

**CUERPO IMAGINADO**  
**Objeto de ensoñaciones y deseos**

**MERCEDES RAMOS OLAYA**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**  
**PEREIRA**  
**2012**

**CUERPO IMAGINADO**  
**Objeto de ensoñaciones y deseos**

**TESISTA**  
**MERCEDES RAMOS OLAYA**

**Trabajo de investigación para optar el título de**  
**Magíster en Comunicación Educativa**

**DIRECTORA**  
**MARÍA PAOLA BERMÚDEZ VILLANEDA**  
**MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**  
**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA**

**CODIRECTORA**  
**OLGA LUCÍA BEDOYA**  
**DOCTORA EN CIENCIAS POLÍTICAS**  
**UNIVERSIDAD SANTIAGO DE COMPOSTELA (ESPAÑA)**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

**PEREIRA**

**2012**

## AGRADECIMIENTOS

---

A **Dios** por bendecirme y darme las fuerzas necesarias y la sabiduría suficiente para cumplir con esta meta, a la vida por permitirme vivir en el amor, la comprensión, la paciencia, y la entrega en esta laboriosa tarea, y a **todos** y cada uno de los seres maravillosos que me acompañaron con su solidaridad y comprensión en mi afán por construir camino.

## TABLA DE CONTENIDO

---

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I Lentes teóricos	1
1.1 Una mirada histórica de la concepción del ser: una apuesta filosófica	1
1.2 De la evanescencia del pensamiento binario a la apuesta del pensamiento trial.	2
1.3 Silva y su concepción trial	7
1.4 La fenomenología de Peirce representada en tres tricotomías	12
1.5 Estado del arte	16
CAPÍTULO II Metodología	23
2.1. Estética de procedimiento	24
2.2. Construcción del dato	26
2.3. Relación teoría – dato	
2.4. Recolección de la información	32
2.4.1. Aplicación de la técnica	40
2.4.1.1. Fichas grupos de discusión No. 1	41
2.4.1.2. Fichas grupos de discusión No. 2	46

2.4.1.3. Fichas grupos de discusión No. 3	53
2.4.1.4. Fichas grupos de discusión No. 4	60
2.4.1.5. Fichas grupos de discusión No. 5	67
2.4.1.6. Fichas grupos de discusión No. 6	72
2.5. Triadas grupos de discusión	77
2.5.1. Triadas grupo No. 1	77
2.5.2. Triadas grupo No. 2	81
2.5.3. Triadas grupo No. 3	87
2.5.4. Triadas grupo No. 4	91
2.5.5. Triadas grupo No. 5	94
2.5.6. Triadas grupo No. 6	97
2.6. Nodos tríadicos segundo paso modelo relacional	120
2.6.1. Primera agrupación nodos tríadicos	120
2.6.2. Dispersiones	137
2.6.3. Nodos tríadicos segunda agrupación	140
2.6.4. Nodos tríadicos tercera agrupación	160
2.6.5. Nodos tríadicos cuarta agrupación	170
2.6.6. Nodos tríadicos quinta agrupación	181
2.6.7. Nodos tríadicos sexta agrupación	193
2.7. Tercer paso modelo relacional triada de sentido	201
CAPÍTULO III Relación teoría dato	204
CONCLUSIONES	227

REFLEXIONES FINALES	232
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	234
BIBLIOGRAFÍA	236
WEB GRAFÍA	237
FIGURAS	238

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

---

Gráfico 1: estructura organizacional del macro proyecto	X
Gráfico 2: Modelo relacional	XV
Gráfico 3: esquema de la teoría Peirceana	XVI
Gráfico 4: metodología de Armando Silva y la relación con la teoría Peirceana	XVI
Gráfico 5: imaginarios urbanos Silva / pensamiento Peirce	8
Gráfico 6: categorías del SER, Charles Sanders Peirce	10
Gráfico 7: analogía fenomenológica / relación triádica como constitutiva del SER	11
Gráfico 8: fenomenología de Peirce representada en tres tricotomías	12
Gráfico 9: semiosis al infinito	14
Gráfico 10: la ciencia y su categoría	15
Gráfico 11: de lo deductivo a lo inductivo	24
Gráfico 12: momentos del modelo relacional/ construcción del dato	26
Gráfico 13: modelo de análisis Teoría-Dato	37
Gráfico 14: técnica de recolección: grupo de discusión	38
Gráfico 15: triada base “Imaginarios de mujer desde las vallas publicitarias”	99

Gráfico 16: estructura de nodo tríadico tercera agrupación	160
Gráfico 17: estructura nodo tríadico cuarta agrupación	170
Gráfica 18: tríadas de sentido	202
Gráfico 19: intersección trial “Imaginario cultural de mujer desde las vallas publicitarias”	207
Gráfico 20: tríada de sentido – cuerpos y dobles	208
Gráfico 21: tríada base “Imaginaros culturales de mujer desde las vallas publicitarias” - tríada de sentido cuerpos y dobles	210
Gráfico 22: lo que soy, lo que veo, lo que deseo: la retórica del ser	213
Gráfico 23: estructura de la triada de sentido	222

## ÍNDICE DE CUADROS

---

Cuadro 1: comparativo Teoría trial/ Teoría imaginarios urbanos	9
Cuadro 2: estado del arte	19
Cuadro 3: comparativo - Teoría trial /Teoría imaginarios urbanos / Tríada base “Imaginarios de mujer desde las vallas publicitarias”	22
Cuadro 4: pregunta de investigación y técnica de recolección la información	33
Cuadro 5: imágenes de vallas publicitarias sesiones 1 y 2	34
Cuadro 6: imágenes de vallas publicitarias sesiones 3 y 4	35
Cuadro 7: imágenes de vallas publicitarias sesiones 5 y 6	36
Cuadro 8: colores que identifican a los grupos de discusión	39
Cuadro 9: ficha grupo de discusión	39
Cuadro 10: ficha de contenido grupo de discusión No. 1	41
Cuadro11: ficha de contenido grupo de discusión No. 2	46
Cuadro 12: ficha de contenido grupo de discusión No. 3	53
Cuadro 13: ficha de contenido grupo de discusión No. 4	60
Cuadro 14: ficha de contenido grupo de discusión No.5	67
Cuadro 15: ficha de contenido grupo de discusión No. 6	72

Cuadro 16: cuadros grupos de discusión	99
Cuadro 17: código de lectura identificación estudiantes	122

## INTRODUCCIÓN

---

Base fundamental para recorrer el camino de la investigación en Comunicación y Educación, es conocer las líneas de investigación propuestas por la Maestría en Comunicación Educativa, al igual que los resultados arrojados.

La Universidad Tecnológica de Pereira, cuenta con varios grupos de Investigación entre los cuales se encuentra el de la Facultad de Ciencias de la Educación, con la maestría en Comunicación Educativa en la línea de investigación: La comunicación y la educación en procesos de transformación cultural, el cual inicia su recorrido en el año 1997 con su línea investigación sobre ciudad.

En el año 1999, tiene su primera experiencia investigativa, obteniendo como resultado el texto ***Imaginario femenino y ciudad. Pereira y su evocación de mujer.*** (1999). texto en el cual se descubren las maneras de usar y evocar la ciudad así como la percepción que se tiene de ciudad.

Se publica en el año 2002 el texto. ***Modos de ver: Los sentidos de comunicación educativa (1990 – 2002)***, en cual se acopia la producción investigativa de la maestría en comunicación educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, durante los años 1990 y 2002. El objetivo de este texto es mostrar el valor de la concepción del concepto de Comunicación Educativa.

***Paradoja de la ciudadanía en Pereira: entre los ciudadanos jurídicos y los Itinerantes (2001 – 2003)*** es publicado en el año 2004. En este texto se examinó sobre el tipo de ciudadano que solaza la prensa local (Diario del Otún y La Tarde), y sus esquemas observacionales, con el objetivo de complejizar la categoría ciudadano-a, tomada a través de la prensa de Pereira. Cuatro trabajos de grado

son el resultado de los interrogantes y hallazgos que dejó la investigación entre los años 2004-2005

«**La ciudad planeada / La ciudad no planeada: una re- re- recreación desde la prensa local (Diario del Otún y La Tarde) 2003**». A partir del siguiente interrogante ¿Cómo construir una ciudad ignorando lo que es, en aras de lo que no es?

«**Los Mass Media: Una vía de recreación del imaginario social, el caso del proyecto de renovación urbana en Pereira**». Este se planteó a partir del siguiente interrogante ¿El ciudadano está directamente relacionado con el proyecto de ciudad real; o por el contrario desde allí estaría por fuera, puesto que sería una relación del ciudadano con una ciudad real?

«**Pereira recreada desde el imaginario del que escribe en la prensa local: una mirada desde el lenguaje (La Tarde y El Diario Del Otún (2001 - 2003)**». Se planteó la siguiente pregunta ¿Cómo visibilizar la recreación de la ciudad a partir del compromiso (posición subjetiva) del locutor de la página de opinión y en qué medida desde el lenguaje se direcciona un determinado tipo de ciudad?

Tres años después, año 2006 el grupo desarrolla la investigación «**Cartografía imaginaria de la ciudad de Pereira: percepciones ciudadanas**»; inscrito en el centro de investigaciones de la *Universidad Tecnológica de Pereira*. Su objetivo, elaborar una «*cartografía imaginaria de la ciudad de Pereira desde las formas de percepción ciudadana (1999 – 2006)*» a partir de esta indagación se realizó un paralelo entre continuidades / emergencias de los imaginarios de ciudadano con relación al estudio desarrollado por la Maestría en Comunicación Educativa en el período (1997-1999); el cual concluyó con el libro titulada: “Memoria y ciudad: Pereira post-sísmica (2001-2006). Otras cartografías desde la percepción ciudadana”.

Tres años después, la Maestría en Comunicación Educativa, le da comienzo al Macro Proyecto titulado: **Pereira Imaginada 2009-2014**, el macro proyecto se inscribe en la línea de investigación denominada: La Comunicación y la Educación

en Procesos de Transformación Cultural: Ciudad y Comunicación; del grupo de investigación comunicación educativa. Pereira Imaginada parte de la pregunta de investigación ¿Cuáles son las percepciones, usos y evocaciones actuales que sobre la ciudad de Pereira realizan sus habitantes y cuál es su proyección al futuro? Para dar respuesta a este interrogante el grupo de investigación desarrolló durante el año 2009 una primera fase diagnóstica donde se encontró mediante un formulario base de las percepciones, usos y evocaciones que tienen los habitantes acerca de la ciudad de Pereira.

Armando Silva se constituye en el investigador fundamental de ésta, asumiendo la asesoría científica, acompañado de varios investigadores, coordinadores y auxiliares de investigación, haciendo de este macro proyecto uno de los más sólidos y completos de “ciudades imaginadas”

Grafica 1: Estructura organizacional del macro- proyecto



Fuente: Elaboración grupo de estudio. Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

A través de esta senda de trabajo investigativo de la Maestría es en donde el tema excusa de esta investigación se puede circunscribir. Investigación que a continuación desarrollo y la cual parte de la siguiente afirmación: **Imaginos culturales de mujer desde las vallas publicitarias**, el cual abordé desde el enfoque investigativo que propone la maestría, soportado en sólidas teorías.

Para este propósito partí de la pregunta de investigación **¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del Colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?** Para iniciar este recorrido indagué sobre el tema realizando un rastreo, -estado del arte- en el cual observé que no hay documentos que presenten coincidencias con respecto al tema de investigación, argumento que justifica la presente indagación, de manera que lo que se pretende buscar en adelante son las relaciones de los imaginarios de mujer que tienen estas estudiantes desde las vallas publicitarias.

La imagen de la mujer a través del tiempo se modifica de acuerdo a las necesidades particulares de cada ciudadano. Hoy, ésta necesidad se lee desde sus comportamientos y gustos como por ejemplo: el gusto por obtener figuras ideales, por consumir nuevas tecnologías, por el poco interés que muestran por el estudio, y el asumir una vida sexual activa desde muy jóvenes, éstos y muchos otros más son los que mejor concluyen la lectura de lo que es hoy una adolescente.

Cada individuo da a su vida un sentido social particular, el cual define de acuerdo al tipo de relaciones y necesidades que establezca. El estar inmerso en diferentes núcleos sociales, sea porque hace parte de él o porque lo reconoce en otros, hace que defina que tipo de relaciones simbólicas establece con sus semejantes, estén éstos haciendo parte de la misma o no. Lo ideal en ellas es parecerse o identificarse con las diferentes propuestas con las relaciones que establece con los individuos de una colectividad. El proyectarse en la mujer que observa en las vallas publicitarias, permite elaborar ese tipo de relaciones propuestas por la vanguardia de una moda o de un estilo de mujer. Ese sentido lo define Augé de la siguiente manera:

Todo individuo se relaciona con diversas colectividades, en referencia a las cuales se define su identidad de clase en el sentido lógico del término –su pertenencia a una fraternidad, a un segmento de linaje, a un grupo de edad, a un pueblo, a una nación, etc. Pero todo individuo singular se define también mediante sus relaciones..., hay alteridad, relación de sentido. (Augé, 1996, 34)

Una de las formas ideales de aprendizaje, es el de relacionarse en una comunidad, asumiendo comportamiento de imitación, aspecto que voy a tener en cuenta para indagar si desde las vallas publicitarias, se construye en las estudiantes el imaginario de mujer. Las vallas publicitarias, son entonces, los escenarios particulares desde donde se asume esta exploración.

La metodología de esta investigación se enmarca dentro de una perspectiva cualitativa, que busca aportar a la idea de mundos posibles y realidades construidas, a través de la técnica, grupos de discusión.

Para continuar con la perspectiva investigativa se planteó el siguiente objetivo general: “Determinar los índices de imaginarios culturales que producen las imágenes de mujer en vallas publicitarias, para las mujeres del grupos de edad entre 12 y 16 años del colegio Héctor Ángel Arcila.

Para lograr este objetivo se trazaron las siguientes actividades, que son las que direccionan la consecución de los resultados.

- Señalar los índices de los imaginarios de mujer que tienen las niñas con los que ofrecen las imágenes impresas en vallas publicitarias.
- Determinar los estándares establecidos en las imágenes, como estereotipo de mujer y que son asumidas por las adolescentes.
- Comparar los imaginarios culturales y los estándares establecidos por las estudiantes de la Institución Educativa Héctor Ángel Arcila.
- Intervenir dichos imaginarios culturales.

A partir entonces, de las vallas publicitarias, que son pantallas que se encuentran en distintos lugares de la ciudad, se establecerá el estudio del imaginario de mujer presente en las estudiantes.

Algunos lugares de la ciudad se encuentran diseñados con un gran número de ellas, pero en otros espacios, el número es bastante particular, haciendo que la presencia de ésta sea casual, por lo que su connotación es bastante diferente de acuerdo al individuo que lo observe. Estas pantallas tienen pluralidad de encantos y la posibilidad para que el individuo, en este caso mujeres, se den gusto de pensar desde una moda hasta la idea de consumir.

Es aquí, en donde las mujeres de acuerdo a sus conceptos y necesidades de moda, hace de estas pantallas un lugar común para satisfacer unas carencias propias que la definen a ella y tal vez a un colectivo de mujeres. Estos escenarios se convierten para ellas, en un espacio de encuentros de anhelos, idearios, imaginarios frecuentes usados por las mujeres y sus rutinas a los que les dan connotaciones evidenciadas en el consumo o la interiorización, de aquellas imágenes sutiles de mujer, anhelada, deseada.

Las acciones originadas por el consumo desde las vallas publicitarias, son memorias que comunican un mensaje, sobre lo cual afirma Peirce,

*“Sus pensamientos son lo que él esta diciéndose a sí mismo, esto es, lo que está diciéndose al otro yo (self) que se hace vivo en el fluir del tiempo. Cuando uno razona es a ese yo crítico a quien uno está tratando de persuadir...”, (Restrepo, 2010, 132).*

Eso simbólico vive en la mente de las estudiantes, lo expresan, manifiestan y difunden en sus usos y necesidades, y es desde las vallas publicitarias, como relacionan necesidades representándolo en un colectivo de expresiones.

El principio teórico de la presente investigación se cimenta en la lógica “tríada” de Charles Sanders Peirce, ya que esta permite una mirada holística frente a la existencia del ser, y a las cuales llamó “Categorías Universales del Ser”, Primeríada,

Segundidad y Terceridad. Desde estas categorías, se pretende ver al otro en relación con otro o con los otros, en un sinfín de posibilidades de asumir la realidad. Estas categorías del ser, permiten ser distinguidas una de la otra, pero no se pueden separar, puesto que no existe Primeridad, sin Segundidad, y Segundidad sin Primeridad; siendo la Terceridad la relación entre la primera y la segunda. Las tres categorías participan de un mismo momento o de un mismo fenómeno, es decir, se leen los modos del ser.

La investigación se llevó a cabo con la metodología de corte cualitativo, con la técnica grupos de discusión propuesta por Canales y Peinado, técnica de recolección de información en investigaciones cualitativas. Para el caso se aplicaron seis grupos de discusión con diferentes temáticas para su discusión.

Luego del proceso de sistematización de la información se pasó al análisis de ésta. Este análisis se hizo acogiendo el **Modelo Relacional** propuesto por el grupo de investigación en Comunicación Educativa, y que se viene trabajando desde el año 2003. El Modelo Relacional se estructura así: 1. Tríadas, 2. Nodos Triádicos y 3. Tríadas de Sentido<sup>1</sup>.

Grafica 2. Modelo relacional



*Fuente:* Elaboración propia

Este modelo relacional de análisis de la información o datos recogidos en las investigaciones, se cualificó con la teoría triad de Charles Sanders Peirce, conservando las Categorías Universales de Primeridad – Segundidad – Terceridad.

<sup>1</sup> Modelo consultado en tesis Pereira Imaginada 2009.

Teoría desde la fenomenología en la que propone una forma de ver y reconocer el mundo como un proceso continuo o semiosis, como lo nombró en su propuesta trial. El desarrollo de esta propuesta es la luz y la sólida estructura que soporta y guía el proyecto de “Ciudades Imaginadas”<sup>2</sup>.

Gráfico 3: esquema de la teoría Peirceana



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, Armando Silva nos muestra como lo urbano se ve desde el ciudadano a través de 3 factores: **Ciudad**, **Ciudadano** y **Otredad** como combinación, enlace y mediación, visiones del mundo en la contemporaneidad.

Gráfico 4: Metodología de Armando Silva y la relación con la teoría Peirceana



Fuente: elaboración propia

<sup>2</sup> La ampliación de esta propuesta teórica se desarrollara en el capítulo I de éste texto.

Después de realizadas las transcripciones de los grupos de discusión, se aborda el primer paso del “**modelo relacional**” (*tríadas, nodos triádicos, tríadas de sentidos o emergentes*) que es el desarrollo de las tríadas, estructuradas a partir de la tríada base. Esta construcción trial, busca guardar la estructura propuesta por Charles Sanders Peirce, en cuanto a las Categorías Universales del Ser; Primeridad- Segundidad- Terceridad.

#### Triadas.

Las tríadas para el desarrollo de ésta investigación se estructurarán a partir de la tríada base propuesta para la investigación, la cual será la plataforma para realizar el análisis metodológico de los nodos triádicos.

#### Nodos triádicos.

Metodológicamente es aquí donde la información recolectada en los grupos de discusión, presenta semejanzas y paradigmas diferenciales, en los imaginarios sociales de los ciudadanos. La agrupación y reagrupación como nodo triádico se construirá a partir de dos o más tríadas idénticas. Las triadas similares, se denominarán Nodos Triádicos Afines y los Nodos Triádicos únicos se denominarán dispersiones.

En primer lugar, los nodos triádicos afines pertenecen a la clasificación de la información a partir de la igualdad que surge en los diferentes grupos de discusión.

En segundo lugar las dispersiones que corresponden a los datos encontrados que aparentemente no poseen similitudes, ni rasgos comunes con ningún otro, pero que al establecer cruces entre paradigmas (símbolos, emblemas, puntos de vista, miradas ciudadanas, ficciones colectivas, fantasmas sociales y visión de los imaginarios), nos permiten establecer tipologías que no se habían tenido en cuenta, las inesperadas.

Tríadas de sentido.

Después de tener las Tríadas y los Nodos Triádicos, se construirán las Tríadas de Sentido, teniendo como base las observaciones- notas, cruces y algunas intuiciones emergentes en los Tríadas y Nodos Triádicos.

Este texto se encuentra construido en cuatro capítulos. En el primer capítulo denominado “Lentes teóricos” se observan las propuestas de filósofos como Platón, Condillac, Kant, Hegel, entre otros mencionados en el texto de Mariluz Restrepo. La intención de éste ejercicio es “distinguir” los saltos cualitativos en el pensamiento, que durante el tiempo se han venido dando, teniendo como polo a tierra la propuesta Peirceana, y se finaliza el capítulo con el estado del arte.

El segundo capítulo “Metodología”, está compuesto por la operacionalización del dato con los conceptos de la teoría Peirceana y, en forma clara se encontrarán:

I) Título del tema y un párrafo introductorio, II) Tríada base, III) Descripción del cómo se recogió la información y qué técnica se empleo para dicha recolección

En el tercer capítulo (“Relación teoría/dato”), se analizarán los resultados encontrados en la investigación con las propuestas y conceptos teóricos de Charles Sanders Peirce y su propuesta teórica de las Categorías del Ser (Primeridad, Segundidad y Terceridad), Armando Silva con su documento “Imaginarios Globales”, Marc Augé, con su documento “El sentido de los otros” y Franz K Mayr con el documento “La mitología occidental”.

Finalmente, para concluir el documento, se presentarán las conclusiones y reflexiones finales.

# CAPÍTULO I

## Lentes teóricos.

---

### 1.1 Una mirada histórica de la concepción del ser: una apuesta filosófica

Este trabajo de investigación de corte cualitativo tiene comienzo con la revisión bibliográfica, con el propósito de conocer y reconocer la propuesta teórica del pensador Charles Sanders Peirce y su teoría del signo, además de la propuesta teórica de Armando Silva y sus consideraciones sobre Imaginarios urbanos, de ésta manera pude soportarme en los principales discernimientos conceptuales, los cuales que me guiaron en la realización de un proceso de recolección, análisis e interpretación de datos, claro y coherente.

La búsqueda de la fundamentación teórica surge de la importancia de contar con los adelantos teóricos y, explicaciones que sobre el “**SER**”, pensado en tres, tienen las fuentes que soportan dicha investigación. Estos lentes teóricos abordados tienen cortes provenientes de la lógica, la semiótica, el psicoanálisis y la antropología, los que aportan los cimientos en la construcción y elaboración de una lectura interpretativa y análisis del dato. El motivo por el cual se configuró esta línea teórica es la de develar y argumentar la ruta a seguir.

Con la anterior estructura holística se fortaleció la configuración de disquisiciones sobre el modo como las/los ciudadanos de Pereira vivencian sus imaginarios urbanos y en ellos, la categoría de temporalidades.

## 1.2 De la evanescencia del pensamiento binario a la apuesta del pensamiento trial.<sup>3</sup>

Desde el momento en que el hombre entra en relación con el medio en el cual se desempeña y, a través de él, con cada una de las personas que le rodean, se evidencia la curiosidad, reflejada en el interés por conocer la existencia interpretada por alguien subjetivo, que conoce a partir de estímulos ofrecidos por elementos que están fuera de él, y captados a través de los órganos de los sentidos. Necesariamente debe existir un ser con capacidad de conocer y otro con capacidad y posibilidad de ser conocido para entrar en una relación completa de conocimiento.

Partiendo de esta idea, pasamos a reconocer que en el transcurso de la historia hay quienes preceden cada una de las etapas marcadas por aquellos pensadores, que han tratado de definir y puntualizar el tema de cómo se forma y se desarrolla el conocimiento. Indudablemente cada una de ellas, en su momento, apareció como la mejor y más clara para dilucidar el interrogante de cómo se desarrolla el proceso del conocimiento, pero cada una de ellas fue desplazada, mas no eliminada, por otras visiones e interpretaciones de nuevos pensadores, que hicieron uso de lo existente para fundar sus propias teorías, las que se han dado históricamente en la vida de la humanidad.

Estos filósofos siempre han estado ahí, para darle un punto más racional al conocimiento, los cuales hacen las primeras preguntas sobre el ser y la naturaleza del hombre, adoptando posturas metafísicas, estudiando de dónde procede todo y de qué se componen las cosas. El mundo era una unidad, realidad única y ordenada, y su naturaleza fue estudiada de manera objetiva.

Como se ha visto desde la antigüedad, el hombre se ha preocupado por el estudio de las formas, el cómo se adquiere el conocimiento de manera categorial, encontrando algunos que se enfocan en una sola de ellas, otros en dos y por último,

---

<sup>3</sup> Texto construido en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

algunos en tres, enfatizando o dándole mayor importancia a unas que a otras dentro del mismo ser.

Filósofos<sup>4</sup> como Sócrates cambiaron la manera de ver el mundo, él centra su estudio en la moral, en el intelectualismo moral a través de la búsqueda del bien, desarrollo la mayéutica, que consistía en preguntar y volver a preguntar una y otra vez, profundizando cada vez más, con ello pretendía llegar al “logos” o la razón final que hacía que una cosa fuera esa cosa y no otra, este Logos es el embrión de la idea (Heidegger, 1929).

Sócrates (470 -399 a.C.) nos dice que la verdad es una y, para todos los seres racionales, no depende de ningún factor físico, psicológico o cultural de las personas que la piensan, está oculta en el alma (Dialéctica). Asocia la sabiduría y la virtud.

Posteriormente, Platón (427-347 a.C.) nos presenta la idea<sup>5</sup> como punto central de su filosofía en donde y, desde su idealismo objetivo observó que el “Logos” de Sócrates, se conformaba de características perceptibles en los objetos físicos o no y asociados a él. Si a ese “Logos” lo separamos del objeto físico y le damos existencia formal, entonces se llama idea. Las ideas existen por sí mismas y sólo podemos aprenderlas o descubrirlas.

Luego los filósofos muestran otra perspectiva, de cómo indagar sobre el conocimiento, donde Aristóteles (384 – 322 a. C.) plantea el enfoque lógico aristotélico. Presenta dos modos de ser, plasmados en potencia y acto, con una estrecha analogía con los conceptos de materia y forma, dejando entrever un tercer modo de ser, el cual inexplicablemente no desarrolló (Restrepo 2010).

Aristóteles, desde su realismo objetivo acepta la existencia tanto de particulares como universales, el objeto de conocimiento es independiente del sujeto de conocimiento, apoyándose en la experiencia. “Peirce rescata de esta tradición

---

<sup>4</sup> La mención de los filósofos se ciñe a los mencionados por Mariluz Restrepo en su libro, “Representación, relación triádica en el pensamiento de Charles S. Peirce.

<sup>5</sup> significa “Yo vi” en idioma griego. Esa visión se forma en la mente, por obra de la razón humana. El filósofo ateniense Platón, distinguió el mundo sensible, poco confiable, del mundo de las ideas, único verdadero, y al que solo puede llegarse a través de la razón.

aristotélica, este tercer modo de inferencia; la abducción, que mediante la generación de hipótesis es el modo como crece y se desarrolla el conocimiento” (Restrepo, 2010, 109).

En la misma línea de evolución filosófica, los Nominalistas<sup>6</sup> afirman que muchos objetos llamados por el mismo nombre no comparten nada, solo dicho nombre y, lo que existe son particulares, negando así la existencia de universales.

Entre los que aparecen el filósofo inglés, Guillermo de Ockham (1285 - 1349) y el escocés, Juan Duns Scoto (1266-1308)<sup>7</sup>, ellos reconocen la primera y segunda categoría, en donde surgen como fundamentos las cualidades y los objetos. Y en diferentes sendas en la búsqueda del conocimiento, Ockham lo hace hacia el entendimiento y Scoto hacia las Ciencias Naturales y esencias universales.

Continuando con este recorrido histórico e ideológico, aparece René Descartes (1596-1650) para proponer el racionalismo (Restrepo, 2010, 120), en el cual manifiesta que la existencia depende del pensamiento. Es todo lo pensado. Si las cosas no están en el pensamiento, no existen. Filosóficamente este enfoque fue aceptado en otros tiempos como algo fundamental para la vida del hombre y el proceso de adquisición del conocimiento.

A partir de esta situación el sujeto pensante se configura como un ser existencial que puede ser, tratado como objeto de conocimiento, dándose por transferencia del objeto al sujeto pensante, generando dos tipos de conocimiento, el cotidiano, ocasionado por el contacto sencillo del hombre con todo lo que le rodea por medio de los sentidos y, el intelectual que está determinado por el razonamiento consciente de lo que está entregando el objeto al sujeto pensante, para determinar

---

<sup>6</sup>. Con el término "nominalismo» se designa a una doctrina filosófica según la cual los universales o conceptos generales son simples términos abstractos que designan conjuntos más o menos vastos de realidades individuales

<sup>7</sup> J. A. Merino, Historia de la filosofía franciscana, Madrid, BAC 525, 1993, pp. 285-369]. José Miguel López Cuétara, «Algunos conceptos filosóficos en Guillermo de Ockham», Verdad y vida, ISSN 0042-3718, Vol. 59, N° 232, 2001.

no solamente que es, sino cómo son las cosas y su funcionamiento en un medio determinado.

Para la metafísica cartesiana son más importantes la segunda y la tercera categoría, desconociendo la primera. Sostienen que el conocimiento es puramente intuitivo, es decir, no requiere de conocimientos anteriores básicos, es una cognición no determinada por el conocimiento previo del mismo objeto y, por lo tanto, determinada por algo fuera de la conciencia.

Después, aparece George Berkeley (1685 - 1753) acompañando a un grupo de pensadores que reconocen solamente la primera y la tercera categoría, por considerar que las ideas son entes sin dinámica, estáticas, que no participan de ninguna clase de movimiento en el momento de producirse el conocimiento (Restrepo, 2010, 39).

Este empírico idealista nos dice que las cosas son iguales a las ideas, la experiencia es la base de todo conocimiento, lo que percibimos de los objetos es lo que nos lleva a él. La realidad del mundo se define como el percibir y el ser percibido. Todo se determina por espíritu, des-cosificando el mundo.

Fortalece esta línea, el pensamiento de Étienne Bonnot de Condillac (1714 – 1780) que, con un grupo de filósofos, apuntaron que todo se manifiesta a través de cualidades de sensación, así lo expresa Condillac y los asociacionistas, cuando tratan de explicar lo que existe a su alrededor, ubicando esta manera de ver la vida y de construir conocimiento, en un punto de vista más subjetivo, desde el ser pensante a través de cualidades de sensación. Se opone al idealismo; relación entre el pensar y el ser, entre el espíritu y la naturaleza. Dice que la materia es lo primario, la conciencia y el pensamiento son consecuencia de ésta, a partir de un estado organizado. El mundo es material y existe independientemente de la conciencia.

Sobre ésta misma línea del tiempo, aparece Immanuel Kant (1750 – 1770) y sus seguidores asumiendo tres categorías, haciendo ver la primera categoría como menos significativa, dándole primordial importancia a la segunda y a la tercera categoría.

El pensamiento Kantiano, está fundamentado en las categorías de: unidad, pluralidad y totalidad; al igual que hace referencia a: la realidad, la negación y limitación; a la inherencia causación y reacción; de posibilidad, necesidad y actualidad, dados de manera independiente y de formas muy particulares, ya que sería imposible según la propuesta de Kant, que se den al mismo tiempo y nivel respectivo, aceptando como universales las categorías de cantidad, calidad, relación y modalidad.

Para Kant no hay simultaneidades, las categorías se presentan de manera muy diferente e independiente. Ya de manera puntual, Kant hace referencia a una forma dogmática, a la división de la mente en sensación, conocimiento y voluntad, ubicando al pragmatismo en un punto bien definido, no como simple acción, sino como significación y pensamiento, que permite al hombre permanecer con vida, expresando la relación con un propósito humano definido y la conexión inseparable entre el conocimiento y el propósito racional, sin tratarse de una simple respuesta conductual.

Además, erige el concepto de lo absolutamente incognoscible, estableciendo diferencia entre lo pensable y lo conocible. Para Kant hay cosas que no son susceptibles de ser conocidas y, sitúa el problema de la verdad en el conocimiento, preguntándose qué es lo que puede conocerse o no, en el tiempo inmediato como algo trascendental.

Por el mismo tiempo surge una figura como George Wilhelm Friedrich Hegel (1770- 1831) quien trabajó pensando siempre en un absoluto bajo la dirección de un método fenomenológico y que siempre estuvo en la búsqueda de categorías para el conocimiento, la única es la categoría tercera. El no alcanzó a entender e interpretar los tres estados del pensamiento (tesis, antítesis y síntesis). Donde la tesis es la contraposición de determinada concepción o tradición, la antítesis como la muestra de problemas y contradicciones y el tercer momento llamado síntesis que es una resolución o nueva comprensión del problema (Dialéctica).

Según Peirce, (1839 – 1914) la falta de formación matemática y el escaso desarrollo de la lógica impidieron que Hegel argumentara y tuviera mayores fundamentos en el proceso analítico. Nunca vio los estados del pensamiento como

categorías independientes, situación por la cual no les dio un lugar específico en el mismo.

Hegel introduce la contradicción, el principio del tercero excluido, algo o es A o no es A. Una cosa es ella misma o no lo es, porque en realidad toda cosa cambia y se transforma ella misma en otra cosa (lógica dialéctica).

A continuación aparece en el ámbito filosófico Hermann Ludwig Ferdinand von Helmholtz (1821 – 1894) con un grupo llamado los corpusculares, los cuales utilizaron la fuerza mecánica para dar todas las explicaciones del proceso de generación del conocimiento. Se centra en la unidad de mente y cuerpo, la ciencia es un poder civilizador.

Después, el mundo filosófico permitió el surgimiento de las ideas de Martín Heidegger (1889 – 1976) quien dice que cuando se comprende la realidad se permite una mejor explicación de lo comprendido, en lo denominado círculo hermenéutico en expansión, dando a la interpretación una dimensión ontológica. Heidegger manifiesta que “el lenguaje es el límite del pensamiento”.

### 1.3 Silva y su concepción trial.

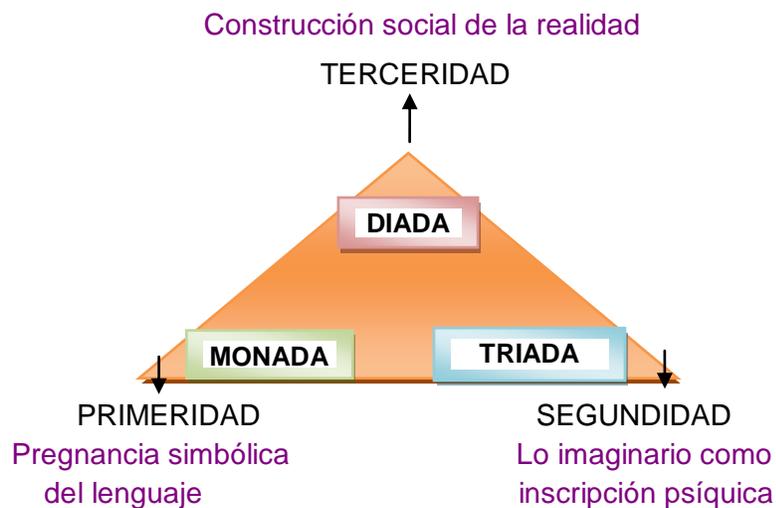
Finalmente, uno de los hombres más importantes en el estudio del conocimiento y el pensamiento actual, Armando Silva, quien nos presenta la propuesta de los *Imaginario Urbanos* como construcción social de realidad, lo cual implica entenderlos, como lo manifiesta el español Pintos, en calidad de “representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación social y hacen visible la invisibilidad social” (Silva, 2003,22). Sin embargo, según Silva, ese carácter de representación colectiva, no les otorga a los imaginarios “la condición de un arquetipo fundamental, sino la condición de una forma transitoria de expresión, de un mecanismo indirecto de producción social, de una sustancia cultural histórica.” (Silva, 2003, 22).

Entender los imaginarios como una forma transitoria de expresión social, tiene

implicaciones metodológicas, pues ello conlleva a que cuando se quieran reconstruir los imaginarios urbanos en un referente empírico específico, sea necesario actualizarlos en el tiempo; pues lo que se reconstruye como imaginario no adquiere el carácter de huella arquetípica permanente, sino la condición de una construcción social marcada por la evanescencia propia de lo temporal, ligado al deseo.

Silva nos muestra como lo urbano se ve desde el ciudadano a través de tres factores: Ciudad como cualidad, posibilidad que se proyecta; Ciudadano como hecho real, significativo imaginario, representación, objeto simbólico y colectivo; Otredad como combinación, enlace y mediación, visiones del mundo, meta relatos, mitologías y cosmologías

Gráfico 5: imaginarios urbanos Silva / el pensamiento triad Peirce.



Fuente: Grafica construida en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

Tales elementos de la teoría de Silva llevados a la lógica triad y aplicados al objeto, son percibidos de la siguiente manera:

- **Pregnancia simbólica del lenguaje:** Modo de relación con muchos sentidos que se vuelve posibilidad de ser.

- **Imaginario como inscripción psíquica:** Como representación de lo real. Como significativo imaginario, que se encuentra en proceso de selección y reconocimiento que constituye el objeto simbólico – colectivo.
- **Lo imaginario en cuanto a la construcción social de la realidad:** teniendo en cuenta la mediación de las representaciones colectivas que rigen los sistemas de integración social, como visión del mundo. Como signo de razón.

Cuadro 1: comparativo - Teoría tria / Teoría imaginarios urbanos.



