



## Aproximación al imaginario de género en revistas juveniles

Andrea Baeza<sup>1</sup>; Silvia Lamadrid<sup>2</sup>

Recibido: 19 de octubre de 2020 / Aceptado: 21 de marzo de 2021

**Resumen.** El escrito analiza el imaginario de género presente en una revista juvenil chilena de los años sesenta en Chile. En esta década surgen las revistas para jóvenes intentando incorporar esta generación al consumo, y fueron clave en la construcción de la imagen juvenil. Rescatando la importancia de las fotografías, el concepto imaginario social y desde una perspectiva de género, realizamos un análisis visual sobre las portadas de una popular *magazine* chilena entre 1965 y 1970. Siguiendo una metodología mixta, el análisis de las portadas de *Ritmo* revela un imaginario tradicional para la juventud de la época, contrastante con una sociedad cambiante en lo económico, político y sociocultural. Estos hallazgos plasman aspectos importantes de los medios de comunicación dentro de la industria cultural, compartiendo pero también criticando elementos de otras investigaciones de género y medios. Por último, se promueve el estudio de imágenes como acceso legítimo al estudio de imaginarios sociales.

**Palabras clave:** Imaginario; género; revista juvenil; análisis visual.

### [en] Approach to the imaginary of gender in youth magazines

**Abstract.** This paper analyzes the gender imaginary on a Chilean magazine for youth in the sixties. In this decade the youth magazines arise trying to incorporate this generation into the consumption and were key in the building of the image of young people. By the importance of photographs, the concept of social imaginary and from a gender perspective, we did a visual analysis about one Chilean popular magazine's covers between 1965 and 1970. Following a mixed methodology, the analysis of the *Ritmo*'s covers shows a traditional imaginary for young woman and young men which is contrasting with a changing society in the economic, political and sociocultural dimension. The results set important aspect of the media inside de cultural industry; they share but also criticize elements of other studies about gender and media. Finally, we promote the study of the image like a legitimate access to study the social imaginaries.

**Keywords:** Imaginary; gender; youth magazine; visual analysis.

**Sumario:** 1. Introducción. 1.1. Antecedentes del contexto político, económico y social. 1.2. El auge de las revistas para jóvenes en los 60'. 2. Marco Conceptual. 2.1. Imaginario social y fotografía para la investigación sociológica. 2.2. Género y medios de comunicación. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Aproximación cuantitativa. 4.2. Aproximación cualitativa. 5. Discusiones. 6. Conclusiones. Referencias.

<sup>1</sup> Universidad de Chile (Chile)  
E-mail: [andreabaeza@ug.uchile.cl](mailto:andreabaeza@ug.uchile.cl)  
<https://orcid.org/0000-0002-4965-4289>

<sup>2</sup> Universidad de Chile (Chile)  
E-mail: [silamadr@u.uchile.cl](mailto:silamadr@u.uchile.cl)  
<https://orcid.org/0000-0002-4770-8570>

**Cómo citar:** Baeza, A.; Lamadrid, S. (2021) Aproximación al imaginario de género en revistas juveniles. *Arte, Individuo y Sociedad* 33(3), 859-879.

## 1. Introducción

### 1.1. Antecedentes del contexto político, económico y social

El objetivo de esta investigación es describir e indagar la construcción del imaginario de género en una revista juvenil de los años sesenta en Chile, periodo de fuertes cambios en el país y en el mundo. Esta década constituye un momento de inflexión en la sociedad y cultura de occidente, durante el cual se profundizaron procesos de individuación y se produjo una profunda crisis de legitimidad de las modalidades físicas de la relación del hombre y la mujer con los demás (Le Breton, 2002).

El contexto internacional estuvo marcado por la Guerra Fría, los movimientos contraculturales con la reactivación de las luchas feministas y la emergencia de las clases medias y las juventudes como protagonistas de la segunda mitad del siglo XX en el mundo occidental (Baeza, 2016). Mientras en los países centrales el período fue de gran crecimiento económico y de implementación del estado benefactor, en América Latina se vivía un estancamiento, por el agotamiento de la estrategia de industrialización por sustitución de importaciones (Pérez, 2001, p.446). Había un acuerdo mayoritario en torno a la necesidad de hacer cambios políticos, sociales y económicos, y el debate se centraba solo en torno a la velocidad y el signo con que esos cambios debían ocurrir.

En Chile, a fines de los cincuenta, las crisis económicas tensionaban al máximo al Estado, convertido en un articulador de demandas sociales (Collier y Sater, 1998, p.233-234). Tras los intentos del gobierno conservador de imponer medidas neoliberales fuertemente resistidas por las organizaciones sindicales, en 1964 llegó al poder la Democracia Cristiana, cuyo gobierno llevó a cabo importantes reformas, como la nacionalización del cobre, la Reforma Agraria y la Promoción Popular (Hartlyn y Valenzuela, 1997, p.51).

A pesar de estas medidas, las demandas sociales insatisfechas continuaron creciendo y radicalizándose a causa de la falta de dinamismo del modelo económico. El descontento se expresó sobre todo entre jóvenes de todos los niveles sociales, críticos de las promesas de movilidad social de la modernidad, que no se traducían en oportunidades reales (Correa et al., 2001, p.255).

A las movilizaciones de los trabajadores y los habitantes de los barrios pobres que demandaban viviendas, se agregaron las de jóvenes desde mitad de la década. En particular, fueron estudiantes de nivel terciario los actores sociales que articularon el descontento juvenil en el emblemático movimiento estudiantil por la Reforma Universitaria, en vinculación a partidos y nuevos referentes de izquierda, quienes apuntaban a cambios sociales estructurales en el país. Esta situación indudablemente tuvo componentes de género y clase.

La educación en Chile, que a comienzos de siglo XX estaba reservada a los sectores económicos altos y a los varones, se había hecho accesible a las mujeres por los avances legislativos en la materia (Veneros, 2001). Para 1960, el desarrollo

educacional de las mujeres se equiparaba al de los hombres en Educación Secundaria, aunque en Educación Universitaria seguía siendo inferior y con un marcado sesgo de género en las opciones profesionales, centrándose las mujeres en educación y salud (Salazar y Pinto, 2002a). En cuanto a los y las jóvenes de sectores populares, escasamente completaban la enseñanza media y trataban de incorporarse a la fuerza de trabajo (Salazar y Pinto, 2002b).

No obstante, a contracorriente del rol político que asumían en esta época, las y los jóvenes también se fueron incorporando a la industria cultural mediante el consumo de medios de comunicación.

## 1.2. El auge de las revistas para jóvenes en los 60'

En este contexto aparecen por primera vez en Chile las revistas tipo *magazine* enfocadas directamente en el público juvenil. Entre los estratos populares, tras la radio y los diarios, las revistas eran el tercer medio con más circulación en 1969. Sus principales lectores eran mujeres de todos los sectores, y también varones de los sectores rurales, quienes solían acceder a revistas mediante préstamos o intercambios (Mattelart, Piccini y Mattelart, 1976).

Entre 1950 y 1970 las principales editoriales nacionales se enfocaron en la publicación de revistas. El mayor grupo editorial era el grupo *Mercurio-Lord Cochrane*, vinculado al Banco Edwards, el mayor controlador de prensa en Chile, con tres periódicos en Santiago<sup>3</sup> y seis en regiones. Este grupo editaba y distribuía numerosas revistas dirigidas sobre todo al público femenino o infantil. El segundo grupo en materia de revistas era *Zig-Zag*, que las publicaba para todos los grupos etarios y géneros, representando el 90% de sus ventas totales (Subercaseaux, 2000, p.28).

Ambos grupos concentraban la producción de la mayoría de las revistas que circulaban en Chile (Mattelart, Piccini y Mattelart, 1976). Las revistas propuestas como juveniles abordaban sobre todo temas del espectáculo y la entretención (música popular, cine, teatro y televisión), pero también problemas considerados propios de la adolescencia y juventud.

