

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| PRÓLOGO..... | 11 |
| INTRODUCCIÓN | |
| I. LOS CONCEPTOS DE SEXO Y DE GÉNERO. LA DEFINICIÓN SOCIAL DE LO MASCULINO Y LO FEMENINO..... | 25 |
| 1. El sexo y el género..... | 26 |
| 2. Identidad sexual, identidad de género y adolescencia | 28 |
| 3. Los roles y los estereotipos de género | 31 |
| 3.1. Los papeles sociales de varones y mujeres ... | 31 |
| 3.2. Los estereotipos masculinos y femeninos | 35 |
| 4. La construcción de la masculinidad y de la feminidad | 37 |
| 4.1. La teoría del esquema de género..... | 38 |
| 4.2. Las atribuciones de rasgos de género | 40 |
| 4.3. La deseabilidad de los atributos de masculinidad y feminidad | 45 |
| 5. La diferencia y la desigualdad..... | 48 |
| II. LOS MEDIOS COMO AGENTES DE SOCIALIZACIÓN: LA REPRESENTACIÓN DE GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN DE MASAS..... | 53 |
| 1. Las representaciones de los medios y su capacidad enculturadora desde una perspectiva sistémica .. | 54 |
| 1.1. Las afectaciones entre el Sistema de Comunicación, el Sistema Cognitivo y el Sistema Social | 55 |
| 1.2. Los relatos de los medios como actividad de mediación cognitiva | |

| | |
|--|-----|
| 2. Los medios como agente de socialización | 60 |
| 2.1. La utilización de modelos por parte de los medios | 66 |
| 2.2. El aprendizaje observacional de Bandura.... | 56 |
| 3. Las representaciones de varones y mujeres en los medios..... | 70 |
| 3.1. La investigación sobre la representación de género..... | 70 |
| 3.2. Las imágenes de varones y mujeres | 73 |
| 3.3. La representación de los famosos | 86 |
| III. LAS REVISTAS PARA MUJERES Y LAS REVISTAS PARA ADOLESCENTES..... | 89 |
| 1. Las revistas femeninas como producto periodístico: definición y tipología | 90 |
| 2. Características de las publicaciones para mujeres: contenidos, estrategias comunicativas y construcción de la feminidad | 99 |
| 2.1. Los cuatro ejes de contenidos: Belleza, Amor, Hogar y Sexualidad | 101 |
| 2.2. La construcción de la feminidad..... | 104 |
| 2.3. Estrategias y recursos comunicativos de las revistas femeninas | 108 |
| IV. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 119 |
| 1. Diseño del estudio | 119 |
| 1.1. Objetivo general..... | 119 |
| 1.2. Metodología: variables y muestra | 120 |
| 2. Las revistas del estudio..... | 122 |
| 2.1. <i>Bravo por ti</i> | 125 |
| 2.2. <i>Nuevo Vale</i> | 126 |
| 2.3. <i>Ragazza</i> | 127 |
| 2.4. <i>Súper Pop</i> | 128 |
| 2.5. <i>You</i> | 129 |
| 3. Los famosos de las revistas | 131 |
| 4. Hipótesis de partida..... | 138 |

| | |
|--|-----|
| 5. EL FENÓMENO «FAN» DEL PERSONAJE FAMOSO | 141 |
| 6. Rasgos que definen a los personajes de las revistas | 141 |
| 7. Temas de los que hablan los personajes de las revistas | 147 |
| V. CARACTERÍSTICAS DE LAS PUBLICACIONES PARA MUJERES Y VARONES..... | 151 |
| 1. Rasgos atribuidos a varones y mujeres | 151 |
| 2. Temas de los que hablan varones y mujeres | 155 |
| 3. Diferencias significativas de rasgos y temas entre varones y mujeres..... | 158 |
| 3.1. Contraste de los rasgos para varones y mujeres | 159 |
| 3.2. Contraste de los temas para varones y mujeres | 162 |
| VI. ANÁLISIS FACTORIAL..... | 167 |
| 1. Análisis factorial de los rasgos | 169 |
| 2. Análisis factorial de los temas..... | 181 |
| VII. CONCLUSIONES..... | 199 |
| 1. El fenómeno «fan» y la cultura juvenil..... | 199 |
| 2. Cómo son los famosos de las revistas..... | 201 |
| 3. Qué les interesa a los personajes (temas)..... | 207 |
| 4. La feminización del varón: un cambio de modelo... | 211 |
| 5. El modelo de mujer: viejas y nuevas imágenes.... | 214 |
| EPÍLOGO | 217 |
| FUENTES DOCUMENTALES | 221 |