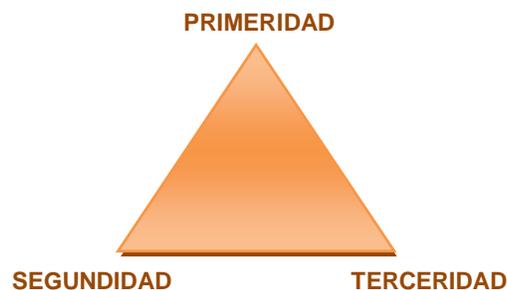
Fuente: modificado del original, construida en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

Concluyendo ésta línea histórica de la concepción del ser, me inscribí en la teoría del pensador Charles Sanders Peirce y su método de la fenomenología, el mundo visto en tres, quien realizó el estudio del ser por medio de las categorías universales del ser, las cuales, a pesar de presentar algunos tintes o indicios de los planteamientos de pensadores como Aristóteles, Hegel y Kant, son superados completamente por este, trascendiendo y transformando tales planteamientos.

Partiendo de estas teorías del conocimiento, las cuales se enmarcan sobre cimientos de su propuesta y basados en las categorías universales del ser, relacionadas con las categorías propias del signo planteadas por Peirce, se continúa con la exposición teórica central del presente trabajo con la convicción, posibilidad y la claridad de poder conocer muchas cosas, hasta ahora desconocidas, en la dinámica del medio que nos rodea y en el cual se dan fuertes relaciones en las nacen nuevas sensaciones, cualidades, reacciones y definiciones que dan origen a nuevos signos.

Dicho sea de paso, los conceptos teóricos Peirceanos son las categorías universales de Primeridad (posibilidad cualitativa siempre presentes), Segundidad (el ser de los hechos reales) y Terceridad (el ser de la ley o mediación) que gobierna los hechos en el futuro correspondientes a los tres modos de ser, que pueden observarse directamente y que puedan presentarse ante la mente de cualquier manera, en cualquier momento, en todo lo que es, son los elementos indescomponibles en todo fenómeno.

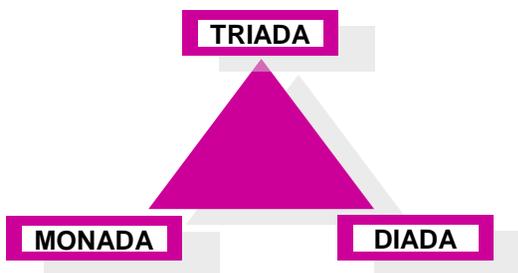
Gráfico 6: categorías Universales del SER, Charles Sanders Peirce.



Fuente: Grafica construida en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

La analogía fenomenológica proveniente de la lógica de relaciones, establece una nominación numérica de mónada, diada y tríada. Como se puede observar, los modos de ser son siempre tres, presentes en los fenómenos. Aunque las categorías no pueden disociarse, si se pueden distinguir una de otra, mostrando cada una sus características propias.

Gráfico 7: analogía fenomenológica /relación triádica como constitutiva del SER.



Fuente: Grafica construida en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

**La Primeridad** es el modo de ser en el cual el sujeto es tal como es sin considerar otra cosa, es cualidad, posibilidad latente, algo que puede ocurrir, sin rasgos, partes ni corporalidad, es presente es una cualidad indefinida que puede que llegue a ser, es una sensación. Recordemos que las cualidades aparecen entre los hechos pero no son los hechos.

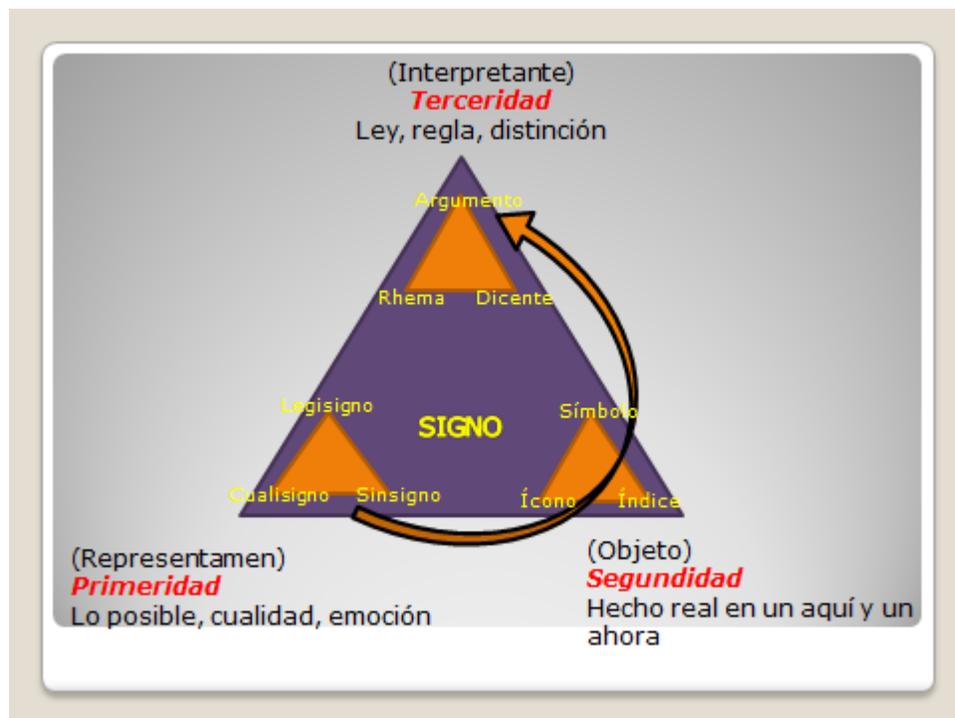
**La Segundidad**, es lo pasado, lo conocemos porque ya pasó, es lo real interpretado como acción–reacción, es la oposición a otro. Aquí se concreta la cualidad aunque puede seguir siendo posibilidad sin referencia a un segundo.

**La Terceridad** es mediación, es un paso intermedio entre un primero y un último que invita a la continuidad ya que se abre a otras posibilidades. A pesar de la complejidad de la Terceridad, es allí donde se da el pensamiento y donde el hombre y el mundo adquieren sentido. El signo como representación es lo que mejor explica

la Terceridad como ley del pensamiento. De igual manera, se puede afirmar que estando siempre en la Terceridad podremos encontrar una explicación clara sobre lo que es la Primeridad y la Segundidad; pero, dicha Terceridad expresada también como tercera categoría, la del pensamiento, representación, relación triádica, Terceridad genuina, Terceridad como tal, no lo es todo, ella depende de la acción y a su vez de la sensación. En conclusión, las tres categorías del ser propuestas por Peirce, hacen estallar la visión dicotómica del mundo.

#### 1.4. La fenomenología de Peirce representada en tres tricotomías

Gráfica 8: la fenomenología de Peirce representada en tres tricotomías.



Fuente: elaboración propia

La gráfica anterior hace referencia a las tricotomías como el proceso sistemático con el que Peirce dividió los signos, estas tienen el mismo sentido de las categorías universales del ser. **La primera** tricotomía alude a la condición del signo en sí mismo en el cual el **Cualisigno** es una cualidad que es signo, es una posibilidad indefinida. El **Sinsigno** es hecho realmente existente que es signo mediante sus cualidades. El **Legisigno** es ley generalmente establecida para los seres humanos, esta primera tricotomía pone en evidencia los modos de ser del signo.

La segunda tricotomía se refiere a la forma como el signo en su fundamento se conecta con el objeto que representa, el **ícono** se refiere a su objeto por su semejanza en virtud de sus propias características. El **índice** representa a sus objetos en virtud de una conexión real con ellos. El **símbolo** es un signo que representa un objeto por su relación con él a través de un interpretante.

La tercera tricotomía se desarrolla a partir de la relación del signo con el interpretante, el **Rhema** es posibilidad cualitativa, es un ícono mental. La **proposición** o **dicente** es para el interpretante un signo de existencia real. El **argumento** es signo para el interpretante como ley o signo de razón.

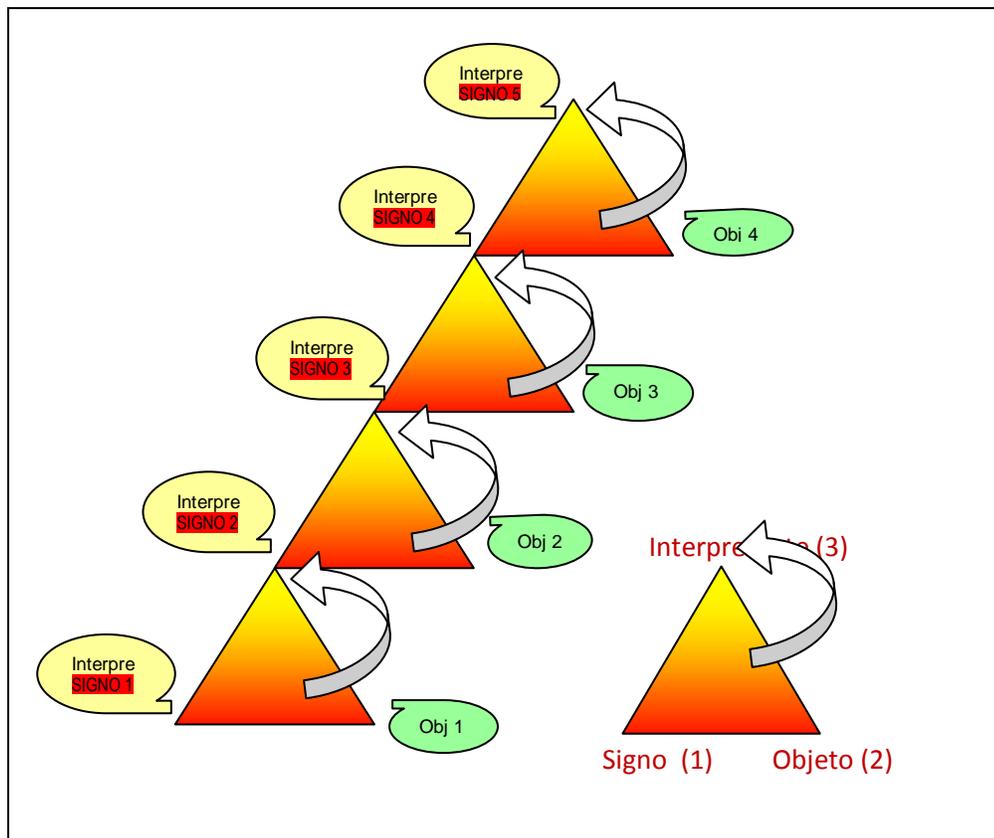
Lo anterior lleva a la construcción de idea del signo como representación, es la idea predominante de Terceridad, englobando a la Primeridad y la Segundidad como constitutiva del ser. Las categorías del ser se comprenden en la Terceridad y esta se despliega en el signo.

La lógica o semiótica es la ciencia de la Terceridad y explica la operación triádica del signo como concreción del ser. Peirce expresa que si se piensa con signos, la lógica es semiótica, dando así inicio a lo que se denominó la *filosofía de la representación*. La lógica-semiótica es el estudio del signo en su relación triádica.

Todo signo representa un objeto, produciendo un concepto que se refiere de nuevo al objeto representado, este concepto interpretante, según Peirce es una nueva representación, que a su vez dará lugar a otro interpretante que se convertirá en otra representación sucesiva para determinar la llamada **semiosis al infinito**, la cual puede convertirse en una explicación sobre la falibilidad de las cosas para ser

estudiadas y sometidas a procesos de conocimiento. Esa semiosis al infinito con un mismo objeto se puede representar de la siguiente manera:

Gráfico 9: semiosis al infinito



**Interpre:** Interpretante

**Signo:** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, ...

**Obj:** Objeto 1, 2, 3, 4, 5,....

Fuente: Modificado del original de Hernando Wilches

En esta propuesta gráfica de semiosis al infinito se puede observar cómo, sin querer decir que ahí comience el conocimiento, sobre un objeto desde el signo número 1 dado como Primeridad, se relaciona con un objeto y aparece un nuevo

interpretante o concepto que permite en la Terceridad, la constitución de un signo número dos, que servirá como base para un nuevo conocimiento con el objeto 2 que permitirá otro interpretante convertido en signo en la Terceridad, para generar la base de un nuevo conocimiento en la relación con un objeto 3 considerado por hermenéutica y falibilidad que, en la medida en que se desarrolla el conocimiento, cambian los signos, los conceptos o interpretantes y los mismos objetos de estudio.

En otro gráfico en espiral, se representan las Simbolizaciones como un fenómeno de construcción de realidad, donde el mensaje triádico de “**SER SIGNO INTERPRETANTE**”, se evidencia y se observa como la Terceridad se vuelve Primeridad.

Peirce nos refuerza este pensamiento al mostrarnos la propuesta de tríada categorial aplicada a la ciencia, donde la deducción es afirmación, va de lo general a lo particular, la inducción es comprensión, comprobación de la afirmación a través de un modelo trial de sistematización, donde el análisis es posible para la interpretación del dato y va de la parte al todo, es un choque cualitativo que lleva a la creación de algo nuevo. Y la abducción que es el encuentro con el tercero, en tanto las ideas generadas después de la línea deductiva e inductiva.

Gráfico 10: la ciencia y su categoría trial.



Fuente: Grafica de  
Ramos M, Concha E, Wilches H

Figura C,

### 1.5 Estado del arte.

Los individuos no están solos en la sociedad, se relacionan y satisfacen necesidades particulares. Atendiendo esta presunción, es necesario estudiar las diferentes miradas, gustos y necesidades, que cotidianamente manifiestan las adolescentes, gracias a la continua y siempre presente motivación de la presencia de mujeres en las vallas publicitarias.

La mujer como actora principal en las vallas publicitarias y vitrinas, enseñan diferentes construcciones sociales en cuanto al papel de la mujer en la sociedad, manifiesto este, en los intereses, los gustos, las necesidades y los caprichos del comercio. Estas miradas generan en las niñas muy diversas reacciones, que desde la teoría de Peirce, correspondería a uno de los tres primeros estados mentales que es la reacción sobre el objeto de interés, es decir, ya se ha llamado la atención, sea porque gusta en cuanto a color, forma, fotografía, sea por la modelo, lo que representa e incluso el tamaño de la imagen, conducen el interés presente hacia la cosa misma, llamado por Peirce la primera clase de signo, el ícono, y la cosa misma como objeto de deseo. El siguiente ejercicio muestra de alguna manera como se pueden llegar a construir estos imaginarios culturales de mujer.

Es claro, que las imágenes construidas por la publicidad, son una invitación permanente para el consumo, es decir son aprendizajes culturales adquiridos, se quiere entonces establecer hasta que punto, estas imágenes se usan como autoafirmación de patrones e imágenes sociales, de mujer como ser social.

La publicidad es un mecanismo que transmite ideologías, cultura y valores en la educación de una sociedad en cuanto a conductas y educación en los diferentes estilos de vida y de acuerdo a las necesidades, esto hace que las adolescentes, desdibujen sus propias imágenes para ser aceptadas o incluidas en determinados grupos sociales, de otra forma esta encubre las necesidades o las carencias que se tengan, solamente con la intención de llegar a ser, o porque lo propone la publicidad o porque el consumismo hace que las personalidades desaparezcan,

para aparecer en cambio la mujer transformada según los requerimientos impuestos por la sociedad.

Si vemos que la ciudad sujeto se construye con imágenes incorpóreas que deambulan por la ciudad, y que poseen condiciones propias y determinantes, según Silva, estamos ante la naturaleza de una ciudad distinguida por “organización de ese material desde una lógica de la irrupción del deseo ciudadano, expresada en las fantasías colectivas como base de creaciones imaginarias, o bien en los mismos objetos donde ellas se encarnan,” (Silva, 2007, 34). Esta ciudad hace eco a ese imaginario permanentemente sugerido y representado en aquellas mujeres muñecas de carne y hueso encarnadas en las vallas publicitarias, son ellas el objeto de esta investigación.

Con esta pesquisa no se pretende llegar a una respuesta absoluta, sino explicar a partir de determinados aspectos conceptuales y referentes sociales, como estos elementos construyen esos imaginarios que cobran fuerza y hacen que las conductas en las adolescentes respondan a ellas. Se rescatarán algunos elementos que permitan determinar la incidencia que tienen estas imágenes y obtener algunas conclusiones en cuanto al imaginario de mujer que se tiene a partir de la presentación recurrente de éstas imágenes.

Para encontrar coincidencias de mi tema con otros trabajos realizados, utilicé la base de datos de Proquest, entre los cuales encontré algunos que coinciden en temas como la publicidad, la imagen, mujer muñeca, mujer en la publicidad y otros, pero ninguno de ellos coincide con mi búsqueda, el imaginario de mujer desde las vallas publicitarias, interés que debe dar respuesta a mi pregunta de investigación, *¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?*

Las categorías tenidas en cuenta durante la búsqueda en Proquest son las siguientes:

Publicidad – sexualidad – cuerpo – mujeres – dignidad – imagen impresa - educación.

De los documentos arrojados en la búsqueda seleccioné ocho, con los cuales establecí una serie de categorías tratando de determinar las relaciones entre uno y otro documento, para confirmar la temática presente en cada uno de ellos, de la siguiente manera:

La palabra **mujer (3) / cuerpo (2) / femenino (1)** color amarillo

**Publicidad (4) / exhibicionismo (1) / fotografías (1) / digital (1) /**

**imagen (1)** color verde

**Estética (1)** color fucsia

**Orden jurídico (1)** color verde aceituna

**Arte (1)** color verde aguamarina

**Proceso feminista (1)** color violeta

**Educación (1) / sociedad (1) / identidad (1)** color gris

La lectura de la anterior clasificación es la siguiente: se presenta la palabra que se rastrea y enseguida el número de repeticiones que se encontraron de esa palabra; en el primer caso la palabra mujer (tres repeticiones), cuerpo (dos repeticiones) femenino (una repetición), como estas palabras pertenecen al campo semántico cuerpo se resaltan con el color amarillo; de la misma manera se realiza el ejercicio con las otras palabras.

Se observa que los documentos hablan sobre la mujer y ésta en la publicidad, que son los datos que más se repiten, pero en ninguno de ellos se busca el objetivo de la presente investigación, el imaginario que se tiene de mujer desde la valla publicitaria. Para confirmar la información de cada documento se cita en seguida

del título del trabajo y el lugar en donde se puede consultar el documento completo.

Cuadro 2: estado del arte.

Nombre documento	tema	Identities
<p>1. <i>Género y regulación de la publicidad en el ordenamiento jurídico. la imagen de la mujer / Gender and advertising regulation. The image of Women false Balaguer, María Luisa. Revista Latina de Comunicación Social 63 (2008): 382-391.</i></p>	<p>Mujer-publicidad-ordenamiento jurídico</p>	<p>Mujer Publicidad Orden jurídico</p>
<p>2. <i>Representaciones de lo femenino en la publicidad. Muñecas y mujeres: entre la materia artificial y la carne. False Rodal, Asunción Bernárdez. Cuadernos de Información y Comunicación 14 (2009): 269-284.</i></p>	<p>-Análisis de la publicidad y la utilización del cuerpo de la mujer para incitar el consumo</p>	<p>Publicidad – Mujer cuerpo</p>
<p>3. <i>Pedagogías del cuerpo. La construcción espec(tac)ular del cuerpo femenino en el reality show español/body pedagogies. falseWalzer, Alejandra. <u>Revista Latina de Comunicación Social 64</u> (2009): 203-209.</i></p>	<p>La estética corporal centrada en el cuerpo femenino en un reality show</p>	<p>Estética Cuerpo femenino</p>
<p>4. <i>Atravesar la propia piel / To cross the own skin. False</i></p>	<p>-Práctica artística</p>	<p>Arte</p>

<p>Martos, Manuela Avilés. <i>Arte terapia 1</i> (2006): 119-128.</p>	<p>relacionada con la educación y el arte y el proceso feminista</p>	<p>Educación Proceso feminista</p>
<p>5. <i>Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación</i> / Exploring the Invisibility of Women from Different Cultures in Society and in the Mass Media false Martínez-Lirola, María. (Jun 2010): 161-173.</p>	<p>Invisibilidad de la mujer en diferentes lugares y situaciones de la sociedad.</p>	<p>Invisibilidad Mujer sociedad</p>
<p>6. <i>Un estudio sobre el exhibicionismo digital como expresión de las actuales coordenadas de la visualización de la existencia.</i> False Rosa Belen, Maria Judith. University of Puerto Rico, Rio Piedras (Puerto Rico), 2009. 2009. 3393174.</p>	<p>Exhibicionismo digital, fotografías</p>	<p>Exhibicionismo Fotografías digital</p>
<p>7. <i>El hogar y el mundo. la imaginación en los discursos informativos y publicitarios 1</i> . Cuadernos de Información y Comunicación 12 (2007): 169-184.</p>	<p>Análisis de la publicidad y la información para entender como se construye un marco de identidad y una experiencia de participación en un espacio-tiempo</p>	<p>Publicidad identidad</p>

<p>8. <i>Pensar en traducir la imagen en publicidad: el sentido de la mirada / Thinking of translating the image in advertising: the sense of seeing</i> Frías, José Yuste. <i>Pensar la Publicidad</i> 2. 1 (2008): 141-170.</p>	<p>Traducción en la lectura e interpretación de la imagen de la publicidad al ser el primer espectador de la misma</p>	<p>Imagen publicidad</p>
---	--	------------------------------

De esta manera se justifica la realización de ésta investigación, el establecer el imaginario de mujer que las jóvenes tienen, desde las vallas publicitarias.

Así como a través del tiempo se ha venido erigiendo la idea de la concepción ser, y que finalmente hoy gracias a Peirce, se representa en las categorías universales del ser, Primeridad, Segundidad y Terceridad, representada en una tríada, y tal como lo asumió Armando Silva con sus imaginarios urbanos; ciudad, ciudadanos, otredades, igualmente representada en una tríada, uno a esta estructura, la tríada base de esta investigación; vallas publicitarias, estudiantes que la observan y las ideas de las estudiantes. Uniendo esta triada como próximo inmediato en esta indagación, una vez más se confirma la riqueza de posibilidades que permite una investigación cualitativa con una mirada trial.

Cuadro 3: comparativo - Teoría triad /Teoría imaginarios urbanos / Tríada base “Imaginarios de mujer desde las vallas publicitarias”



Fuente: modificado del original, construida en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

Esta investigación se realizó con una metodología de corte cualitativo de la forma que a continuación se narra en el siguiente capítulo. Metodología.

## CAPÍTULO II

### Metodología.

---

La historia de la investigación cualitativa se remonta a los comienzos de la sociología. La sociología fue influida por muchas corrientes de ideas. En el siglo XIX fue fecundo en investigaciones sobre el mundo obrero donde llaman la atención sobre el problema social que constituía la pobreza. Por otra parte, los sociólogos norteamericanos fueron expuestos a las ideas de Marx, probablemente el sociólogo que mas huellas dejó en la sociología americana, de esta manera fueron edificadas las bases de la investigación cualitativa, sin embargo vale aclarar la interesante contribución de los antropólogos en el desarrollo de la metodología de la investigación cualitativa.

La investigación cualitativa se designa como la exploración de signos que se extrae y analizan de los datos descriptivos, las palabras escritas o dichas, dinámicas culturales, el comportamiento observable, fenómenos sociales y procesos sociales. Según Jiménez-Domínguez (2000) estos métodos cualitativos parten del supuesto básico de que el mundo social está construido de signos. De ahí que la intersubjetividad sea una pieza clave de la investigación cualitativa y punto de partida para captar reflexivamente los significados sociales.

Parto entonces de una metodología de corte cualitativo, aplicando una técnica que me arrojó el dato en específico, el cual voy a confrontar con las categorías conceptuales propuestas por los teóricos Charles Sanders Peirce y Armando Silva, ejes fundamentales de la línea de investigación de la maestría en Comunicación Educativa, Ciudad y Comunicación: la comunicación y la educación en los procesos de transformación cultural

Grafico 11: de lo deductivo a lo inductivo.



Fuente: elaboración propia

### 2.1. Estética del procedimiento.

Al enfrentar un proceso de investigación, es preciso tener en cuenta el enfoque o modalidad en la cual se va a realizar la misma, determinando no solamente cómo es y cómo funciona, sino también cuál es el origen del mismo para encontrar la razón de ser de lo que se aplica como instrumento para interpretar la o las realidades.

Al tener una la tendencia holística en el estudio de las realidades, se hace necesario acudir a las observaciones de carácter naturalista, utilizando modelos intensivos, profundos y comprensivos. La investigación cualitativa se torna en una herramienta indispensable para comprender los fenómenos de las sociedades actuales, centrandó su análisis en procesos sociales y en la construcción de la

realidad, contrario al cuantitativo, en el cual, la lectura hecha respecto a la realidad es analítica, y se acude a observaciones experimentales a través de modelos extensivos y probabilísticos, concibiendo el conocimiento de forma realista.

Estos dos modelos (cuantitativo y cualitativo) se enmarcan en el ámbito de las ciencias sociales para buscar y establecer las ópticas que se han desarrollado para concebir y observar las diversas realidades que integran el orden de todo lo humano existente.

En la presente investigación de corte cualitativo se aborda la descripción de los imaginarios de ciudad en la construcción de realidad y visión del mundo, donde dicha investigación social se precisa como el proceso que, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social (investigación pura) o que permite estudiar una situación social para revelar necesidades y problemas a los efectos de aplicar los conocimientos con finalidades prácticas (investigación aplicada).

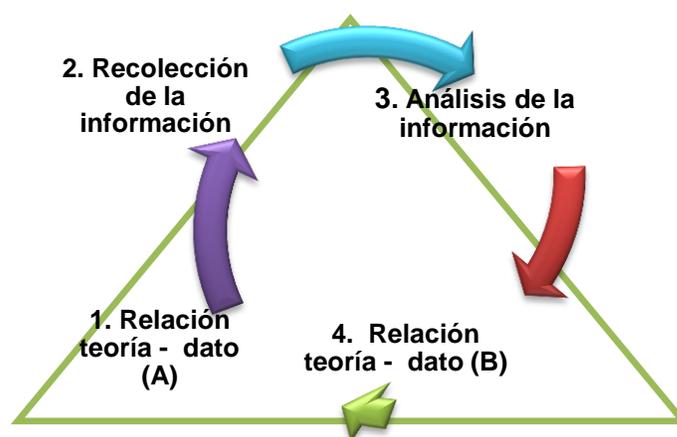
La investigación social es paradójica, la función veritativa articula dos pruebas: una prueba empírica o inductiva (adecuación a la realidad) y una teórica o deductiva (coherencia del discurso). Ambas pruebas constituyen sentencias autorreferentes” (Ibáñez. 1984). Siendo rigurosa y sistemática en éste proyecto y siguiendo el proceso de investigación de largo aliento que adelanta el grupo de investigación Comunicación Educativa y que empezó con *Imaginario Femenino y Ciudad: Pereira y su Evocación de Mujer (1999)*”, *“Cartografía Imaginada de La Ciudad de Pereira (2007 – 2008)”* y *“Pereira Imaginada 2009 – 2014”*, ya que en ellas, se encontró como hilo conductor un marco teórico –metodológico que ha ido madurando con cada paso; fieles a la propuesta de su asesor científico Armando Silva y del teórico que lo ha guiado en su investigación, han creado su propio modelo de análisis denominado: **Modelo Relacional**; donde se muestra que en este macroproyecto sus investigaciones apuntan al estudio de la ciudad, para lo cual se observa, se investiga y se propone con la intencionalidad de incurrir en los campos de la comunicación y la educación, que son por demás, los espacios por

excelencia, de transformación cultural, en el cual se actúa como parte integrante de un universo creado en la sociedad.

## 2.2. Construcción del dato.

La metodología propuesta para el desarrollo de la presente investigación, es el modelo relacional, resultante del grupo de investigación, “La Comunicación y la Educación en los procesos de transformación Cultural: Ciudad y Comunicación” la cual es consecuencia de las categorías universales del ser, propuesta del filósofo Charles S. Peirce. Éste modelo de investigación presenta cuatro momentos:

Gráfico 12: momentos del modelo Relacional / Construcción del dato.



Fuente: construida en colectivo por el grupo de trabajo conformado por: Sánchez L, Neira C, Ramos M, Concha E, Wilches H

En el primer paso, se analiza el dato respecto a la teoría; como segundo punto se hace referencia a la definición de las fuentes de recolección de la información; en tercer lugar se evidencian las categorías conceptuales en el análisis de la información desde la perspectiva de Armando Silva. Y como cuarto momento, se muestra la evidencia que inspira la presente investigación aplicando la lógica relacional que descubrirá la relación teoría-dato, descubriendo los imaginarios de

mujer desde las percepciones ciudadanas en los datos aquí cimentados. Cuerpos y dobles como imaginarios revelados en el análisis del dato.

### 2.3 Relación teoría – dato.

En este complicado camino de la investigación, el acercamiento teórico fue fundamental para trazar el sendero que me llevo a desarrollar la presente investigación, y para la cual, cada uno de los seminarios de la maestría aportó el principio teórico para forjar la tarea asumida, uno a uno logro dejar huella, en la formación, que como investigadora, se convirtieron en los elementos estructurantes, ejes centrales de la investigación.

Se da inicio a este afianzamiento conceptual, con el seminario de Teorías Pedagógicas contemporáneas, en el cual se plantean las tendencias didácticas actuales acordadas en el arte de enseñar, reconociendo en el juego, el valor de la lúdica o la dinámica en la construcción del conocimiento, teniendo en cuenta que estamos ante un constante cambio gracias a la acometida de la tecnología cuya principal herramienta es la imagen y el movimiento y, en donde cada ser es un personaje más que hace parte de este mundo mediatizado.

Germán Villamil, en el primer seminario, dio apertura a la noción de triada, aplicándolo en diversos conceptos; planteó que la mejor manera de concebir el mundo es en forma trídica, lo cual es el comienzo de nuestro pensamiento trial. Al igual que el primer seminario, el de Omar Trejos, estudiante de doctorado, utiliza herramientas audio-visuales, para confirmar que la dinámica en el aprendizaje debe estar siempre presente. Con el video según Beakman “El Sonido”, deja claro que ante la rápida evolución del mundo se requiere de instrumentos y maneras creativas de emitir y construir el conocimiento. Los tres seminarios dejan claro que el conocimiento se construye mediante la lúdica, el dinamismo y la utilización de la tecnología.

Atendiendo al concepto de la comunicación, vinculada a la educación, Gilberto Bello, presentó conceptos históricos del proceso comunicativo y su relación política- comunicación –sociedad en su interacción constante, haciendo evidente de esta forma, como ésta dinámica hace parte de la vida del ser humano, y como es parte fundamental en la educación, componente imprescindible para reconocer en la investigación su importancia frente a los temas educativos.

Para entrar en el tema de las sensaciones, Alberto Berón presenta teorías que se encauzan los temas de los recuerdos y las memorias aplicadas a situaciones de la vida cotidiana, local, regional, nacional y mundial. Hace referencia a Carlos Monsiváis y a Walter Benjamín para tocar el tema del holocausto, con el fin de hacer referencia a la memoria como el resultado de signos que han quedado en el pasado como parte del conocimiento humano. De esta manera se da a entender que los recuerdos y la memoria conforman el archivo que con el paso de los años se fundamenta en historia. Y, como historia son la base o punto de partida para estudiar toda práctica social. Lo social, lo histórico y lo comunicativo son elementos esenciales en la construcción de una sociedad, aspecto bien marcado en el recorrido teórico de los seminarios.

Jorge Hernández Lara, con el seminario, Conceptualización sobre investigación, nos abre paso a la búsqueda de la información a través de la pesquisa, mostrando la forma de llegar a indicios que parten de hipótesis. Con el ejemplo del caso de los “Crímenes de la Rue Morgue” de Edgar Allan Poe, pudimos ver como se determinan las hipótesis existentes y, cuáles son los indicios para poder llegar a la verdad, el culpable del acontecimiento en dicho caso. Nos muestra como la investigación social, sin tener en cuenta prejuicios y preconociones, es un proceso en el que se aplican técnicas y métodos en cualquier investigación de tipo social.

Continuando con esta secuencia teórica, para darle continuidad al término investigación, Marleny Restrepo, presenta el enfoque antropológico de la misma, donde a través de la técnica de entrevista, explica como se determinan categorías y grupos semánticos para el análisis de la información, así como también la forma de recogerla de manera rigurosa. Este es el punto de partida para construcción de la

pregunta de investigación y por lo cual da pautas importantes para dirigirlo hacia el seminario de la Doctora Olga Lucía Bedoya.

El seminario Teorías de la Recepción dirigido por Omar Rincón, muestra las pautas para la recepción de los mensajes en diferentes tipos de comunicaciones, el aduce lo siguiente: “El antropólogo llega a la ciudad a pie, el sociólogo en auto y por la autopista principal, el comunicólogo en avión. Cada uno registra lo que puede, construyendo una visión distinta y, por lo tanto, parcial. Hay una cuarta perspectiva, la del historiador, que no se adquiere entrando sino saliendo de la ciudad” (García Canclini, 1989). Este seminario presenta una visión desde la Comunicación en forma panorámica, en la que el sentido lo dan las audiencias, las cuales tienen sentido en las resistencias.

En este momento la dinámica del proceso investigativo no se rompe, pues hasta el momento se determinan las pautas que se deben seguir en una investigación rigurosa.

Con los seminarios siguientes nos introducimos a la relación de ciudad, comunicación y educación, empezando con el de Gilberto Bello, con su seminario, “Ciudad y procesos de comunicación”; nos dice que la relación Ciudad-Comunicación viene concitando el interés de varios estudiosos de esta disciplina desde finales de la década del 60. Es tal la importancia y magnitud del tema, que varias universidades y centros de investigación lo han asumido, es el aspecto por el cual es motivo de reflexión y polémica.

Para una Maestría en Comunicación Educativa el tema reviste especial importancia por varias razones: la densidad de la población urbana, el tipo de relaciones sociales, la cotidianidad como fundamento de la vida, el impacto de medios y tecnologías, y especialmente, la transformación de los sistemas de relación y socialización. Desde este punto de vista un seminario en el cual se relacionan la Comunicación y la Ciudad, visto interdisciplinariamente, puede aportar elementos, teorías y metodologías, que enriquecen el proceso y la función educativa, así como los marcos comunicativos en todos los niveles. La metodología

usada en sus seminarios fue aporte fundamental para entender el componente comunicativo aplicado en la educación, mediante la elaboración de cartillas educativas.

Gilberto Bello deja trazado el camino a continuar con los seminarios que plantean miradas hacia el aprendizaje y la comunicación en la educación, desde la Comunicación Educativa. Estos planteamientos los hace Omar Rincón y el mismo Gilberto Bello, además de las perspectivas teóricas planteadas en el seminario de “Culturas Juveniles”, orientado por Germán Muñoz. Los planteamientos teóricos propuestos muestran la especificidad del método que consiste en abordar el objeto de estudio, desde variadas categorías disciplinares, entre ellas: la sociología, la psicología, la antropología, la historia, e incluso la biología, las ciencias de la salud, la educación, y los estudios culturales, para hacer una aproximación al problema de la construcción de sociedad desde sus propias representaciones y simbologías.

Carlos Emilio García, plantea algunas teorías contemporáneas, para la adquisición y construcción del conocimiento en la educación, desde donde se abordan procesos de investigación significativos que requieren de una sólida fundamentación epistemológica, que ayude al investigador a seguir rutas promisorias, evitando cometer errores consolidados en prácticas tradicionales de trabajo académico. Este seminario de epistemología proporciona un espacio para analizar y discutir críticamente los elementos esenciales de una meta-teoría sobre la ciencias (sean éstas sociales o naturales) y contribuye a esclarecer los supuestos filosóficos que subyacen en la actividad de las comunidades o individuos que producen conocimiento científico.

Julián Serna, en el seminario de Hermenéutica, plantea que las palabras son vagabundas y funcionan como metáforas. Además hace referencia y explica la manera como se reduce el presente, permitiendo que todo esté en constante cambio. Toma como punto de apoyo la concepción del mundo y la religión, ante todo el cristianismo en Nietzsche y a Jorge Luis Borges en la revolución de los conceptos. Mientras en epistemología se habla de verdades casi absolutas, solamente desplazadas por las falsaciones, la hermenéutica trata una verdad casi

inexistente por la manera inmediata como cambian las cosas y los fenómenos, permitiendo pluralidad en la adquisición y construcción del conocimiento. Lo que nos lleva a pensar en la construcción del concepto del imaginario, del sentido del otro.

Con planos más específicos de la problemática nacional, Omar Rincón en el seminario “Televisión Educativa”, explica los modos de pensar y narrar la sociedad a través del sistema audiovisual, otorgándole un papel determinante al lenguaje, la forma y la narrativa de manera que sean puntal para una educación en lo social. Se debe hacer referencia nuevamente a Gilberto Bello quien explica desde un punto de vista muy cotidiano como se deben construir las ciudades y cuál debe ser el orden establecido al interior de las mismas, haciendo referencia a la pésima forma de manejar el espacio público en nuestras ciudades, todo enfocado desde una lectura sobre la Carta de Atenas en la cual explican la distribución aproximada del sector urbano.

Hoy el espacio público está siendo usado como pantalla, con vallas publicitarias, encargadas de mostrar lo que la moda y la imagen de lo que se quiere transmitir en el pensamiento del otro. Ubicando la investigación presente, es aquí en donde cabría citar que, las vallas publicitarias son el objeto de estudio para revelar el imaginario de mujer que existe hoy en las adolescentes. Son las pantallas desde las cuales se revelará la existencia del otro.

A la par con las explicaciones sobre cómo se ha dado históricamente la adquisición del conocimiento hasta nuestros días, se puntualizó en situaciones concretas de la vida cotidiana, en el plano del comportamiento del ser humano en sus interacciones sociales, igualmente se dieron instrumentos y explicaciones sobre como estructurar el proceso de investigación cualitativa, profundizando en la fenomenología y el pragmatismo de Charles Sanders Peirce y su concepción triádica del ser a través del signo, con los seminarios de la Dra. Olga Lucia Bedoya, apoyada, en los textos de Mary Luz Restrepo; “Ser Signo Interpretante y Representación, relación triádica en el pensamiento de Charles Sanders Peirce”. Estos son lo que finalmente cimentan la investigación en curso.