La primera en editar una publicación juvenil fue *Zig-Zag*, que lanzó *Rincón Juvenil* en diciembre de 1964, ampliando la sección del mismo nombre de la revista *Ecran*, especializada en cine y espectáculos, con un equipo de periodistas profesionales adultos, ligados al mundo tradicional del espectáculo y la bohemia santiaguina. Con una diagramación muy tradicional, *Rincón Juvenil* falló en su intento de interesar al público al que se dirigía, teniendo poco impacto en el año en que apareció. La publicación, que utilizó como portada fotos de los ídolos juveniles pero mayoritariamente de cuerpo entero y menos de rostros, cerró el 1 de marzo de 1967 tras 115 números, transformándose en la revista *Telecran*.

*Lord Cochrane*, en competencia, publicó la revista *Ritmo de la Juventud* en septiembre de 1965 y desde su inicio tuvo una gran recepción, llegando a ser la revista semanal con mayor número de ejemplares publicados (85.000 a 100.000), según el estudio de alcance de medios realizado por la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad –Achap– en 1969 (Mattelart, Piccini y Mattelart, 1976). En contraste con *Rincón Juvenil*, *Ritmo* fue visualmente muy innovadora, usando creativamente sus

<sup>3</sup> *El Mercurio*, el principal periódico tenía una circulación de 128.000 ejemplares cotidianos.

pocos recursos, como las ágiles y limpias combinaciones de los dos colores con que contaron los números del 1 al 37. El logotipo tenía letras blancas sobre una banda horizontal roja, que parecían hechas a mano, con diversas inclinaciones sugiriendo movimiento y el punto de la letra “I” era la cara del gato YoYo, símbolo de la revista.

En cuanto a la portada, *Ritmo* incluía la foto de un personaje del espectáculo, mayoritariamente un primer plano del rostro, para lo que contaron con muy buenos fotógrafos, como Sergio Larraín y Bob Borowiz<sup>4</sup>, que aportaron a conseguir la imagen informal y más desenfadada que se buscaba. En el interior mantenían la combinación de colores para separar secciones dentro de las páginas, algunas letras en movimiento y dibujos para ilustrar las secciones. La revista tenía el aspecto de un cuaderno escolar, con subrayados, dibujos y recortes, que lo hacía muy próximo a sus jóvenes lectores. A partir del número 37, el éxito de ventas les permitió cambiar a tapas gruesas a todo color, incorporando el color amarillo en las letras de la palabra *Ritmo* sobre un fondo rojo encendido, aumentar las páginas y doblar su precio. La portada cambió a papel couché en el número 100, y alcanzaron las 64 páginas, varias de ellas en colores (Lamadrid, 2014).

Si bien en el mismo período otras revistas hicieron uso de la fotografía de rostros para sus portadas, estas tenían periodicidad quincenal, un menor número de impresiones y un enfoque diferente. Una de ellas es la ya mencionada *Ecran*, que presentaba estrellas en adultez de cine y televisión y publicaba 40.000 ejemplares, y la otra es *Paula*, revista femenina, que utilizaba rostros de modelos anónimas, generalmente de aspecto europeo y publicaba 60.000 ejemplares. A diferencia, *Ritmo* presentaba mayoritariamente figuras jóvenes nacionales o latinoamericanas, y con alta figuración pública, con las que sus lectores se podían identificar. Gracias a este sello diferenciador, la magazine logró posicionarse en el primer lugar en circulación y lectura, entre todas las revistas semanales editadas en el país (Mattelart, Piccini y Mattelart, 1976).

La revista *Ritmo*, contaba con una escasa publicidad visual<sup>5</sup>, utilizó intensamente fotografías y dibujos como rasgos identitarios. La portada de la revista presentaba a jóvenes estrellas del espectáculo nacional e internacional, que eran exhibidas semanalmente en todos los puestos de ventas de periódicos de las ciudades de Chile. Con ello, aportaron a conformar el imaginario sobre juventud de la época, por lo que resulta interesante analizar estas imágenes desde una perspectiva que combine el análisis visual con la perspectiva de género.

Las revistas juveniles de la época pretendían expresar a un sector que hasta ese momento no tenía esa posibilidad, y era observado con desconfianza desde el mundo adulto. En estas revistas, la juventud era presentada como un período con menores responsabilidades, donde hombres y mujeres aprendían a tomar

<sup>4</sup> Trabajaron en *Ritmo* en la foto de portada: David Rodríguez Peña (hasta febrero 1966), Sergio Larraín (hasta julio de 1967) y Bob Borowicz entre agosto de 1966 y marzo de 1967. Otros fotógrafos fueron Héctor Iturrieta, Héctor Vidal, Fernando Vergara, Gerd Hasenberg y Fernando Pavéz (Lamadrid, 2014).

<sup>5</sup> A diferencia de las revistas actuales, *Ritmo* tenía muy poca publicidad, y su impacto visual, en relación a las fotografías y dibujos propios de la revista era mínimo. Hasta el número 43 la revista no tuvo publicidad, y la primera publicidad fotográfica se publicó en la contraportada del número 60, representando objetos (cosméticos) o manos, no personas. Aún en los números del último año analizado, la participación de la publicidad dentro del total del material de la revista era escasa (7 páginas de un total de 84, incluyendo portadas) y apenas 3 o 4 de esas páginas eran con publicidad fotográfica. Por esta razón, no se incluyeron las publicidades en los análisis de este estudio.

decisiones vocacionales y afectivas, pero teniendo como meta final el matrimonio y la constitución de una familia. Cierta irresponsabilidad temporal, producto del optimismo, la alegría, la espontaneidad juvenil, era tolerable, siempre que no dañara la acumulación de capital cultural y social en que los adolescentes estaban encauzados para llegar bien preparados para ser adultos, trabajadores disciplinados y padres de familia (Lamadrid, 2014).

A continuación, en la sección de marco conceptual abordamos el concepto de imaginarios sociales, y la relevancia de las fotografías para el estudio sociológico. Enseguida, presentamos algunos estudios relevantes sobre medios y género. En la sección de metodología se define el diseño del estudio y las características de la muestra, para luego dar paso a la sección de resultados de análisis y discusiones. Por último, se presentan las conclusiones en torno al imaginario de género en esta revista juvenil y sus implicancias para la construcción de sociedad de la época, promoviendo la investigación sobre las imágenes.

## 2. Marco Conceptual

### 2.1. Imaginario social y fotografía para la investigación sociológica

El concepto de imaginario social ha tenido un amplio desarrollo teórico, aunque no existe una definición unívoca al respecto para su estudio. Diversos autores han ofrecido conceptualizaciones (antropológicas, psicoanalíticas, sociológicas, entre otras) acerca de los imaginarios sociales<sup>6</sup>. En esta sección presentamos una breve síntesis para enmarcar este estudio sobre medios de comunicación y género.

El concepto de imaginario social fue acuñado en 1975 por Cornelius Castoriadis (2007), y lo define como aquella creación incesante e indeterminada (en la historia, en las relaciones sociales, y en las psiquis) de figuras/formas/imágenes que configuran lo que llamamos realidad. Distinguiéndolo de “la imagen de”, el autor griego señala que el imaginario es un proceso de creación de significaciones e institucionalización para vivir de manera coherente y plausible en sociedad.

Baeza (2008) tematiza aquellas múltiples y variadas construcciones mentales que compartimos socialmente sobre los significados prácticos del mundo, que nos permiten comprenderlo y aprehenderlo. El imaginario como un elemento instituido pero también instituyente, que se construye y moldea el ambiente cultural, configurando contextos simbólicos de interpretación intersubjetivos, los que reconocemos en la interacción y compartimos mediante la comunicación.

Recientemente, Pintos ofrece una clarificación provisional sobre este concepto que ha trabajado por más de veinte años. Según su propuesta, los imaginarios sociales son esquemas socialmente construidos no acabados (que van transformándose, adaptándose y renovándose), que orientan nuestra percepción, permiten nuestra explicación y hacen posible nuestra intervención en lo que en diferentes sistemas sociales sea tenido como realidad (Pintos, 2015). Tal como plantea, “el orden de la sociedad se construye mediante la definición de realidades que puedan ser reconocidas como tales por los implicados” y el “mecanismo de construcción de estas realidades son los imaginarios sociales” (p.156).

