que estaría interesante que este tipo de personajes en cuestiones de representaciones femeninas se toquen aquí en México, en los contextos, situaciones que enfrentemos como mexicanos” (Alexa, 2023).</p> |  |
|--|--|--|---|--|