Fue de vital importancia, la visita de Armando Silva, quien orientó el seminario “Imaginario Urbanos” para estructurar en forma integral la visión de ciudad, desde las terceridades del ciudadano, haciendo referencia a la estética, el gusto y el deseo; teoría que construyó apoyando en la teoría de Charles Sanders Peirce.

Ésta teoría, la de Armando Silva, es el soporte y fundamento de la presente investigación, en ella me baso para determinar cuáles son los imaginarios de mujer desde las vallas publicitarias.

Todos estos soportes teóricos han sido determinantes para tejer ese hilo fino que me permitió llegar a la concepción investigativa de corte cualitativo-abductivo, y para la formación tanto individual como colectiva, como investigadores de hechos a nivel social.

#### 2.4 Recolección de la información.

A partir de la pregunta de investigación **¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del Colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?** Del trabajo titulado, **Cuerpo imaginado objeto de ensoñaciones y deseos** y partiendo del rastreo realizado -estado del arte- del tema, lo que se pretende buscar con este trabajo se centra en, ***capturar los imaginarios culturales de mujer***, a través de las sesiones de grupos de discusión de las niñas entre 12 y 16 años, desde las vallas publicitarias.

Cuadro 4: pregunta de investigación y técnica de recolección de la información

2. TÉCNICA	CASO / TEMA EXCUSA
<b>Grupos de discusión</b>	<b>Imaginarios culturales de mujer desde las vallas publicitarias:</b> ¿Qué índices de imaginarios culturales de mujer, consumen las estudiantes entre 12 y 16 años de edad, de la Institución Educativa Héctor Ángel Arcila de Pereira, desde las vallas publicitarias?

Fuente: elaboración propia

La propuesta metodológica, grupos *de discusión*, técnica de recolección de información en investigaciones cualitativas. Como técnica de investigación social, trabaja con el habla.

En ella, lo que se dice –lo que alguien dice en determinadas condiciones de enunciación- , se asume como punto crítico en el que lo social se reproduce y cambia, como el objeto, en suma, de las ciencias sociales. En toda habla se articula el orden social y la subjetividad (Delgado, Gutiérrez; 2000, 289).

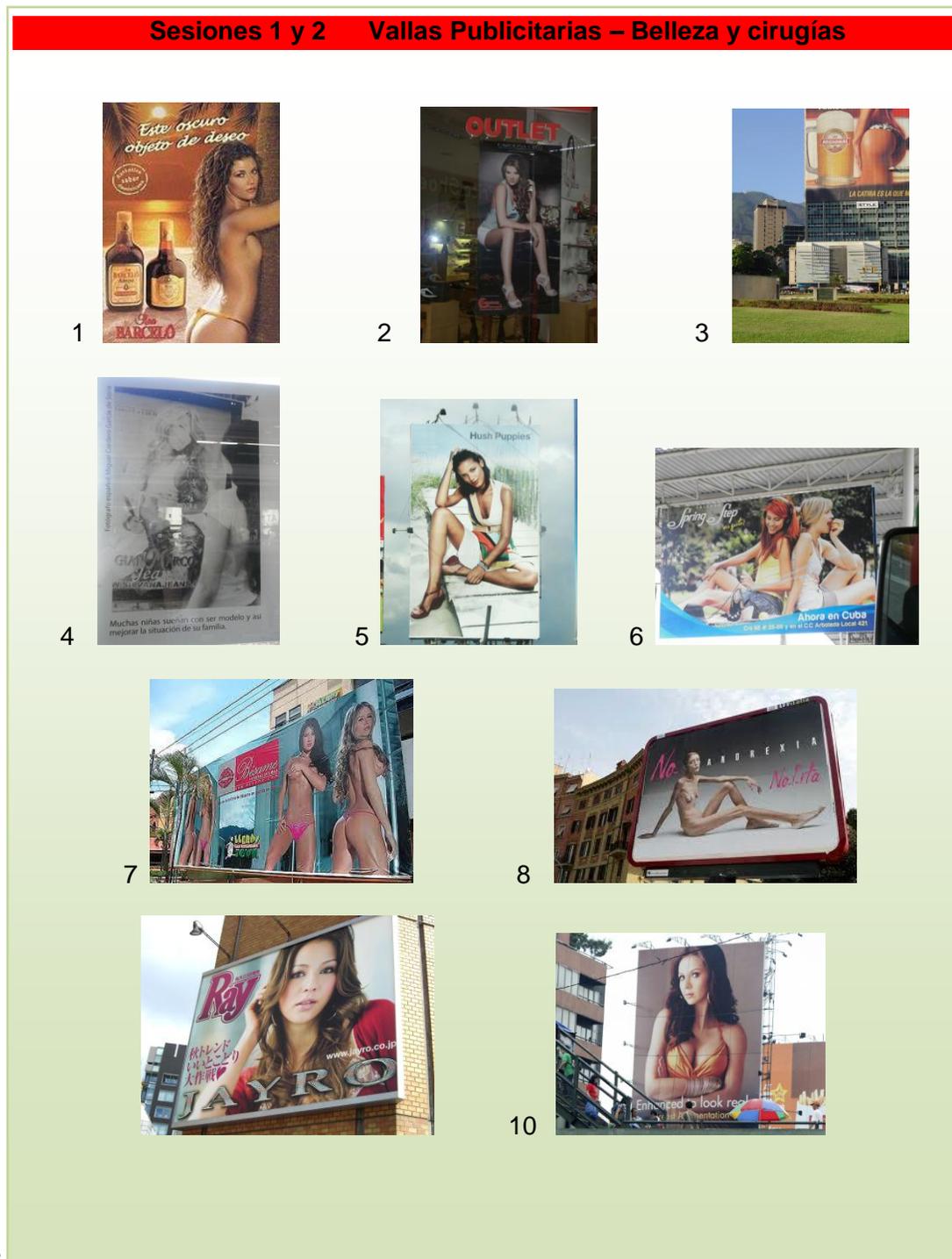
Esta técnica integra lo social y la subjetividad, a través de un cúmulo de significaciones en su mayoría como material verbal.

Los grupos de discusión fueron seis, y se realizaron con grupos de seis niñas entre los 12 y 16 años de edad, pertenecientes a la Institución educativa Héctor Ángel Arcila, a las cuales se les entregó una serie de imágenes, además del tema con el cual deberían apoyarse para la discusión. Estos grupos de discusión se realizaron así: grupos uno y dos, se realizaron con el tema de “Cuerpo y Belleza”; grupos tres y cuatro, con el tema de “Poses y Gestos”; los grupos cinco y seis, con el tema de “Moda y Accesorios”.

El tiempo de duración de cada uno de ellos, fue de veinte minutos, durante los cuales discuten sobre diez imágenes de vallas publicitarias y el lapso de tiempo en que se realizaron estos grupos de discusión fue de quince días.

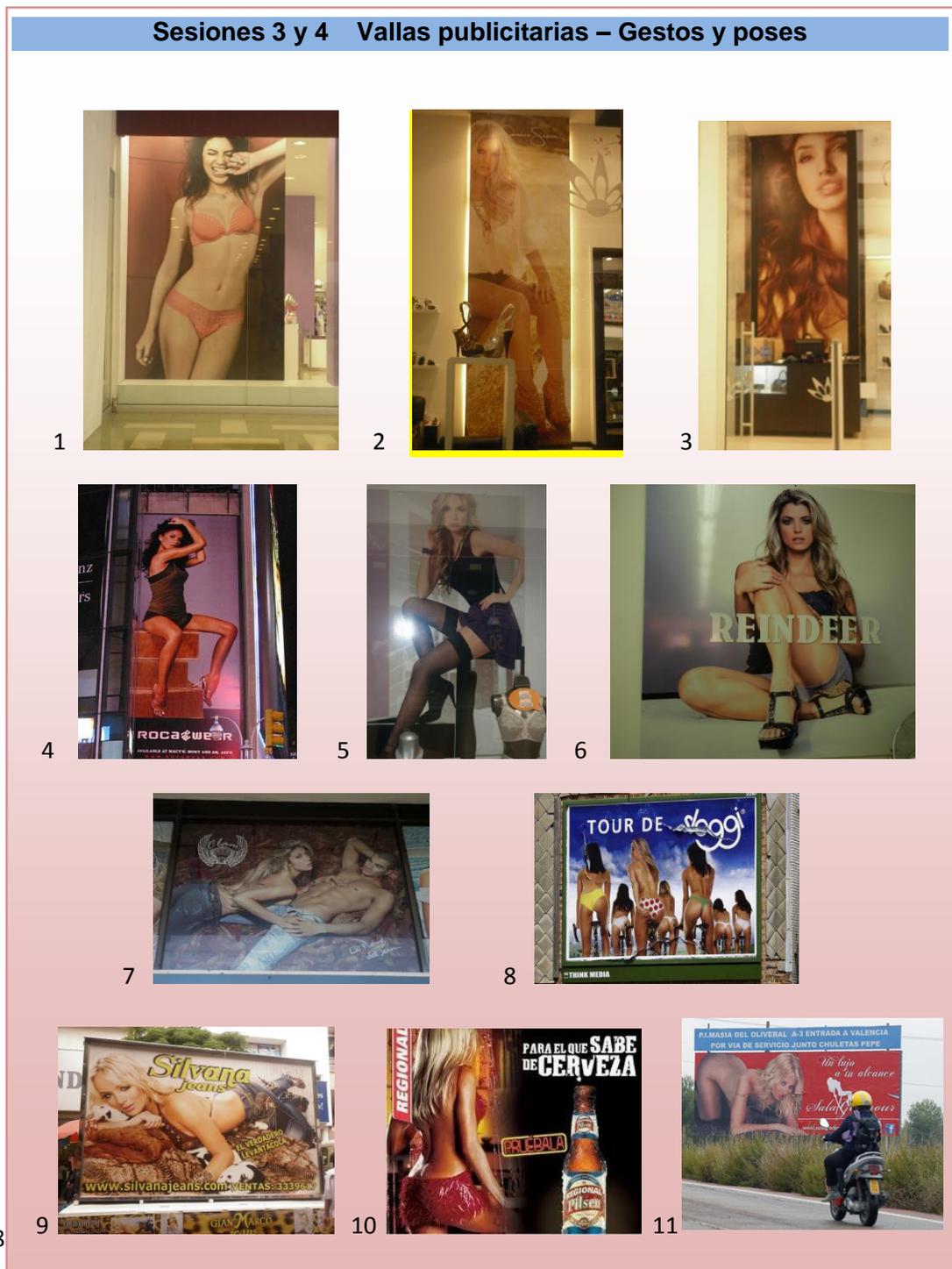
Las imágenes analizadas por las estudiantes fueron las siguientes:

Cuadro 5: imágenes de vallas publicitarias sesiones 1 y 2



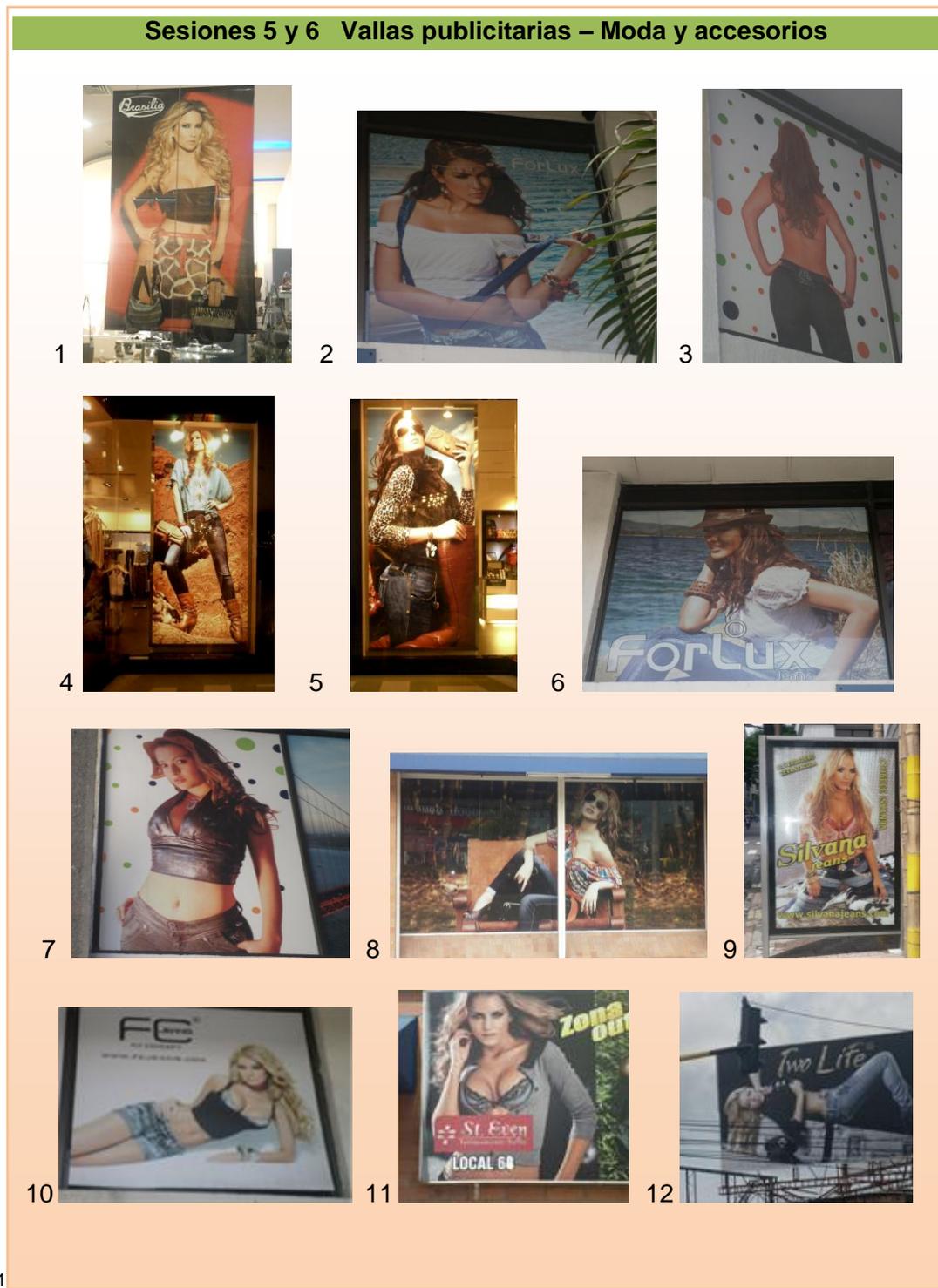
<sup>8</sup> Direcciones en la Web y lugares en los que se tomaron las fotografías, están relacionadas en la web gráfica

Cuadro No. 6: imágenes de vallas publicitarias



<sup>9</sup> Direcciones en la Web y lugares en los que se tomaron las fotografías, están relacionadas en la web gráfica

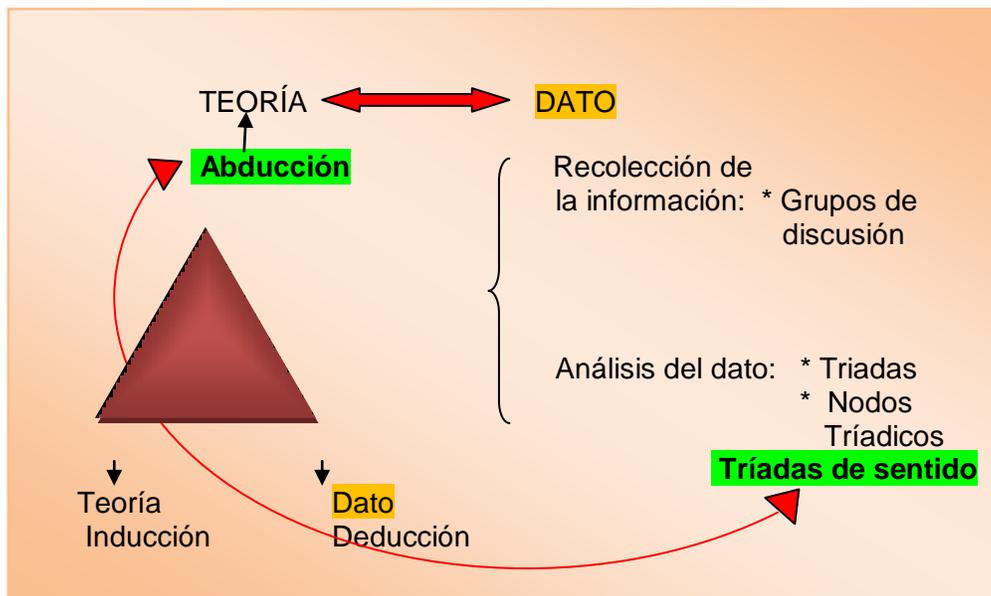
Cuadro 7: imágenes de vallas publicitarias sesiones 5 y 6



<sup>10</sup> Direcciones en la Web y lugares en los que se tomaron las fotografías, están relacionadas en la web grafía

En el desarrollo de esta metodología se mostrará como se sistematiza el dato hasta llegar a las tríadas de sentido, las cuales son las que me arrojan el imaginario de las estudiantes frente al interrogante planteado en la investigación

Gráfico 13: modelo de análisis Teoría-Dato



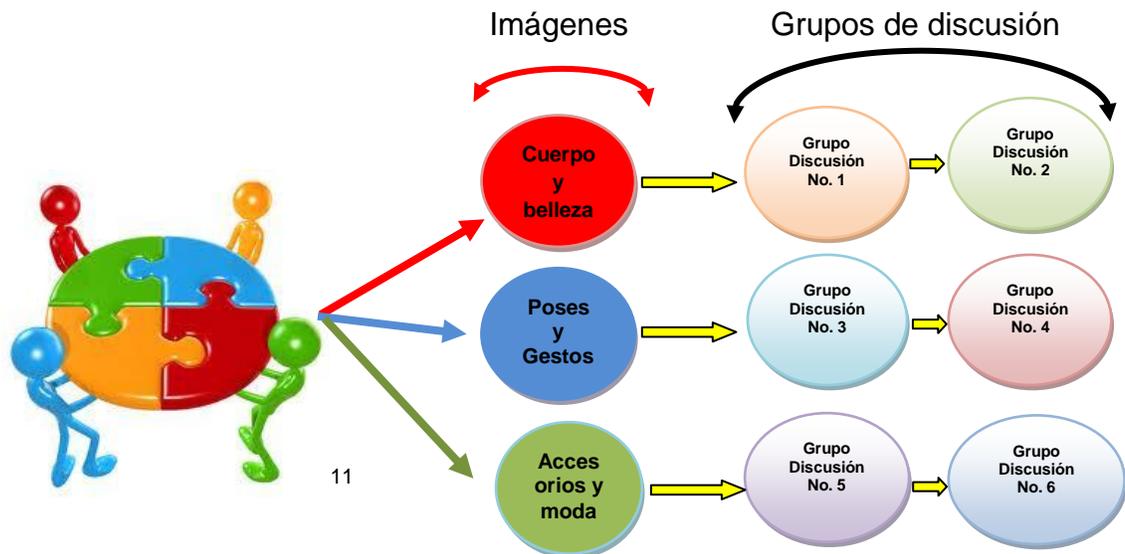
Fuente: Gráfica elaborada por el equipo de trabajo: L. Carmona, Neira, H. Wilches, E. Concha, M. Ramos.

En la anterior gráfica se muestran el trascurso entre la recolección del dato y su respectivo registro, relacionado con los cimientos de la investigación, la teoría peirceana, para finalmente llegar a los imaginarios de las estudiantes, a partir de la pregunta de investigación. La abducción, es en este caso, la Terceridad e imaginarios culturales de mujer, arrojados por el dato.

Es entonces, en las tríadas de sentido en donde se cristaliza la práctica social de la que habla Silva. El imaginario. El querer, el conocimiento, la emoción

(Silva, 2008,18) El siguiente esquema muestra como se estructuró el desarrollo de los grupos de discusión.

Gráfica 14: técnica de recolección: grupo de discusión



Fuente: elaboración propia

En el esquema anterior el color destinado a cada uno de los grupos de imágenes, como el registro de los grupos de discusión, corresponde exactamente al color que aparece en ésta gráfica.

- Imágenes - Cuerpo y Belleza
- Imágenes - Poses y gestos
- Imágenes - Accesorios y moda

<sup>11</sup>Se elige la imagen porque representa a un equipo que trabaja por un mismo fin. Recuperado el 6 de agosto de 2012

[http://www.google.com.co/search?hl=es&cp=31&gs\\_id=4f&xhr=t&q=imagenes+de+grupos+de+discusión&bav=on.2,or.r\\_gc.r\\_pw.r\\_qf.&biw=1280&bih=699&um=1&ie=UTF-8&tbn=isch&source=og&sa=N&tab=wi&](http://www.google.com.co/search?hl=es&cp=31&gs_id=4f&xhr=t&q=imagenes+de+grupos+de+discusión&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&biw=1280&bih=699&um=1&ie=UTF-8&tbn=isch&source=og&sa=N&tab=wi&)

Cuadro 8: colores que identifican a los grupos de discusión

Grupo de discusión No.1	Grupo de discusión No.2	Grupo de discusión No.3	Grupo de discusión No.4	Grupo de discusión No.5	Grupo de discusión No.6
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Fuente: elaboración propia

Cada grupo de discusión se sistematizó en la siguiente ficha, la cual recoge en forma rigurosa, los comentarios y discusiones elaboradas a partir de los temas propuestos, en cada uno de los grupos de discusión.

Cuadro 9: ficha grupo de discusión

## GUIÓN

## Ficha del grupo de discusión

<b>CÓDIGO</b>	<b>R07-G1CB<sup>12</sup></b>	<b>FECHA</b>	<b>10 de Nov/2011</b>
<b>UNIDAD DE ANÁLISIS (mujer)</b>	<b>Cuerpo y Belleza</b>		
<b>COORDINADORA GRUPO DE DISCUSIÓN</b>	<b>Mercedes Ramos Olaya</b>		
<b>TÍTULO DEL PROYECTO</b>	<b><i>Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias</i></b>		
<b>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b><i>¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?</i></b>		
<b>GRUPO DE DISCUSIÓN</b>	<b><i>Jóvenes entre 12 y 16 años de edad, del corregimiento de la Florida, Pereira. Se aplicará a tres grupos, cada uno de seis niñas.</i></b>		
<b>TIEMPO</b>	<b><i>20 minutos</i></b>		
<b>TRANSCRIPCIÓN DE LA SESIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN</b>			
<b>NOTAS:</b>			

<sup>12</sup> El código hace referencia: **R07**: record número 7 (grabación); **G1**, del grupo de discusión número uno; **CB**, tema, cuerpo y belleza. (**R07-G1CB**)

#### 2.4.1. Aplicación de la técnica.

Para la realización de los grupos de discusión, se les invitó a participar a las estudiantes teniendo en cuenta los siguientes aspectos: la edad. Como las edades oscilan entre los doce y dieciséis años, se organizó de manera que en las primeras sesiones de cada tema, acudieran estudiantes entre doce y catorce años, para los segundos grupos se tuvieron en cuenta las estudiantes con edades entre los catorce y dieciséis años.

Cada uno de los grupos se reunió en el salón destinado para tal efecto y allí se les orientó sobre lo que es un grupo de discusión y la manera como debía realizarse. A continuación se les entrega los temas de discusión, las imágenes y la grabadora; se les deja solas para que no se sientan cohibidas con la presencia de la profesora y transcurrido el tiempo (veinte minutos) se da por concluida cada una de las sesiones. Como estímulo por la participación se les ofrece un refrigerio a las estudiantes.

A continuación la transcripción de cada uno de los grupos de discusión, en los cuales se leerá que a cada una de las estudiantes se le asignó un código con el cual se pudieran identificar en caso, de que así se requiera. Este código se interpretará de la siguiente forma: **G1** grupo de discusión No. 1; **CB** Tema: cuerpo y belleza; **E1**: estudiante No. 1

Cuadro 10: Ficha de contenido grupo de discusión No 1

## FICHAS DE TRANSCRIPCIÓN DE GRUPOS DE DISCUSIÓN

### 2.4.1.1 Fichas grupos de discusión / guion No. 1

<b>GUIÓN</b> <b>Grupos de discusión No. 1</b>			
<b>Código</b>	<b>R07-9 G1CB</b>	Fecha: Nov 8/11	R=Audio7-Grado 9 G1= Grupo discusión No. 1 CB=Cuerpo y Belleza
Unidad de análisis (mujer)	<b>Cuerpo y Belleza</b>		
Coordinadora grupo de discusión	Mercedes Ramos Olaya		
Título del proyecto	Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias		
Pregunta de investigación	¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?		
Grupo de discusión No.1	<i>Jóvenes entre 12 y 16 años de edad, del corregimiento de la Florida, Pereira. Se aplicará a tres grupos, cada uno de seis niñas.</i>		
Tiempo	20 minutos		
<p><b>G1CB-E1:</b> Me parece que en esta fotografía <u>las mujeres están perdiendo su respeto,</u> (1) porque lo único que están haciendo es dar de que hablar a los hombres.</p> <p><b>G1CBE-2:</b> Me parece que la que yo estoy viendo que <u>es muy normal,</u> (2) <u>es un estilo libre,</u> (3) pero <u>no esta exhibiendo ninguna parte de su cuerpo,</u>(4 y pues...<u>es sexy</u> (5) <u>y deja todo a la imaginación del que esta viendo la imagen.</u>(6) Pienso que las mujeres si quieren tener una carrera de modelaje, <u>no tiene por qué exhibir su cuerpo tanto,</u>(7) <u>sino decentemente.</u>(8)(se refiere a mostrar su cuerpo)</p> <p><b>G1CBE1:</b> Yo pienso que hay límites para <u>ser modelo y el modelaje a veces se va por la rama de la prostitución y la exhibición pública.</u> (9)</p>			

**G1CBE2:** pues a mí me parece que las modelo de hoy en día cuidan mucho su cuerpo,(10) pero algunas que todavía cuidan su dignidad.(11) La carrera de modelaje es una carrera muy bonita (12) porque exhiben todos los productos que salen a la venta,(13) pero hay muchas niñas que sueñan con ser modelos(14) y así mejorar su situación de su familia, pero tenemos que pensar primero si eso es lo que nos apasiona para poder serlo oooooh no hacerlo por algún interés o por algo material.

**G1CBE3:** Por ejemplo hay algunas modelos perfectas por tener las tallas perfectas, (15) pueden contraer enfermedades como la anorexia, (16) como la anorexia y se hacen muchas cirugías para aparentar mas de lo que no son: (17)

**G1CBE5:** Algunas mujeres quieren tener un cuerpo perfecto (18) y comienzan a tener desordenes alimenticios para poder lograr lo que quieren(19) sin saber de que eso les puede hacer mucho daño.

**G1CBE1:** Y no solo los desordenes alimenticios sino que para eso no se necesita un cuerpo bonito sino también dieta, una dieta balanceada y ejercicio.(20)

**G1CBE6:** Y no llenarse de cirugías(21) porque pues las cirugías con el tiempo se caen y ya no quedan nada, quedan horribles.

**G1CBE4:** Creo que las modelos no deberían fijarse tanto en su figura (22) porque no saben las personas que pueden pensar de ellas, es mejor tener un cuerpo al natural y no así todo por cirugías. (23)

**G1CBE1:** Que lo más bonito de una persona es la naturalidad, (24) su actitud, la forma como se expresan, como..., o sea la forma de pensar, no tanto el cuerpo ni la cara ni el cabello, solamente tener una buena actitud y una buena personalidad.(25)

**G1CBE2:** Yo creo que las mujeres de la imagen que yo estoy viendo, están perdiendo su respeto, (26) no se valoran (27) y exhiben mucho su cuerpo sus partes íntimas (28) y deberían cuidarse porque el cuerpo es un templo (29)

**G1CBE5:** A veces hay mujeres que piensan que por su belleza por su cuerpo bonito siempre van a obtener lo que quieren,(30) van a tener dinero,(31) van a obtener muchas cosas, pero a veces lo que obtiene son malos comentarios, que las irrespeten.(32)

**G1CBE3:** Tener un cuerpo lindo, una cara linda, eso no significa nada (33) pero por dentro es una mala persona que no es humilde (34) que, que es, que no buena persona, (35) sino que solamente quieren las cosas materiales,(36) sabiendo que lo físico no es lo primero, es sus sentimientos, saber pensar las cosas, saber actuar.(37)

**G1CBE2:** Como Hay mujeres que perdieron su respeto,(38) hay otras que se saben valorar y no muestran sus intimidades (39) y saben hasta que límite llegar en su carrera.(40)

**G1CBE1:** Que de nada vale tener todo material y lo físico bonito si por dentro no tiene nada de sentimiento (41) y nada importante solamente piensan en el dinero y en verse bonitas a toda hora,(42) sabiendo que aparentan algo que no son.(43)

**G1CBE4:** Y pues muchas mujeres creen que las mujeres lo tienen todo (44) y pues es una gran mentira, porque el dinero no lo es todo en la vida y puede que le falte felicidad, porque el dinero no lo compra todo.

**G1CBE3:** Por ejemplo en algunos casos las niñas son obligadas a ser modelos (45) o a querer llegar a ser una persona importante (46) porque son obligadas por sus familias porque de pronto las familias tiene un sueño de que su hija llegue a ser una gran modelo o un gran modelo, pero eso no es todo en la vida porque con eso esa persona puede llegar a ser muy infeliz.

**G1CBE1:** las mujeres se quieren llenar de fama de publicidad de contratos (47) por aquí, de contratos por allá, y se le olvida lo que importa, la personalidad.(48)

**G1CBE4:** Y en muchos casos mujeres. Teniendo este sueño de ser modelos, son engañas y son llevadas al exterior o en el mismo país para vender su cuerpo,(49) pero ellas van con la ilusión de poder ser modelos pero sin saber que las van a convertir en esto.

**G1CBE2:** Hay que pensar muy bien las cosas antes de hacerlas (50) porque no sabemos con qué tipo de problemas nos estamos enfrentando por eso hay que ir por la publicidad de una forma segura y respetando nuestro cuerpo.(51)

**G1CBE1:** Que para ser modelo tiene que saber expresarse, (52) saber que es lo que quiere (53) para después si se toman una foto mostrando todo su cuerpo, saber que decir, porque lo hicieron, o saber, saber todo.

**G1CBE2.** ...Y también saber que desnudarse ante una cámara no les va a ser valer más como modelos, sino como objeto sexual (54) que lo único que va a ser es

Abrir comentarios malos ante las otras personas. (55)

**G1CBE4:** Y aquellas modelos que empiezan siendo, modelando ropa decente, después de que les ofrecen más dinero empiezan a mostrar sus partes íntimas solo por... que venden hasta su propio cuerpo solo por obtener más dinero,(56) pero el dinero no lo es todo. (57)

**G1CBE2:** De que vale tener toda la plata del mundo, el cuerpo perfecto, la cara bonita, el pelo sedoso y brillante (58) de que vale eso si las demás personas solo te buscan para usarte como acto sexual, o para abrir más publicidad o para utilizar tus fotos, tu cara, tu cuerpo, tu rostro en cosas que uno, uno piensa que van, a... que son para eso las fotos que les toman. (59)

**G1CBE3:** Por ejemplo las mujeres que se desnudan ante una cámara solamente despiertan malos comentarios (60) porque si las van a ver cómo, ah esta mujer tan fácil,(61) esta vieja tan uy, tan gas, tan sí, así.

**G1CBE5:** Hay veces modelos que se van por este camino solo por ayudarle a sus familias (62) por que están en una mala situación, para ayudarle a su mamá para que siga adelante, pero a veces no es lo que ellas quieren, a veces hasta por estar tan mal en sus casas se venden sin saber que hacer o hacen cosas que no pueden o que no debe, (63) se ven obligadas a prostituirse (64) o algo por el estilo.

**G1CBE3:**pero en algunos casos estas mujeres que quieren ser modelos, niñas que son engañadas,(65) porque les prometen dinero fama, y que sean reconocidas por la sociedad, y solamente resulta que las llevan a prostituirse y vender su cuerpo.(66)

**G1CBE4:** y Muchas mujeres para poder empezar esta carrera y poder tener un cuerpo perfecto, dejan de comer (67) y pues resultan con la enfermedad de la anorexia o también con la enfermedad de la bulimia.(68)

**G1S1E2:** También hay de las mujeres que sueñan con ser modelos(69) y para lograrlo hacen cosas indebidas y olvidan su dignidad, (70) olvidan que tiene un cuerpo que hay que respetarlo. (71)

**G1CBE6.** Muchas mujeres están en la carrera del modelaje solo por el interés del dinero y muchas veces solo por la fama.(72)

**G1CBE4:** Muchas mujeres creen que por estar luciendo ropa corta, minifalda, creen que van a atraer mucho la atención de los demás (73) y lo único que hacen es que piensen mal, que piensan que es una mujer cualquiera. (74)

**G1CBE6:** Por ejemplo en algunos casos las mujeres que son así exhibicionistas si solamente despiertan malos comentarios, (75) porque ahí mismo la van a ver como la fácil,(76) como digámoslo groseramente como la sunga del pueblo.

**G1CBE1:**Que hay muchas niñas que desde pequeñas empiezan a mostrar su cuerpo,(77) y a exhibirse ante los demás a mostrar todas sus partes intimas (78) sabiendo que eso no las van a ser ni más ni menos solamente van a ser que se les acabe sus dignidad que les falten el respeto a toda hora.(79)

**G1CBE2:** Muchas mujeres se distorsionan y olvidan su lugar de origen su humildad,

(80) olvidan de donde provinieron, quien las ayudo a ser lo que son , se olvidan de su familia de las cosas buenas que le dieron,(81) de, y muchas personas están con ellas simplemente porque son famosas,(82) porque son alguien publicitario reconocido por la sociedad y se olvidan de las personas que de verdad estuvieron cuando ella apenas estaba empezando.

**G1CBE4:** Por ejemplo cuando consiguen dinero se olvidan de su pasado (83) creen que con eso van a arreglar todo, y eso no es así.

**G1CBE6:** Muchas niñas desde pequeñas sueñan ser modelos,(84) pero no pueden y se van por otro camino.

**G1CBE4:** Muchas mujeres creen que siendo prostitutas lo pueden conseguir todo en la vida,(85) una casa, dinero fácil, pero no sabiendo que con este tipo de, a lo que ellas llaman trabajo, pueden dañar su vida porque con esto pueden contraer enfermedades que los pueden llevar hasta la muerte,(86) por ejemplo el sida, o la hepatitis B.

**G1CBE5:** A veces están mujeres no piensan que cuando son prostitutas no saben con quién se están acostando, no les importa si tiene una enfermedad venérea no les importa si es viejo o si es joven, o sea, piensan, solo quieren su dinero (87) y creen que con el dinero van a arreglar todos sus problemas,(88) creen que con eso van a tener una dignidad (89) o creen que por ser prostitutas son muy dignas (90) o son, o van a tener un vida mejor o van a ser aceptadas por la sociedad,(91) sabiendo que son prostitutas, solo son tratadas como las prostitutas y esto solo se presta para burlas y para comentarios feos.(92)

**G1CBE2:** También hay de las modelos, que tiene una carrera asegurada y por tener más dinero se meten con personas que tal vez no les conviene, como los narcotraficantes,(93) que lo único que hacen es explotarlas y tenerlas nada mas como objeto de sexo y... (94)

**G1CBE1:** ...que hay que pensar bien las cosas antes de actuar,(95) porque puede que por una, por la ambición del dinero podemos tener muchos obstáculos en la vida(96) y lanzarnos como prostitutas es algo muy malo (97) porque podemos vender nuestro cuerpo, nuestra dignidad y no nos vamos a sentir muy bien, porque eso es algo, pues no sé, es algo muy malo, pueden perder todo en la vida, por esa bobada, por esa cosas pueden perder a su familia a los seres queridos.(98) Hay personas que piensan que con el dinero lo tiene todo y solo ganan una enfermedad y una mala vida.(99)

**NOTA:** Con la anterior lista se realizaron los nodos trádicos, buscando coincidencias en campos semánticos, pero en esta primera reagrupación se encontraron dificultades en cuanto a la pertinencia de algunas de las elecciones para realizar algunos de los nodos.

## 2.4.1.2. Fichas grupo de discusión No. 2

Cuadro 11: ficha de contenido grupo de discusión No 2

<b>GUIÓN</b> <b>Grupo de discusión No. 2</b>			
<b>Código :</b>	<b>R09-11/ G2CB</b>	Fecha: 8 Nov/11	R=Audio 9 –grado 11 G2= Grupo discusión No. 2 CB=Cuerpo y Belleza
Unidad de análisis :	<b>Cuerpo y Belleza</b>		
Coordinadora del grupo de discusión	Mercedes Ramos Olaya		
Título del proyecto	Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias		
Pregunta de investigación	¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?		
Grupo de discusión No. 2	Jóvenes entre 12 y 16 años de edad, del colegio: Institución Educativa Héctor Ángel Arcila del corregimiento de la Florida, Pereira.		
Tiempo	18 minutos		
<p><b>G2CB-E1-1:</b> Me parece que lo que estamos viendo acá ee... ps <u>se ven mujeres muy bonitas... (1) tipo, o sea tipo mujer perfecta la mujer que todas quisiéramos ser... (2)</u></p> <p><b>G2CB-E2-1:</b> e... que podemos ver, que acá por ejemplo tenemos algunas imágenes donde nos muestran una mujer, o sea solamente un pedazo del cuerpo de la <u>mujer que nos muestran pues la cola y... todo, que es perfecta (3) como para... osea están promocionando una cerveza entonces lo que quieren es atraer a los hombres con el cuerpo que ellas tienen. (4)</u></p> <p><b>G2CB-E3-1:</b> y <u>es una mujer muy voluptuosa (5)</u> por lo que visualizo.</p> <p><b>G2CB-E1-2:</b> algo muy importante es que, no sé por qué, pero siempre a las <u>mujeres las cogen como... (6)</u></p> <p><b>G2CB-E3-2:</b> ... (7)</p> <p><b>G2CB-E1-3:</b> más diría un que como objeto sexual, <u>siempre las escogen es prácticamente como para promover supuestamente una marca, (8) pero por decir, ... si yo me voy a yo un carro y.... soy un hombre y hay una mujer ahí puesta , <u>el hombre no se va a comprar el carro porque... ay!! Porque es que el carro es muy lindo, sino que está pensando en que se puede conseguirse una misma mujer así, (9) solamente porque se compre ese mismo tipo de carro, entonces nos va ir llenando la cabeza de cosas que...</u></u></p>			

**G2CB-E2-2:** como fotos con doble sentido (10)

**G2CB-E4-1:** y casi siempre utilizan la mujer como para publicidad, como para poder vender más productos.(11)

**G2CB-E2-3:** si muestran su cara bonita , pero nunca pues muestran algo osea e... nunca vemos una mujer normal. o(12) sea común y corriente, digamos promocionando ropa o.. Una cerveza o carros o bueno cualquier cosa que tengan que publicar siempre es con una mujer hermosa y todo, pero nunca normal. (13)

**G2CB-E3-3:** Aparte de los arreglos que le hace, el computador porque esas viejas no son perfectas, (14) o sea el computador hace maravillas, aquí podemos ver eso.