---

<sup>6</sup> Para conocer en mayor detalle los fundamentos teórico-epistemológicos del concepto, revisar Cegarra, 2012,

Cabe enfatizar la importancia del imaginario social para la cohesión y consenso social, donde las instituciones de socialización son clave para difundir los imaginarios sociales dominantes, seleccionando y controlando la circulación de determinados símbolos y esquemas interpretativos para la inculcación de valores y creencias (Braczko, 1991). En ese sentido, los medios de comunicación son canalizadores de imaginarios dominantes (Riffo, 2016), logrando imponer su matriz de significaciones en la vida cotidiana (Castoriadis, 2007).

Vinculado a lo anterior, subrayamos la relevancia de la imagen para la vida social, en la medida que ella está imbricada en la estimulación de los sentidos y emociones, y “exportaría a la sociedad a un mundo imaginario en el cual se afianzarían los sentimientos compartidos de una comunidad” (Mafessoli 2003, en Riffo, 2016, p.66).

Dentro del abanico de imágenes de una sociedad, la fotografía es “uno de los medios más eficaces para moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento” (Freund, 1993, p.8). Este producto cultural es simultáneamente testimonio y parte de la historia, pues recoge ilusiones sociales que constituyen una representación especial de la vida cotidiana (Burke, 2005). Como señalan Muñoz-Muñoz y González-Moreno (2014), “la fotografía es testigo de la historia, documenta y retrata tanto la historia en mayúscula como la de las vidas privadas” (p.41). En otras palabras, la fotografía como interpretación de lo social viene a ser un vestigio o rastro directo de lo real (Velezmoro, 2018).

Una fotografía puede abrir camino a la sociología visual, como herramienta de exploración de la sociedad, y “que extrae su sentido del contexto” (Becker, 1999, p.181 en Suárez, 2008, p.106). Siguiendo el estudio de los mundos del arte, el sociólogo estadounidense nos invita a construir el mundo donde es concebida, y elaborar preguntas sobre el rol que cumple, los actores, los usos, entre otros (Becker, 2008).

Desde el análisis retórico de estas imágenes, Barthes (2003) distingue dos mensajes en las fotografías. Uno cercano al principio de realidad (sin código) y otro que refiere al contenido y sentido de la fotografía (con código). De aquí se deriva el análisis denotativo y connotativo, respectivamente. El análisis denotativo es una especie de inventario de elementos presentes en las fotografías y la mayoría de los estudios permanece en este plano. Sin embargo, señala que “es preciso avanzar hacia los códigos de connotación, para acceder efectivamente a los significantes y significados que encierra la fotografía (Suárez, 2008).

Para Bourdieu (1979) en este arte intermedio se esconde una función social de clase donde la fotografía delimita los escenarios posibles e imposibles, según el establecimiento y difusión de sus principios de visión y división. En la construcción de una determinada manera de ver, y más allá de los contenidos (lo qué se fotografía), el autor francés rescata el para qué se fotografía, es decir, la intencionalidad editorial y de “quien captura la imagen, y selecciona desde una gama infinita y definida de sujetos, géneros y composiciones” (p.22).

Por lo anterior, la fotografía no es neutral, sino que responde a ciertos valores, jerarquías y modelos culturales: está atravesada por las disposiciones escenográficas así como por otras variables deformadores más profundas (Grau, 2002), como son el cincel ideológico, los discursos hegemónicos y los mecanismos de poder que no son evidentes a simple vista en este tipo de imágenes.

Las fotografías tienen funciones múltiples (explican, hacen sentir algo y ordenan el conocimiento), constituyen una forma interesante de “conocer la realidad social, pero también de crearla” (de Miguel y Ponce, 1998, p.88). De esta manera, las fotografías constituyen una vía de acceso a los imaginarios sociales, ya que nos hablan de la configuración de una sociedad, sus roles y normas en la época en que se encuentra. Al respecto, encontramos la siguiente clasificación de fotografías para el estudio sociológico:

i) Las *ventanas* cuyo foco es la realidad a la que representan, como si fueran una muestra de esta; ii) Los *espejos* que se centran en persuadir mostrando los sentimientos de quien fotografía, y por tanto, suponen una transferencia a quien observa (artísticas). En este tipo de fotografías importa más lo que se comunica que la realidad real; y iii) Las *reglas/normas*<sup>7</sup> que están centradas en el mundo de la irrealidad o de la fantasía y a la vez involucran un sistema subyacente de control social.

## 2.2. Género y medios de comunicación

Los estudios de género en las comunicaciones revelan la existencia de una representación sesgada y desproporcionadamente inferior de las mujeres en comparación a su presencia y contribución en el desarrollo social. Situación que Gaye Tuchman (1978) denominó ‘aniquilación simbólica’ (*symbolic annihilation*) y que desde mitad del siglo XX, ha sido y siguen siendo un importante área de interés para los estudios feministas.

A continuación, revisamos algunos estudios claves sobre medios de comunicación que incorporan las relaciones de poder que se construyen entre hombres y mujeres (Scott, 1996). En particular, los trabajos de Michelle Mattelart (1982) sobre la industria cultural y la promoción de imaginarios sociales de género; de Erving Goffman (1987) sobre la representación de los géneros en la publicidad, y de Tara Brabazon (1993) acerca de la configuración de la mirada entre los géneros en medios visuales.

Mattelart (1982) sostuvo que los medios de comunicación refuerzan la mentalidad tradicional en las mujeres y los ideales de pureza y virginidad, el “sacrificio, el valor, la abnegación de las madres y de las esposas” (p.36). El imaginario sobre lo femenino, comprendido tradicionalmente como elemento “pasivo, dependiente, propenso a la visión edulcorada de la vida” (ibid., p.53), es reproducido en momentos de paz y reactivado en momentos de crisis para controlar elementos disidentes con la tradición y del consenso sociocultural.

“[En los medios de comunicación] son fagocitados los elementos disruptores, absorbidas las representaciones que rompen con la regla e introducen el desorden. De hecho, esta zona de la cultura de masas es el espacio privilegiado en el que el orden no necesita hablar de política para hacerla” (ibid., p.65)

Goffman (1987) analizó fotografías publicitarias en la década de los 70 en EEUU relevando los “generismos”, estos son, las diferencias entre sexos, especialmente

<sup>7</sup> Estas imágenes indican cómo otra persona debe de conducirse o actuar, señalando lo que es bueno y malo, también “dictan cómo hay que vestir, pensar, comprar, sentir, desear, relacionarse, beber, viajar, comer, hablar, etcétera” (de Miguel y Ponce, 1998, p.91).

aquellas menos reconocidas en el sentido común. Develando la estructura subyacente de estas relaciones, “detrás de configuraciones escénicas infinitamente variadas, es posible discernir un único idioma común, y tras una multitud de diferencias superficiales, un pequeño número de formas estructurales”<sup>8</sup> (Goffman, 1987, p.27).

Al respecto, el autor encontró diversos ejes analíticos en que las mujeres aparecen diferenciadas y subordinadas a los hombres. Estos son:

1. Afirmación de la separación sexual y la subordinación femenina
2. Jerarquía funcional<sup>9</sup>
3. Familia tradicional con división sexual del trabajo<sup>10</sup>
4. El toque femenino<sup>11</sup>
5. El cuerpo subordinado<sup>12</sup>
6. Amabilidad<sup>13</sup>
7. Infantilismo<sup>14</sup>
8. Hombres aparecen físicamente como predadores o protectores
9. Retraimiento<sup>15</sup>
10. Refugio físico<sup>16</sup>

Brabazon (1993) analizó las imágenes del grupo musical The Beatles y encontró la existencia de dos *miradas*, una masculina activa y otra femenina pasiva, pero mientras los hombres se erotizan ante las imágenes de cuerpos femeninos fragmentados, las mujeres reaccionan ante las representaciones de los rostros, sobre todo si el sujeto mira directamente a la cámara, creando la apariencia de un lazo con la observadora.