**G2CB-E1-4:** Y algo muy importante es que nunca las muestran o sea, que nunca muestran a una mujer como verdaderamente es, sin retoques (15) y no tanto por los retoques uno nunca va a ver en una propaganda a una mujer fea, (16) uno en una propaganda siempre ve si son niñas, niñas lindas, si son mujeres, mujeres lindas, si son hombres, hombres lindos.(17) guapos, divinos de todo, en cambio nunca muestran una mujer gorda (18).. así sea en los desfiles absolutamente todo, entonces la publicidad, los medios de comunicación, nos venden siempre una mujer perfecta divina 90 60 90 como dicen, y no solamente eso también el prototipo a seguir, (19) la mujer por eso puede llegar a la anorexia (20) porque siempre le muestran el prototipo a uno hay... que tiene que ser flaca (21) y si no es flaca no es exitosa y no es nada.(22)

**G2CB-E3-4:** y si no es sexy, no es nada Y nos hace sentir inferiores....(23)

**G2CB-E1-5:** Y no logramos como alcanzar como esa meta de ser una top modelo una reina o una actriz una cantante, (24) pero...

**G2CB-E3-5:** por no tener el cuerpo perfecto. (25)

**G2CB-E4-2:** Pero es que buscamos la forma de llegar a tener esos cuerpos como las modelos y todas esas mujeres que nos muestran a diario en la publicidad y en la televisión. (26)

**G2CB-E2-4:** Creo que en muchos casos están creando como una confusión psicológica,(27) porque ps... digamos que nosotros al ver a una mujer bonita en la televisión o algo, y todos miran es a esa y que hermosura, ay uno siempre quiere llegar a ser como ella, (28) uno no, no sé cirugía lo que sea que haya que hacer, pero como ella, (29) entonces eso es lo que o sea lo que lo....

**G2CB-E5-1:** Sin darse cuenta que es un peligro, se someten a cirugías,(30) porque muchas mujeres para tener a este cuerpo se someten a cirugías (31) que hemm... toman en riesgo la vida, con tal de ser esas mujeres que ven ahí en la publicidad. (32)

**G2CB-E6-1:** Cuántas mujeres no han muerto en estas cirugías (33) o que nos les sale pues como es...

**G2CB-E1-6:** y obviamente todo por vanidad, (34) pero es como importante, o sea, yo digo que las mostraran tal y como son (35) yo diría bueno, pero siempre recurren recu recurrrrraaaaa. Recurren al bisturí como dicen, y así tampoco son las cosas,(36) porque igual esto lo que hace, como decía mi compañera, es meterle un problema psicológico (37) y ya que uno al no poder alcanzar y ser como ellas uno se frustra y no solamente emm.... físicamente sino también como personas como ser humano, (38) entonces ahí es cuando uno llega a la depresión y a la anorexia (39) y pues difícilmente uno puede salir de eso, si no tiene un acompañamiento de la familia o psicológica. (anorexia) (40)

**G2CB-E6-2:** A parte uno cree por ejemplo que todas estas viejas son, todas estas mujeres son exitosas que les va muy bien y todo (41) cuantas no se han matado, (42) o algo porque no esto no es como lo pintan, esto no es una maravilla (43) tampoco y entran en un desorden pues que se las lleva a la frustración. (44)

**G2CB-E2-5:** Si eso es lo malo que siempre nos están mostrando (45) pues, aparte de mostrarnos una mujer perfecta en una revista o en la televisión siempre nos muestran esa vida como algo perfecto, (46) o sea, nunca muestran o malo que a veces hay disgustos (47) que hay hombres, que para tener una mujer, si ella no quiere estar van y las matan(48) o cualquier cosa les hacen o sea siempre nos están vendiendo lo bueno y no lo malo, o sea no nos están vendiendo lo que hay de malo en él.(49)

**G2CB-E1-7:** Bueno y algo muy importante es que no solamente las mujeres nos vemos frustradas por esto, sino también los hombres (50) porque hay hombres, aunque uno no crea hay hombres que siguen los prototipos de hombre hermoso divino (51) y muchos de ellos también, difícilmente uno puede creer eso, pero hay hombres que se frustran por eso por no ser bonitos,(52) por que la mujer Hay papasito ¡!! Yo quiero este yo no sé qué, los hombres sin querer también se van frustrando, no obviamente,

**G2CB-E3-6:** Y lo mismo pasa con nosotras, los hombres siempre son comparando,(53) o que ha que vieja tan buena que tal cosa, y uno se siente como un bicho al lado de ellas, (54) pero para ver que o sea, no son lo que muestran, sino que todo es photo shop. (55)

**G2CB-E2-6:** Y además por que no están mostrando, están mostrando ahí una sonrisa bonita y todo y uno en realidad no sabe cómo es ella,(56) o sea eee... qué importancia tiene uno sentirse a digamos con una mujer así toda hermosa y todo, pero que sea toda así... toda hueca sí, que no piennse. (57)

**G2CB-E4-3:** Que siempre muestren la doble vida de las personas, nunca muestran como la realidad de ellas, lo que vive a diario (58)

**G2CB-E6-3:** Para que cerebro si tengo cara bonita. (59)

**G2CB-E1-8:** Por ejemplo yo me vi un, un programa brasileño y, en ese país sacan muchas mujeres „miles y miles de mujeres bonitas al año, y muestran que esas

mujeres o sea , llegan a sufrir de anorexia, de trastornos alimenticios, de bulimia y solamente por qué, porque les meten eso a la cabeza, (60) como decían los compañeros uno no sabe lo que ellas tengan en la mente (61) pero la mayoría de ellas se meten en la cabeza , ellas dicen pues yo tan bonita yo para que para que estudiar, con esto lo tengo todo y así no son las cosas(62)

**G2CB-E6-4:** ps... a mí la verdad me parece muy bueno una carrera, ya sea como modelo, estudiar comunicación social y todo pero sabiéndola aprovechar.(63)

**G2CB-E1-9:** eee... es esto lo que a nosotros nos venden, nos venden eso, nos venden ser bonitas, (64) ser eee... creen que por que hay fama, hay ser actriz ser cantante esa es la vida eso es todo y así no son las cosas. (65)

**G2CB-E2-7:** si hay muchas personas que aunque no tengan una belleza física muy perfecta, si triunfan, y son muy bellas interiormente. (66)

**G2CB-E1-9:** mejor dicho para mí personalmente , el éxito no está en la belleza física sino, en ser inteligente y saber hacer las cosas,(67) porque hay mujeres no muy bonitas y muy, muy inteligentes que han llegado a grandes puestos y muchas cosas y no necesariamente son niñas hermosas, han sabido hacer las cosas bien . (68)

**G2CB-E6-5:** y por ejemplo mire a los las actrices y las cantantes de Hollywood, por ejemplo como lady Gaga, Lady Gaga es una mujer muy fea, pues en el físico, pero vean donde está y es reconocida mundialmente y todo. (69)

**G2CB-E4-4:** y también es saber aprovechar las oportunidades que le presenta la vida a uno (65)

**G2CB-E1-10:** si también no sé, pienso que, una reflexión muy bonita era que, esto no es la vida,(66) yo pienso que la vida no es ser bonito no es salir en revistas en vallas o aparecer como la típica mujer perfecta divina(67) la cual pues, una ropa bonita la hace un buen maquillaje y un buen peinado, entonces pienso que, va mas allá de eso, entonces no se pensar muchas cosas muchas (68) lo hacen por sus familiares y todo, o les venden esa e.. ese concepto (69)

**G2CB-E2-8:** ps... igual y nosotros o sea , somos culpables también las personas que estamos así porque nos dejamos llevar por lo que vemos, (70) si vemos una ropa bonita en una revista entonces me la compro porque me va a quedar hermosa (71) no , por ejemplo el hombre va a comprar una cerveza que por que le vio la cola aquella muy bonita, entonces me compro esa cerveza que por comprar la cerveza cree va a tener la mujer que está ahí . (72)

**G2CB-E1-11:** eso es lo que llamamos por ahí mensajes subliminales,(73) son mensajes sin querer que llegan a la persona y lo que.... y lo llevan a.. Doble sentido porque es que igual y al fin y al cabo yo por ejemplo veo una revista y veo un vestido divino y a la esta aparece la modelo con el vestido perfecto divino, y uno se compra, no tanto pensando en el vestido sino no en ...juepucha como a esta le quedo el vestido divino entonces a mí también me va a quedar así (74) entonces todo son mensajes subliminales que llevan doble sentido, y que es al fin y al cabo lo que hace la publicidad. (75)

**G2CB-E3-7:** No dejarnos llevar por todo (76) eso, vea que ven a la mujer como un objeto sexual, (77) algunas por ejemplo ya terminan con traquetos ya terminan es en otro rollo y no se centran pues realmente en lo que quieren ser.(78)

**G2CB-E2-9:** Y todo por qué, porque tienen fama, porque son bonitas (79)

**G2CB-E3-8:** La fama y la belleza no lo es todo. (80)

**G2CB-E2-10:** pues sí, definitivamente no es todo y pues emm...(81) (se refiere a la belle y la fama)

**G2CB-E1-12:** no sé la verdad yo pienso que las personas deberíamos como de sacudirnos y de reflexionar y , ver que a uno siempre le salen que si uno no es bonito no es nada y no es nadie, (82) y yo creo que esa no es la verdad, (83) y por o lo menos en el caso mío, mi mama me dice avvy... que usted es gorda, que no se vaya a dejar engordar (84) que no sé qué,... entonces son cosas que a uno le van metiendo a la vida o sea a uno como persona y uno no debe dejarse llevar por esas cosas, (85) porque, pues esto al fin y al cabo esto es efímero, esto pasa, ellas son muy bonitas y todo, pero al fin y al cabo van a llegar a ser viejas o un accidente y ahí quedan todo, (86) igual como yo digo lo que están promoviendo ahí, es la mujer, como dicen las compañeras, como un objeto sexual . (87)

**G2CB-E2-11:** Pues si porque, sin embargo ellas ahora son muy lindas están en la televisión o están en las revistas o mejor dicho son el centro de atención de cualquier hombre de cualquier de cualquier persona que las vea, pero ellas no se van a quedar siempre en ese punto, van a llegar a una edad donde no van a ser tan bellas no las van a contratar para todas estas publicidades para todas esas revistas y para todas esas cosas. (88)

**G2CB-E1-13:** Pero algo muy importante y es que no sé, se me viene a la mente decir que en la antigüedad la mujer siempre fue muy inferior y, hoy por hoy, no es mucha la diferencia porque al fin y al cabo que, hoy según a la mujer puede aún por estas imágenes y por todo lo que vemos se sigue viendo como tal, solamente que con un sentido, disfrazado pues, porque si hoy lo vemos la mujer se ve como un objeto sexual , como a la cual podemos usar para ponerla aquí, allí, en una cerveza, en una revista, en una marca, entonces se ve como tal, como un objeto al cual usamos, ponemos, quitamos, listo. (89)

**G2CB-E2-12:** Pues claramente viendo que no todas, porque hay mujeres que han llegado a ser grandes, hasta presidentas ha habido... (90)

**G2CB-E1-14:** Pero hablamos en si, como la sociedad, como pone a la mujer...(91)

**G2CB-E2-13:** O sea la publicidad como no la muestran, a nosotros nos muestra una mujer en una revista como, o sea... si me entiende solo la paran ahí, le toman una foto y eso es todo lo que es ella, una cara bonita y ya... (92)

**G2CB-E4-5:** Pero eso también va en los valores que le han inculcado a uno en la

familia, en la casa, la manera de ver las demás personas y la sociedad. (93)

**G2CB-E5-2:** Y muchas por la situación que hay en la familia, hasta son, también se prestan para otras cosas ya,... o sea ya, así como prostitutas, y usan el cuerpo para conseguir plata, creen que eso es todo. (94)

**G2CB-E3-9:** A parte también hay mamas que incitan a las hijas, pues a que se vayan por este camino,(95) hay no recuerdo en qué país, la mamá de una niña de 6 años que le ha metido millones en solo... por ejemplo que cirugías no en cirugías no, en tratamientos, es una niña de seis años o sea... es súper joven y que la niña es súper linda y o sea... des pues la niña se va como acomplejar y siempre va querer pues... llegar a ser mejor, mejor y mejor . (96)

**G2CB-E5-3:** y si ella no es linda no es nadie en el mundo. (97)

**G2CB-E2-14:** Y no siempre es así, y se va a frustrar por que el día que le salga algo en la cara un granito, lo que sea, se va a poner que se muere (98) por que la mamá siempre ha dicho que...

**G2CB-E1-15:** Bueno no tanto por eso,  pensemos en las consecuencias que lleva eso cuando ya son,... tienen 30 años 40, cuando sí, cuando ya las agencias de modelaje ya no las contratan o sea, yo digo que ese es el problema ahí grave donde llegan y se matan se suicidan, por qué, porque claro, siempre les enseñaron que hay que ser bonitas, que no sé qué, que la fama, entonces cuando ya pierden esas cosas es cuando se reprimen y llegan a suicidarse, caen en depresiones y ... así, por el estilo. (99)

**G2CB-E3-10:** Esto trae muchas consecuencias, toda esta, la televisión que nos incita pues a todo esto (100)

**G2CB-E2-15:** Pues sobre todo por todas  las enfermedades que aparecen, todo, todo, o sea, los suicidios que hay a diario, (101) a diario pues por eso mismo, ps porque si no soy linda entonces no soy nadie, y nadie me mira y punto, (102) y soy gorda , pues me tengo que, tengo que volverme bulímica, anoréxica, como sea para ser perfecta. (103).

**G2CB-E1-16:** Un ejemplo, por ejemplo es esta pelada Lina Marulanda, la que se mato,  se mató y uno dice, aparentemente lo tenía todo(104), plata, fama eee belleza, que es supuestamente lo que acá nos demuestran, que es lo más importante, entonces uno se pregunta ¿por qué se mato? si en realidad supuestamente lo tenía todo, y es porque muy en realidad todas tienen un vacío en el alma y el corazón. (nota)

**G2CB-E5-4:** no tienen una vida normal,(105) llevan un curso de vida totalmente diferente al de otra persona, no pueden estar por ejemplo con la familia, porque tienen que estar en otras cosas ya.. Como el trabajo y eso toma mucho tiempo.

**G2CB-E2-16:** No y pues principalmente porque ya le metieron esa vida en la cabeza, o sea que ella tiene que estar perfecta para verse perfecta (106) en la

revista o en la televisión, entonces ya ps... ya como que la familia como que no es el centro de atención para ella,(107) ya no, no importo, sea sino que ya ella va a ser linda y punto y si no soy entonces me mato. (108)

**G2CB-E4-6:** La vida se vuelve más que todo como una rutina (109), que es como de aparentar lo que no es, que es como lo importante para...

**G2CB-E3-11:** Y en algún momento la gravedad va a ser efecto en ella, entonces todo se va a empezar a caer y, ahí es donde viene el "foto shop", hacerle los retoques y a mostrar la cola perfecta, los senos perfectos, el cabello perfecto, sin nada de friz, que es lo que todas anhelamos,(110) pero es todo quemado realmente.

**G2CB-E1-17:** Bueno en realidad yo pienso que, pues el mensaje principal acá es que, no nos dejemos llevar por todas estas cosas tanto de publicidad como de de.... Televisión, de medios de comunicación,!(111) por qué, porque lo que hacen es de una forma de auto reprimirlo a usted, usted es feo miren, miren esas presentadoras, miren a esas modelos, ellas son bonitas, usted tiene que ser como ellas, entonces yo creo que el mensaje central acá, es aceptarnos tal y como somos y querernos y pensar que podemos ser igual o más que talentosos que ellas y no precisamente trabajando en una agencia o en la televisión, sino trabajando en otras cosas en otros aspectos de la vida. (112)

**G2CB-E2-17:** Pues yo creo que lo que dice mi compañera, de aceptarnos pues, porque si Dios quiso que fuéramos así, es porque algo o alguien tenemos que ser (113) y no, o sea, no preocuparnos más por ir a hacernos ciruqías (114) y hacernos cosas porque para vernos como otras, no. (115)

**G2CB-E4-7:** Que todas podemos llegar a triunfar así no tengamos un cuerpo y una cara perfecta. (116)

**G2CB-E3-12:** Hay que aceptarnos como somos, (117) o sea, por ejemplo a cuantos, gente por ejemplo le hace falta una mano un pie o tiene una o algo y son mejores.

**G2CB-E2-18:** Y hay que mirar que esas personas son las que le cogen mejor, o sea más aprecio a la vida, (118) o sea, ya la disfrutan más, se preocupan menos por ver otro que es así, y entonces yo tengo que ser igual, no. (119)

**G2CB-E1-18:** si, pero obviamente algo muy importante es que, al fin y al cabo yo pienso que la reflexión final es, que, o sea... la inteligencia vale más que un cuerpo y que una cara bonita y que un contrato (120) de no sé por cuantos millones, o una firma x, en fin...

**G2CB-E4-8:** Que lo que llevamos por dentro vale mucho más que lo crítico, que la apariencia de lo que mostramos frente a la sociedad (121) y...

**G2CB-E5-5:** Con un coeficiente bueno uno puede llegar a triunfar (122) y a puestos altos

**G2CB-E2-19:** Pues claro creer en nuestra capacidad intelectual, en que nosotros somos capaz de llegar donde queramos (123) si, ponemos esmero y siempre estamos, o sea, nos ponemos metas y superamos los obstáculos que nos pongamos así sean muy difíciles en la vida.

**G2CB-E1-19:** si algo importante es lo que ustedes dicen, y yo pienso que no debemos engañarnos por estas publicidades. (124)

**G2CB-E3-13:** y la belleza es efímera (125)

**G2CB-E4-9:** si y también la belleza algún día se nos va a acabar (126)

**G2CB-E3-14:** Si, todo llega y todo pasa,(127) entonces la reflexión es esa, aceptarnos como somos (128)

**G2CB-E1-20:** Si también algo muy importante uno puede ser modelo y todas esas cosas, pero eso depende de cómo uno lo tome. (129)

NOTAS:

#### 2.4.1.3. Ficha grupo de discusión No. 3

Cuadro 12: ficha de contenido grupo de discusión No. 3

GUIÓN Grupo de discusión <b>No. 3</b>			
Código	R012-11/ <b>G3PG</b>	Fecha:10 Nov/11	R=Audio 12 –grado 11 <b>G3=</b> Grupo discusión No- 3 PG= Poses y Gestos
Unidad de análisis :	<b>Poses y Gestos</b>		
Coordinadora del grupo de discusión	Mercedes Ramos Olaya		
Título del proyecto	Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias		
Pregunta de investigación	¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?		
Grupo de discusión No. 3	Jóvenes entre 12 y 16 años de edad, del colegio: Institución Educativa Héctor Ángel Arcila del corregimiento de la Florida, Pereira.		
Tiempo	18 minutos		
<b>G3PG-E1-1:</b> bueno lo que estamos viendo acá, pues a mí me parece que... <u>siempre</u>			

muestran a las mujeres con poca ropa (1)y... siempre como con mensajes subliminales,(2) entonces como que les tapan un poquito el eeee, el aparato reproductor, (3) jajajaja, siiii, por ejemplo aquí hay una a la que le ponen un bolso, y entonces no la deja ver, pero entonces siempre es como insinuando (4), acá la muestran como un poco sexi. , si.... (5) no sé.

**G3PG-E2-1:** por ejemplo una foto en la que estamos viendo que la mujer esta boca abajo casi encima del hombre, con poca ropa(6) los vemos a los dos y pues yo pienso que eso también es un mensaje, pues como subliminal (7) y todo, porque los dos tiene los jines desabrochados (8) y jajajajaja... y están así, es decir una pose un poco incomoda como para quien lo ve.(9)

**G3PG-E1-2:** una pose algo sexual, (10) por decirlo así

**G3PG-E3-1:** y mira que todas esa viejas son como todas sexis,(11) tienen unas miradas todas.... Sus gestos son como muy marcados en cuanto a sus miradas y su cabello (12) y son como insinuando a o incitando al sexo.(13)

**G3PG-E2-2:** en otra vemos por ejemploooo, siete mujeres subidas en bicicletas y sin ropa, solamente con la ropa interior, pero sin los brasieres, están así, o sea si me entiende, muestran todo, como insinuando, (14) yo no sé qué es lo que están promocionado aquí, calzones,.... Agua, si.... Haciendo propaganda de agua.

**G3PG-E3-2:** No lo creo es como una empresa de tures, una empresa de viajes, creo. Para lucir esos cuerpos...(15)

**G3PG-E4-1:** Pero yo creo que para uno viajar en bicicleta, viaja más bien como abrigado porque así empelota tampoco se puede, si no sé, pues, no sé los gestos son como un poco sensuales como atrevidos y ni hablar de las poses, porque las poses son prácticamente sin ropa, eeeh son atrevidas (16) por decirlo así, en cierto modo de cómo están vestidas, eeeh de sus gestos.

**G3PG-E3-3:** y otra esta acá con el dedo en la boca haciendo un gesto pues ahí todo...(17)

**G3PG-E5-1:** ¿cómo de dolor?

**G3PG-E5-2:** NO, no tanto de dolor, sino como excitada más bien.(18) Si, si eso es lo que le veo.

**G3PG-E3-4:** y mira que también son mostrando sus senos, que se les salga todos sus atributos (19) o su pechonalida jajajajaja, en serio miren todas están así

**G3PG-E6-1:** Y miren la boca, todas las tienen como parecida, siempre hacen la boca como de la misma manera. (20)

**G3PG-E2-3:** Lo que yo veo que están haciendo con estas imágenes es como incitando, pues aparte de promocionar una marca de un jean o algo así (21) están es como incitando al hombre por ejemplo al mostrar un jean que les queda perfecto y con esa cara de satisfacción, están es incitando.(22)

G3PG-E1-3: si o sea es como yo digo, en este caso son imágenes de doble moral, (23) porque por una parte supuestamente le hacen parte al producto, pero pues es una farsa porque al fin y al cabo están es mostrando es, o sea además de la marca, están mostrando, para mí, la mayoría de imágenes son sexual, son sexuales, son pornográficas...(24)

G3PG-E6-2: Por eso le van a llevar el doble sentido de las cosas, por un lado están promocionando la ropa pero por otro lado están como....

G3PG-E1-4: Por un lado los jeans mostrando la cola, están mostrando la ropa,(25),pero por otro se están mostrando ellas físicamente, se están vendiendo, es la verdad. (26)

G3PG-E2-4: si porque siempre las vemos con esas poses así por ejemplo boca abajo con la cola levantada...(27)

G3PG-E5-3: Y porque todas esas mujeres tiene que ser flacas... no ninguna gorda... todas son cuerpos perfectos. (28)

G3PG-E1-5: si son perfectas, (29) pues obvio como van a mostrar una mujer fea ahí, obvio no (30)

G3PG-E5-4: no pero es que... si me entiende.... Hay jeans para...

G3PG-E6-3: porque solo venden jeans para cuerpos perfectos.(31)

G3PG-E5-5: Pero entonces las gorditas que hacemos jajajaja (32)

G3PG-E1-6: si, pero de verdad que sí, pero pues , no se me parece que siempre muestran acá o sea es una fachada total,(33) siempre muestran ay que el jean que no sé qué, pero en realidad a lo que lo están incitando a uno es a tener el cuerpo perfecto y que si tú te pones el jean de x de tal marca, te vas a ver hermosas, divina, y hasta más como la modelo, perfecta. (34)

G3PG-E4-2: Por ejemplo yo no le encuentro sentido que acá están promocionando bolsos y ponen una mujer empelota, (35) o sea que gracia tiene....

G3PG-E6-4: Lo mismo que en la cerveza, muestran la cola de una vieja y una cerveza, en que se relacionan, no tiene como sentido. (36)

G3PG-E1-7: la verdad es esa, o sea me parece que usan a la mujer como un objeto porque al fin y al cabo, se supone que deben promocionar el producto, (37) no una mujer no tiene nada que ver ahí, con ..., o sea la mujer es muy aparte del producto, que tienes ver,... listo, sea listo, que muestren a la mujer con el bolsito, bien, pero que tiene que ver, tapándose ahí... no tiene nada que ver, muy sexual, tapándose ahí...(38)

G3PG-E5-6: Pues lo digo porque o sea las mujeres son tan, somos tan sexis, (39) pues queda bien, pero es que no, no que..., pues no se vería bien, pues mostrarla bien decente, casual...

**G3PG-E6-5:** Pero es que a la mayoría siempre las ponen así como semi desnudas... (40)

**G3PG-E2-5:** Yo vuelvo y digo, esta carrera es muy buena pues a mí me parece bien... (41) que uno tenga fama porque está en una revista, pero de buen uso de eso.

**G3PG-E4-3:** Pero esa no es la vida, la vida son otras cosas. (42)

**G3PG-E2-6:** No, esa también puede ser una vida, (43) porque es una carrera que ella hizo, y que le gusta, y es como cualquier carrera, todo depende como ella la lleve...

**G3PG-E2-7:** Pues a mi modo de ver, listo si ok una carrera,... no sé me parece que por ejemplo... en esta foto de Silvana Jeans tenemos que dice, "el verdadero levanta cola". No es que sea el verdadero levanta cola, sino que la mujer tiene buena cola... (44)

**G3PG-E5-7:** No es que tenga buena cola, sino el efecto del photo shop, (45) porque también puede ser.

**G3PG-E2-8:** y... vea sí uno ve unas modelos divinas y que este jean le queda así, (46) porque es súper levanta cola, pero si uno tiene cola que le va a levantar, si es algo obvio.

**G3PG-E1-8:** pues si yo no sé, pero igual yo pienso que igual sigue siendo un disfraz o sea una cosa que para mí no tiene ni pies ni cabeza, sigo pensando que las siguen mostrando como un objeto, (47) o sea digamos, por ejemplo aquí en la publicidad de se ven, muestran a la mujer bien sexy, y muestran el producto y ponen una frase muy provocante, por ejemplo, aquí la carita, ... la fiebre del jean ...por ejemplo acá se ve la mujer prácticamente el seno en el pene... perdón... es la verdad.(48)  
Otra: No encima... jajajaja encima del jean, pero no directamente jajajaja

**G3PG-E1-9:** Si pero prácticamente esa es acá la fiebre del jean y están queriendo mostrar otra cosa, no sé

**G3PG-E4-4:** No y tiene razón...

**G3PG-E2-9:** Por ejemplo aquí, creo que están promocionando el jean por qué tiene que poner el resto del cuerpo así desnudo. (49) Es lo que yo digo porque para promocionar el jean tiene que estar ella semidesnuda.(50)

**G3PG-E1-10:** Por ejemplo en esta imagen se ve algo absurdo, porque mitad vestida y mitad desnuda. (51) no puessss...

**G3PG-E6-6:** Lo mismo acá, lo mismo, las mujeres desnudas que están encima de las bicicletas, si están promocionando una agencia de viajes que tiene que ver con eso ... (52)

G3PG-E1-10: igual yo pienso que manejan ese toque de misterio (53) por ejemplo a muchas no les muestran la cara, siempre es de espaldas, pero siempre insinuando, siempre es insinuando. (54)

G3PG-E2-10: Claro que eso es lo que necesitan hacer las empresas ahora, promocionar con mujeres bonitas (55) ya que la ropa se vea bien para cautivar a los que la ven y a los que van... a los compradores entonces, si no lo hacen entonces como no va a ver a alguien feo (56) con un jean feo y dice yo me quiero comprar, es algo obvio también, entonces.

G3PG-E1-11: claro, pero no es necesario, como decía una compañera, entonces listo, muestran a una mujer bonita con un jean perfecto que dice "levantacola", y obviamente pues el "levantacola" no le sirve a la modelo, porque la modelo tiene cola, (57) entonces es algo absurdo, entonces, como decía la compañera que hacen para las mujeres que no son muy bonitas, o que no son el 90-60-90 el prototipo de mujer que nos vende en los medios de comunicación y la publicidad (58) pues, entonces que hace una persona que no tiene este cuerpo... (59) que, que hace esta persona.

G3PG-E6-7: si porque siempre nos vender la ropa para la mujer de cuerpo perfecto y las demás que... (60)

G3PG-E1-12: Si no sé, y volviendo al tema de los gestos, siempre son como..., los gestos son perfectos son como muy insinuantes, muy sensuales, muy sexis... (61)

G3PG-E4-5: Si siempre vemos a la mujer acá, con un descubierto una parte de su cuerpo, con una mirada así como que cautiva, toda sexy., el cabello bien arreglado, si... perfectica y a la vez como salvaje, (62) efecto del viento pues...

G3PG-E5-8: Igual las poses son muy provocativas, para los hombres, (63) obvio, y también... hay modelos hombres.... Y una los ve y dice que lindos, eso va de parte y parte.

G3PG-E2-11: y no solo a los hombres, o sea una mujer acá está mirando bien si va a cautivar al hombre, pero a nosotros nos va a cautivar por qué, porque estamos viendo que el jean le está quedando hermoso y nosotros creemos que nos va a quedar igual. (64)

G3PG-E1-13: Igual veamos algo lo que ustedes dicen es verdad, no solo la meta de cautivar, al hombre lo cautiva por su cuerpo y su belleza y a la mujer nos va a cautivar exactamente por lo mismo, o sea, ...vemos a la mujer que queremos ser, a la que esta cautivando al hombre. (65)

G3PG-E5-9: entonces nosotros también queremos ser así, porque ella es la que esta cautivando al hombre, entonces, uno dice, uno tiene que ser así, para cautivar también a los hombres, jajajaja. (66)

G3PG-E1-14: Si, obviamente, pero es que, no sé, para mí son mensajes

subliminales, para mi tiene doble sentido todas las imágenes, (67) y no solamente, o sea la imagen que proyecta tanto la modelo como el hombre, sino también lo que ponen, muchas veces ponen frases muy ... muy, que, como muy irónicas... (67) por decirlo así.

**G3PG-E2-12:** si porque esas poses que hacen para esas cervezas, para promocionar cervezas y promocionar licores, o así...

**G3PG-E5-10:** Si por ejemplo aquí que tiene que ver la cerveza con la cola de la mujer, (68) nada, pues yo no le veo...

**G3PG-E2-12:** o sea lo están relacionando porque saben que el hombre al ir a comprar la cerveza va a ver la cola, o sea la pose que tiene,(69) por ejemplo, cualquier hombre se queda aaahhhh

**G3PG-E1-15:** No pues si, obviamente yo creo que más bien lo usan como un medio de atraer, porque por decir, la cerveza solita el hombre no la va a mirar, en cambio si le ponen el cuerpo de la mujer, ahí, de una mira, (70) sin haber destapado la cerveza.

**G3PG-E5-11:** No, o sea si, si la mira la cerveza porque el hombre esta, siempre esta como..., le fascina estar en una tienda digamos, con su cerveza y todo, pero más lo va a cautivar ver la cola de la mujer ahí, casi encima de la cerveza.

**G3PG-E4-6:** Pero en realidad la cola de la mujer no debería estar haciendo absolutamente nada ahí, (72) para mí, o sea... no. No tiene nada que ver.

**G3PG-E5-12:** Una cola toda voluptuosa... (73) pues... y el photo shop, si porque... a menos que se haya mandado operar... (74)

**G3PG-E2-13:** Si obvio, ellas son muy lindas y todo, pero algo deben tener arreglado, porque perfecto no hay nadie (75) y ellas vea.

**G3PG-E1-16:** No sé, entonces pienso que, pues, a mi modo de ver, traen pues, a la larga traen, no sé son estrategias de publicidad, para mi concepto.(76)

**G3PG-E6-7:** Nos venden meras estrategias hay, para convencernos ahí. Para poder vender.

**G3PG-E1-17:** Lo que yo puede decir es que, son perfectas, son insinuantes, son en una forma o de otra con doble sentido, (78) y siempre hay..., deseo saber, detrás de fachada que tiene ahí como tal, hay otra cosa que quieren mostrar y en este caso y en muchos casos hay de las fotos que vemos, son más que todo cosas sexuales o mostrar a la mujer como un objeto, más allá de una mujer bonita. (79)

**G3PG-E5-13:** esta vieja tiene cara de...

**G3PG-E2-14:** Pues sí, porque por ejemplo no sé porque en todo tienen que tener, osea si nos venden a nosotras las mujeres entonces, (80) no perdón a los hombres,

entonces muestran al hombre, con esa camisa, con todo, como que les queda tan lindo, que ellos son tan lindos, y al ponérselo otra persona, pues uno la ve, entonces, esta deshonrándolo que esta de modelo.

**G3PG-E1-18:** Pero pensándolo bien estas cosas nos llevan a ... a como decíamos al prototipo de mujer que uno tiene que ser,...(81) no será... o por ejemplo ustedes no han visto que le toman a uno una foto y usted hace la pose que vio en la revista. (83) cierto... si

**G3PG-E6-8:** Si uno trata de hacer la misma pose

**G3PG-E5-14:** Si usted intenta hacerla.

**G3PG-E1-19:** Si usted nunca se han tomado una foto y dice voy a hacer como vi en la revista y... la fotico así., pero mentiras que usted queda un desastre, porque usted en realidad no le sale la pose, es muy feíta, o uno es muy feito pues , no le queda la pose.

**G3PG-E2-15:** Como las vemos a ellas, las miradas, las risas, y todo, entonces nosotras intentamos hacer lo mismo. (85)

**G3PG-E6-9:** Siempre tratamos de imitar las poses y los gestos que ellas hacen(86)

**G3PG-E1-20:** Yo lo digo porque yo lo he hecho, y entonces no mucho, hay que buscar otro ángulo, no es el de nosotras.(87)

**G3PG-E6-9:** No es nuestro perfil.

**G3PG-E5-15:** Aquí, quedaríamos de pronto bonitas. (88) jajajajaa

**G3PG-E5-16:** Pero porque no se les ve la cara...? Yo no entiendo.

**G3PG-E6-10:** Porque está promocionando supuestamente el jean y ni siquiera muestran bien el jean sino muestran más como...

**G3PG-E1-21:** Es más importante el hombre o la mujer que hasta el propio producto. (89)

**G3PG-E5-16:** Están promocionado el jean, pero no lo muestran todo..., aquí la mujer no importa entonces, porque no le muestran la cara. (90)

**G3PG-E2-16:** Pero usted va a un almacén y ve eso allá arriba, digamos así el afiche de la mujer con el jean y dice, mira como le queda de lindo por detrás y, entonces dice, ah ese me lo llevo, por qué, porque vio que le quedaba hermoso y se lo coloca y eso no horma, noooo.(91)

**G3PG-E4-7:** Si la verdad, yo pienso que... muy lindo todo, pero solamente es ver, entonces que hacemos, pues cuando compramos las cosas y todo...

**G3PG-E1-22:** Pero, hay personas que no somos como tan,... como tan bonitas pues, pero, pues como hacen, yo creo que se vuelve un problema,(92) hay personas que le compran ropa, y dicen no es que no pero encuentro nada que me sirva y

entonces, a mi hasta me da pesar, porque o sea es como tanta la felicidad y, tanta cosas que hasta se sienten mal, si porque ellos como no encajan en tantas cosas, y yo lo digo porque es verdad, porque a veces pasa eso. Si es que yo tengo a mi abuelito que es muy gorda, y mi abuelita que pesar, ya no sabe que comprarse.