La incorporación de las mujeres al espacio público, el creciente desarrollo de las comunicaciones y tecnologías y diversos fenómenos de cambio nos diferencian del siglo pasado. Sin embargo, es posible identificar como elemento de continuidad el androcentrismo en los medios, esto es la invisibilización de los aportes de las mujeres en otra esferas de la sociedad diferentes al mundo de los afectos y del hogar (Gallego, 2013; Rovetto, 2012).

Dentro de la reproducción del género binario, las imágenes acerca del estatus marital y el aspecto físico recaen sobre las mujeres, no así para los hombres, cuyas imágenes se centra en las actividades profesionales y de reconocimiento social (Marco, 1996; Flores, Pineda, Tobías y Villareal, 2017). Los estudios en el último tiempo nos muestran cómo en los medios de comunicación se reproduce el

<sup>8</sup> Traducción nuestra.

<sup>9</sup> Cuando aparecen colaboraciones hombre mujer, los varones tienen el rol ejecutivo, tanto en el marco ocupacional como en tareas cotidianas; incluye a niños y niñas.

<sup>10</sup> De tipo nuclear, se representa generalmente con hombre, mujer, niño y niña, reforzando el binarismo sexual.

<sup>11</sup> Las mujeres más que los varones son representadas usando sus dedos y manos para delinear, acunar o acariciar objetos, con un roce delicado, en un efecto de toque ritual, no utilitario.

<sup>12</sup> Se remarca mediante el cuerpo agachado en alguna forma de prosternación ante otro erguido.

<sup>13</sup> Las mujeres aparecen sonriendo o con gestos infantiles con mayor frecuencia que los varones.

<sup>14</sup> Las mujeres son representadas en actitudes poco serias o con gestos infantiles que refuerzan la actitud de subordinación.

<sup>15</sup> Las mujeres suelen ser retratadas en actitudes que las sacan de la situación social, dejándolas desorientadas y dependientes.

<sup>16</sup> Es un gesto no sexual: las mujeres aparecen acurrucándose en hombres, porque se supone que son menos activas sexualmente.

imaginario de género predominante, como si la actividad pública continuara siendo exclusivamente viril (Rovetto y Simelio, 2012).

No obstante, la mayoría de estos estudios suelen estar centrados en el mundo adulto o en el juvenil universitario. En función de este vacío, el presente artículo busca describir e indagar la construcción del imaginario de género en una revista juvenil de los años sesenta en Chile, por el protagonismo que tuvo la cultura juvenil inserta en un contexto de cambios macro, que también modificaron el comportamiento y las costumbres de los individuos, y donde las prácticas de consumo sirvieron para cristalizar y reconfigurar distinciones entre los y las jóvenes (Manzano, 2010, p.20)

### 3. Metodología

La presente investigación posee un enfoque mixto. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican el levantamiento de información y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. Su posterior integración y discusión conjunta permiten realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Para la aproximación al problema de estudio desde diferentes puntos de vista (Caro, García y Bezunartea, 2014), estos diseños logran obtener una mayor variedad de perspectivas: frecuencia, amplitud, magnitud (cuantitativas) así como profundidad y complejidad (cualitativas) (ibíd.). Conforme a ello, un enfoque mixto ofrece miradas más amplias, de manera holística e integral para los propósitos de este estudio.

Una primera aproximación de tipo cuantitativa busca conocer y describir aquellos elementos de nivel denotativo o lo inmediato, más cercano al principio de realidad. Una segunda aproximación de tipo cualitativa, se orienta al carácter connotativo, esto es, a interpretar aquellos significantes y significados más profundos, sobre el contenido y sentido de imágenes situadas sociohistóricamente (Suárez, 2008)

Desde la sociología visual, se busca deconstruir las imágenes con base en una actitud crítica, analítica, comparativa, deductiva, reflexiva e interpretativa (Ortega, 2009), ya que los significados profundos tienden a no ser explícitos o evidentes a la primera observación. De este modo, esta investigación se orienta a conocer las estructuras subyacentes de sentido que indican valores, normas de comportamiento, orientaciones, jerarquías sociales y prioridades de acción, que aparecieron como “normales” o “evidentes” para un determinado grupo social. (Suárez, 2008).

La investigación analiza el imaginario de género en la juventud de los años sesenta tomando como fuente a la revista chilena *Ritmo de la Juventud*, impresa entre 1965 y 1970 y de periodicidad semanal, para la comprensión de este fenómeno de estudio (Martínez- Salgado, 2012). Como ya se dijo, *Ritmo* fue una de las revistas juveniles más populares de la década, y aunque proponía aperturas hacia lo moderno, no abandonaba la impronta tradicional generacional y de género de la sociedad chilena de la época (Baeza, 2016).

En particular, se analizan las portadas del *magazine* de mayor venta nacional y que constituía un soporte publicitario para diversos cantantes, principalmente intérpretes nacionales e internacionales, y en menor medida, para actores/actrices y

reinas de belleza. Siguiendo con la tipología de los autores de Miguel y Ponce (1998), las portadas de *Ritmo* constituyen fotografías de tipo ventana, por su pretensión de visión real o detallada de la realidad y que contienen algunos elementos de las reglas/normas, en el establecimiento de lo aceptable, lo adecuado y lo deseable en términos de género para los y las jóvenes del periodo.

La primera estrategia de análisis de las portadas (aproximación cuantitativa), fue inventariar este corpus de fotografías a través de técnicas de sistematización y análisis estadístico uni y bivariados. La segunda estrategia (aproximación cualitativa), consistió en un análisis visual crítico, orientado a las relaciones de poder y las desigualdades presentes en las imágenes de un particular contexto (van Dijk, 1999).

La estrategia cualitativa de esta investigación busca indagar en casos que proporcionen la mayor riqueza de información posible. Por esta razón, nos inclinamos hacia la comparación de situaciones distintas mediante el muestreo de casos típicos (Martínez- Salgado, 2012) que aparecieron en las portadas de la magazine. Se realizó una selección intencionada de ciertas personas/personajes claves en términos de los significados que potenciaba la industria cultural así como por las dimensiones de género que representaban para las juventudes.

Las personas/personajes que entraron en muestra fueron: José Alfredo “Pollo” Fuentes, Gloria Benavides, Gloria Simonetti y las reinas de belleza “Miss Ritmo”. La importancia de los/as intérpretes musicales nacionales y las reinas de belleza juveniles, reside en que la editorial de *Ritmo* podría manejar de mejor manera su imagen y a su vez, constituyeron modelos más reales para lectores y lectoras (Tabla 1).

Tabla 1. Personas/personajes de la muestra cualitativa.

<b>Persona/personaje</b>	<b>Descripción general</b>
José Alfredo “Pollo” Fuentes	Cantante juvenil más popular y con mayores éxitos discográficos en el período y soltero
Gloria Benavides	Cantante juvenil muy popular a principios de los sesenta pero se había casado recientemente con otro cantante y había dejado su carrera, situación que revierte a partir de 1969
Gloria Simonetti	Cantante juvenil, hija de un importante industrial, y egresada de colegio particular pagado. Aunque sus condiciones como intérprete eran evidentes, hubo un cuestionamiento solapado de sus méritos para presentarse como cantante popular y a cierto rechazo del público.
Miss Ritmo	Tres jóvenes ganadoras del concurso para elegir a la joven que mejor representara a las lectoras de la revista

## 4. Resultados

### 4.1. Aproximación cuantitativa

En el corpus de 275 portadas de la revista *Ritmo*, se observa que son predominantes las imágenes de varones (73%), en contraste con las de mujeres (24%). Solo 3% son imágenes de ambos géneros, trátase de parejas o de grupos musicales cuya constitución era mixta.