NOTAS:

#### 2.4.1.4. Fichas grupo de discusión No. 4.

Cuadro 13: ficha de contenido grupo de discusión No. 4

<b>GUIÓN</b> <b>Grupos de discusión No. 4</b>			
Código :	<b>R015-9 / G4PG</b>	Fecha:23Nov/11	R=Audio 15 –grado 9 G4= Grupo discusión No- 4 PG=Poses y Gestos
Unidad de análisis :	<b>Poses y Gestos</b>		
Coordinadora del grupo de discusión	Mercedes Ramos Olaya		
Título del proyecto	Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias		
Pregunta de investigación	¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?		
Grupo de discusión No. 4	Jóvenes entre 12 y 16 años de edad, del colegio: Institución Educativa Héctor Ángel Arcila del corregimiento de la Florida, Pereira.		
Tiempo	18 minutos		
<p><b>G4PG-E1-1:</b> Por ejemplo, ella se tomo la foto así, de espaldas, para promocionar el pantalón, y para que se vea que es levanta cola, <u>se ve sexy, tiene buen cuerpo.</u> (1) En la foto de Silvana Jean, <u>la cara esta atractiva,</u>(2) está en una buena parte y <u>no esta posando tan exageradamente.</u> (3)</p> <p><b>G4PG-E2-1:</b> En esta foto se ve que <u>la modelo tiene un cuerpo muy bacano,</u>(4) esta promocionando como una cerveza, <u>demasiado extrovertida,</u>(5) y <u>lo que más les llama la atención a los hombres y a las está mostrando mucho, muchísimo y más la parte de atrás, la cola,</u>(6) que es mujeres también jajaja, uno ve una vieja en una revista o algo y dice esta vieja está buenísima, jajaja.</p> <p><b>G4PG-E3-1:</b> Como por ejemplo, esta pareja acá,</p>			

**G4PG-E2-2:** Y uno voltea a mirar y dice, esta vieja tiene cuerpo bonito.(7)

**G4PG-E4-1:** Y más que todo la cerveza es como victorian los hombres, por eso la mezclan, mujeres con cerveza y mostrando la cola más, más sexy, (8)

**G4PG-E3-2:** Y parece que ninguno le diera pena, porque no,... yo digo que si yo tuviera un cuerpo así... uufff (9)

**G4PG-E5-1:** Pues a esa muchacha que le va a dar pena si no está mostrando la cara, ni nada. (10)

**G4PG-E3-3:** Pero igual el que se la tomó

**G4PG-E2-3:** Ahhhh, pero para algo nacieron, para ser modelos. (11)

**G4PG-E1-2:** Esta... no, está bien, mostrando un poco su pechonalidad, pero no está bien, la ropa que lucen está bien, por algo está ahí, tiene ese cuerpo tan lindo que.... (12)

**G4PG-E1-3:** Noooo vea este hombre, no le parece que es mucha explicación para lo que...

**G4PG-E5-2:** Sin brasieeres esa muchacha, la gente hay, tan guisa. (13)

**G4PG-E1-4:** Es algo tentador, yo no sé las mujeres que piensan,... a ver.

**G4PG-E4-2:** Aquí ahí Dios mío, si no fuera por ese bolso...

**G4PG-E5-2:** Noooo, pero no está como tan mostrona, (14) esta promocionado bolsos, pero no está como tan mostrona.

**G4PG-E1-4:** Pero se sabe, se sabe, pues que solo está tapando ahí al frente.(15)

**G4PG-E2-4:** será que no les da pena de los que le están tomando fotos? (16)

**G4PG-E4-3:** Nooo. Yo no creo...

**G4PG-E1-5:** No, pues si uno sabe que esta bonito, y que pues, esta arregladito, esta peinadito... pues

**G4PG-E3-4:** Pero igual ellas para tomarse fotos empelotas, así desnudas, ellas se toman primero unos tragos como para desviar... la atención...(17)

**G4PG-E2-5:** No solamente tragos, agua, cualquier líquido... o pueden consumir otra clase de cosas (18) como para desviar la mente.

**G4PG-E3-5:** En el tour de Lour ( averiguar en la valla), todas mostrando la cola todas la utilizan para poder vender (19) cosas, ¿Pero por qué siempre tiene que utilizar a la mujer.(20)

**G4PG-E4-4:** a la mujer y mostrando (21)

**G4PG-E1-6:** Trata mal a la gente, trata mal a las personas.

**G4PG-E5-3:** Pues si por eso es que para editar publicidad hay más modelos para mujeres que para hombres. (22)

**G4PG-E1-7:** Y además como va a mostrar a una viejita le van a poner un jean de esos ahí.... Jajajaja, no le quedaría bien.

**G4PG-E3-6:** Será que para esos nacimos, para mostrar? ¿Qué opinan? (23)

**G4PG-E5-4:** No No,... mostrar uno todooooo.... (24)

**G4PG-E1-8:** igual, dígame de esas personas así, digamos las que no viven de sexo, las mujeres. (25)

**G4PG-E3-7:** Pero es que también hay muchos trabajos...(26)

**G4PG-E1-8:** pero uno lo hace porque le gusta, y después de que uno tenga un cuerpo así como esas viejas que más... (27)

**G4PG-E2-6:** No necesita más nada.(refiriéndose al cuerpo) (28)

**G4PG-E1-9:** Esas viejas posan re-bacano, (29) esas viejas no les parece. . Y ese man con esos cuadros.

**G4PG-E3-8:** Y sabe que es lo curioso que a todas les lucen los jeans...(30) a todas

**G4PG-E5-5:** Ah... por eso las escogen, porque tiene buen cuerpo.(31)

**G4PG-E4-5:** Pero muchas veces, lo que tienen no es.... Es postizo, no es de ellas. (32)

**G4PG-E5-6:** Ahhh, obvio por esos que son tan lidas, son mero plástico, mero maquillaje, la cámara cubre todo, ella es la modelo. (33)

**G4PG-E1-10:** Ella aparece casi en todas las portadas así, pues en la boutiques, así promocionando el jean, pero sin blusa,(34)

pero igual ellas me parece que se colocan algo en los senos, para que el que le esté tomando la foto no se vea.

**G4PG-E2-7:** Y todas tiene una cinturaaa diviina (35)

**G4PG-E1-11:** y no solamente cintura. La ropa, las poses, como las maquillannn...

**G4PG-E5-7:** Mucha de las ropas que ellas promocionan son muy bonitas,(37) y a uno le llama la atención y le provoca ir, porque algunos jeans horman muy bien en el cueeeerpo, le ayuda a levantar la cola para las que no tengan...

**G4PG-E1-12:** Y el peinado hay muchas que salen con peinados así travestidos muy bonitos. Bien. Muchas veces también, ellas dejan de comer para poder tener ese cuerpo (38) así, por ejemplo vean ahí, ella es anoréxica, pues tiene un cuerpo bacano (39) y hace unas poses rebien (40) pa' que

**G4PG-E5-8:** Que se gana con tener un cuerpo bonito y todo sabiendo que puede estar uno enfermo,(41) o algo,... por darle gusto a los demás, para que lo vean a uno. (42)

**G4PG-E1-13:** Ella dice que ella lo hace porque la hace ver bonita.(43) Que vanidad. Pero es que uno que se va a perder un sandwich, una hamburguesa, solamente por posar ahí, noooo, no aguanta.

**G4PG-E1-14:** Las poses, parecen como figuras geométricas, jajajaja todas redondas. (44)

**G4PG-E3-9:** Los hombres que tampoco se quedan atrás

**G4PG-E5-9:** Pero mire que casi no hay publicidad de hombres, casi la mayoría son de mujeres (45)

**G4PG-E4-6:** Los bóxerrrr... también promocionan mucho lo que son las camisetas, los zapatooss.

**G4PG-E2-8:** O sea si uno ve un jean de esos que ellas tienen puestos, ay que rico tener ese jean,(46) o muchas veces también lo ponen así con esos culotes para que uno piense que así le va a quedar a uno. (47) que levanta cola, que yo no sé qué y muchas veces ay que yo quiero uno de esos y es ahí a donde va y lo compra y no le queda bien, obvio que le va a quedar igual.(48)

**G4PG-E1-15:** Hay esta la cosa, ellas promocionan, pero porque ellas tienen con que exhibir, como para el cuerpo de ellas, (49) en cambio uno piensa ay si esta bonito, pero pa' que si uno no tiene el cuerpo de ellas. (50)

**G4PG-E3-10:** Pero la ropa que se compra, hay veces, hay de vez en cuando, que le queda a uno bien. (51)

**G4PG-E1-16:** A.. no igual cuando usted va a comprar algo así de eso, pues así sean jean, bueno lo que se vea en esas vallas, pues usted va a comprar algo que le sirva a usted.

**G4PG-E4-7:** las mujeres para poder verse bonitas, la belleza cuesta, hay que llevar una rutina muy dura,(52) ellas con el mínimo descuido empiezan a perder la figura y yaaa, igual mientras uno tiene fama todo está bien, sea pues que usted tengan el mínimo descuido con su cuerpo o con su personalidad y yaaa ahí termina todo.

**G4PG-E3-11:** Eso es fijo, es fijo, que se dañan, se delinean

**G4PG-E5-10:** Muchas de las que están en vestido de baño, y todo eso, lo hacen

como para llamar la atención (53) como para irse uno a un viaje, un paseo.

**G4PG-E2-9:** muchas veces también, todas las imágenes llaman como al sexo, todas son como llamativas a eso, casi todas. (54)

**G4PG-E4-8:** Masturban mucho a los hombres(55) jajajaja, por ejemplo mire, mire. Que va a pensar un hombre ahí.... U y que rico veaa... esa vieja como esta de buenaaa..., esta hermosa, eso es tentador, (56) esa imagen es tentadora.

**G4PG-E3-12:** A nosotras nos gustaría ser modelos. (57) porque no, cierto...

**G4PG-E1-17:** Con un cuerpo así, un pelo así y una cara así... o sea tener tanta belleza... (58)

**G4PG-E4-9:** Si y no tanto como ser modelo, sino ser así, tener ese físico.(59)

**G4PG-E2-10:** Para todo lo que ellas tienen necesitan dinero. (60)

**G4PG-E5-11:** No es que uno tiene que tener dinero, si su mamá es una modelo o algo, imagínese que la hija también quiera ser modelo, entonces que...

**G4PG-E1-18:** Por eso tiene que tener dinero,(61) pues...si no tiene, tiene que buscar a los narcotraficantes...(62)

**G4PG-E3-13:** Las modelos que salen ahí, es porque casi todas tienen plata, tienen gente que las ayuda. (63)

**G4PG-E5-12:** Muchas de ellas dejan a toda la familia para irse por eso (64)

**G4PG-E3-14:** Algunas familias casi no las apoyan porque salen a exhibir su cuerpo ahí... (65)

**G4PG-E2-11:** Pero bueno, las familias más que todo están ahí, pero en cambio ellas casi no tienen un novioooo... estable. (66) O el novio tiene que ser cantante, tiene que ser también modelo o algo para poder ser... lo que ellas quieren y que las apoyen.

**G4PG-E1-19:** Buscan a alguien que este al nivel de ellas

**G4PG-E1-20:** Pero hay familias que se interponen mucho (67) en eso, por ejemplo religiones, hay mujeres por ejemplo evangélicas que tienen buen cuerpo, pero que la familia se impone mucho en eso, pues son mujeres a las que no les puede gustar la religión en la que ellas están, quieren estar en otra cosa, pero la familia se impone.

**G4PG-E2-12:** También por ejemplo aquí, expresan como libertad, como si estuvieran felices, libres... (68)

**G4PG-E1-21:** Se sienten vivas. (69)

**G4PG-E2-13:** No, pero no en sí ellas, sino lo que quieren mostrar, sintiéndose libres, (70) como para que uno diga, aaaa esa ropa interior debe ser cómoda, entonces

por eso la cara de ella, es parecido a la libertad,(71) muchas de ellas no les da pena, como no hay no que pesar salir, que dirá la gente, que no sé qué, si me entiende, en cambio hay mujeres que si les da pena y no salen, lo tienen todo pero no, no salen, pero la mayoría si, puro relajo, hay muchas que se acostumbran. (72)

**G4PG-E5-13:** Es que es muy diferente salir así a salir desnudas, eso si eso ya ellas nunca lo van a hacer, nunca no, pero como para publicidad, obvio que no, eso no está permitido.

**G4PG-E1-22:** Casi nunca salen desnudas siempre se tapan con los avisos, (73) con el pelo.

**G4PG-E1-23:** Entonces que es lo que están mostrando ahí, prácticamente nada, uno como que se escandaliza, eso es más escándalo de uno,(74 pensándolo bien, porque ellas a la final que están mostrando.

**G4PG-E1-24:** es como si lo ven a uno en vestido de baño, siii es lo mismo.

**G4PG-E2-14:** A la final que están mostrando.... Nada, puro escándalo. (75)

**G4PG-E3-15:** Muchas se tiene que cuidar el cuerpo,(76) por ejemplo en la forma en que comen, tiene que comer casi siempre verduras, no fritos, todo light y como decían antes, se vuelven anoréxicas, prácticamente por cuidarse la figura. (77)

**G4PG-E2-15:** Muchas van a gimnasios a hacer ejercicios para no pasarse de peso, para tener una figura esbelta.(78)

**G4PG-E1-25:** Pero a mí me parece que pertenecer a ese mundo, pues el mundo de la fama, las cámaras, la moda, es difícil, si porque uno tiene que dejar muchas cosas, la privacidad, (79) uno tiene que someterse, las demás personas ya lo conocen a uno por medio de lo que uno hace, lo que ellas muestran, lo distinguen, muchas veces toman eso como...

**G4PG-E4-10:** Muchas personas por envidia, les mandar tirar ácidos en la cara,(80) se han conocido muchos casos, como por ejemplo la reina, ella tenía una cara muy bonita, y siempre le tiran esas cosas para dañarles la cara.

**G4PG-E5-14:** Hay mujeres que ya tiene la cara como sensual, toda sexy.(81)

**G4PG-E1-26:** -Mujeres que salen con rostros tan lindos, (82) que bueno. Mujeres que salen con rostros tan lindos, como que desde el vientre ya saben que van a ser, desde bebés ya las empiezan a publicar, a pero es más que todos los famosos.

**G4PG-E3-16:** No. Pero vea el factor Xs, esas niñas tan chiquiticas, ya con esa fama, ese talento.(83)

**G4PG-E4-11:** Y como hablan ya, que hay que mi ropa tan bonita, y ya desde niñas ya empiezan a cuidarse. (84)

**G4PG-E5-15:** Hay un programa que se llama disque princesitas, son divinas, y todo lo que se hacen, y ya van creciendo, van creciendo con ese pensamiento de que van a ser mejores, (85) que se van a cuidar en todo, y además si tiene el apoyo de la mamá, de una...

**G4PG-E3-17:** Y ya las empiezan a reconocer varios tipos de televisión, y ya las empiezan a llamar que para contratos, vallas...

**G4PG-E4-12:** Y más que ellas son tan extrovertidas, (86) que no les da pena, desde chiquiticas tienen ese pensamiento hacia lo que quieren que ya nada les importa.

**G4PG-E3-18:** Y muchas de ellas ya empiezan a salir que en comerciales y les empieza a gustar eso, (87) o sea lo que a ellas les gusta, y ya.

**G4PG-E1-27:** En pocas palabras la mujer sirve para todo, o sea nosotras las mujeres nacimos para todo, (88) más inteligentes que los hombres, tenemos algo que los hombres no tienen, el sexto sentido, jajajaja y nosotros antes de hacer algo, lo pensamos, somos más inteligentes para todo, o sea pero no todas, porque uno también tiene sus fallitas, como también hay otras mujeres que no se quieren, porque esto y porque lo otro, y se les baja la autoestima y no salen adelante, hay muchachas también que tiene cosas bonitas, pero nunca no salen a la luz para mostrar, la mujer da mucho de qué hablar, (89) pero también tiene los mismos derechos que los hombres y pues el hombre también ha salido en cosas así ha posado bien.

NOTAS: Algunas palabras se escriben como las pronuncian las estudiantes.

## 2.4.1.5. Ficha grupo de discusión No. 5

Cuadro 14: ficha de contenido grupo de discusión No. 5

<b>GUIÓN</b> <b>Grupos de discusión No. 5</b>			
<b>Código</b>	<b>R013-6 / G5AM</b>	Fecha:22 Nov/2011	R=Audio 13 –grado 6 G5= Grupo discusión No- 5 AM= (Accesorios y Moda) Poses y gestos
Unidad de análisis :	<b>Poses y Gestos</b>		
Coordinadora del grupo de discusión	Mercedes Ramos Olaya		
Título del proyecto	Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias		
Pregunta de investigación	¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?		
<p><b>G5PG-E1-1-</b> ¿Qué consecuencias tiene el ser modelos?</p> <p><b>G5PG-E2-1:</b> El peligro</p> <p><b>G5PG-E3-1:</b> si porque a veces hay gente que se <u>aprovechan de las modelos y las prostituyen. (1)</u></p> <p><b>G5PG-E1-2:</b> <u>Hay modelos que no estudian(2) pero como hacen para ser modelos?</u></p> <p><b>G5PG-E4-1:</b> <u>Por el cuerpo y la cara (3)</u></p> <p><b>G5PG-E2-2:</b> No... las hacen cambiar por... <u>así sean personas de bajo nivel, las suben a ser más bonitas. (4) pa mi es así.</u></p> <p><b>G5PG-E4-2:</b> Pero de aquí quien sería capaz de mostrar el cuerpo como lo muestran ellas, por ejemplo <u>en las revistas que salen totalmente desnudas,(5) sin nada, nada, nada.</u></p> <p><b>G5PG-E1-3:</b> porque a veces, que <u>si, por ejemplo como Marbell, que es una cantante, y... se muestra en un video de porno (6)</u></p> <p><b>G5PG-E1-4:</b> Quien le toma las fotos a la modelo, un hombre o una mujer?</p> <p><b>G5PG-E3-2:</b> Un hombre, <u>Pero a veces los fotógrafos no se ponen a tomar las fotos sino a hacer otra cosa con las cámaras.(7)</u></p> <p><b>G5PG-E5-1:</b> <u>a morbosiarrrr (8)</u></p> <p><b>G5PG-E5-2:</b> Esta <u>modelo está en una pose sensual,(9) y se está mirando al espejo.</u></p>			

**G5PG-E1-5:** Por qué las modelos se desnudan ante las cámaras, para ganar plata. (10)

**G5PG-E3-3:** No que, desnudarse y que le vean el cuerpo. (11)

**G5PG-E2-3:** hay unas que en las propagandas salen una tapándose muy poquito.(12)

**G5PG-E1-6\*-** pero es hay algunas salen a veces sin ropa.(13)

**G5PG-E6-1:** para mí eso es una falta de respeto para el cuerpo, (14) porque uno exhibirse, (15) supone que lo de uno es de uno, no de los demás (16) también.

**G5PG-E3-4:** por ejemplo, a mi me gusta mucho el vestuario (17) de esta de aquí, porque no está exhibiendo mucho el cuerpo. (18)

**G5PG-E1-5:** A esta se le ven las nalgas. (19)

**G5PG-E2-3:** esta, esta vestida como para entrar a una discoteca.(20)

**G5PG-E5-3:** Esta tiene una pose muy sensual y esta semidesnuda. (21)

**G5PG-E1-6:** Pero no muestra el cuerpo como lo muestran otras (22)

**G5PG-E2-4:** esta está mostrando el ombligo, (23) pero no esta mostrando nada. El ombligo

**G5PG-E1-7:** que muestran señoras casi desnudas, (24) sabiendo que los niños también se pueden pervertir (25)

**G5PG-E-6-2:** Esta bien ser modelo,(26) pero tampoco así, pero tampoco para exhibirse así.(27)

**G5PG-E2-5:** A veces también en los cuadernos aparecen semi desnudas y los muchachos del colegio empiezan a morbosiiiiar (28) con otros, en el colegio.

**G5PG-E1-8:** ser modelo debe ser bueno, (29) cuando salen en Facebook por ejemplo, yo me vi caso cerrado y había una señora que había mucha gente, había muchos hombres alrededor, y entonces la señora se hizo caer las llaves y se hizo así (agacharse), para que le tomaran una foto y el señor le tomo la foto y la subió al Facebook y después la señora fue a denunciarlo.

**G5PG-E3-5:** pero quién tuvo la culpa, quién tuvo la culpa?

**G5PG-E6-3:** Pues la señora tumbo las llaves a propósito, quería que la moábosiarán.(30)

**G5PG-E1-9:** Ella quería que la vieran, (31) entonces el señor subió la foto por el Facebook, entonces, la señora denunció al señor.

**G5PG-E5-3:** Esta señora tiene el cuerpo muy lindo,(32) y está muy tapada. (33)Será que se mandó a operar?(34)

**G5PG-E6-3:** Sí, casi todas las modelos tienen más de dos operaciones, (36) Amparo Grisales, pero no es modelo, pero si debió ser operada, (37) porque para ser tan joven y tener 54 años?

**G5PG-E2-6:** y... ella también es presentadora, y así también es Marbell. Marbell sale desnuda del todo (38) en un video de fotos, además todos los tatuajes que tiene.

**G5PG-E3-6:** Esta tiene una blusa,... esta casi desnuda. (39 )

**G5PG-E5-4:** Acá esta, está patiabierta, esta... desnuda. (40)

**G5PG-E2-7:** y tiene una pose muy sensual, sensual y... una pose fea (41)

**G5PG-E6-4:** A mí me gustaría ser modelo, pero no exhibirme de esa manera.(42)

**G5PG-E2-8:** Y es que hay gente que... los mismos, los mismos diseñadores eligen la ropa y exigen la pose y ya se sobrepasan. (43)

**G5PG-E1-10:** Quien se gana más plata,(44) ¿la modelo o el diseñador?, los dooooo, yo no creo porque...

**G5PG-E1-11:** Noooo, pero los diseñadores ganan más que las modelos.(45)

**G5PG-E5-5:** la modelo porque es la que está mostrando las partes privadas del cuerpo. (46)

**G5PG-E1-12:** Pero yo creo que los diseñadores gana más

**G5PG-E2-9:** Yo opino que ellas se exhiben mucho con su cuerpo...(47)

**G5PG-E1-13:** Yo opino que el cuerpo de nosotros debe ser privado,(48) y que nadie lo debería ver, aunque sea por plata. (49)

**G5PG-E5-6:** yo opino que para algo hicieron la ropa, para que nos cubriéramos y ya...., pero ya no nos cubrimos con nada. (50)

**G5PG-E2-10:** O sea uno si es de ponerse de vez en cuando un escote, (51) pero tampoco así de cómo de mostrar las nalgas, con esas falditas que ya casi se le ven las nalgas. (52)

**G5PG-E5-7:** El cuerpo es de uno y no de los demás (53)

**G5PG-E3-7:** El cuerpo no se le debe mostrar a todo el mundo... eso da para mucho. (54)

**G5PG-E1-14:** Solo es de uno o de la pareja cuando lo comparte... pues sí...

**G5PG-E1-14\*** Pues es que mire, tampoco vestirse como esas evangélicas (56) que se ponen esas batas como hasta el tobillo, sino normal, con jean apretados...(57)

**G5PG-E6-5:** O hay muchachas que mantienen a la moda o sea que si un día de estos sale entonces la moda de no usar ropa, entonces no usan nada.(58)

**G5PG-E5-8:** pero es que las modelos de hoy en día se creen mucho,(59) la última coca-cola del desierto. Y al final no salen con nada.

**G5PG-E3-8:** Somos más modelos nosotras que no mostramos nada a ellas que todo lo muestran. (60)

**G5PG-E6-5:** Uno por plata no debería venderse. (61)

**G5PG-E6-6:** No, eso si no es excusa porque uno no vende el cuerpo. (62)

**G5PG-E1-15:** La plata no lo es todo en el mundo, la plata se gana pero no mostrando sus partes intimas. (63)

**G5PG-E2-10:** La plata se gana trabajando y esforzándose.(64)

**G5PG-E3-8:** Algunas modelos dicen que la plata lo es todo en el mundo,(65) y la plata no lo es, la plata no compra la felicidad.(66)

**G5PG-E1-16:** Ni tampoco el amor que corresponde a la pareja.(67)

**G5PG-E6-7:** Por ejemplo una pareja que hace mucho estánnn, bueno se aman, cierto, cuando se termina la relación, dicen que la muchacha o el muchacho se matan porque el amor lo es todo, nooooo.

**G5PG-E3-9:** O se van por allá a prostituirse.(68)

**G5PG-E1-17:** Ni el amor, ni el dinero es todo en el mundo. (69)

**G5PG-E6-8:** El amor siiii, el amor si, porque usted sin amor no puede vivir,(70) porque usted que sería, sin alguien que lo quiera, sin alguien que lo aprecie.

**G5PG-E 2-11:** y... la familiaaa.

**G5PG-E1-18:** Pues el vivirlo, si, pero que tampoco de matarse por él.(71)

**G5PG-E6-9:** O hay niñas que no se quieren prostituir ni nada y llegan y las violan y ellas desde allí, dicen que las vida se les desgracio y van a prostituirse por sí solas.(72)

**G5PG-E2-12:** Pues si... hay gente que destruyen las vidas de las niñas y dicen que ya para que van a cuidar lo que tienen si ya se lo han...quitado.(73)

**G5PG-E1-19:** Definitivamente las modelos no deben exhibir su cuerpo por dinero (74)

**G5PG-E3-10:** Como esos videos que muestran, esas cosas por la calle que son puras mujeres desnudas,...porno.(75)

**G5PG-E1-20:** yo creo que las modelos deberían respetarse un poquitico más... como si fueran mujeres. (76)

**G5PG-E3-11:** Si porque ellas quieren ser famosas,(77) pero no pueden con eso de exhibirse.(78)

**G5PG-E5-9:** Es tanta la fama que llegan a cualquier límite con tal de tener fama, y que todo el mundo las admire, (79).... Como Jessica Sediel y Laura Acuña.

**G5PG-E2-13:** Jessica Sediel se exhibe mucho.(80)

**G5PG-E5-9:** pero ellas también han hecho películas de porno,(81) porque mi papa tiene.

**G5PG-E2-14:** Su papaaaaa....

**G5PG-E1-20:** No pues a que hombre no le gusta eso. (82)

**G5PG-E5-9.:** Por ejemplo cuando estamos en clase de tecnología, que los primeros que se hacen adelante son los hombres, porque son unos guaches ahí, y entran no más a prender un computador para ver cosas de porno.(83)

**G5PG-E3-12:** ...y... eso se le colocan esos ojos cuadrados y se quedan ahí como chorriando la baba.

## 2.4.1.6. Ficha grupo de discusión No. 6

Cuadro 15: Ficha de contenido grupo de discusión No. 6

<b>GUIÓN</b> <b>Grupos de discusión No. 6</b>			
<b>Código :</b>	<b>R017-11 / G6AM</b>	Fecha:25 Noviembre/11	R=Audio 17 –grado 11 G6= Grupo discusión No- 6 AM= Accesorios y Moda
Unidad de análisis :	<b>Accesorios y Moda</b>		
Coordinadora del grupo de discusión	Mercedes Ramos Olaya		
Título del proyecto	Imaginarios culturales de la mujer desde las vallas publicitarias		
Pregunta de investigación	¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?		
Grupo de discusión No. 6	Jóvenes entre 12 y 16 años de edad, del colegio: Institución Educativa Héctor Ángel Arcila del corregimiento de la Florida, Pereira.		
Tiempo	18 minutos		
<p><b>G6AM-E1-1:</b> Bueno lo que podemos notar acá en todos los accesorios y la moda que tienen todas esas modelos, es que o sea, <u>casi todas muestran, pues como no sé, alguna parte de su cuerpo</u> (1) descubierta o así, siempre lo que vemos acá en la foto de la modelos que está ahí, <u>siempre es lo que queremos nosotras usar,(2)</u> entonces siempre que sale alguien, con no sé, algo raro entonces ya lo queremos usar porque esa modelo lo tiene.</p> <p><b>G6AM-E2-1:</b> Siempre <u>son modas atrevidas(3)</u>, <u>siempre como intentando mostrar su cuerpo. (4)</u></p> <p><b>G6AM-E3-1:</b> Siempre <u>se ven como muy ligeras de ropa</u> (5) en algunas...</p> <p><b>G6AM-E1-1(2):</b> <u>Insinúan mucho, muestran mucho sus partes íntimas (6)</u> ...jajajaja</p> <p><b>G6AM-E1-2:</b> Pues sí, por ejemplo podemos notar, pues por ejemplo, o sea para mí hay algunas cosas que definitivamente se pone una vieja, que uno definitivamente dice, que se va a poner eso, no, hay que <u>mostrarse como a uno le da la gana.(7)</u></p> <p><b>G6AM-E4-1:</b> No y los colores son muy innovadores, que son <u>hacen incitar a comprar esos accesorios, muy llamativos,(8)</u> colores tigras</p> <p><b>G6AM-E3-2:</b> Y muy llamativos que nos hacen incitar a comprar estos accesorios.</p>			

**G6AM-E1-3:** un ejemplo claro de que siempre queremos usar lo que vemos en alguna mujer bonita, (9) es por ejemplo los colores encendidos que están viniendo ahora, como el zapote, el verde, así fosforescentes, que ya todo, salió alguien con eso y ya todos se lo ponen.

**G6AM-E2-2:** y siempre las vemos con tacones (10) súper altos.

**G6AM-E3-3:** Y ya se ven más altas, más elásticas...(11)

**G6AM-E5-1:** y además siempre tienen el cabello hermoso, divino, siempre se ven bien, (12) no.

**G6AM-E1-4:** Pues por ejemplo vemos en una foto que están promocionando ropa interior, pero entonces, se ponen como un buzo ya así, suelto del totazo. Si, si

**G6AM-E3-4:** esta como mostrando bien sus escotes, (13) jajajaja, y elegancia, les horma muy bonito, igual se ve muy bonito, pues es algo obvio, porque son modelos. (14)

**G6AM-E1-5:** Lo que quiero decir es que siempre están mostrando, como no sé.(15)

**G6AM-E3-5:** Siempre usan ropa muy insinuante y llamativa que se les ve muy bonita. (16)

**G6AM-E6-1:** pero vea que eso no solo lo compran las mujeres, por ejemplo si algún hombre ve a una modelo así, va a querer que la novia (17)

**G6AM-E3-6:** Ellos siempre tratan de comparar...(18)

**G6AM-E1-6:** Claro y entonces eso siempre va a crear un trauma en nosotras, (19) porque nosotras, si el novio no nos quiere porque no somos igual a una modelo, entonces...

**G6AM-E6-2:** es que ellos les compran la ropa para que las novias se vean igual a ellas,(20) pero la verdad que no se ven igual, porque tenemos cuerpos un poquito más feitos.(21)

**G6AM-E1-7:** Siiii, defectos tiene todo el mundo, pero a esas modelos ni se les ve ni uno. (22)

**G6AM-E2-3:** Si pero igual a todas esas modelos a todas las arreglan por photoshop.(23)

**G6AM-E3-7:** Claro a todas, no solo algunas a todas.

**G6AM-E2-4:** Elas no son perfectas, pero igual se ven hermosas.(24)

**G6AM-E1-8:** No son perfectas, pero se ven perfectas, se ven hermosas (25)

**G6AM-E1-9:** Claro que no, no todas las modas son atrevidas,(26) como por ejemplo, si hay algunas que se ven muy bien, y que o sea la moda se ve muy bien en otras personas.

**G6AM-E1-10:** Por ejemplo podemos ver que en los accesorios ellas siempre llevan manillas grandes, aritos grandes, accesorios grandes, como para adornar lo que están mostrando(27)

**G6AM-E2-5:** como para complementar el vestuario, usan carteras como muy llamativas, pero muy bonitas, usan gafas, bufandas, collares, y se ven muy bien.(28)

**G6AM-E1-11:** es que las adornan o sea como para que el producto que están publicando y todo se vea más bonito, uno lo vea más atractivo.(29)

**G6AM-E6-3:** Las modelos de todas las fotos tienen pulseras (30) súper grandes.

**G6AM-E3-8:** Y es que ellos para poder comercializar las tienen que poner así, todo más llamativo para que uno se sienta más atraído. (31)

**G6AM-E1-12:** Pues si, por ejemplo vemos unas con sombrerito, o sea están promocionando un jean, y la verdad lo que se ve del jean es realmente un pedacito muy chiquito, se ven manillas, sombrero, las blusas, pero el jean casi no se ve y es que uno no solamente mira la ropa sino el conjunto.(32)

**G6AM-E1-13:** lo mismo en otra foto que vemos, siempre muestran su blusita cortica, o sea lo distraen, por ejemplo si va a ir un hombre a comprar el jean se distrae viendo a la mujer porque tiene una blusita cortica, un escote perfecto, un escote profundo,(33) bastante profundo, y el jean casi no lo muestran, no. No.

**G6AM-E2-6:** Y casi siempre con el cabello suelto, (34) como... tan definido su cabello, cero friz.

**G6AM-E3-9:** No, mira que casi ninguna de las que promocionan algo así, esta así como con el cabello recogido, siempre con el cabello suelto. (35) Algo que es imposible para nosotras,(36) y se ve muy bonito,(37) pero para nosotras es un poco difícil arreglarlo así.(38)

**G6AM-E1-14:** Un poco, yo diría que bastante, es muy costoso, (39) bastante.

**G6AM-E5-2:** y uno con la ropa cuando la compra, intenta verse como ellas, (40) pero es bastante difícil porque no tenemos lo mismo que ellas (41) jajajaja, no tiene los mismos atributos que ellas, no los tiene, por más de que lo intente no los tiene.

**G6AM-E2-6:** Pero mire que en estas los zapatos también influyen mucho, casi todas las vemos con tacones, y sandalias, y siempre combinan con la ropa.(42)

**G6AM-E1-15:** Pero mire que casi siempre las ponen con cadenas, collares así grandes y brillantes muy llamativos (43) y unos aros también súper grandes.

**G6AM-E6-3:** Pero mire que está casi no se ve con un cuerpo tan escultural, no. No

se ve toda gorda, se hasta barrigona, y todo, pero es que comparen con esta se ve más gorda.

**G6AM-E1.16:** Pero miren a esta que está promocionando el bolso, a donde le ponen ese bolso, ¿como para que le ponen ese bolso ahí,...?

**G6AM-E6-4:** para hacerlo más llamativo

**G6AM-E2-7:** Pero mire que casi no se nota que es lo que están ofreciendo. Yo creo que el bolso.

**G6AM-E3-10:** Y por qué la blusa a mitad del busto, yo no entiendo, casi mostrando todo.(44)

**G6AM-E2.8:** si le ponen la blusa a mitad del busto y qué eso que tiene que ver con el bolso. (45)

**G6AM-E5-3:** Por que pudiera mostrar el bolso de otra forma, colgado, siiii, bien, pero es que ellos no lo hacen para nosotras, ellos lo hacen para los hombres, (46) porque a nosotras que nos interesa que....

**G6AM-E3-11:** también las mujeres, para nosotras porque inconscientemente nosotras nos vamos a querernos ver así, como esa vieja. (47)

**G6AM-E6-5:** Pero es que nosotros no vamos a utilizar un bolso así, el bolso de taparrabo, para llevarlo acá (hombro), no para ponerlo así, nosotras tampoco nos vamos a quitar la ropa, ni a quitar la blusa, esos son los mensajes subliminales que trae la publicidad. (48)

**G6AM-E1-17:** Pues sí, porque yo no entiendo que caso tiene mostrar un jean y destaparse el busto, destaparse todo de ahí para arriba (49) si está promocionando es un jean.

**G6AM-E6-6:** Hay una imagen en que la mujer no tiene nada, o sea solo el jean y va, pero igual no está mostrando nada, está de espaldas, y además no utiliza ningún accesorio. Solo una pequeña manilla, (50) diferente a las otras que utilizan, cadenas....

**G6AM-E3-12:** Los accesorios los utilizan como complementos, no para el cuerpo, sino como contraste para el jean, como para complementar con el vestuario para que combinen...(52)

**G6AM-E1-18:** pues aunque las modelos siempre imponen moda nueva, (53) por ejemplo se ponen un jean verde y se ponen un manillas rojas, o sea, siempre uno va y se consigue lo que ellas tienen, entonces, por ejemplo una cartera, como le queda de bien con esa blusa, uno va y se compra la blusa y por ahí derecho la cartera porque se le ve bien con la blusa.

**G6AM-E6-7:** Si es necesario que lleven otros accesorios para que combine así como

ellas y esos hace parte de la publicidad, están promocionando un jean y por ahí derecho los accesorios. (54) La cartera, la blusas, etc.

**G6AM-E3-13:** A mí ya me paso, una vez un día yo iba a comprar, y compre todo lo que había visto, busque por todo el centro tratando de encontrar y lo encontré, pero si me entiende, uno siempre es buscando quedar igual que ellas. Como ellas se ven bien, uno también quiere verse bien.(55)

**G6AM-E6-8:** Se ven siempre insinuando, mostrando, sexy, con esa cara linda, (56) y decimos así vamos a quedar nosotros si usamos lo que ellas usan.(57).

**G6AM-E1-19:** Mire que esta está con un collar gigante, y está promocionando un jean, tiene un short y una pequeña blusa y un escote profundo, profundísimo y lo complementan con manillas grandes y gordas, y mire que siempre el cabello, siempre va bien arreglado, y el maquillaje, siempre se ven hermosas a toda hora .(58)

**G6AM-E5-4:** Es que cuando se ven mal arregladas, nunca, ellas siempre se ven hermosas, a toda hora....(59)

**G6AM-E1-20:** Pero se supone que así como las ponen, como recién levantas, en pijama, y son divinas, maquilladas, bien peinadas...(60)

**G6AM-E2-9:** En esta están mostrando de todo, (61) ropa, carteras, zapatos...

**G6AM-E3-14:** Los zapatos ya son un complemento, (62) porque no las van a poner a pie limpio tampoco, aunque hay algunas que las ponen descalzas...

**G6AM-E5-5:** Pero, nosotros decimos que en todas las fotos las modelos salen bien organizadas, pero aquí no, pero mire que los accesorios siempre están ahí, (63) parece que la foto esta ampliada... primera modelo fea, pero solo es la foto, la modelo es hermosa, (64) además mire ese pelo.

NOTAS:

Realizado el proceso de transcripción de las grabaciones de los grupos de discusión, a continuación se resaltan en cada una de ellas las ideas que se consideran principales o lo que afirman las estudiantes, con respecto al tema de discusión. Cada una de estas expresiones o ideas esta subrayada en cada una de las transcripciones de los grupos y se enumera al final de cada subrayado. Cada uno de estos números corresponde al número que aparece en la siguiente lista en donde se relaciona todas éstas ideas, desde el grupo de discusión número uno, hasta el grupo de discusión número seis.

## 2.5. Tríadas grupos de discusión.

**TRÍADAS GRUPOS DE DISCUSIÓN – 17 Marzo de 2011**

## 2.5.1. Tríadas grupo No. 1.

**TRÍADAS GRUPO DE DISCUSIÓN No 1**

GRADO NOVENO – CUERPO Y BELLEZA - REC07 - 8 NOV/2011

1. G1CB-E1 -Las mujeres están perdiendo su respeto
2. G1CBE-2- es muy normal
3. .... es un estilo libre
4. .... no esta exhibiendo ninguna parte de su cuerpo
5. .... es sexy
6. .... deja todo a la imaginación del que está viendo la imagen
7. G1CBE3- no tiene por qué exhibir su cuerpo tanto
8. .... sino decentemente.
9. G1CBE1-EI modelaje a veces va por la rama de la prostitución y la exhibición pública
10. G1CBE2- Las modelos de hoy en día cuidan mucho su cuerpo
11. .... Algunas mujeres todavía cuidan su dignidad
12. .... La carrera de modelaje es una carrera muy bonita
13. .... Exhiben todos los productos que salen a la venta
14. .... Hay muchas niñas que sueñan con ser modelos
15. G1CBE3-Algunas modelos perfectas por tener tallas perfectas
16. .... Pueden contraer enfermedades como la anorexia
17. .... Se hacen muchas cirugías para aparentar más de lo que no son
18. G1CBE5- Algunas mujeres quieren tener un cuerpo perfecto
19. ....Comienzan a tener desordenes alimenticios para poder lograr lo que quieren
20. G1CBE1- Para eso no se necesita un cuerpo bonito, sino también una dieta, una dieta balanceada y ejercicio
21. G1CBE6- Y no llenarse de cirugías
22. G1CBE4- las modelos no deberían fijarse tanto en su figura
23. .... Es mejor tener un cuerpo al natural y no así todo lleno de cirugías.
24. G1CBE1- Que lo más bonito de unas persona es la naturalidad
25. .... Solamente tener una buena actitud y una buena personalidad
26. G1CBE2- Están perdiendo su respeto

27. .... no se valoran
28. .... exhiben mucho su cuerpo sus partes íntimas
29. .... Deberían cuidarse porque el cuerpo es un templo
30. G1CBE5- Hay mujeres que piensan que por su belleza, por su cuerpo bonito, .....siempre van a obtener lo que quieren
31. .... van a tener dinero
32. .... lo que obtiene son malos comentarios, que las irrespeten.
33. G1CBE3- Tener un cuerpo lindo, una cara linda, eso no significa nada
34. .... es una mala persona que no es humilde
35. .... que no buena persona
36. .... solamente quieren las cosas materiales
37. .... es sus sentimientos, saber pensar las cosas, saber actuar.
38. G1CBE2- Hay mujeres que perdieron su respeto
39. ....Hay otras que se saben valorar y no muestran sus intimidades.
40. .... saben hasta que límite llegar en su carrera.
41. G1CBE1- Que de nada vale tener todo material y lo físico bonito, si por dentro .....no tienen nada de sentimiento
42. .... solamente piensan en el dinero y en verse bonitas a toda hora
43. .... sabiendo que aparentan algo que no son
44. G1CBE4- Muchas mujeres creen que las mujeres lo tienen todo
45. G1CBE3-En algunos casos las niñas son obligadas a ser modelos
46. .... querer llegar a ser una persona importante
47. G1CBE1-Las mujeres se quieren llenar de fama, de publicidad, de contratos.
48. .... se le olvida lo que importa, la personalidad
49. G1CBE4-Teniendo este sueño de ser modelos son engañadas y llevadas al.....exterior o en el mismo país para vender su cuerpo.
50. G1CBE2- Hay que pensar muy bien las cosas antes de hacerlas
51. ....Hay que ir por la publicidad de una forma segura y respetando nuestro cuerpo
52. G1CBE1- Que para ser modelo tiene que saberse expresar
53. .... saber qué es lo que quiere
54. G1CBE2- Saber que desnudarse ante una cámara no les va a ser valerse más .....como modelos, sino como objeto sexual
55. .... lo único que va a ser es Abrir comentarios malos ante las otras personas.
56. G1CBE4- les ofrecen más dinero empiezan a mostrar sus partes íntimas solo..... por... que venden hasta su propio cuerpo solo por obtener más dinero
57. .... el dinero no lo es todo.
58. G1CBE2-De que vale tener toda la plata del mundo, el cuerpo perfecto, la cara bonita, el pelo sedoso y brillante
59. ....personas solo te buscan para usarte como acto sexual, o para abrir .....más publicidad o para utilizar tus fotos, tu cara, tu cuerpo, tu rostro en cosas que uno, uno piensa que van, a... que son para eso las fotos que les toman.
60. G1CBE3- Hay veces modelos que se van por este camino solo por ayudarle a sus familias.

61. .... esta mujer tan fácil
62. G1CBE5- Hay veces modelos que se van por este camino solo por ayudarle a sus familias
63. ....por estar tan mal en sus casas se venden sin saber que hacer o hacen cosas que no pueden o que no debe
64. ....Se ven obligadas a prostituirse
65. G1CBE3 Niñas que son engañadas
66. ....las llevan a prostituirse y vender su cuerpo.
67. G1CBE4- Muchas mujeres para poder empezar esta carrera y poder tener un cuerpo perfecto, dejan de comer.
68. .... resultan con la enfermedad de la anorexia o también con la enfermedad de la bulimia.
69. G1S1E2- Hay de las mujeres que sueñan con ser modelos
70. .... Hacen cosas indebidas y olvidan su dignidad
71. .... Olvidan que tienen un cuerpo que hay que respetarlo
72. G1CBE6- Muchas mujeres están en la carrera del modelaje solo por el interés del dinero y muchas veces solo por la fama.
- 73 G1CBE4- Muchas mujeres creen que por estar luciendo ropa corta, minifalda, creen que van a atraer mucho la atención de los demás.
- 74..... lo único que hacen es que piensen mal, que piensan que es una Cualquier mujer
75. G1CBE6- Las mujeres que son así exhibicionistas si solamente despiertan malos comentarios.
- 76..... la van a ver como la fácil,
77. G1CBE1- Hay muchas niñas que desde pequeñas empiezan a mostrar su Cuerpo
78. ....exhibirse ante los demás a mostrar todas sus partes intimas
79. .... Van a hacer que se les acabe su dignidad, que les falten el respeto a toda hora
80. G1CBE2- Muchas mujeres se distorsionan y olvidan su lugar de origen, su humildad.
81. ....olvidan de donde provinieron, quien las ayudo a ser lo que son , se olvidan de su familia de las cosas buenas que le dieron,
82. .... Muchas personas están con ellas simplemente porque son famosas.
83. G1CBE4- Cuando consiguen dinero se olvidan de su pasado
84. G1CBE6- Muchas niñas desde pequeñas sueñan ser modelos
85. G1CBE4- Muchas mujeres creen que siendo prostitutas lo pueden conseguir todo en la vida
86. .... pueden contraer enfermedades que los pueden llevar hasta la muerte,
87. .... A veces están mujeres no piensan que cuando son prostitutas no saben con quién se están acostando, no les importa si tiene una enfermedad venérea no les importa si es viejo o si es joven, o sea, piensan, solo quieren su dinero
88. .... creen que con el dinero van a arreglar todos sus problemas,
89. .... creen que con eso van a tener una dignidad
90. .... creen que por ser prostitutas son muy dignas

91. ....o van a tener un vida mejor o van a ser aceptadas por la sociedad
92. .... sabiendo que son prostitutas, solo son tratadas como las prostitutas y esto solo se presta para burlas y para comentarios feos.
93. G1CBE2-También hay de las modelos, que tiene una carrera asegurada y por tener más dinero se meten con personas que tal vez no les conviene, como los narcotraficantes,
94. ....lo único que hacen es explotarlas y tenerlas nada mas como objeto de sexo y...
95. G1CBE1-...que hay que pensar bien las cosas antes de actuar
96. .... Por la ambición del dinero podemos tener muchos obstáculos en la vida.
97. .... lanzarnos como prostitutas es algo muy malo
98. .... pueden perder todo en la vida, por esa bobada, por esa cosas pueden perder a su familia a los seres queridos.
99. .... Hay personas que piensan que con el dinero lo tiene todo y solo ganan una enfermedad y una mala vida.

## 2.5.2. Tríadas grupo No. 2.

<b>TRÍADAS GRUPO DE DISCUSIÓN No. 2</b>
---

GRADO ONCE – TEMA: CUERPO Y BELLEZA REC09 - 8 NOV/2011

1. G2CBE1-1- se ven mujeres muy bonitas...
2. G2CBE1-2- tipo, o sea tipo mujer perfecta la mujer que todas quisiéramos ser...
3. G2CBE2-1- mujer que nos muestran pues la cola y... todo, que es perfecta
4. G2CBE2-1- lo que quieren es atraer a los hombres con el cuerpo que ellas tiene
5. G2CBE3-1- es una mujer muy voluptuosa
6. G2CBE1-2- algo muy importante es que, no sé por qué, pero siempre a las mujeres las cogen como... como objeto sexual
7. G2CBE 1-3- siempre las escogen es prácticamente como para promover supuestamente una marca
8. G2CBE1-3- el hombre no se va a comprar el carro porque... ay!! Porque es que el carro es muy lindo, sino que está pensando en que se puede conseguirse una misma mujer así
9. G2CBE2-2- fotos con doble sentido.
10. G2CBE2-3- si, muestran su cara bonita, pero nunca pues muestran algo o sea e... nunca vemos una mujer normal
11. G2CBE2-3- siempre utilizan la mujer como para publicidad, como para poder vender más productos...cualquier cosa que tengan que publicar siempre es con una mujer hermosa y todo, pero nunca normal.
12. G2CBE3-3- Aparte de los arreglos que le hace, el computador porque esas viejas no son perfectas.
13. G2CBE1-4- Nunca muestran a una mujer como verdaderamente es, sin retoques.
14. G2CBE1-4- uno nunca va a ver en una propaganda a una mujer fea
15. G2CBE1-4- uno en una propaganda siempre ve si son niñas, niñas lindas, si son mujeres, mujeres lindas, si son hombres, hombres lindos,
16. G2CBE1-4- nunca muestran una mujer gorda
17. G2CBE1-4- la publicidad, los medios de comunicación, nos venden siempre una mujer perfecta divina 90 60 90 como dicen, y no solamente eso también el prototipo a seguir
18. G2CBE1-4- la mujer por eso puede llegar a la anorexia
19. G2CBE1-4- el prototipo a uno hay... que tiene que ser flaca
20. G2CBE1-4- y si no es flaca no es exitosa y no es nada.
21. G2CBE3-4- y si no es sexy, no es nada Y nos hace sentir inferiores
22. G2CBE1-5- Y no logramos como alcanzar como esa meta de ser una top modelo una reina o una actriz una cantante,
23. G2CBE3-5- por no tener el cuerpo perfecto
24. G2CBE4-2- Pero es que buscamos la forma de llegar a tener esos cuerpos como las modelos y todas esas mujeres que nos muestran a diario en la publicidad y en la televisión.
25. G2CBE2-4- Creo que en muchos casos están creando como una confusión

- psicológica
26. G2CBE2-4- nosotros al ver a una mujer bonita en la televisión o algo, y todos miran es a esa y que hermosura, ay uno siempre quiere llegar a ser como ella.
  27. G2CBE2-4- no sé cirugía lo que sea que haya que hacer, pero como ella
  28. G2CBE5-1- Sin darse cuenta que es un peligro, se someten a cirugías
  29. G2CBE5-1- muchas mujeres para tener a este cuerpo se someten a cirugías.
  30. G2CBE5-1- toman en riesgo la vida, con tal de ser esas mujeres que ven ahí en la publicidad.
  31. G2CBE 6-1- Cuantas mujeres no han muerto en estas cirugías
  32. G2CBE1-6- y obviamente todo por vanidad
  33. G2CBE1-6- yo digo que las mostraran tal y como son
  34. G2CBE1-6- siempre recurren recurren aaaaah. Recurren al bisturí como dicen, y así tampoco son las cosas
  35. G2CBE1-6- esto lo que hace, como decía mi compañera, es meterle un problema psicológico
  36. G2CBE1-6- uno al no poder alcanzar a ser como ellas uno se frustra y no solamente emm.... físicamente sino también como personas como ser humano.
  37. G2CBE1-6- ahí es cuando uno llega a la depresión y a la anorexia
  38. G2CBE1-6- . difícilmente uno puede salir de eso, si no tiene un acompañamiento de la familia o psicológica.
  39. G2CBE6-2- uno cree por ejemplo que todas estas viejas son, todas estas mujeres son exitosas que les va muy bien y todo.
  40. G2CBE 6-2- cuantas no se han matado
  41. G2CBE6-2- no esto no es como lo pintan, esto no es una maravilla
  42. G2CBE 6-2- entran en un desorden pues que se las lleva a la frustración.
  43. G2CBE 2-5- Si eso es lo malo que siempre nos están mostrando
  44. G2CBE2-5- aparte de mostrarnos una mujer perfecta en una revista o en la televisión siempre nos muestran esa vida como algo perfecto.
  - 45- G2CBE 2-5- nunca muestran o malo que a veces hay disgustos
  - 46- G2CBE 2-5- hay hombres, que para tener una mujer, si ella no quiere estar van y las matan
  47. G2CBE 2-5- siempre nos están vendiendo lo bueno y no lo malo, o sea no nos están vendiendo lo que hay de malo en él.
  48. G2CBE1-7- algo muy importante es que no solamente las mujeres nos vemos frustradas por esto, sino también los hombres
  49. G2CBE1-7- hay hombres, aunque uno no crea hay hombres que siguen los prototipos de hombre hermoso divino
  50. G2CBE 1-7- hay hombres que se frustran por eso por no ser bonitos
  51. G2CBE 3-6- Y lo mismo pasa con nosotras, los hombres siempre son Comparando
  52. G2CBE 3-6- que ha que vieja tan buena que tal cosa, y uno se siente como un bicho al lado de ellas
  53. G2CBE 3-6- no son lo que muestran, sino que todo es photo shop.
  54. G2CBE3-6- están mostrando ahí una sonrisa bonita y todo y uno en realidad no sabe cómo es ella
  55. G2CBE 2-6- qué importancia tiene uno sentirse a digamos con una mujer así toda hermosa y todo, pero que sea toda así... toda hueca sí, que

- no piennnse.
56. G2CBE6-3- siempre muestren la doble vida de las personas, nunca muestran como la realidad de ellas, lo que vive a diario.
  57. G2CBE6-3- Para que cerebro si tengo cara bonita.
  58. G2CBE1-8- sacan muchas mujeres, miles y miles de mujeres bonitas al año, y muestran que esas mujeres o sea , llegan a sufrir de anorexia, de trastornos alimenticios, de bulimia y solamente por qué, porque les meten eso a la cabeza uno no sabe lo que ellas tengan en la mente
  59. G2CBE1-8- ellas dicen pues yo tan bonita yo para que para que estudiar, con esto lo tengo todo y así no son las cosas
  60. G2CBE6-4- me parece muy bueno una carrera, ya sea como modelo, estudiar comunicación social y todo pero sabiéndola aprovechar
  61. G2CBE6-4- creen que por que hay fama, hay ser actriz ser cantante esa es la vida eso es todo y así no son las cosas
  62. G2CBE2-7- si hay muchas personas que aunque no tengan una belleza física muy perfecta, si triunfan, y son muy bellas interiormente.
  63. G2CBE1-9- el éxito no está en la belleza física sino, en ser inteligente y saber hacer las cosas porque hay mujeres no muy bonitas y muy, muy inteligentes que han llegado a grandes puestos y muchas cosas y no necesariamente son niñas hermosas, han sabido hacer las cosas bien.
  64. G2CBE6-5- mire a los las actrices y las cantantes de Hollywood, por ejemplo como lady Gaga, Lady Gaga es una mujer muy fea, pues en el físico, pero vean donde está y es reconocida mundialmente y todo.
  65. G2CBE4-4- saber aprovechar las oportunidades que le presenta la vida a uno
  66. G2CBE1-10- una reflexión muy bonita era que, esto no es la vida
  67. G2CBE1-10- pienso que la vida no es ser bonito no es salir en revistas en vallas o aparecer como la típica mujer perfecta divina
  68. G2CBE1-10- una ropa bonita la hace un buen maquillaje y un buen peinado, entonces pienso que, va mas allá de eso, entonces no se pensar muchas cosas muchas.
  69. G2CBE1-10- lo hacen por sus familiares y todo, o les venden esa e... ese Concepto
  70. G2CBE2-8- somos culpables también las personas que estamos así porque nos dejamos llevar por lo que vemos
  71. G2CBE2-8- si vemos una ropa bonita en una revista entonces me la compro porque me va a quedar hermosa
  72. G2CBE2-8- el hombre va a comprar una cerveza que por que le vio la cola aquella muy bonita, entonces me compro esa cerveza que por comprar la cerveza cree va a tener la mujer que está ahí .
  73. G2CBE1-11- eso es lo que llamamos por ahí mensajes subliminales
  74. G2CBE1-11- Uno se compra, no tanto pensando en el vestido sino no en ...juepucha como a esta le quedo el vestido divino entonces a mí también me va a quedar así
  75. G2CBE1-11- son mensajes subliminales que llevan doble sentido, y que es al fin y al cabo lo que hace la publicidad.
  76. G2CBE3-7- Nos dejarnos llevar por todo

77. G2CBE3-7- ven a la mujer como un objeto sexual
78. G2CBE3-7- algunas por ejemplo ya terminan con traquetos ya terminan es en otro rollo y no se centran pues realmente en lo que quieren ser.
79. G2CBE2-9- Y todo por qué, porque tienen fama, porque son bonitas
80. G2CBE3-8- La fama y la belleza no lo es todo
81. G2CBE2-10- pues sí, definitivamente no es todo y pues emm... (81) (se refiere a la belleza y la fama)
82. G2CBE1-12- no sé la verdad yo pienso que las personas deberíamos como de sacudirnos y de reflexionar y, ver que a uno siempre le salen que si una no es bonita, no es nada y no es nadie
83. G2CBE1-12- yo creo que esa no es la verdad
84. G2CBE1-12- mi mamá me dice ayyy... que usted es gorda, que no se vaya a dejar engordar
85. G2CBE1-12- son cosas que a uno le van metiendo a la vida o sea a uno como persona y uno no debe dejarse llevar por esas cosas (se refiere a no dejarse engordar)
86. G2CBE1-12- esto es efímero, esto pasa, ellas son muy bonitas y todo, pero al fin y al cabo van a llegar a ser viejas o un accidente y ahí quedan todo (se refiere a la belleza)
87. G2CBE 1-12- yo digo lo que están promoviendo ahí, es la mujer, como dicen las compañeras, como un objeto sexual.
88. G2CBE2-11- Pues sí porque, sin embargo ellas ahora son muy lindas están en la televisión o están en las revistas o mejor dicho son el centro de atención de cualquier hombre de cualquier de cualquier persona que las vea, pero ellas no se van a quedar siempre en ese punto, van a llegar a una edad donde no van a ser tan bellas no las van a contratar para todas estas publicidades para todas esas revistas y para todas esas cosas.
89. G2CBE1-13- Pero algo muy importante y es que no sé, se me viene a la mente decir que en la antigüedad la mujer siempre fue muy inferior y, hoy por hoy, no es mucha la diferencia porque al fin y al cabo que, hoy según a la mujer puede aún por estas imágenes y por todo lo que vemos se sigue viendo como tal, solamente que con un sentido, disfrazado pues, porque si hoy lo vemos la mujer se ve como un objeto sexual, como a la cual podemos usar para ponerla aquí, allí, en una cerveza, en una revista, en una marca, entonces se ve como tal, como un objeto al cual usamos, ponemos, quitamos, listo. (Unidad de análisis inferioridad).
90. G2CBE2-12- Pues claramente viendo que no todas, porque hay mujeres que han llegado a ser grandes, hasta presidentas ha habido... (se refiere a la inferioridad)
91. G2CBE1-14- Pero hablamos en sí, como la sociedad, como pone a la mujer
92. G2CBE2-13- O sea la publicidad como no la muestran, a nosotros nos muestra una mujer en una revista como, o sea... si me entiende solo la parán ahí, le toman una foto y eso es todo lo que es ella, una cara bonita y ya... (se refiere a la mujer como objeto)
93. G2CBE4-5- Pero eso también va en los valores que le han inculcado a uno en la familia, en la casa, la manera de ver las demás personas y la sociedad.

94. G2CBE5-2- Y muchas por la situación que hay en la familia, se prestan para otras cosas ya,... o sea ya, así como prostitutas, y usan el cuerpo para conseguir plata, creen que eso es todo.
95. G2CBE3-9- A parte también hay mamás que incitan a las hijas, pues a que se vayan por este camino (se refiere a la prostitución)
96. G2CBE3-9- la mamá de una niña de 6 años que le ha metido millones en solo... por ejemplo que cirugías no en cirugías no, en tratamientos, es una niña de seis años o sea... es súper joven y que la niña es súper linda y o sea... des pues la niña se va como acomplejar y siempre va querer pues... llegar a ser mejor, mejor y mejor.
97. G2CBE5-3- si ella no es linda no es nadie en el mundo.
98. G2CBE2-14- Y no siempre es así, y se va a frustrar por que el día que le salga algo en la cara, un granito, lo que sea, se va a poner que se muere...
99. G2CBE1-15- ... pensemos en las consecuencias que lleva eso cuando ya son,... tienen 30 años 40, cuando sí, cuando ya las agencias de modelaje ya no las contratan o sea, yo digo que ese es el problema ahí grave donde llegan y se matan se suicidan, por qué, porque claro, siempre les enseñaron que hay que ser bonitas, que no sé qué, que la fama, entonces cuando ya pierden esas cosas es cuando se reprimen y llegan a suicidarse, caen en depresiones y ... así, por el estilo. (Consecuencias)
100. G2CBE3-10- Esto trae muchas consecuencias, toda esta, la televisión que nos incita pues a todo esto
101. G2CBE2-15- las enfermedades que aparecen, todo, todo, o sea, los suicidios que hay a diario.
102. G2CBE2-15-si no soy linda entonces no soy nadie, y nadie me mira y punto,
103. G2CBE2-15- soy gorda, pues me tengo que, tengo que volverme bulímica, anoréxica, como sea para ser perfecta.
104. G2CBE1-16- se mató y uno dice, aparentemente lo tenía todo (hace referencia a la muerte de Lina Marulanda) NOTA. (para anexarlo como nota) porque muy en realidad todas tienen un vacío en el alma y el corazón.
105. G2CBE5-4- no tienen una vida normal
106. G2CBE2-16- Ella tiene que estar perfecta para verse perfecta
107. G2CBE2-16- La familia como que no es el centro de atención para ella
108. G2CBE2-16- ella va a ser linda y punto y si no soy entonces me mato.
109. G2CBE2-16- La vida se vuelve más que todo como una rutina
110. G2CBE3-11- Viene el "photo shop", hacerle los retoques y a mostrar la cola perfecta, los senos perfectos, el cabello perfecto, sin nada de friz, que es lo que todas anhelamos
111. G2CBE1-17- no nos dejemos llevar por todas estas cosas tanto de publicidad como de de.... Televisión, de medios de comunicación.
112. G2CBE1-17- el mensaje central acá, es aceptarnos tal y como somos y querernos y pensar que podemos ser igual o más que talentosos que ellas y no precisamente trabajando en una agencia o en la televisión, sino trabajando en otras cosas en otros aspectos de la vida. (Aceptación)
- 113- G2CBE2-17- de aceptarnos pues, porque si Dios quiso que fuéramos así, es

- porque algo o alguien tenemos que ser.
114. G2CBE2-17- no preocuparnos más por ir a hacernos cirugías
  - 115- G2CBE2-17- para vernos como otras, no. (Se refiere a las cirugías)
  116. G2CBE4-17- todas podemos llegar a triunfar así no tengamos un cuerpo y una cara perfecta.
  117. G2CBE3-12- Hay que aceptarnos como somos (Se refiere a que le falta alguna parte de su cuerpo)
  118. G2CBE2-18- hay que mirar que esas personas son las que le cogen mejor, o sea más aprecio a la vida (se refiere a las discapacidades)
  119. G2CBE2-18- tengo que ser igual, no.
  120. G2CBE1-18- la inteligencia vale más que un cuerpo y que una cara bonita y que un contrato
  121. G2CBE4-8- lo que llevamos por dentro vale mucho más que lo crítico, que la apariencia de lo que mostramos frente a la sociedad.
  122. G2CBE5-5- Con un coeficiente bueno uno puede llegar a triunfar
  123. G2CBE2-19- creer en nuestra capacidad intelectual, en que nosotros somos capaz de llegar donde queramos
  124. G2CBE1-19- pienso que no debemos engañarnos por estas publicidades.
  125. G2CBE3-13- la belleza es efímera
  126. G2CBE4-19- la belleza algún día se nos va a acabar
  127. G2CBE3-14- todo llega y todo pasa
  128. G2CBE3-14- aceptarnos como somos.
  129. G2CBE1-20- uno puede ser modelo y todas esas cosas, pero eso depende de cómo uno lo tome.

## 2.5.3. Triadas grupo No. 3.

<b>TRÍADAS GRUPO DE DISCUSIÓN NO. 3</b>
---

GRADO ONCE – TEMA: POSES Y GESTOS - REC012 - 10 NOV/2011

1. G3PG-E1-1 - siempre muestran a las mujeres con poca ropa
2. siempre como con mensajes subliminales
3. como que les tapan un poquito el eeee, el aparato reproductor
4. siempre es como insinuando
5. la muestran como un poco sexi. , si....
6. G3PG-E2-1- la mujer esta boca abajo casi encima del hombre, con poca Ropa
7. es un mensaje, pues como subliminal
8. los dos tiene los jeans desabrochados
9. una pose un poco incomoda como para quien lo ve
10. G3PG-E1-2 -una pose algo sexual
11. G3PG-E3-1 -todas esa viejas son como todas sexis
12. Sus gestos son como muy marcados en cuanto a sus miradas y su cabello
13. son como insinuando a o incitando al sexo
14. G3PG-E2-2: muestran todo, como insinuando.
15. G3PG-E3-2: Para lucir esos cuerpos
16. G3PG-E4-1: los gestos son como un poco sensuales como atrevidos y ni hablar de las poses, porque las poses son prácticamente sin ropa, eeeh son atrevidas
17. G3PG-E3-3:-y otra esta acá con el dedo en la boca haciendo un gesto pues ahí todo...
18. G3PG-E5-2:-como excitada más bien
19. G3PG-E3-4:-mira que también son mostrando sus senos, que se les salga todos sus atributos
20. G3PG-E6-1: Y miren la boca, todas las tienen como parecida, siempre hacen la boca como de la misma manera.
21. G3PG-E2-3:-Lo que yo veo que están haciendo con estas imágenes es como incitando, pues aparte de promocionar una marca de un jean o algo así.
22. están es como incitando al hombre por ejemplo al mostrar un jean que les queda perfecto y con esa cara de satisfacción, están es incitando.
23. G3PG-E1-3: son imágenes de doble moral
24. están es mostrando es, o sea además de la marca, están mostrando, para mí, la mayoría de imágenes son sexual, son

- sexuales, son pornográficas...
25. G3PG-E1-4: - Por un lado los jeans mostrando la cola, están mostrando la ropa
26. se están mostrando ellas físicamente, se están vendiendo, es la verdad.
27. G3PG-E2-4. Si porque siempre las vemos con esas poses así por Ejemplo boca abajo con la cola levantada...
28. G3PG-E5-3: Y porque todas esas mujeres tiene que ser flacas... no ninguna gorda... todas son cuerpos perfectos.
29. G3PG-E1-5:- si son perfectas,...
30. pues obvio como van a mostrar una mujer fea ahí, obvio no.
31. G3PG-E6-3:- porque solo venden jeans para cuerpos perfectos.
32. G3PG-E5-5: Pero entonces las gorditas que hacemos jajajaja
33. G3PG-E1-6: - muestran acá o sea es una fachada total.
34. G3PG-E1-6: en realidad a lo que lo están incitando a uno es a tener el cuerpo perfecto y que si tú te pones el jean de x de tal marca, te vas a ver hermosas, divina, y hasta más como la modelo, perfecta.
35. G3PG-E4-2: están promocionando bolsos y ponen una mujer empelota
36. G3PG-E6-4: Lo mismo que en la cerveza, muestran la cola de una vieja y una cerveza.
37. G3PG-E1-7: - me parece que usan a la mujer como un objeto porque a fin y al cabo, se supone que deben promocionar el producto.
38. -que muestren a la mujer con el bolsito, bien, pero que tiene que ver, tapándose ahí... no tiene nada que ver, muy sexual, tapándose ahí...
39. G3PG-E5-6:- o sea las mujeres son tan, somos tan sexys
40. G3PG-E6-5:- Pero es que a la mayoría siempre las ponen así como semi desnudas...
41. G3PG-E2-5: -esta carrera es muy buena pues a mí me parece bien...
42. G3PG-E4-3: Pero esa no es la vida, la vida son otras cosas.
43. G3PG-E2-6: - No, esa también puede ser una vida
44. G3PG-E2-7: - que la mujer tiene buena cola...
45. G3PG-E5-7: - No es que tenga buena cola, sino el efecto del photo shop,
46. G3PG-E2-8: -vea sí uno ve unas modelos divinas y que este jean le queda así,
47. G3PG-E1-8:- sigo pensando que las siguen mostrando como un objeto,
48. en la publicidad de se ven, muestran a la mujer bien sexi, y muestran el producto y ponen una frase muy provocante, por ejemplo, aquí la carita, ... la fiebre del jean ...por ejemplo acá se ve la mujer prácticamente el seno en el pene... perdón... es la verdad.
49. G3PG-E2-9: Por ejemplo aquí, creo que están promocionando el jean por qué tiene que poner el resto del cuerpo así desnudo
50. porque para promocionar el jean tiene que estar ella

- semidesnuda.
51. G3PG-E1-10: en esta imagen se ve algo absurdo, porque mitad vestida y mitad desnuda
52. G3PG-E6-6: las mujeres desnudas que están encima de las bicicletas, si están promocionando una agencia de viajes que tiene que ver con eso
53. G3PG-E1-10: yo pienso que manejan ese toque de misterio.
54. a muchas no les muestran la cara, siempre es de espaldas, pero siempre insinuando, siempre es insinuando.
55. G3PG-E2-10: lo que necesitan hacer las empresas ahora, promocionar con mujeres bonitas
56. si no lo hacen entonces como no va a ver a alguien feo.
57. G3PG-E1-11: listo, muestran a una mujer bonita con un jean perfecto que dice "levantacola", y obviamente pues el "levantacola" no le sirve a la modelo, porque la modelo tiene cola.
58. que hacen para las mujeres que no son muy bonitas, o que no son el 90-60-90  
prototipo de mujer que nos venden los medios de comunicación y la publicidad.
59. .... que hace una persona que no tiene este cuerpo...
60. G3PG-E6-7: si porque siempre nos vender la ropa para la mujer de cuerpo perfecto y las demás que...
61. G3PG-E1-12: los gestos, siempre son como..., los gestos son perfectos son como muy insinuantes, muy sensuales, muy sexys...
62. G3PG-E4-5: Si siempre vemos a la mujer acá, con un descubierto una parte de su cuerpo, con una mirada así como que cautiva, toda sexy., el cabello bien arreglado, si... perfectica y a la vez como salvaje,
63. G3PG-E5-8: Igual las poses son muy provocativas, para los hombres
64. G3PG-E2-11: estamos viendo que el jean le está quedando hermoso y nosotros creemos que nos va a quedar igual.
65. G3PG-E1-13: no solo la meta de cautivar, al hombre lo cautiva por su cuerpo y su belleza y a la mujer nos va a cautivar exactamente por lo mismo, o sea, ...vemos a la mujer que queremos ser, a la que esta cautivando al hombre.
66. G3PG-E5-9: - entonces nosotros también queremos ser así  
- ella es la que esta cautivando al hombre  
- uno tiene que ser así, para cautivar también a los hombres, jajajaja.
67. G3PG-E1-14: -para mí son mensajes subliminales, para mí tiene doble sentido todas las imágenes  
- muchas veces ponen frases muy... muy, que, como muy irónicas...
68. G3PG-E5-10: - que tiene que ver la cerveza con la cola de la mujer
69. G3PG-E2-12: -el hombre al ir a comprar la cerveza va a ver la cola, o

- sea la pose que tiene...
70. G3PG-E1-15: - obviamente yo creo que más bien lo usan como un medio de atraer, porque por decir, la cerveza solita el hombre no la va a mirar, en cambio si le ponen el cuerpo de la mujer, ahí, de una mira...
71. G3PG-E5-11: -más lo va a cautivar ver la cola de la mujer ahí, casi encima de la cerveza.
72. G3PG-E4-6: - en realidad la cola de la mujer no debería estar haciendo absolutamente nada ahí
73. G3PG-E5-12: -Una cola toda voluptuosa
74. - y el photo shop, si porque... a menos que se haya mandado operar...
75. G3PG-E2-13:-ellas son muy lindas y todo, pero algo deben tener arreglado, porque perfecto no hay nadie.
76. G3PG-E1-16: -son estrategias de publicidad, para mi concepto
77. G3PG-E6-7: -Nos venden meras estrategias,... Para poder vender.
78. G3PG-E1-17:- , son perfectas, son insinuantes, son en una forma o de otra con doble sentido, (las mujeres)
79. -..... - quieren mostrar y en este caso y en muchos casos hay de las fotos que vemos, son más que todo cosas sexuales o mostrar a la mujer como un objeto, más allá de una mujer bonita.
80. G3PG-E2-14: - si nos venden a nosotras las mujeres entonces
81. G3PG-E1-18: -estas cosas nos llevan a ... a como decíamos al prototipo de mujer que uno tiene que ser,...
82. .... - Han visto que le toman a uno una foto y usted hace la pose que vio en la revista,
83. G3PG-E6-8: -Si uno trata de hacer la misma pose
84. G3PG-E1-19: -usted en realidad no le sale la pose, es muy feíta, o uno es muy feíto pues , no le queda la pose.
85. G3PG-E2-15:- las vemos a ellas, las miradas, las risas, y todo, entonces nosotras intentamos hacer lo mismo.
86. G3PG-E6-9:- Siempre tratamos de imitar las poses y los gestos que ellas hacen
87. G3PG-E1-20: - Yo lo digo porque yo lo he hecho,
88. G3PG-E5-15: - Aquí , quedaríamos de pronto bonitas
89. G3PG-E1-21: -Es más importante el hombre o la mujer que hasta el propio producto.
90. G3PG-E5-16: -aquí la mujer no importa entonces, porque no le muestran la cara.
91. G3PG-E2-16: -ese me lo llevo, por qué, porque vio que le quedaba hermoso y se lo coloca y eso no horma, noooo.
92. G3PG-E1-22: - hay personas que no somos como tan,... como tan bonitas pues, pero, pues como hacen, yo creo que se vuelve un problema

## 2.5.4. Tríadas grupo No. 4.

<b>TRÍADAS GRUPO DE DISCUSIÓN No. 4</b>
---

GRADO NOVENO – TEMA: POSES Y GESTOS - REC015 - 23 NOV/2011

1. G4PG-E1-1: -se ve sexy, tiene buen cuerpo
2.                   - la cara esta atractiva
3.                   - no esta posando tan exageradamente
4. G4PG-E2-1:- la modelo tiene un cuerpo muy bacano
5.                   - demasiado extrovertida
6.                   - lo que más les llama la atención a los hombres y a las está mostrando mucho, muchísimo y más la parte de atrás, la cola,
7. G4PG-E2-2:- esta vieja tiene cuerpo bonito.
8. G4PG-E4-1:- Y más que todo la cerveza es como victorian<sup>13</sup> los hombres, por eso la mezclan, mujeres con cerveza y mostrando la cola más, más sexy,
9. G4PG-E3-2:- si yo tuviera un cuerpo así... uufff
10. G4PG-E5-1: que le va a dar pena si no está mostrando la cara, ni nada.
11. G4PG-E2-3: Ahhhh, pero para algo nacieron, para ser modelos.
12. G4PG-E1-2: -por algo está ahí, tiene ese cuerpo tan lindo que....
13. , G4PG-E5-2: - tan guisa.
14. G4PG-E5-2: -no está como tan mostrona
15. G4PG-E1-4: -solo está tapando ahí al frente
16. G4PG-E2-4: -no les da pena de los que le están tomando fotos
17. G4PG-E3-4:- para tomarse fotos empelotas, así desnudas, ellas se toman primero unos tragos como para desviar... la atención...
18. G4PG-E2-5:- No solamente tragos, agua, cualquier líquido... o pueden consumir otra clase de cosas.
19. G4PG-E3-5:- todas mostrando la cola todas la utilizan para poder vender
20.                   - siempre tiene que utilizar a la mujer.
21. G4PG-E4-4: - la mujer y mostrando
22. G4PG-E5-3: -para editar publicidad hay más modelos para mujeres que para hombres.
23. G4PG-E3-6: -será que para esos nacimos, para mostrar? ¿Qué opinan?
24. G4PG-E5-4: no No,... mostrar uno todooooo....
25. G4PG-E1-8:- las que no viven de sexo, las mujeres.
26. G4PG-E3-7: pero es que también hay muchos trabajos
27. G4PG-E1-8: -pero uno lo hace porque le gusta, y después de que uno tenga un cuerpo así como esas viejas que más...
28. G4PG-E2-6: no necesita más nada.(refiriéndose al cuerpo)
29. G4PG-E1-9: esas viejas posan rebacano
30. G4PG-E3-8: a todas les lucen los jeans

---

<sup>13</sup> Escrito así como lo dice la estudiante

31. G4PG-E5-5: -por eso las escogen, porque tiene buen cuerpo
32. G4PG-E4-5:- lo que tienen es postizo, no es de ellas. (se refiere a las cirugías)
33. G4PG-E5-6: obvio por esos que son tan lidas, son mero plástico, mero maquillaje, la cámara cubre todo, ella es la modelo.
34. G4PG-E1-10:- promocionando el jean, pero sin blusa,
35. G4PG-E2-7: tiene una cinturaaa diviina
36. G4PG-E1-11: y no solamente cintura. La ropa, las poses, como las maquillann... (Se refiere a divino todo)
37. G4PG-E5-7:- las ropas que ellas promocionan son muy bonitas
38. G4PG-E1-12:- ellas dejan de comer para poder tener ese cuerpo
- 39..... ella es anoréxica, pues tiene un cuerpo bacano
40. .... hace unas poses rebien
41. G4PG-E5-8:- Que se gana con tener un cuerpo bonito y todo sabiendo que puede estar uno enfermo
42. .... para que lo vean a uno. (se refiere, el tener un cuerpo bacano)
43. G4PG-E1-13:-ella lo hace porque la hace ver bonita ( se refiere a no comer)
44. G4PG-E1-14:-las poses, parecen como figuras geométricas, jajajaja todas redondas.
45. G4PG-E5-9: - no hay publicidad de hombres, casi la mayoría son de Mujeres.
46. G4PG-E2-8: - ay que rico tener ese jean
47. .... lo ponen así con esos culotes para que uno piense que así le va a quedar a uno
- 48..... y lo compra y no le queda bien, obvio que le va a quedar Igual.
49. G4PG-E1-15:- ellas promocionan, pero porque ellas tienen con que exhibir, como para el cuerpo de ellas.
- 50..... pero pa' que si uno no tiene el cuerpo de ellas.
51. G4PG-E3-10:- la ropa que se compra, de vez en cuando, que le queda a uno bien.
52. G4PG-E4-7:- las mujeres para poder verse bonitas, la belleza cuesta, hay que llevar una rutina muy dura
53. G4PG-E5-10: - las que están en vestido de baño, lo hacen como para llamar la atención
54. G4PG-E2-9:- todas las imágenes llaman como al sexo, todas son como llamativas a eso, casi todas.
55. G4PG-E4-8: Masturban mucho a los hombres
56. .... esa vieja como esta de buenaaa..., esta hermosa, eso es tentador,
57. G4PG-E3-12: A nosotras nos gustaría ser modelos,
58. G4PG-E1-17:- Con un cuerpo así, un pelo así y una cara así... o sea tener tanta belleza...
59. G4PG-E4-9:- Si y no tanto como ser modelo, sino ser así, tener ese físico.
60. G4PG-E2-10:. Para todo lo que ellas tienen necesitan dinero.
61. G4PG-E1-18:- Por eso tiene que tener dinero
- 62..... Pues...si no tiene, tiene que buscar a los

narcotraficantesss...