En las frecuencias de aparición lidera el cantante español Raphael (18), seguido del chileno José Alfredo Fuentes (16). En este corpus obtienen mayores apariciones solo tres mujeres, las cantantes chilenas Gloria Benavides (13), Cecilia (8) y Gloria Simonetti (6). Cabe señalar que estas personas/ personajes con mayor número de apariciones en las portadas del magazine no se corresponden exactamente con los intérpretes más exitosos en los rankings musicales de la época<sup>17</sup>, lo que sugiere la intencionalidad de la revista de presentar determinadas figuras públicas que se ajustaban más a los modelos de juventud que se buscaba difundir (Fig. 1).

Retomando algunas de las categorías de Goffman (1987), se observa mayor presencia de los elementos de “amabilidad” y “retraimiento” y en menor medida, “el toque femenino” e “infantilismo”. Dentro de los géneros, existen importantes diferencias en cuanto a la distribución de estas características. Las mujeres figuran más amables (77%) que los hombres (58%) y son mayormente representadas como infantiles (38%) que estos últimos (13%) o expresando el toque femenino (27% versus 20%). También aparecen más personajes varones en actitud retraída (35%) que las mujeres (28%) (Fig. 2).

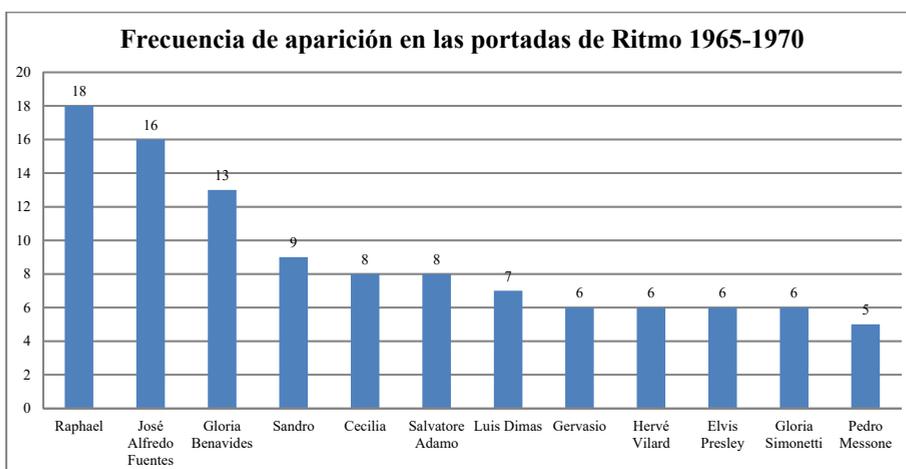


Figura 1. Frecuencia de aparición en las portadas de Ritmo 1965- 1970<sup>18</sup>.  
(Elaboración propia).

<sup>17</sup> Paul Anka, Elvis Presley y los cantantes chilenos y argentinos de la Nueva Ola, que predominan hasta 1964, son reemplazados por The Beatles, que se mantienen hasta el final del periodo, y por Adamo, Raphael y Sandro a partir de ese mismo año. Los cantantes melódicos nacionales que coexistieron con los extranjeros más populares. Presentados como Nueva Ola, lo eran sobre todo en función de su juventud, pero las canciones que interpretaban eran de género melódico, como fue el caso de José Alfredo Fuentes (Lamadrid y Baeza, 2017).

<sup>18</sup> Valores corresponden a frecuencia absolutas del total de 275 portadas del corpus

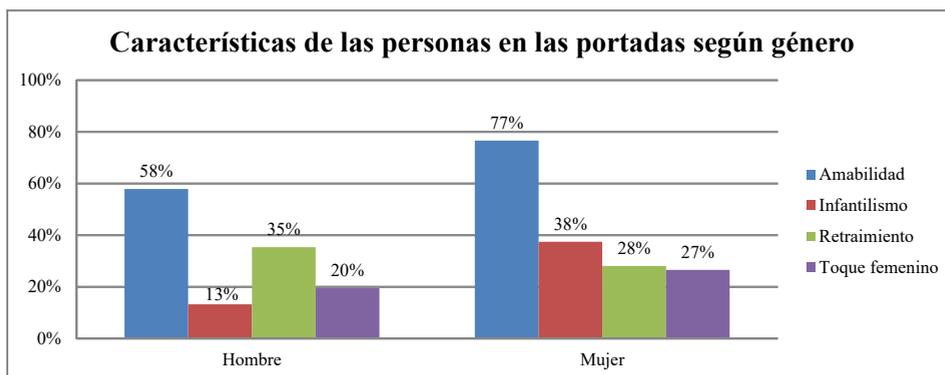


Figura 2. Características de las portadas según categorías y género<sup>19</sup>.  
(Elaboración propia).

## 4.2. Aproximación cualitativa

En esta sección indagamos en los elementos de las fotografías de las portadas de los casos ejemplares seleccionados, haciendo especial énfasis en la presentación personal y en las actitudes, así como en los cambios observables durante el periodo. La selección de las imágenes para esta sección es intencional.

### José Alfredo “Pollo” Fuentes

El intérprete musical en sus 16 portadas de la revista aparece principalmente retratado de rostro, torso o medio cuerpo. Ninguna de sus fotografías es de cuerpo entero. En la mayoría de éstas, aparece sonriendo y mirando a la cámara. Salvo una sola excepción, en estas fotografías el ídolo juvenil no aparece erotizado, sin embargo, de acuerdo a las observaciones de Brabazon (1993), las fotos de rostros, especialmente aquellas donde se mira directamente a la cámara, son las que más impresionan a las mujeres, por el lazo emocional que sugieren.

En algunos casos el joven cantante aparece disfrazado. Encontramos una representación de huaso con una guitarra en las manos, otra, vestido como Viejo Pascuero a finales de año, y dos en que está subiendo a un avión internacional para viajar a un Festival musical en Italia, y otra enfrente de un micrófono. Excepto esta última, que es de rostro, las otras son fotografías cuyo encuadre es de tres cuartos de cuerpo.

Se observa una evolución en el modo que es fotografiado desde sus inicios, donde se le captura desde arriba, subrayando el carácter tímido y juvenil. Luego, estas fotos van cambiando el ángulo pasando a foto de frente o desde abajo, posicionando en la imagen una representación más madura y confiada. También se identifica un cambio en el largo del cabello y en el vestir. Al comienzo el “Pollo” Fuentes tiene el cabello castaño, muy corto y bien peinado, y que después lleva más largo, desordenado e incluso, con patillas. El cantante abandona el traje terno por las camisas abiertas o suéteres (Fig. 3).

<sup>19</sup> Nota: Porcentajes de las categorías corresponden al total de apariciones en relación al total de casos válidos dentro de esta categoría, ya que podrían aparecer de manera relacionada. Por esta razón, la sumatoria de los porcentajes no suma 100%. En las categorías, el total de observaciones varía: amabilidad=162, infantilismo=50; retraimiento=87; toque femenino=55.

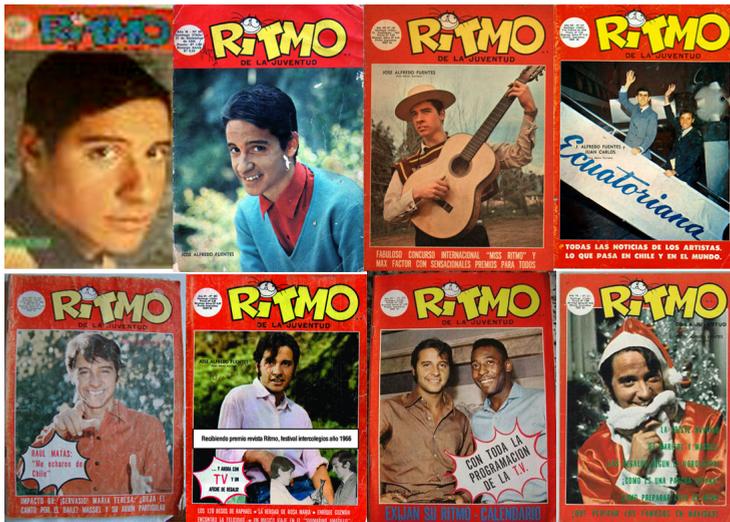


Figura 3. Fotografías de José Alfredo Fuentes.  
(Portadas de la Revista Ritmo, selección de las autoras).