63. G4PG-E3-13:- casi todas tiene plata, tiene gente que las ayuda.
64. G4PG-E5-12: muchas de ellas dejan a toda la familia para irse por eso
65. G4PG-E3-14: algunas familias casi no las apoyan porque salen a exhibir su cuerpo ahí...
66. G4PG-E2-11:- ellas casi no tienen un novioooo... estable
67. G4PG-E1-20- hay familias que se interponen mucho, por ejemplo religiones,
68. G4PG-E2-12:- expresan como libertad, como si estuvieran felices, libres...
69. G4PG-E1-21: se sienten vivas.
70. G4PG-E2-13- pero no en sí ellas, sino lo que quieren mostrar, sintiéndose libres,
71. .... la cara de ella, es parecido a la libertad,
72. .... hay mujeres que si les da pena y no salen, lo tienen todo pero no, no salen, pero la mayoría si, puro relaxo, hay muchas que se acostumbran.
73. G4PG-E1-22:- Casi nunca salen desnudas siempre se tapan con los avisos.
74. G4PG-E1-23:- uno como que se escandaliza, eso es más escándalo de uno
75. G4PG-E2-14: A la final que están mostrando.... Nada, puro escándalo.
76. G4PG-E3-15: : Muchas se tiene que cuidar el cuerpo,
- 77..... se vuelven anoréxicas, prácticamente por cuidarse la figura.
78. G4PG-E2-15:- Muchas van a gimnasios a hacer ejercicios para tener una figura esbelta.
79. G4PG-E1-25:- pertenecer a ese mundo, pues el mundo de la fama, las cámaras, la moda, es difícil, si porque uno tiene que dejar muchas cosas, la privacidad,
80. G4PG-E4-10:- muchas personas por envidia, les mandan tirar ácidos en la cara
81. G4PG-E5-14: hay mujeres que ya tiene la cara como sensual, toda sexy.
82. G4PG-E1-26:- mujeres que salen con rostros tan lindos
83. G4PG-E3-16: - niñas tan chiquiticas, ya con esa fama, ese talento.
84. G4PG-E4-11: ya desde niñas ya empiezan a cuidarse.
- 85 G4PG-E5-15: van creciendo con ese pensamiento de que van a ser mejores,
86. G4PG-E4-12: - son tan extrovertidas
87. G4PG-E3-18: - a salir que en comerciales y les empieza a gustar eso
88. G4PG-E1-27:- palabras la mujer sirve para todo, o sea nosotras las mujeres nacimos para todo
- 89..... la mujer da mucho de qué hablar.

## 2.5.5. Tríadas grupo No. 5.

<b>TRÍADAS GRUPO DE DISCUSION No. 5</b>
---

GRADO SEXTO – TEMA: (ACCESORIOS Y MODA) POSES Y GESTOS –REC013  
-22 NOV/2011

1. G5PG-E3-1:- aprovechan de las modelos y las prostituyen.
2. G5PG-E1-2: -Hay modelos que no estudian
3. G5PG-E4-1: Por el cuerpo y la cara
4. G5PG-E2-2:- así sean personas de bajo nivel, las suben a ser más bonitas,
5. G5PG-E4-2:- en las revistas que salen totalmente desnudas
6. G5PG-E1-3: -si, por ejemplo como Marbell, que es una cantante, y... se muestra en un video de porno
7. G5PG-E3-2: - Pero a veces los fotógrafos no se ponen a tomar las fotos sino a hacer otra cosa con las cámaras
8. G5PG-E5-1: a morbosiar
9. G5PG-E5-2: -modelo está en una pose sensual
10. G5PG-E1-5: Por qué las modelos se desnudan ante las cámaras, para ganar plata.
11. G5PG-E3-3:- desnudarse y que le vean el cuerpo.
12. G5PG-E2-3:- en las propagandas salen una tapándose muy poquito.
13. G5PG-E1-6\*- algunas salen a veces sin ropa.
14. G5PG-E6-1:- falta de respeto para el cuerpo
- 15..... porque uno exhibirse
- 16..... .lo de uno es de uno, no de los demás
17. G5PG-E3-4:- me gusta mucho el vestuario
- 18..... no está exhibiendo mucho el cuerpo.
19. G5PG-E1-5: - se le ven las nalgas.
20. G5PG-E2-3: - vestida como para entrar a una discoteca
21. G5PG-E5-3:- tiene una pose muy sensual y esta semidesnuda
22. G5PG-E1-6: Pero no muestra el cuerpo como lo muestran otras
23. G5PG-E2-4: esta está mostrando el ombligo
24. G5PG-E1-7:- muestran señoras casi desnudas,
- 25..... .los niños también se pueden pervertir
26. G5PG-E6-2:- Esta bien ser modelo
- 27..... pero tampoco para exhibirse así.
28. G5PG-E2-5:- en los cuadernos aparecen semi desnudas y los muchachos del colegio empiezan a morbosiar
29. G5PG-E1-8: ser modelo debe ser bueno
30. G5PG-E6-3:- quería que la morbosiarán.
31. G5PG-E1-9:- Ella quería que la vieran
32. G5PG-E5-3:- tiene el cuerpo muy lindo,
- 33..... está muy tapada.
- 34..... Será que se mandó a operar

36. G5PG-E6-3:- casi todas las modelos tienen más de dos operaciones  
37..... si debió ser operada,
38. G5PG-E2-6:- Marbell sale desnuda del todo
39. G5PG-E3-6:- está casi desnuda.
40. G5PG-E5-4:- está patiabierta, esta... desnuda.
41. G5PG-E2-7: una pose muy sensual, sensual y... una pose fea
42. G5PG-E6-4: - a mí me gustaría ser modelo, pero no exhibirme de esa manera
43. G5PG-E2-8:- los mismos diseñadores eligen la ropa y exigen la pose y ya se sobrepasan.
44. G5PG-E1-10:- quien se gana más plata (44)
45. G5PG-E1-11:- los diseñadores ganan más que las modelos
46. G5PG-E5-5: (la modelo porque es) la que está mostrando las partes privadas del cuerpo.
47. G5PG-E2-9:- ellas se exhiben mucho con su cuerpo...
48. G5PG-E1-13:- el cuerpo de nosotros debe ser privado
- 49..... nadie lo debería ver, aunque sea por plata
50. G5PG-E5-6: para algo hicieron la ropa, para que nos cubriéramos y ya...., pero ya no nos cubrimos con nada
51. G5PG-E2-10: si es de ponerse de vez en cuando un escote
- 52..... mostrar las nalgas, con esas falditas que ya casi se le ven las nalgas.
53. G5PG-E5-7: el cuerpo es de uno y no de los demás
54. G5PG-E3-7:- el cuerpo no se le debe mostrar a todo el mundo... eso da para mucho.
55. G5PG-E1-14: solo es de uno o de la pareja cuando lo comparte.
56. G5PG-E1-14\*-tampoco vestirse como esas evangélicas
- 57..... sino normal, con jean apretados...
58. G5PG-E6-5:- si un día de estos sale entonces la moda de no usar ropa, entonces no usan nada.
59. G5PG-E5-8: las modelos de hoy en día se creen mucho,
60. G5PG-E3-8: somos más modelos nosotras que no mostramos nada a ellas que todo lo muestran.
61. G5PG-E6-5: uno por plata no debería venderse.
62. G5PG-E6-6: uno no vende el cuerpo
63. G5PG-E1-15: la plata no lo es todo en el mundo, la plata se gana pero no mostrando sus partes íntimas.
64. G5PG-E2-10: la plata se gana trabajando y esforzándose
65. G5PG-E3-8: la plata lo es todo en el mundo
- 66..... la plata no compra la felicidad
67. G5PG-E1-16:- tampoco el amor que corresponde a la pareja
68. G5PG-E3-9: - se van por allá a prostituirse
69. G5PG-E1-17: -ni el amor, ni el dinero es todo en el mundo.
70. G5PG-E6-8:- usted sin amor no puede vivir,
71. G5PG-E1-18: -vivirlo, si, pero que tampoco de matarse por él.
72. G5PG-E6-9: o hay niñas que no se quieren prostituir ni nada y llegan y las violan y ellas desde allí, dicen que la vida se les desgracia y van a prostituirse por sí solas.
73. G5PG-E2-12: -destruyen las vidas de las niñas y dicen que ya para que van a cuidar lo que tienen si ya se lo han...quitado.

74. G5PG-E1-19: las modelos no deben exhibir su cuerpo por dinero.
75. G5PG-E3-10:- esas cosas por la calle que son puras mujeres desnudas,...porno.
76. G5PG-E1-20: las modelos deberían respetarse un poquitico más... como si fueran mujeres.
77. G5PG-E3-11:- ellas quieren ser famosas
- 78..... pero no pueden con eso de exhibirse.
- 79 G5PG-E5-9:- llegan a cualquier límite con tal de tener fama, y que todo el mundo las admire
80. G5PG-E5-9:- Jessica Sediel se exhibe mucho.
81. G5PG-E5-9: -ellas también han hecho películas de porno
82. G5PG-E1-20: a que hombre no le gusta eso.
83. G5PG-E3-12: a prender un computador para ver cosas de porno.

## 2.5.6. Tríadas grupo No. 6.

**TRÍADAS GRUPO DE DISCUSIÓN NO 6**

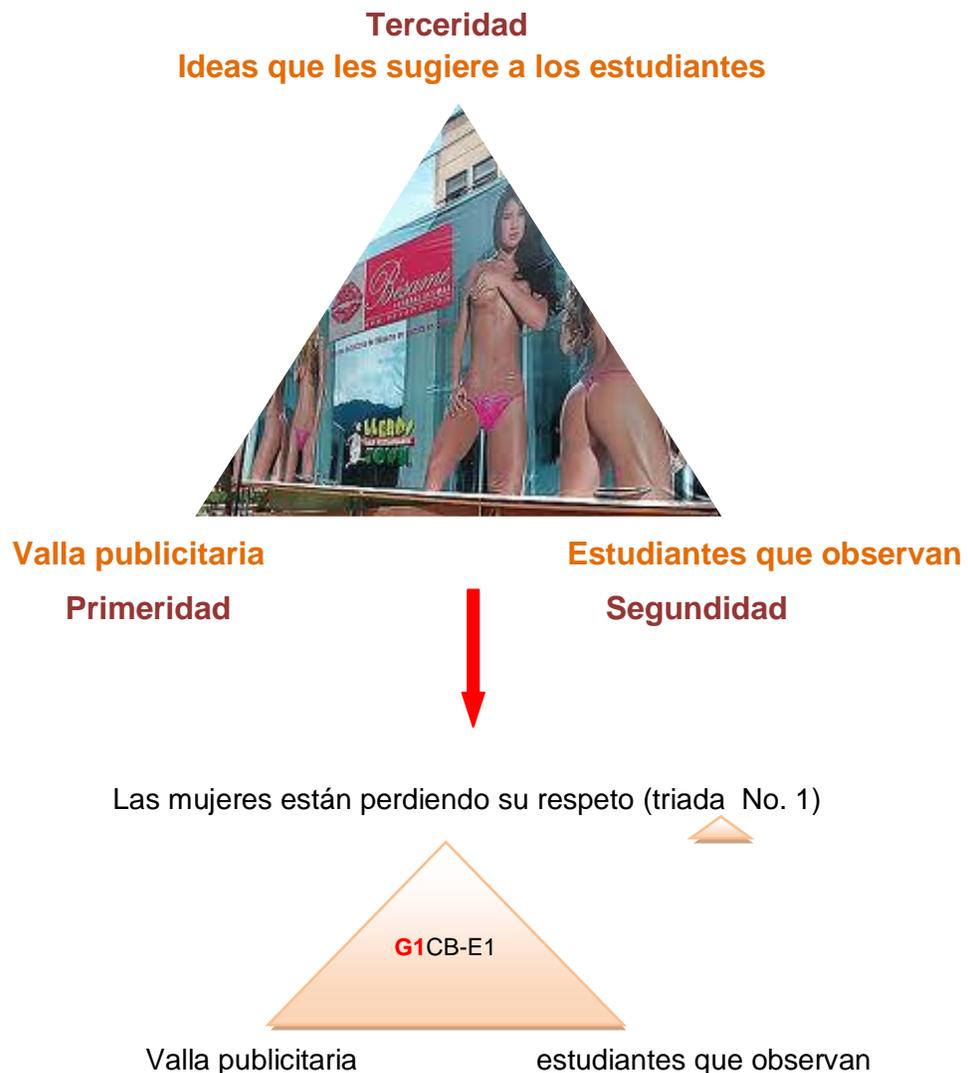
GRADO ONCE – TEMA ACCESORIOS Y MODA REC017 - 25 NOV/2011

1. G6AM-E1-1: -casi todas muestran, pues como no sé, alguna parte de su Cuerpo.
- 2..... siempre es lo que queremos nosotras usar,
3. G6AM-E2-1: son modas atrevidas,
- 4..... siempre como intentando mostrar su cuerpo.
5. G6AM-E3-1: -se ven como muy ligeras de ropa
6. G6AM-E1-1(2): Insinúan mucho, muestran mucho sus partes íntimas
7. G6AM-E1-2: -mostrarse como a uno le da la gana.
8. G6AM-E4-1: hacen incitar a comprar esos accesorios, muy llamativos,
9. G6AM-E1-3: siempre queremos usar lo que vemos en alguna mujer bonita
10. G6AM-E2-2: y siempre las vemos con tacones súper altos.
11. G6AM-E3-3: se ven más altas, más elásticas...
12. G6AM-E5-1: - siempre tienen el cabello hermoso, divino, siempre se ven bien.
13. G6AM-E3-4:- esta mostrando bien sus escotes
- 14..... elegancia, les forma muy bonito, igual se ve muy bonito, pues es algo obvio, porque son modelos.
15. G6AM-E1-5:- siempre están mostrando, como no sé
16. G6AM-E3-5: usan ropa muy insinuante y llamativa que se les ve muy bonita.
17. G6AM-E6-1:- no solo lo compran las mujeres, si algún hombre ve a una modelo así, va a querer que sea la novia.
18. G6AM-E3-6: ellos siempre tratan de comparar...
19. G6AM-E1-6:- va a crear un trauma en nosotras (el hecho de que las comparen con las modelos)
20. G6AM-E6-2 - compran la ropa para que las novias se vean igual a ellas
- 21..... tenemos cuerpos un poquito más feitos.
22. G6AM-E1-7: - defectos tiene todo el mundo, pero a esas modelos n se les ve ni uno.
23. G6AM-E2-3: esas modelos a todas las arreglan por photo shop.
24. G6AM-E2-4: - ellas no son perfectas, pero igual se ven hermosas.
25. G6AM-E1-8: no son perfectas, pero se ven perfectas, se ven hermosas
26. G6AM-E1-9: no todas las modas son atrevidas
27. G6AM-E1-10: siempre llevan manillas grandes, aritos grandes, accesorios grandes, para adornar lo que están mostrando.
28. G6AM-E2-5 - para complementar el vestuario, usan carteras, gafas bufandas, collares se ven muy bien.
29. G6AM-E1-11:- las adornan para que el producto que están publicando se vea más bonito, se vea atractivo.
30. G6AM-E6-3: las modelos de todas las fotos tienen pulseras
31. G6AM-E3-8: -para poder comercializar las tienen que poner así, todo más llamativo para que uno se sienta más atraído.
32. G6AM-E1-12:- no solamente mira la ropa sino el conjunto.

33. G6AM-E1-13:- si va un hombre a comprar el jean se distrae viendo a la mujer porque tiene una blusita cortica, un escote perfecto, un escote profundo,
34. G6AM-E2-6:- siempre con el cabello suelto
35. G6AM-E3-9: - siempre con el cabello suelto.
- 36..... algo que es imposible para nosotras,
- 37..... se ve muy bonito
- 38..... para nosotras es un poco difícil arreglarlo así.
39. G6AM-E1-14: - yo diría que bastante, es muy costoso,
40. G6AM-E5-2: - con la ropa cuando la compra, intenta verse como ellas
- 41..... bastante difícil porque no tenemos lo mismo que ellas
42. G6AM-E2-6: - los zapatos también influyen mucho, casi todas las vemos con tacones, y sandalias, y siempre combinan con la ropa.
43. G6AM-E1-15:- casi siempre las ponen con cadenas, collares así grandes y brillantes muy llamativos.
44. G6AM-E3-10: - la blusa a mitad del busto, yo no entiendo, casi mostrando todo.
45. G6AM-E2.8: si le ponen la blusa a mitad del busto y qué eso que tiene que ver con el bolso. (Reflexión)
46. G6AM-E5-3:- ellos no lo hacen para nosotras, ellos lo hacen para los hombres
47. G6AM-E3-11: - también las mujeres, para nosotras porque inconscientemente nosotras nos vamos a querernos ver así, como esa vieja.
48. G6AM-E6-5: - nosotros no vamos a utilizar un bolso así, el bolso de taparrabo, para llevarlo acá (hombro), no para ponerlo así, nosotras tampoco nos vamos a quitar la ropa, ni a quitar la blusa, esos son los mensajes subliminales que trae la publicidad.
49. G6AM-E1-17: no entiendo que caso tiene mostrar un jean y destaparse el busto, destaparse todo de ahí para arriba.
50. G6AM-E6-6: - la mujer no tiene nada, o sea solo el jean y ya, pero igual no está mostrando nada, está de espaldas, y además no utiliza ningún accesorio. Solo una pequeña manilla,
51. G6AM-E3-12:- los accesorios los utilizan como complementos
- 52--..... para complementar con el vestuario para que combinen...
53. G6AM-E1-18: - las modelos siempre imponen moda nueva
- 54: G6AM-E6-7: hace parte de la publicidad, están promocionando un jean y por ahí derecho los accesorios
55. G6AM-E3-13: - uno siempre es buscando quedar igual que ellas. Como ellas se ven bien, uno también quiere verse bien.
56. G6AM-E6-8: -: se ven siempre insinuando, mostrando, sexis, con esa cara linda
- 57..... así vamos a quedar nosotros si usamos lo que ellas usan.
58. G6AM-E1-19: -siempre se ven hermosas a toda hora.
59. G6AM-E5-4: - siempre se ven hermosas, a toda hora....
60. G6AM-E1-20: - pero se supone que así como las ponen, como recién levantas, en pijama, y son divinas, maquilladas, bien peinadas
61. G6AM-E2-9: están mostrando de todo
62. G6AM-E3-14: - los zapatos ya son un complemento
63. G6AM-E5-5: - los accesorios siempre están ahí,
- 64....., la modelo es hermosa

Teniendo ya la listo el registro de las triadas resultantes, productos del dato, se pasan a graficar teniendo como plataforma la triada base, según la teoría de Peirce, en donde la Primeridad es la valla publicitaria, la Segundidad, las estudiantes que observa y la Terceridad las ideas de las estudiantes. El resultado es el siguiente. El número total de triadas es de quinientas cincuenta y seis triadas.

Gráfico 15: triada Base “Imaginaros de mujer desde las vallas publicitarias”



Ejemplo de cómo se verán las triadas graficadas.

Cuadro No. 16: cuadros grupos de discusión

## GRUPO DE DISCUSIÓN No. 1

556

Las mujeres están  
perdiendo su respeto

1

G1CB-E1

Vallas Estudiante que  
Observan

es muy normal

2

G1CB-E2

Vallas Estudiante que  
observan

es un estilo libre

3

G1CB-E2

Vallas Estudiante que  
Observan

no está exhibiendo  
ninguna parte de  
de su cuerpo

4

G1CB-E2

Vallas Estudiante que  
observan

es sexy

5

G1CB-E2

Vallas Estudiante  
que observan

Deja todo a la imaginación  
Del que está viendo la  
Imagen

6

G1CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

No tiene porque exhibir su  
cuerpo tanto

7

G1CBE3

Vallas Estudiante que  
observan

sino  
decentemente

8

G1CBE3

Vallas Estudiante que  
Observan

El modelaje va a  
veces por la rama  
de la prostitución y  
La exhibición pública

9

G1CBE1

Vallas Estudiante que  
observan

las modelos de hoy en  
día cuidan mucho su  
cuerpo

10

G1CBE3

Vallas Estudiante  
que observan

Algunas mujeres  
Todavía cuidan su  
Dignidad

11

G1CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

la carrera de modelaje  
es una carrera muy  
bonita

12

G1CBE2

Vallas Estudiante que  
observan

Exhiben todos los  
productos que  
salen a la venta

13

G1CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

Hay muchas niñas  
que sueñan con  
ser modelos

14

G1CBE2

Vallas Estudiante que  
observan

Algunas modelos perfectas  
por tener tallas perfectas pue  
den contraer enfermedades  
Como la anorexia

15

G1CBE3

Vallas Estudiante  
que observan

Pueden contraer  
Enfermedades como  
La anorexia

16

G1CBE3

Vallas Estudiante que  
Observan

Se hacen muchas cirugías  
para aparentar más de lo  
que no son

17

G1CBE3

Vallas Estudiante que  
observan

Algunas mujeres  
quieren tener un  
cuerpo perfecto

18

G1CBE5

Vallas Estudiante que  
Observan

Comienzan a tener  
desordenes alimenticio  
s para poder lograr  
Lo que quieren

19

G1CBE5

Vallas Estudiante que  
observan

Para eso no se necesita  
un cuerpo bonito sino  
también una dieta,  
balanceada y ejercicio

20

G1CBE1

Vallas Estudiante  
que observan

Y no llenarse de  
Cirugías

21

G1CBE6

Vallas Estudiante que  
Observan

Las modelos no deberian  
fijarse tanto en  
Su figura

22

G1CBE4

Vallas Estudiante que  
observa

Es mejor tener un  
cuerpo al natural y no  
así todo lleno de cirugías

23

G1CBE4

Vallas Estudiante que  
Observan

Que lo más bonito de  
una persona es la  
naturalidad

24

G1CBE1

Vallas Estudiante que  
observa

Solamente tener una  
buena actitud y una  
buena personalidad

25

G1CBE1

Vallas Estudiante  
que observan

Están perdiendo su  
Respeto

26

G1CBE2

Vallas Estudiante que

no se valoran

27

G1CBE2

Vallas Estudiante que

exhiben mucho su cuerpo  
sus partes íntimas

28

G1CBE2

Vallas Estudiante que

Deberían cuidarse  
porque el cuerpo  
Es un templo

29

G1CBE2

Vallas Estudiante que

Hay mujeres que piensan  
que por su belleza,  
por su cuerpo bonito  
Siempre van a obtener  
Lo que quieren

30

G1CBE5

Vallas Estudiante

<p>Van a tener dinero</p> <p>31</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Lo que obtienen son Malos comentarios que Las irrespeten</p> <p>32</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>tener un cuerpo lindo una cara linda, eso no significa nada</p> <p>33</p> <p>G1CBE3</p> <p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>es una mala persona que no es humilde</p> <p>34</p> <p>G1CBE3</p> <p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>que no es buena persona</p> <p>35</p> <p>G1CBE3</p> <p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Solamente quieren Las cosas materiales</p> <p>36</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>son sus sentimientos, saben pensar las cosas, Saben actuar</p> <p>37</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hay mujeres que perdieron su respeto</p> <p>38</p> <p>G1CBF5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hay mujeres que se saben valorar y no muestran sus intimidades</p> <p>39</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>saben hasta que límite llegar en su carrera</p> <p>40</p> <p>G1CBF5</p> <p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Que de nada vale tener todo Lo material y lo físico bonito, obliga- Si por dentro no tienen nada De sentimiento</p> <p>41</p> <p>G1CBE1</p> <p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>solamente piensan en el dinero y en verse bonitas a toda hora</p> <p>42</p> <p>G1CBE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>sabiendo que aparentan algo que no son</p> <p>43</p> <p>G1CBE1</p> <p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>muchas mujeres creen que las mu- jeres lo tienen todo</p> <p>44</p> <p>G1CBE4</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>En algunos casos las niñas son das a ser modelo</p> <p>45</p> <p>G1CBE3</p> <p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Querer llegar a ser Una persona Importante</p> <p>46</p> <p>G1CBE3</p> <p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>las mujeres se quieren llenar de fama, de publicidad de contratos</p> <p>47</p> <p>G1CBE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se le olvida que lo que importa es la personalidad</p> <p>48</p> <p>G1CBE1</p> <p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Teniendo ese sueño de ser modelos son engañadas y llevadas al exterior o en el Mismo país para vender su cuerpo</p> <p>49</p> <p>G1CBE4</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Hay que pensar muy bien las cosas antes de hacerlas</p> <p>50</p> <p>G1CBE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>Hay que ir por la Publicidad de una Forma segura y respetando nuestro cuerpo</p> <p>51</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>para ser modelo tiene que saberse expresar</p> <p>52</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>saber que es lo que quiere</p> <p>53</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>saber que desnudarse ante una cámara no les va a hacerse valer más como modelo sino como objeto sexual</p> <p>54</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>lo único que van a a hacer es abrir malos comentarios ante las otras - personas</p> <p>55</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>Les ofrecen más dinero Empiezan a mostrar sus Partes íntimas solo por... Que venden hasta su propio Cuerpo solo por obtener Más dinero</p> <p>56</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>el dinero no lo es todo</p> <p>57</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>De que vale tener toda la plata del mundo, el cuerpo perfecto, la cara bonita, el pelo sedoso y brillantes</p> <p>58</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>personas solo te buscan para usar te como acto sexual, o para abrir más publicidad, para utilizar tus fotos, tu cara, tu cuerpo, tu rostro en cosas que uno, Uno piensa que van a...</p> <p>59</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hay veces modelos que se van por ese camino solo por ayudarle a sus familias</p> <p>60</p> <p>G1CBE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

Esta mujer tan fácil	hay modelos que se Van por ese camino por Ayudarle a sus familias	Por estar mal en sus casas se venden sin saber que hacer o Hacen cosas que no Pueden o no deben	se ven obligadas a prostituirse	niñas que son engañadas
<b>61</b> G1CBE3	<b>62</b> G1CBE5	<b>63</b> G1CBE5	<b>64</b> G1CBE5	<b>65</b> G1CBE3
Vallas Estudiante que Observan	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que observa
Las llevan a prostituirse Y vender su cuerpo	Muchas mujeres para poder empezar esta Carrera y poder tener un Cuerpo perfecto dejan de comer	resultan con la enfermedad de la anorexia o de la bulimia	Hay de las mujeres que sueñan con ser modelos	Hacen cosas indebidas y olvidan su dignidad
<b>66</b> G1CBE3	<b>67</b> G1CBE4	<b>68</b> G1CBE4	<b>69</b> G1CBE2	<b>70</b> G1CBE2
Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que observa
Olvidan que tienen un Cuerpo y que hay que Respetarlo	Muchas mujeres están en la carrera de modelaje solo por El interés del dinero y Muchas veces solo por la fama	Muchas mujeres creen que por estar luciendo ropa corta, minifalda, creen que van a atraer mucho la atención de los demás	lo único que hacen es que piensen mal, que piensen que es una mujer cualquiera	las mujeres que son así exhibicionista, si solamente despiertan malos comentarios
<b>71</b> G1CBE2	<b>72</b> G1CBE6	<b>73</b> G1CBE4	<b>74</b> G1CBE4	<b>75</b> G1CBE6
Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que observa
La van a ver como La fácil	Hay muchas niñas que desde pequeñas Empiezan a mostrar Su cuerpo	exhibirse ante los demás a mostrar todas sus partes íntimas	van a hacer que se les acabe sus dignidad, que les falten el respeto a toda hora	muchas mujeres se distorsionan y olvidan su lugar de origen, su humildad
<b>76</b> G1CBE6	<b>77</b> G1CBE1	<b>78</b> G1CBE1	<b>79</b> G1CBE1	<b>80</b> G1CBE2
Vallas Estudiante que Observan	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que observa
Olvidan de donde provinieron, quien las ayudó a Ser lo que son, se olvidan de Su familia de las cosas buenas Que les dieron	muchas personas están con ellas simplemente porque son famosas	cuando consiguen dinero se olvidan de su pasado	muchas niñas desde pequeñas sueñan ser modelos	Muchas mujeres creen que siendo prostitutas lo pueden conseguir todo en la vida
<b>81</b> G1CBE2	<b>82</b> G1CBE2	<b>83</b> G1CBE4	<b>84</b> G1CBE6	<b>85</b> G1CBE4
Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que observa
Pueden contraer enfermedades que las pueden Llevar hasta la muerte	A veces estas mujeres no piensan que cuando son prostitutas, no saben con Quien se están acostando...	ellas creen que con el dinero van a arreglar todos sus problemas	creen que con eso van a tener una dignidad	creen que por ser prostitutas son muy dignas
<b>86</b> G1CBE4	<b>87</b> G1CBE4	<b>88</b> G1CBE4	<b>89</b> G1CBE4	<b>90</b> G1CBE4
Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que Observa	Vallas Estudiante que observa	Vallas Estudiante que observa

<p>O van a tener una vida Mejor o van a ser aceptadas por la sociedad</p>	<p>sabiendo que son prostitutas, solo son tratadas como las Prostitutas y esto se Presta para burlas y Comentarios feos</p>	<p>también hay de las modelos que tienen una carrera asegurada y por tener más dinero se meten con personas que tal vez no les conviene, como los narcotraficantes</p>	<p>lo único que hacen es explotarlas y tenerlas nada más como objeto de sexo y...</p>	<p>que hay que pensar bien las cosas antes de actuar</p>
<p>91 G1CBE4</p>	<p>92 G1CBE4</p>	<p>93 G1CBE2</p>	<p>94 G1CBE2</p>	<p>95 G1CBE1</p>
<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>Por la ambición del Dinero podemos Tener muchos Obstáculos en la Vida</p>	<p>lanzarnos como prostitutas es algo muy malo</p>	<p>pueden perder todo en la vida, por esa bobada, por esas cosas pueden perder a su familia, a sus seres Queridos</p>	<p>hay personas que piensan que con el dinero tiene todo y solo ganan una enfermedad y una mala vida</p>	
<p>96 G1CBE4</p>	<p>97 G1CBE4</p>	<p>98 G1CBE4</p>	<p>99 G1CBE4</p>	
<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>	

### GRUPO DE DISCUSIÓN No. 2

<p>Se ven mujeres muy es una mujer Bonitas</p>	<p>tipo, o sea tipo mujer perfecta La que todas cola, y... todo, quisieramos ser</p>	<p>mujer que nos muestra pues la que es perfecta</p>	<p>lo que quieren es atraer a los hombres con ese cuerpo que ellas tienen</p>	<p>muy voluptuosa</p>
<p>1 G2CBE1</p>	<p>2 G2CBE1</p>	<p>3 G2CBE2</p>	<p>4 G2CBE2</p>	<p>5 G2CBE3</p>
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Algo muy importante es Que no sé por qué, pero Siempre a las mujeres las Cogen como...como objeto sexual</p>	<p>siempre las escogen prácticamente como para promover supuestamente una marca</p>	<p>el hombre no se va a comprar el carro porque... ay, porque el carro es muy lindo, sino que esta pensando en que se pueden conseguir una mujer así</p>	<p>fotos con doble sentido</p>	<p>si muestran su cara bonita, pero nunca, pues, muestran algo, o sea, nunca vemos una mujer normal.</p>
<p>6 G2CBE1</p>	<p>7 G2CBE3</p>	<p>8 G2CBE3</p>	<p>9 G2CBE2</p>	<p>10 G2CBE3</p>
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Cualquier cosa que tengan Que publicar, siempre es con Una mujer hermosa y todo, Pero nunca normal</p>	<p>aparte de los arreglos que le hace el computador, porque esas viejas no son perfectas</p>	<p>uno nunca va a ver en una propaganda a una mujer fea.</p>	<p>uno en una propaganda ve si son niñas, niñas lindas, Si nos mujeres, mujeres lindas...</p>	<p>nunca muestran una mujer gorda</p>
<p>11 G2CBE3</p>	<p>12 G2CBE3</p>	<p>13 G2CBE4</p>	<p>14 G2CBE4</p>	<p>15 G2CBE4</p>
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>

La publicidad, los medios  
De comunicación nos ven  
Den siempre una mujer  
Perfecta, divina, 90-60-90  
Como dicen, y no solamente  
Eso también el prototipo a  
seguir

16

G2CBE4

Vallas Estudiante que  
Observan

la por eso puede  
llegar a la  
anorexia

17

G2CBE4

Vallas Estudiante que  
observan

el prototipo, a uno, hay...  
que tiene que ser  
flaca

18

G2CBE4

Vallas Estudiante que  
Observan

y si no es flaca  
no es exitosa y  
no es nada

19

G2CB4

Vallas Estudiante que  
observan

y si no es sexy, no  
es nada y nos  
hace sentir  
inferiores

20

G2CBE3

Vallas Estudiante  
que observan

Y no logramos como alcan-  
zar como esa meta de ser  
Una top model, o una reina  
O una actriz, una cantante

21

G2CBE1

Vallas Estudiante que  
Observan

por no tener el  
cuerpo perfecto

22

G2CBE3

Vallas Estudiante que  
observan

pero es que buscamos  
la forma de llegar a tener  
esos cuerpos, como las  
modelos y todas esas mu-  
jeres que nos muestran a  
Diario en la publicidad y la  
Televisión

23

G2CBE4

Vallas Estudiante que  
Observan

creo que en muchos  
casos están creando  
como una confusión  
sicológica

24

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observan

nosotros al ver a una  
mujer bonita en la  
televisión o algo, y  
todos miran es a esa,  
y que hermosa, ay  
uno siempre quiere  
llegar a ser como ella.