**Gloria Benavides**

Esta cantante y su familia fueron motivo de 13 portadas: una de ellas con su marido e hija, otra con su marido y tres con su hija. En las restantes aparece sola, y generalmente son fotografías de rostro. En un par de portadas de la revista, hay comentarios al pie de la foto: “Gloria Benavides, una mamá de 18 años” y “Gloria Benavides: la imagen de la felicidad”.

Tanto ella como su marido e hija tenían la tez blanca, ojos azules, y el cabello castaño -solo la niña tenía el cabello rubio-, características físicas que se destacan con la impresión a colores de la revista *Ritmo*. Los rasgos faciales de esta mujer eran redondeados, y generalmente aparecía sonriendo, dando una imagen muy accesible y levemente infantil, aunque hay una evolución hacia una imagen algo más madura en las cuatro últimas fotos, en que aparece con maquillaje e incluso algo melancólica (Fig. 4).



Figura 4. Fotografías de Gloria Benavides.  
(Portadas de la Revista Ritmo, selección de las autoras).

## Gloria Simonetti

La intérprete aparece en 6 portadas siempre seria pero bien arreglada, usando maquillaje, accesorios, y peinados elaborados, excepto en la última fotografía. Esta cantante tenía la tez clara, pero el cabello y ojos de color oscuro, y además rasgos angulosos. Puesto que Gloria Simonetti no aparece sonriente en las fotografías de la revista, y en varios casos tampoco miraba a la cámara, presenta más bien una imagen severa y poco empática con el público juvenil al que se dirigía el magazine.

Es posible observar un cierto cambio desde las primeras portadas de esta cantante, en donde ella se presenta mucho más rígida, pero en la última, Gloria lleva el cabello suelto, usa maquillaje más suave, un sombrero multicolor y está con los labios entreabiertos, con una actitud menos severa y más cercana a la inocencia de la juventud.

Igual que con Benavides, se publicitó su matrimonio y su estado civil de casada, aunque el marido de Simonetti no era del mundo del espectáculo. Precisamente, una de las portadas de este corpus es la de su matrimonio, en que aparece Simonetti junto a su novio, ambos elegantemente vestidos, de perfil, mirando muy serios hacia adelante de ellos, no a la cámara (Fig. 5).



Figura 5. Fotografías de Gloria Simonetti.  
(Portadas de la Revista Ritmo, selección de las autoras).

## Miss Ritmo

Las Miss Ritmo o las tres reinas de belleza juvenil aparecen en 10 portadas, principalmente en encuadre de rostro, e individualmente, excepto en la portada en que una de ellas, Rosa María es abrazada por el cantante español Raphael y otra, en que se fotografía a estas tres muchachas juntas.

Estas jóvenes son caucásicas (piel clara y pelo oscuro), tienen el cabello largo, y dos de ellas ojos claros (Yasna Carrión y Rosa María Barrenechea). Las tres aparecen maquilladas y bien peinadas a pesar de llevar el cabello suelto. Su vestimenta es altamente pulcra, usando collares, sombreros, y ropa en tonos rosas o estampados de flores acorde a la conducta de género hegemónico, o bien, prendas formales de cóctel.

En el análisis de las portadas es posible observa la existencia de cierta delicadeza en los gestos de estas jóvenes al tomar objetos (copas), y fragilidad al llevar los brazos u hombros hacia adelante. Al mismo tiempo, todas comparten una actitud

alegre, cercana y amable con el público, evidenciada a través de sonrisas y la mirada directa a la cámara.

En estas fotografías hay elementos del mundo adulto que van desapareciendo, aunque los símbolos emblemáticos de las reinas se mantienen, como son los objetos de corona y banda. Además, en las últimas portadas es posible distinguir mayor cercanía con las lectoras, al mostrar a las Miss Ritmo en situación de amistad -valor que promovía la revista- con ropas más casuales, susceptibles de adquirir por cualquier muchacha de la época que cultivara “el estilo”, independiente su belleza (Lamadrid, 2014).

Por último, los contextos de celebración que las rodean constituyen un elemento transversal a las Miss Ritmo. Junto a la coronación, se erigen aquellos escenarios de fiestas de año nuevo o festividades genéricas, mediante el adorno con cotillón y globos (Fig. 6).



Figura 6. Fotografías de Miss Ritmo (Portadas de la Revista Ritmo, selección de las autoras).

## 5. Discusión

Sobre los modelos de género que la revista *Ritmo* promovió a través de las fotografías de sus portadas, la imagen de José Alfredo Fuentes como modelo masculino es de una masculinidad juvenil, que está cambiando de la infancia a la adultez, pero todavía moviéndose entre ambas, y se permite jugar con disfraces a “ser otro”. Es también una masculinidad no amenazante, confiable, tanto para sus admiradoras mujeres como para sus colegas del canto o de la fama (Pelé). No aparece como protector o predador, es decir, no presenta los rasgos que Goffman (1987) encontró en la publicidad como típicos de la masculinidad.

Por el contrario, en muchos casos es presentado jugando o actuando, lo que corresponde a características de la representación de las mujeres, asociadas a una cierta infantilización. En contraste, en varias fotografías está teniendo actividades propias de un cantante, reafirmando que es una persona con una clara actividad pública y laboral, similar a los resultados de otros estudios de género (Marco, 1996; Flores et al., 2017). A pesar de los cambios en la ropa, en que deja de usar los trajes

rígidos de los adultos, los nuevos atuendos no son rupturistas, sino que corresponden a la ropa de uso de los estudiantes en la época, limpia y funcional.

En el caso de Gloria Benavides, la revista nos presenta no solo la imagen de una joven modelo, sino además de una familia modelo (Wood, 2005). Puesto que su marido también era cantante (pero nunca tuvo una portada solo), se observa la pareja perfecta, incluso desde el punto de vista estético: todos caucásicos. Con ella se reafirmaba el imaginario de género sobre la mujer dulce, virginal y pasiva, y aunque era una exitosa cantante, renunciaba a su carrera por la vida familiar, y era feliz en sus nuevos roles (Mattelart, 1982) donde el papel consistía en la realización como esposa y madre (Friedan, 2009).

La infantilización de las mujeres al ser presentadas como pares con sus hijas, resaltan en las portadas donde la joven madre (Gloria Benavides) figura con su criatura: ambas con rasgos suaves, redondeados y chasquilla sobre la frente, acorde a los resultados que obtuvo Goffman (1987). En estas portadas, también encontramos el desplazamiento del padre respecto al núcleo compuesto por la madre e hija: en la foto en que están los tres, el primer plano lo ocupan ellas, y él queda detrás del árbol de Navidad.

Es interesante el contraste entre las imágenes de Gloria Benavides y Gloria Simonetti. Puesto que ambas se casaron siendo ya figuras públicas, representaban el tránsito normal de una joven de su edad, de los estudios al matrimonio. Sin embargo, la diferencia de clase es notoria, entre la distante Simonetti y la accesible Benavides. Se podría sugerir que ambas representan modelos de femineidad marcados por el origen social, como diría Bourdieu (1979): Benavides-clase media provinciana, Simonetti-santiaguina acomodada. Cualitativamente diferentes, los privilegios sociales y económicos de la segunda no son disimulados, sino subrayados en sus atuendos, y su actitud distante, acercándola más a la representación masculina que describe la literatura (Wood, 2005)

Respecto a las Miss Ritmo, existe la atribución de un carácter trivial a estas mujeres, representadas sobre todo desde situaciones lúdicas, subrayado por la semejanza en su presentación, que las hace perder individualidad en beneficio del modelo. Dicho de otra forma, al verse prácticamente iguales, se vuelven intercambiables dentro de la revista. En estas fotografías es posible rastrear el infantilismo acerca de lo femenino en sus constantes apariciones lúdicas y fiesteras. De manera permanente, también está la amabilidad con el público a partir del rostro sonriente en todas las imágenes. También se observa el toque femenino y retraimiento, según la expresión corporal de las reinas de belleza juvenil, ya sea que aparezcan en solitario o en compañía de un varón protector. Lo anterior, se condice con lo propuesto por Mattelart (1982) sobre el imaginario acerca de la pasividad de las mujeres y aquella “visión edulcorada de la vida” que se promovía este medio de comunicación, buscando apagar los aires de crítica y transformación social en una sociedad de cambios.

Tal como encontró Goffman (1987), la representación de las mujeres se acerca constantemente a la idea de un niño no socializado y, por tanto, todavía no completamente incorporado a la edad adulta, que requiere de un hombre que la guíe. La mujer, sus objetos, posiciones y gestos muestran un ser social limitado que requiere apoyo, en coherencia con los modelos de femineidad tradicionales de la publicidad (Fariás y Cuello, 2018; Rovetto y Simelio, 2012). Aunque también hay cierta infantilización de la imagen masculina, no obstante, en la representación del hacer cosas de adultos ellas son novias o madres, y él es cantante profesional.

Tabla 2. Síntesis de resultados.

Elementos de las fotografías	José Alfredo "Pollo" Fuentes	Gloria Benavides	Gloria Simonetti	Miss Ritmo
Encuadre	Rostro, medio cuerpo	Rostro, medio cuerpo	Rostro	Rostro y medio cuerpo
Mirada hacia la cámara	Sí	Sí	No	Sí
Sonrisa	Sí	Sí	No	Sí
Representación inicial	Juvenil y tímido	Infantil y alegre	Seria y distante	Frágiles o en celebración
Representación final	Maduro y confiado	Madura y algo melancólica	Menos seria e inocente	Casuales y en amistad
Evidencia de cambio	Vestir, cabello, actitud corporal	Maquillaje, y actitud corporal	Maquillaje y actitud corporal	Vestuario, y actitud corporal

## 6. Conclusiones

El contexto del estudio son los años sesenta, con las juventudes perfilándose como actores sociales emergentes en un momento de fuertes demandas de transformación social en la región (Salazar y Pinto, 2002b). Sin estar ajeno a dichos cambios, la industria cultural buscó socavar la vorágine de cambio, subsumiendo el carácter político de lo juvenil al consumo de contenidos mediáticos. En este marco, el objetivo de esta investigación fue describir e indagar la construcción del imaginario de género en una revista juvenil de los años sesenta en Chile.

La investigación rescata el concepto de imaginarios sociales, cuya fuerza estriba en hacer visible lo invisible de la sociedad (Pintos, 2015). Estos esquemas de referencia, contruidos histórica e intersubjetivamente, nos permiten interpretar la realidad otorgándole sentido a nuestro entorno y nuestra acción. Las diversas acepciones le atribuyen la condición y regulación que caracteriza la vida en sociedad, razón por la cual nos interesó vincularlos en el proceso de creación de realidad (Cegarra, 2012), particularmente, con las relaciones de género.

Como vía de acceso a los imaginarios de género, se trabajó con fotografías, herramienta de exploración del imaginario social, al ser un medio de transmisión de conocimiento testimonial y parte de la historia (Muñoz-Muñoz y González-Moreno, 2014; Velezmoro, 2018). La investigación adoptó una metodología mixta, para analizar las portadas de la revista *Ritmo de la Juventud*, fotografías con características de ventana y al mismo tiempo, reglas/normas (de Miguel y Ponce, 1998), las que marcan las pautas de comportamiento, los valores y normas para las y los jóvenes de la época.

En primer lugar, se constata la escasa presencia femenina en las portadas de la revista *Ritmo*. Desde la aproximación cuantitativa se revela que la mayoría de las personas fotografiadas son varones (73%), consistente con los resultados de otro estudio sobre la construcción del gusto musical juvenil en el mismo periodo, donde el 85% de los intérpretes musicales presentes en los rankings semanales de música eran hombres (Lamadrid y Baeza, 2017).

En concordancia con el estudio de los generismos en las fotografías publicitarias de Goffman (1987), la presente investigación logra identificar binarismos donde las mujeres adoptan mayormente las categorías de amabilidad, infantilismo y toque femenino. Sumado a lo anterior, se confirma el carácter tradicional de la sociedad chilena del período, en que el espacio público, en este caso el de la industria del espectáculo, seguía siendo de dominación masculina (Bourdieu, 2012). En parte para compensar esa falta de figuras femeninas, la revista inventa el concurso de belleza Miss Ritmo.

Desde la aproximación cualitativa se observa la evolución de la imagen de las y los jóvenes: desde un modelo muy convencional, cercano a los modelos adultos, hacia una apariencia más informal, pero que no tiene rasgos desafiantes hacia el orden tradicional, como lo observamos en la masculinidad confiable de José Alfredo Fuentes y en la utilización de Gloria Benavides para reafirmar el valor del matrimonio y la familia legalmente constituida.

Los elementos visuales analizados nos hablan del tradicional imaginario de género que caracterizó al *magazine* de los años 60' en Chile, contexto en que las relaciones amorosas estaban formalizadas en el "pololeo", especie de preparación para el noviazgo, de intimidad afectiva pero con gran control en el plano sexual. La revista promovía este vínculo entre hombres y mujeres, sin embargo, en sus discursos castigaba moralmente las relaciones sexuales prematrimoniales en la juventud (Lamadrid, 2014; Baeza, 2016).

Los resultados sustentan que José Alfredo Fuentes, Gloria Benavides y las Miss Ritmo expresan ciertos modelos ideales para las juventudes. En la revista estas personas/personajes no figuran como ídolos distantes, sino que se posicionan como jóvenes similares a los/as lectores/as. Gloria Simonetti, con menor cantidad de portadas tal vez por su situación de clase, no obstante, transita hacia la adopción de elementos de cercanía en sus fotografías.

Pese a estar inserta en un momento de cambio social y de agitación política, la revista buscó posicionar el imaginario social de una juventud despreocupada de problemas que pertenecerían al mundo adulto. Como señala Mattelart (1982), el mensaje ideológico era su pretensión de apoliticismo: crear un mundo juvenil alegre y centrado en el romance, las canciones, cuyo único contacto con las obligaciones adultas eran los estudios.

Dentro de eso, la mantención del orden y consenso de género resulta axial, ya que involucra a muchachos y muchachas en roles diferenciados para el futuro matrimonio heterosexual, que les promete satisfacciones emocionales y una posición clara en la división genérica del mundo. De esta manera, se esconde la producción y reproducción de un imaginario particular de género, que es reforzado en este tiempo de crisis.

Los resultados obtenidos son consistentes con otras investigaciones sobre medios de comunicación, donde revistas para jóvenes promovieron ciertos modelos identitarios (González, Ohlsen y Rolle, 2009), contribuyendo a constituir esquemas

de interpretación de la juventud, introduciendo rasgos nuevos, pero encauzándolos hacia la conservación del orden.

Los hallazgos también son consistentes con la investigación feminista en los *mass media*, y cómo las imágenes refuerzan la división sexual del trabajo, en que las mujeres permanecen en el espacio doméstico y los varones en el espacio público, aun tratándose de figuras públicas. Junto a la sub-representación numérica, existe una representación temáticamente diferida sobre las mujeres (Rovetto y Simelio, 2012), explicada por la mirada androcéntrica en los medios que invisibiliza el rol activo y protagónico de las mujeres en las transformaciones sociales (Gallego, 2013).

Al respecto, cabe mencionar el resurgimiento de las corrientes feministas en el mundo occidental a finales de los 60 e inicios de los 70'. Con ellas, hubo una importante apropiación de las fotografías por parte de las mujeres como herramienta crítica político-social hacia el imaginario masculino promotor de los ideales de la virtud, belleza y/o felicidad para las identidades femeninas (Muñoz-Muñoz y González-Moreno, 2014). En Chile, en cambio, la llamada "liberación global" que asomaba en los primeros años de la década de los 70' no adoptó una dimensión feminista para dichos cambios, ni en lo político ni en lo cultural.

Ante las posibilidades que ofrece el estudio de las fotografías como vía de acceso a la realidad, esperamos contar con otras miradas críticas sobre las imágenes en los medios (Flores et al, 2017) y más investigaciones sobre cómo a través de ellas, se canalizan ciertos imaginarios sociales. En un mundo lleno de imágenes, donde la palabra sigue siendo importante (de Miguel y Ponce, 1998), sorprende su menor estudio en sociología. Finalmente, esta investigación busca ser un aporte en deconstrucción del panorama visual para crear una sociedad más justa e igualitaria, reivindicando el valor de la imagen para los estudios de género.

## Referencias

- Baeza, A. (2016). Ritmo revisitado. Representaciones de género en los 60. *Comunicación y Sociedad*, 1(26), 247-254.  
<https://doi.org/10.32870/cys.v0i26.4881>
- Baeza, M. (2008). *Mundo real, mundo imaginario social: Imaginario social del ser-otro: el inmigrante. Teoría y práctica de sociología profunda*. RIL Editores.
- Barthes, R. (2003). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Paidós.
- Becker, H. (2008). *Los Mundos del Arte: Sociología del Trabajo Artístico*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Bourdieu, P. (1979). *La fotografía. Un arte intermedio*. Editorial Nueva Imagen.
- Bourdieu, P. (2012). *La dominación masculina*. 7a. ed. Anagrama.
- Brabazon, T. (1993). Beatlemania, Beatle Photographs and a Female Gaze. En P. Hetherington, y P. Madden (Eds.), *Sexuality and Gender in History: Selected Essays* (pp.21-44). Optima Press.
- Braczo, B. (1991). *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Nueva Visión.
- Burke, P. (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Editorial Crítica.

- Caro, F.J., García, M.M., y Bezunartea, O. (2014). La metodología mixta de investigación aplicada a la perspectiva de género en la prensa escrita. *Palabra Clave*, 17(3), 828-853. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.3.11>
- Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquest.
- Cegarra, C. (2012). Fundamentos Teórico Epistemológicos de los Imaginarios Sociales. *Cinta moebio*, (43), 1-13. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2012000100001>
- Collier, S. y Sater, W. (1998). *Historia de Chile: 1808-1994*. Cambridge University Press.
- Correa, S., Figueroa, C., Jocelyn-Holt, A., Rolle, C. y Vicuña, M. (2001). *Historia del Siglo XX chileno: Balance paradójico*. Sudamericana.
- De Miguel, J.M., y Ponce, O. (1998). Para una sociología de la fotografía. *Reis*, 83(98), 83-124. <https://doi.org/10.2307/40184078>
- Fariás, L., y Cuello, V. (2018). Percepción y autopercepción de los estereotipos de género en estudiantes universitarios de la región de Valparaíso a través de la publicidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 155-165. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A8>
- Flores, M., Pineda, M., Tobías, K., y Villareal, P. (2017). Estereotipos sexualizados de la mujer y el hombre en la publicidad. *Perspectivas de la Comunicación*, 10(1), 119-135. <http://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/perspectivas/article/view/716/694>
- Freund, G. (1993). *La fotografía como documento social*. Editorial Pili.
- Friedan, B. (2009). *La Mística de la feminidad*. Cátedra.
- Gallego, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?*. Aresta Mujeres.
- Goffman, E. (1987). *Gender Advertisements*. Harper Torchbooks.
- González, J.P., Ohlsen, O., y Rolle, C. (2009). *Historia Social de la Música Popular en Chile, 1950-1970*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- González, Y. (2010). Sumar y no ser sumados: Culturas juveniles revolucionadas. Mayo de 1968 y diversificación identitaria en Chile. *Alpha*, (30), 11-128. <https://doi.org/10.4067/S0718-22012010000100008>
- Grau, J. (2002). *Antropología audiovisual*. Edicions Bellaterra.
- Hartlyn, J. y Valenzuela. (1997). La democracia en América Latina desde 1930. En L. Bethell (Ed.), *Historia de América Latina. Tomo 12. Política y sociedad desde 1930* (pp.11-63). Crítica.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta edición). McGraw Hill.
- Lamadrid, S. (2014). *Ritmo revisitado. Representaciones de género en los 60*. Cuarto Propio.
- Lamadrid, S., y Baeza, A. (2017). La recepción de la música juvenil en Chile en los años 60: ¿americanización de la juventud?. *Revista Musical Chilena*, 71(228), 69- 94. <https://revistamusicalchilena.uchile.cl/index.php/RMCH/article/view/47992/%2050492%20/>
- Le Breton, D. (2002). *Sociología del Cuerpo*. Ediciones Nueva Visión.
- Manzano, V. (2010). Ha llegado la “nueva ola”: Música, consumo y juventud en la Argentina 1956-1966. En I. Cosse, K. Felitti, y V. Manzano (Eds.), *Los 60' de otra manera: Vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina* (pp.19-60). Prometeo.
- Marco, A. (1996). Las mujeres en prensa. En A. M. Portugal y C. Torres (Ed.), *Por todos los medios. Comunicación y Género*. Ediciones de las Mujeres N°23. ISIS Internacional.
- Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*, 17(3), 613-619. <https://doi.org/10.1590/S1413-81232012000300006>
- Mattelart, A., Piccini, M., y Mattelart, M. (1976). *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*. Schapire El Cid Editor.

- Mattelart, M. (1982). *Mujeres e industrias culturales*. Editorial Anagrama.
- Muñoz-Muñoz, A. M. y González-Moreno, M. B. (2014). La mujer como objeto (modelo) y sujeto (fotógrafa) en la fotografía. *Arte, Individuo y Sociedad*, 26(1), 39-54. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ARIS.2014.v26.n1.40581](https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n1.40581)
- Ortega, M. (2009). Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico. *Argumentos*, 22(59), 165-184. <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/403/402>
- Pérez Herrera, P. (2001). Estados Unidos y Latinoamérica en el nuevo sistema internacional. En J. C. Pereira (Ed.), *Historia de las relaciones internacionales contemporáneas* (pp.443-461). Ariel.
- Pintos, J.L. (2015). Apreciaciones sobre el concepto de imaginarios sociales. *Miradas, Revista de Investigación*, 1(13), 150-159. <https://doi.org/10.22517/25393812.12281>
- Riffo, I. (2016). Una reflexión para la comprensión de los imaginarios sociales. *Comunicación*, 7(1), 63-76. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v7n1/a06v7n1.pdf>
- Rovetto, F. y Simelio, N. (2012). Diferencias de género en los medios de comunicación. Análisis de la invisibilización del trabajo de las mujeres en la prensa española. *Enfoques*, (24), 31-52. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-27212012000100004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-27212012000100004).
- Rovetto, F. (2012). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *Revista Faro*, 1(16), 14-27. <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/255>.
- Salazar, G., y Pinto, A. (2002a). *Historia Contemporánea de Chile. Tomo IV. Hombres y Feminidad*. Editorial LOM.
- Salazar, G., y Pinto, A. (2002b). *Historia Contemporánea de Chile. Tomo V. Niñez y Juventud*. Editorial LOM.
- Scott, J. (1996). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En M. Lamas (Comp.), *El género: la construcción social de la diferencia sexual*. Programa Universitario de Estudios de Género.
- Suárez, H.J. (2008). *La fotografía como fuente de sentidos*. Cuaderno de Ciencias Sociales N°150. FLACSO-Costa Rica.
- Subercaseaux, B. (2000). *Historia del libro en Chile*. LOM.
- Tuchman, G. (1978). *Making news*. The Free Press.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 22-36.
- Velezmoro, V. (2018). Cusco revelado. Fotografías de Max T. Vargas, Max Uhle y Martín Chambi, de Andrés Garay Albújar (Ed.). *Revista De Comunicación*, 17(1), 199-201. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-R2>
- Veneros, D. (2001). Siglo XX, Cambalache. Breve reseña histórica de los avances de las mujeres en Chile. En D. Escobar, R. Flores, y D. Veneros (Eds.), *Investigaciones. Red Nacional Universitaria Interdisciplinaria de Estudios de Género* (pp. 103-121). SERNAM.
- Wood, J. T. (2005). *Gendered lives: Communication, gender and culture*. Thompson Learning.