25

G2CBE2

Vallas Estudiante  
que observan

No sé, cirugía, o lo que haya  
Que hacer, pero como ella

26

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

sin darse cuenta que  
es un peligro se some-  
Ten a cirugías

27

G2CBE5

Vallas Estudiante que  
observan

muchas mujeres  
para tener ese cuerpo  
se someten a cirugías

28

G2CBE5

Vallas Estudiante que  
Observan

toman en riesgo la  
vida, con tal de ser esas  
mujeres que Ven ahí  
en la publicidad

29

G2CBE5

Vallas Estudiante que  
observan

cuantas mujeres no  
han muerto en esas  
cirugías

30

G2CBE6

Vallas Estudiante  
que observan

Y... obviamente todo por  
Vanidad

31

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

yo digo que las mos-  
traran tal y como  
Son

32

G2CB6E

Vallas Estudiante que  
observan

siempre recurren a...  
aaaaah, recurren al  
bisturí como dicen, y  
Así tampoco son las  
Cosas

33

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

esto lo que hace, como  
decía mi compañera,  
es meterle un proble-  
ma sicológico

34

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observan

uno al no poder alcanzar  
a ser como ellas, uno se  
frustra y no solamente  
emmm físicamente, sino  
sino también como perso-  
na, como ser humano

35

G2CBE2

Vallas Estudiante  
que observan

Ahí es cuando uno llega  
A la depresión y la  
Anorexia

36

G2CBE6

Vallas Estudiante que  
Observan

difícilmente uno puede  
salir de eso, sino tiene el  
acompañamiento de la  
Familia o sicológico

37

G2CBE6

Vallas Estudiante que  
observan

uno cree por ejemplo  
que todas esas viejas son,  
todas estas mujeres son  
exitosas que les va muy  
Bien en todo

38

G2CBE6

Vallas Estudiante que  
Observan

cuantas no se  
han matado

39

G2CBE6

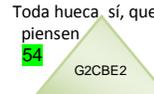
Vallas Estudiante que  
observan

esto no es como lo pintan  
esto no es una maravilla

40

G2CBE6

Vallas Estudiante  
que observan

<p>Entran en un desorden Pues, que las lleva a la Frustración</p>	<p>si, eso es lo malo que siempre nos están mostrando</p>	<p>aparte de mostrarnos una mujer perfecta, en una revista o en la tele- visión siempre nos Muestran esa vida como Algo perfecto</p>	<p>nunca muestran lo malo, que a veces hay disgustos</p>	<p>hay hombres que para tener a una mujer, si ella no quiere estar, van y la matan</p>
<p>41 G2CBE6</p> 	<p>42 G2CBE2</p> 	<p>43 G2CBE2</p> 	<p>44 G2CBE2</p> 	<p>45 G2CBE2</p> 
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Siempre nos están Vendiendo lo bueno y Lo malo, o sea no nos Están vendiendo lo que Hay de malo en él</p>	<p>algo muy importante es que no solamente las mujeres nos vemos frustradas por esto, sino también los hombres</p>	<p>hay hombres, aunque uno no crea, que siguen los prototipos de hombre hermoso, divino.</p>	<p>hay hombres que se frustran por eso, por no ser Bonitos</p>	<p>y lo mismo pasa con nosotras, los hom- bres siempre son comparando</p>
<p>46 G2CBE2</p> 	<p>47 G2CBE2</p> 	<p>48 G2CBE2</p> 	<p>49 G2CBE2</p> 	<p>50 G2CBE3</p> 
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Que aaaah, que esa vieja Tan buena, que tal cosa, Y uno se siente como un Bicho al lado de ellas</p>	<p>no son lo que muestran sino todo es photo shop</p>	<p>están mostrando ahí una sonrisa bonita, y y uno en realidad no sabe cómo es ella</p>	<p>qué importancia tiene tiene uno sentirse así, digamos como una mu- jer toda hermosa y todo, Pero que sea toda así Toda hueca sí, que no piensen</p>	<p>siempre muedtran la doble vida de las per- sonas, nunca mues- tran como la realidad de ellas, lo que viven a diario</p>
<p>51 G2CBE3</p> 	<p>52 G2CBE3</p> 	<p>53 G2CBE2</p> 	<p>54 G2CBE2</p> 	<p>55 G2CBE4</p> 
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Para que cerebro Si tengo cara bonita</p>	<p>sacan muchas mujeres miles y miles de mujeres Bonitas, al año, y muestran Que esas mujeres llegan a Sufrir de anorexia, de tras- Tornos alimenticios de Bulimia, y solamente porque Les meten eso a la cabeza</p>	<p>uno no sabe lo que ellas tengan en la mente</p>	<p>ellas dicen pues... yo tan bonita, yo para yo para que estudiar con esto lo tengo todo, y así no son las cosas</p>	<p>me parece muy bue- no una carrera, ya sea como modelo, es tudiar comunicación social, y todo pero sabiendo aprovechar</p>
<p>56 G2CBE6</p> 	<p>57 G2CBE1</p> 	<p>58 G2CBE1</p> 	<p>59 G2CBE1</p> 	<p>60 G2CBE6</p> 
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Crean que porque hay Fama, hay ser actriz, Cantante, esa es la vida Es todo, y así no son Las cosas</p>	<p>si, hay muchas personas que aunque no tengan una belleza física muy perfecta, si triunfan y son muy bellas interior- Mente</p>	<p>el éxito no está en la belleza física, sino en ser inteligente y sa- ver hacer las cosas</p>	<p>mire a las actrices y las cantantes, de Hollywood, por ej. lady Gaga, es una mujer muy fea, pues el físico, pero vean donde está y es reconocida Mundialmente y todo</p>	<p>saber aprovechar las oportunidades que le presenta la vida a uno</p>
<p>61 G2CBE6</p> 	<p>62 G2CBE6</p> 	<p>63 G2CBE6</p> 	<p>64 G2CBE6</p> 	<p>65 G2CBE6</p> 
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>

<p>Una reflexión muy bonita Era, que esto no es la Vida</p>	<p>pienso que la vida no es ser bonito, no es salir en revistas, en Vallas, o aparecer como La típica mujer perfecta Divina...</p>	<p>una ropa bonita, la hace, un buen maquillaje y un bien peinado, entonces pienso que, va más allá de eso, entonces... no sé, pensar Muchas cosas,</p>	<p>lo hacen por sus familias, y todo, o les venden ese concepto</p>	<p>somos culpables también las zonas que estamos así porque nos dejamos llevar por todo lo que vemos</p>
<p>66 G2CBE1</p>	<p>67 G2CBE1</p>	<p>68 G2CBE1</p>	<p>69 G2CBE1</p>	<p>70 G2CBE6</p>
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Si vemos una ropa bonita en Una revista, entonces me la Compro, porque me va a Quedar hermo</p>	<p>el hombre va a comprar una cerveza que porque le vio la cola a aquella muy bonita, entonces me Compro esa cerveza, que Por comprar esa cerveza Cree que va a tener esa Mujer que está ahí</p>	<p>eso es lo que llamamos mensajes subliminales</p>	<p>uno se compra, no no tanto pensando el vestido sino en jue pucha como a esta le queda divino el vestido entonces a mi también me va a quedar así</p>	<p>son mensajes subliminales que llevan doble sentido, y que es al fin y al cabo lo que hace la publicidad.</p>
<p>71 G2CBE2</p>	<p>72 G2CBE2</p>	<p>73 G2CBE1</p>	<p>74 G2CBE1</p>	<p>75 G2CBE1</p>
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Nos dejamos llevar por Todo</p>	<p>ven a la mujer como un objeto sexual</p>	<p>algunas por ej. Ya terminan con traquetos, es En otro rollo y no se centran realmente en lo que Quieren ser</p>	<p>y todo por qué, porque tienen fama, porque son bonitas</p>	<p>la fama y la belleza no lo es todo</p>
<p>76 G2CBE3</p>	<p>77 G2CBE3</p>	<p>78 G2CBE3</p>	<p>79 G2CBE2</p>	<p>80 G2CBE3</p>
<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que Observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>	<p>Vallas Estudiante que observan</p>
<p>Pues sí, definitivamente no Es todo y pues... emm</p>	<p>no sé la verdad, yo pienso que las personas deberíamos como de sacudirnos y Y de reflexionar y, ver que A uno siempre le salen que Que si uno no es bonito, no Es nada y no es nadie</p>	<p>yo creo que esa no es la verdad ( si no es bonito no es nadie)</p>	<p>mi mamá me dice ayy... que usted es gorda que ue no se vaya a dejar engordar</p>	<p>son cosas que a uno le van metiendo a la vida, a uno como persona y uno de de be dejarse llevar por esas cosas (no engordar)</p>
<p>81 G2CBE3</p>	<p>82 G2CBE3</p>	<p>83 G2CBE3</p>	<p>84 G2CBE3</p>	<p>85 G2CBE3</p>
<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>Esto es efímero, esto pasa, Ellas son muy bonitas y todo, Pero al fin y al cabo van a Llegar a ser viejas o un accidente y ahí queda todo</p>	<p>yo digo, lo que están promoviendo ahí, es a la mujer, como dicen las compañeras como un objeto sexual.</p>	<p>pues si porque, sin embargo ellas ahora son muy lindas, están en la tv, o están en las revistas, o mejor dicho son el centro de atención de cualquier hombre, o de cualquier persona que las vea, pero ellas no se van a quedar siempre en ese punto, van a llegar a una edad en donde no van a ser tan bellas, no las van a contratar para publicidad, para revistas para todas esas cosas.</p>		
<p>86 G2CBE1</p>	<p>87 G2CBE1</p>	<p>88 G2CBE2</p>		
<p>Vallas Estudiante que Observa</p>	<p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Vallas Estudiante que Observa</p>		

Pero hay algo muy importante y es que, no sé, se me viene a la mente decir que en la antigüedad la mujer siempre fue muy inferior y, hoy por hoy, no es mucha la diferencia, porque al fin y al cabo que, hoy según a la mujer, por estas imágenes, por todo lo que vemos se sigue viendo como tal, solamente que en un sentido disfrazado pues, porque si hoy vemos a la mujer, se ve como un objeto sexual, como a la cual podemos utilizarla para ponerla aquí, allí, en una cerveza, en una revista, en una marca, entonces se ve como tal, como un objeto al cual usamos, ponemos, quitamos, listo (inferioridad)

pues claramente viendo que no todas, hay mujeres que han llegado a ser grandes, hasta presidentas habido (inferioridad)

o sea la publicidad como la muestran, a nosotros nos muestra a una mujer en una revista como, o sea, si me entiende, solo la paran ahí, le toman una foto y eso es todo lo que es ella, una cara bonita y ya... (Objeto)



Vallas Estudiantes Observa



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que Observa

Pero eso también va con los valores que le han inculcado a uno en la familia, en la casa, la manera de ver a las personas y la sociedad

y muchas por la situación que hay en la familia se prestan para otras cosas o sea, ya, así como prostitutas y usan el cuerpo para conseguir plata, creen que eso es todo

aparte también hay mamás que incitan a las hijas, pues a que se vayan por ese camino

la mamá de una niña de seis años que le ha metido millones en solo... por ej. que cirugías, no, en tratamientos, es una niña de 6 años, o sea, es super jove, y la niña es super linda, o sea después la niña se va a a complejar y siempre va a querer llegar a ser mejor y mejor...

si ella no es linda no es nadie en el mundo



Vallas Estudiante que Observa



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que Observa



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que observa

Y no siempre es así, y se van a frustrar porque el día que les salga algo en la cara, un grano, lo que sea, se van a poner que se mueren

pensemos en las consecuencias que lleva eso, cuando ya tienen 30 o 40 años cuando si, cuando ya las agencias de modelaje no las constatan o sea, yo digo que ese es el problema ahí, grave, donde llegan y se matan, se suicidan, por qué, porque claro, siempre le enseñaron que hay que ser bonitas, que no se que, la fama, entonces cuando ya pierden esas cosas, es cuando se deprimen y llegan a suicidarse, caen en depresiones y ... así, por el estilo (consecuencias)

esto trae muchas consecuencias, todo está, la televisión, que nos enseña pues todo esto.

las enfermedades que aparecen, todo, todo, o sea, los suicidios que hay a diario



Vallas Estudiante que Observa



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que Observa



Vallas Estudiante que observa

Si no soy linda entonces no soy nadie, y nadie me mira y punto.

soy gorda, pues me tengo que volverme bulímica, anoréxica como sea para ser perfecta

se mato y uno dice, aparentemente lo tenía todo porque muy en realidad todas tienen un vacío en el alma y el corazón (Referencia la muerte de Lina Marulanda)

no tienen una vida normal

ella tiene que estar perfecta para verse perfecta



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que Observa



Vallas Estudiante que observa



Vallas Estudiante que observa

La familia a como que no  
Es el centro de atención  
Para ella

106

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
Observa

ella va a ser linda y  
punto, y si no soy  
entonces me mato

107

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observa

la vida se vuelve más  
que todo como una  
rutina

108

G2CBE4

Vallas Estudiante que  
Observa

viene el foto shop  
hacerle los retoques  
y a mostrar la cola  
perfecta, los seños  
perfectos, el cabello  
perfecto, sin nada de  
friz, que es lo que  
todas anhelamos

109

G2CBE3

Estudiante que Vallas  
observa Vallas Estudiante  
que observa

no nos dejemos lle-  
var por todas estas  
cosas, tanto de pu-  
blicidad así como de...  
televisión de me-  
dios de comunica-

110

G2CBE1

Estudiante que observa

El mensaje central acá, es  
Aceptarnos tal y como so-  
Mos, y queremos y pensar  
Que podemos ser igual o  
Más talentosas que ellas y  
No precisamente trabajando  
En una agencia o en tv, sino  
Trabajando en otras cosas,  
En otros aspectos de la vida  
(aceptación)

111

G2CBE1

Vallas Estudiante que  
Observa

de aceptarnos pues,  
porque si Dios quiso  
que fuéramos así, es  
es porque algo o al-  
guien tenemos que  
ser

112

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observa

no preocuparnos más  
por ir a hacernos ciru-  
gias.

113

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
Observa

para vernos como  
otras, no (se refiere  
A las cirugias)

114

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observa

todas podemos llegar  
a triunfar, así no ten-  
gamos un cuerpo y  
una cara perfecta

115

G2CBE4

Vallas Estudiante  
que observa

Hay que aceptarnos como  
Somos (falta alguna parte  
De su cuerpo)

116

G2CBE3

Vallas Estudiante que  
Observa

hay que mirar que  
que esas personas son  
las que le cogen mejor,  
O sea más aprecio a la  
Vida (discapacidades)

117

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observan

tengo que ser igual, no

118

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
Observan

la inteligencia vale más  
que un cuerpo y que una  
cara bonita y que un  
contrato

119

G2CBE1

Vallas Estudiante que  
observan

lo que llevamos por  
dentro vale mucho  
más que lo crítico,  
la apariencia de lo  
que mostramos fren-  
te a la sociedad

120

G2CBE4

Vallas Estudiante  
que observa

Con un coeficiente bueno  
Uno puede llegar a triunfar

121

G2CBE5

Vallas Estudiante que  
Observa

crear en nuestra capa-  
cidad intelectual, en que  
nosotros somos capaz  
de llegar a donde que-  
ramos

122

G2CBE2

Vallas Estudiante que  
observa

pienso que no debemos  
engañarnos con estas  
publicidades

123

G2CBE1

Estudiante que Vallas  
Observa

la belleza es efimera

124

G2CBE3

estudiante Vallas  
que observa Vallas Estudiante  
que observa

la belleza algún día  
se nos va a acabar

125

G2CBE4

Todo llega y todo pasa

126

G2CBE3

Vallas Estudiante que  
Observa

aceptarnos tal como  
Somos

127

G2CBE3

Vallas Estudiante que  
observan

uno puede ser modelo y  
todas esas cosas, pero eso  
Depende de cómo un  
tome

128

G2CBE1

Vallas Estudiante que  
Observan

## GRUPO DE DISCUSIÓN No. 3

siempre muestran a  
Las mujeres con poca  
Ropa

1

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observan

siempre como con  
mensajes sublimina-  
les

2

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observan

como que les tapan  
un poquito el apar-  
to reproductor

3

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observan

siempre es como  
insinuando

4

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observan

la muestran como un poco  
sexy, si...

5

G3PGE1

Vallas Estudiante  
que observan

La mujer esta boca  
Abajo, encima del hom-  
Bre con poca ropa

6

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

es un mensaje pues  
como subliminal

7

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

los dos tienen los  
jeans desabrochados

8

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

una pose un poco  
incómoda como  
para quien lo ve

9

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

una pose algo  
sexual

10

G3PGE1

Vallas Estudiante  
que observa

todas esas viejas son  
como todas sexys

11

G3PGE3

Vallas Estudiante que  
observa

sus gestos son como  
muy marcados en quan-  
to a sus miradas y cabe-  
llos

12

G3PGE3

Vallas Estudiante que  
observa

son como insinuando  
o incitando al sexo

13

G3PGE3

Vallas Estudiante que  
observa

muestran todo  
como insinuando

14

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

para lucir esos  
cuerpos

15

G3PGE3

Vallas Estudiante  
que observa

los gestos son como  
un poco sensuales, co-  
mo atrevidos y ni ha-  
blar de las poses, por-  
que las poses son prác-  
ticamente sin ropa, eeh  
son atrevidas

16

G3PGE4

Vallas Estudiante que  
observa

y otra acá con el dedo  
en la boca, haciendo  
un gesto, pues ahí,  
todo...

17

G3PGE3

Vallas Estudiante que  
observa

como excitada más  
bien

18

G3PGE5

Vallas Estudiante que  
observa

mira que también  
son mostrando sus  
senos, que se les  
salga todos sus  
atributos

19

G3PGE3

Vallas Estudiante que  
observa

y miren la boca  
todas la tienen co-  
mo parecida,  
siempre hacen la  
boca como de la  
misma manera.

20

G3PGE6

vallas Estudiante  
que observa

lo que yo veo que están  
haciendo con esas imá-  
genes es como incitar,  
pues aparte de promocio-  
nar una marca de jean o  
algo así

21

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

están es como incitan  
do al hombre, por ej. A  
mostrar un jean que les  
queda perfecto, y con  
esa cara de satisfacción,  
están es incitando

22

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

son imágenes de  
doble moral

23

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observa

están es mostrando  
es, o sea, además de  
la marca están mostran-  
do, para mi, la mayoría  
de las imágenes son  
sexual o sensuales, son  
pornográficas.

24

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observa

por un lado los jeans  
mostrando la cola,  
están mostrando  
la ropa.

25

G3PGE1

vallas Estudiante  
que observa

se están mostrando ellas  
físicamente, se están ven-  
diendo esa es la verdad

26

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observa

si porque siempre las  
vemos con esas poses  
así por ej. Con la cola  
levantada

27

G3PGE2

Vallas Estudiante que  
observa

y por qué todas esas  
mujeres tienen que ser  
flacas...no, ninguna  
gorda, todas con cuer-  
pos perfectos

28

G3PGE5

Vallas Estudiante que  
observa

si, son perfectas

29

G3PGE1

Vallas Estudiante que  
observa

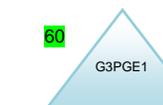
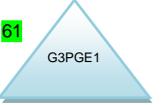
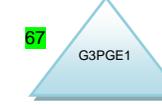
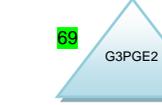
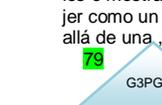
pues obvio, no van  
van a mostrar una  
mujer fea ahí, obvio  
no

30

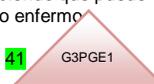
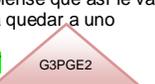
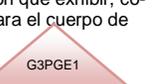
G3PGE1

vallas Estudiante  
que observa

<p>Porque solo venden jeans Para cuerpos perfectos</p> <p>31 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero entonces las gordas que hacemos Jajajaja</p> <p>32 G3PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>muestran aca, o sea una fachada total</p> <p>33 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>en realidad a lo que lo están incitando a uno es a tener el cuerpo perfecto y que si tú te pones el jean X y de Tal marca, te vas a ver Hermosa, divina, y hasta Como la modelo perfecta.</p> <p>34 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>están promocionando bolsos y ponen una mujer empelota</p> <p>35 G3PGE4</p> <p>vallas Estudiante que observa</p>
<p>lo mismo que en la cerveza, muestran la cola de una vieja y una cerveza</p> <p>36 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>me parece que usan a la mujer como un objeto porque al fin y al cabo, se supone que debe promocionar el producto</p> <p>37 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>muestran a la mujer con el bolsito, bien, pero que tiene que ver, tapándose ahí... no tiene nada que ver, muy sexual tapándose ahí...</p> <p>38 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>o sea las mujeres son tan, somos tan sexys</p> <p>39 G3PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero es que a la mayoría la ponen así, como semidesnudas</p> <p>40 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>esta carrera es muy buena, a mí me parece bien</p> <p>41 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero esa no es la vida, la vida son otras cosas</p> <p>42 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>No, esa también puede ser una vida</p> <p>43 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>que la mujer tiene buena cola</p> <p>44 G3PGE6</p> <p>Vallas estudiante que observa</p>	<p>No es que tenga buena cola, sino el efecto photo shop</p> <p>45 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>vea, si uno ve unas modelos divinas, y este jean le queda así...</p> <p>46 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>sigo pensando que las siguen mostrando como un objeto</p> <p>47 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>en la publicidad se ven, muestran a la mujer bien sexy y muestran el producto ponen una frase muy provocante, por ej. Aquí la carita, la fiebre Del jean, por ej. acá Se ve la mujer practicamente el seno en el Pene...perdón es la Verdad.</p> <p>48 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>por ej. Aquí, creo que están promocionando el jean, porque tienen que poner el resto del Cuerpo así desnudo</p> <p>49 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>porque para promocionar le jean tiene e que estar ella semidesnuda.</p> <p>50 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>en esta imagen se ve algo absurdo, por qué mitad vestida y mitad desnuda?</p> <p>51 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las mujeres desnudas que están encima de las bicicletas, si están promocionando una agencia de viajes, que tiene que ver con eso?</p> <p>52 G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>yo pienso que manejan ese toque de misterio</p> <p>53 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>a muchas no les muestran la cara, siempre es de espaldas, pero siempre insinuando, siempre es insinuando</p> <p>54 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>lo que necesitan hacer las empresas ahora, promocionar con mujeres bonitas.</p> <p>55 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

<p>Si no lo hacen entonces como no va a ver a alguien feo</p>	<p>listo, muestran a una mujer bonita, con un jean perfecto que dice "levantacola" y obviamente el levantacola No le sirve a la modelo porque la modelo Tiene cola</p>	<p>que hacen para las mujeres que no son muy bonitas o que no so 90-60-90, prototipo de mujer que nos venden los medios de comunicaci3n y la publicidad?</p>	<p>qu3 hace una persona que no tiene ese cuerpo?</p>	<p>si, porque siempre nos venden la ropa para la Mujer de cuerpo perfecto y, para las dem3s?</p>
<p>56 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>57 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>58 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>59 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>60 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>los gestos siempre son como..., los gestos son perfectos, son como muy insinuantes, muy sensuales, muy sexy</p>	<p>si, siempre vemos a la mujer ac3 con un descubierto, una parte de su cuerpo, con una mirada as3 como que cautiva, toda sexy, el cabello bien arreglado, si... perfecta y a la vez como salvaje</p>	<p>igual las poses son muy provocativas para los hombres</p>	<p>estamos viendo que el jean le queda hermoso y nosotras creemos que nos va a quedar igual</p>	<p>no solo la meta de cautivar, al hombre lo cautiva por su cuerpo y su belleza y a la mujer nos va a cautivar, exactamente por lo mismo, o sea, vemos a la mujer ser, a la que est3 cautivando al hombre</p>
<p>61 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>62 G3PGE4</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>63 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>64 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>65 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>entonces nosotras tambi3n queremos ser as3, ella es la que esta cautivando al hombre, uno tiene que ser as3, para cautivar tambi3n a los hombres jajaja...</p>	<p>para m3 son mensajes subliminales, para m3 tienen doble sentido las im3genes, muchas veces muy, muy... que ir3nicas...</p>	<p>que tiene que ver la la cerveza con la cola de la mujer?</p>	<p>el hombre al ir a comprar la cerveza, va a Ver la cola, o sea la pose que tiene...</p>	<p>obviamente yo creo que m3s bien, lo usan como un medio de atraer, porque por decir, la cerveza solita el hombre no la va a ver, en cambio si le ponen el cuerpo de la ah3, de una...mira</p>
<p>66 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>67 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>68 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>69 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>70 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>m3s lo va a cautivar ver la cola de la mujer, ah3, casi encima de la cerveza</p>	<p>en realidad la cola de la mujer, no debe estar haciendo sbsolutamente nada ah3</p>	<p>una cola toda voluptuosa</p>	<p>y el photo shop, si porque... a menos que se haya mandado operar</p>	<p>ellas son muy lindas y todo, pero algo deben tener arreglado, porque perfecto no hay nadie.</p>
<p>71 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>72 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>73 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>74 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>75 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>son estrategias de publicidad, para mi concepto</p>	<p>nos venden meras estrategias... para poder vender</p>	<p>son perfectas, son insinuantes, son en en una forma de de otra, con doble sentido</p>	<p>quieren mostrar, y en caso y en muchos casos hay de las fotos que vemos, son m3s que todo cosas sexuales o mostrar a la mujer como un objeto m3s all3 de una ,mujer bonita</p>	<p>si nos venden a nosotras las mujeres, entonces...</p>
<p>76 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>77 G3PGE6</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>78 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>79 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>80 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>

<p>estas cosas nos llevan a ... a como decíamos al prototipo de mujer que uno tiene que ser... mismo.</p> <p><b>81</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>han visto que le toman a uno una foto y usted hace la pose que vio en la revista</p> <p><b>82</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>si uno trata de hacer la misma pose</p> <p><b>83</b> G3PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>usted en realidad no le sale la pose, es muy feita, pues no le queda la pose</p> <p><b>84</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las vemos a ellas, las miradas, las risas, y todo, entonces nosotras intentamos hacer lo</p> <p><b>85</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>siempre tratamos de imitar las poses y los gestos que ellas hacen</p> <p><b>86</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>yo lo digo porque yo lo he hecho</p> <p><b>87</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>aquí, quedaríamos de pronto bonitas</p> <p><b>88</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>es más importante el hombre o la mujer que hasta el propio producto</p> <p><b>89</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>aquí la mujer no importa, entonces porque no le muestran la cara.</p> <p><b>90</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>eso me lo llevo, por qué, porque vio que le quedaba hermoso y se lo coloca y eso no le horma, nooo...</p> <p><b>91</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hay personas que no somos tan... como tan bonitas pues, pero, pues como hacen, yo creo que se vuelve un problema.</p> <p><b>92</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>			
<b>GRUPO DE DISCUSIÓN No. 4</b>				
<p>Se ve sexy, tiene buen Cuerpo</p> <p><b>1</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la cara está atractiva</p> <p><b>2</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no está posando tan exageradamente</p> <p><b>3</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la modelo tiene un cuerpo muy bueno</p> <p><b>4</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>demasiado extrovertida</p> <p><b>5</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>lo que más les llama la atención a los hombres y a las... está mostrando mucho, muchísimo y más la parte de atrás, la cola</p> <p><b>6</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>esta vieja tiene un cuerpo muy bonito</p> <p><b>7</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>y más que todo la cerveza es como victorian los hombres, por eso lo mezclan, mujeres con cerveza y mostrando la cola más sexy.</p> <p><b>8</b> G3PGE4</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>si yo tuviera un cuerpo así... uufff....</p> <p><b>9</b> G3PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>que le va a dar pena si no esta mostrando la Cara, ni nada.</p> <p><b>10</b> G3PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>Ahhhh, pero para algo Nacieron, para ser Modelos</p> <p><b>11</b> G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>por algo están ahí, tienen ese cuerpo tan lindo que...</p> <p><b>12</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>tan guisa</p> <p><b>13</b> G3PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no esta como tan mostrona</p> <p><b>14</b> G3PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>solo esta tapando, ahí, al frente</p> <p><b>15</b> G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

<p>No les da pena de los Que les están tomando Las fotos</p> <p>16 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para tomarse fotos em- pelotas, así desnudas, ellas se toman primero unos Tragos, como para desviar La atención</p> <p>17 G3PGE3</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>No solamente tragos, agua, cualquier líquid- do...o...pueden con- sumir otra clase de cosas.</p> <p>18 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>todas mostrando la cola, todas la utili- zan para poder ven- der</p> <p>19 G3PGE3</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre tienen que utilizar a la mujer</p> <p>20 G3PGE3</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>la mujer y... mostrando</p> <p>21 G3PGE4</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para editar publicidad, hay más modelos para mujeres que para hom- bres</p> <p>22 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>será que para eso nacimos, para mos- trar, qué opinan?</p> <p>23 G3PGE3</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no, no, mostrar uno todooooooooo...</p> <p>24 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las que no viven del sexo... las mu- jeres</p> <p>25 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>pero es que también hay muchos trabajos</p> <p>26 G3PGE3</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero uno lo hace porque le gusta, y después de que uno tenga un cuerpo así como esas viejas que más...</p> <p>27 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>No necesita nada más</p> <p>28 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>esas viejas posan rebacano</p> <p>29 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>a todas les luce los jean</p> <p>30 G3PGE3</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>por eso las escogen porque tienen buen cuerpo</p> <p>31 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>lo que tienen es posti- zo, no es de ellas</p> <p>32 G3PGE4</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>es obvio, por eso es que son tan lindas, son mero plástico, mero maquillaje, la cámara cubre todo, ella es la modelo</p> <p>33 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>promocionando el jean, pero sin blusa</p> <p>34 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>tienen una cintura divina</p> <p>35 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>y no solamente cintura, la ropa, las poses, como las maquillan (todo divino)</p> <p>36 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las ropas que ellas promocionan son muy bonitas</p> <p>37 G3PGE5</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ellas dejan de comer para poder tener ese cuerpo</p> <p>38 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ella es anoréxica, pues tiene un cuer- po bacano</p> <p>39 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hace unas poses rebien</p> <p>40 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>que se gana con tener un cuerpo bonito y todo sabiendo que puede estar uno enfermo</p> <p>41 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para que lo vena a uno</p> <p>42 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ella lo hace porque la hace ver bonita</p> <p>43 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las poses, parecen co- mo figuras geométricas, jajajaja, todas redondas</p> <p>44 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no hay publicidad de hombres, la mayoría son de mujeres</p> <p>45 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>¡Ay!...que rico tener ese jean</p> <p>46 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>lo ponen así con esos culotes, para que uno piense que así le van a quedar a uno</p> <p>47 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>y lo compra y no le queda bien, obvio que le va a quedar igual</p> <p>48 G3PGE2</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ellas promocionan, pero porque tienen con que exhibir, co- para el cuerpo de</p> <p>49 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero pa que, si uno no tiene el cuerpo de ellas</p> <p>50 G3PGE1</p>  <p>Vallas Estudiante que observa</p>

<p>La ropa que se compra, De vez en cuando le Queda a uno bien</p> <p>51 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las mujeres para poder verse bonitas, la belleza cuesta, hay que llevar una rutina muy dura</p> <p>52 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las que están en vestido de baño, lo hacen para llamar la atención</p> <p>53 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>todas las imágenes llaman como al sexo, todas son como llamativas a eso, casi todas</p> <p>54 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>masturba mucho a los hombres</p> <p>55 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>esa vieja, como está de buenaa... está hermosa eso es tentador</p> <p>56 G3PGE4</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>a nosotras nos gustar ser modelos</p> <p>57 G3PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>con un cuerpo así, un pelo así y una cara así, o sea tener tanta belleza...</p> <p>58 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>sí, y no tanto como ser modelo, sino ser así, tener ese físico</p> <p>59 G3PGE4</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para todo lo que ellas tienen necesitan dinero</p> <p>60 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>por eso tiene que tener dinero</p> <p>61 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pues... si no tiene, tiene que buscar a los narcotraficantes</p> <p>62 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>casi todas tienen plata, tienen gente que les ayuda</p> <p>63 G3PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>muchas de ellas dejan a toda la familia, para irse por eso</p> <p>64 G3PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>algunas familias caen no las apoyan, porque salen a exhibir su cuerpo ahí...</p> <p>65 G3PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>ellas casi no tiene un novio... estable.</p> <p>66 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hay familias que se interponen mucho, por ej. Religiones</p> <p>67 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>expresan como libertad, como si estuvieran felices, libres...</p> <p>68 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se sienten vivas</p> <p>69 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero no en sí ellas, sino lo que quieren mostrar, sintiéndose libres</p> <p>70 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>pero no en sí ellas, sino lo que quieren mostrar, sintiéndose libres</p> <p>71 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la cara de ellas es parecida a la libertad</p> <p>72 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hay mujeres que si les da pena y no salen, lo tienen todo, pero no, no salen, pero la mayoría sí, puro relax, hay muchas que se acostumbrar</p> <p>73 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>casi nunca salen desnudas, siempre se tapan con los avisos</p> <p>74 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>uno como que se escandaliza, eso es más escándalo de uno</p> <p>75 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>muchas se tienen que cuidar el cuerpo</p> <p>76 G3PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se vuelven anoréxicas, prácticamente por cuidarse la figura</p> <p>77 G3PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>muchas van a gimnasia hacer ejercicios para tener una figura esbelta</p> <p>78 G3PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pertenecer a ese mundo, pues el mundo de la fama, es difícil, porque tiene que dejar muchas cosas, la privacidad</p> <p>79 G3PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>muchas personas por envidia les mandan tirar ácidos en la cara.</p> <p>80 G3PGE4</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

Hay mujeres que ya tienen la cara como sensual, toda sexy

81

G3PGE5

Vallas Estudiante que observa

mujeres que salen con rostros tan lindos

82

G3PGE1

Vallas Estudiante que observa

niñas tan chiquitas, ya con esa fama, con ese talento

83

G3PGE3

Vallas Estudiante que observa

ya desde niñas ya empiezan a cuidarse

84

G3PGE4

Vallas Estudiante que observa

van creciendo con ese pensamiento de que van a ser mejores

85

G3PGE5

Vallas Estudiante que observa

son tan extrovertidas

86

G3PGE4

Vallas Estudiante que observa

empiezan a salir que en comerciales y les empieza a gustar eso

87

G3PGE3

Vallas Estudiante que observa

la mujer sirve para todo, o sea las mujeres nacimos para todo

88

G3PGE1

Vallas Estudiante que observa

la mujer da mucho de que hablar

89

G3PGE1

Vallas Estudiante que observa

## GRUPO DE DISCUSIÓN No. 5

Aprovechan de las Modelos y los Tituyes

1

G5PGE3

Vallas Estudiante que observa

hay modelos que no estudian

2

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

por el cuerpo y la cara

3

G5PGE4

Vallas Estudiante que observa

así sean personas de bajo nivel, las suben a ser más

4

G5PGE4

Vallas Estudiante que observa

en las revistas que salen totalmente desnudas

5

G5PGE4

Vallas Estudiante que observa

si, por ej. Como Marbell, que es una cantante, y... se muestra en un video porno

6

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

pero a veces los fotógrafos no se ponen a tomar las fotos sino a hacer otra cosa con las cámaras

7

G5PGE3

Vallas Estudiante que observa

a morbosear

8

G5PGE5

Vallas Estudiante que observa

la modelo esta en una pose sensual

9

G5PGE5

Vallas Estudiante que observa

por qué los modelos se desnudan ante las cámaras, para ganar plata

10

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

desnudarse y que le vean el cuerpo

11

G5PGE3

Vallas Estudiante que observa

en las propagandas salen una tapándose muy poco

12

G5PGE2

Vallas Estudiante que observa

algunas salen a veces sin taparse

13

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

falta de respeto para el cuerpo

14

G5PGE6

Vallas Estudiante que observa

por qué uno exhibirse

15

G5PGE6

Vallas Estudiante que observa

lo uno es de uno, no de los demás discoteca.

16

G5PGE6

Vallas Estudiante que observa

me gusta mucho el vestuario

17

G5PGE3

Vallas Estudiante que observa

no está exhibiendo mucho el cuerpo

18

G5PGE3

Vallas Estudiante que observa

se le ven las nalgas

19

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

vestida como para entrar a una

20

G5PGE2

Vallas Estudiante que observa

tiene una pose muy sensual y esta semidesnuda

21

G5PGE5

Vallas Estudiante que observa

pero no muestra el cuerpo como lo muestran las otras

22

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

esta, está mostrando el ombligo

23

G5PGE2

Vallas Estudiante que observa

muestran señoras casi desnudas

24

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

los niños también se pueden pervertir

25

G5PGE1

Vallas Estudiante que observa

<p>Esta bien ser modelo</p> <p>26 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero tampo para exhibirse así</p> <p>27 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>en los cuadernos aparecen semidesnudas y Los muchachos empiezan a morbosiar</p> <p>28 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ser modelo debe ser bueno</p> <p>29 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>quería que la morbosiaran</p> <p>30 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>ella quería que la vieran</p> <p>31 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>tiene el cuerpo muy lindo</p> <p>32 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>está muy tapada</p> <p>33 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>será que se mandó a operar</p> <p>34 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>casi todas las modelos tienen más de dos operaciones</p> <p>35 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>si, debió ser operada</p> <p>36 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Marbell sale desnuda del todo</p> <p>37 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>está casi desnuda</p> <p>38 G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>está patiabierta, está desnuda</p> <p>39 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>una pose muy sensual sexua y... una pose fea.</p> <p>40 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>a mí me gustaría ser modelo, pero no exhibirme de esa manera</p> <p>41 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>los mismos diseñadores eligen la ropa y exigen la pose y ya se sobrepasan</p> <p>42 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>quién se gana más plata</p> <p>43 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>los diseñadores ganan más que las modelos</p> <p>44 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la modelo porque es la que está mostrando las partes privadas de su cuerpo</p> <p>45 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>ellas se exhiben mucho con su cuerpo</p> <p>46 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>el cuerpo de nosotras debe ser privado</p> <p>47 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>nadie lo debería ver, aunque sea por plata</p> <p>48 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero para lalgo hicieron la ropa, para que nos cubriéramos y ya... pero ya no nos cubrimos con nada</p> <p>49 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>si es de ponerse de vez en cuando un escote</p> <p>50 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>con esas falditas que casi se le ven las nalgas...</p> <p>51 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>el cuerpo es de uno y no de los demás</p> <p>52 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>el cuerpo no se debe mostrar a todo el mundo...</p> <p>53 G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>solo es de uno o de la pareja cuando lo comparte</p> <p>54 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>tampoco vestirse como esas evangélicas</p> <p>55 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>sino noma., con jeans apretados</p> <p>56 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>un día de estos sale entonces la moda de no usar ropa, entonces no usan ropa</p> <p>57 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las modelos de hoy en día se creen mucho</p> <p>58 G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>somos más modelos nosotras que no mostramos nada a ellas que todo lo muestran</p> <p>59 G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>uno por la plata no debería venderse</p> <p>60 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>uno no vende el cuerpo</p> <p>61 G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la plata no lo es todo en el mundo, la plata se gana pero no mostrando las partes íntimas</p> <p>62 G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la plata se gana trabajando y esforzandose</p> <p>63 G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la plata lo es todo en el mundo</p> <p>64 G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la plata no compra la felicidad</p> <p>65 G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

<p>Tampoco el amor que Corresponde a la pa- Reja</p> <p>66</p> <p>G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se van por alla a prostitu- irse</p> <p>67</p> <p>G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ni el amor ni el dinero es todo en el mundo</p> <p>68</p> <p>G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>usted sin amor no pue- de vivir</p> <p>69</p> <p>G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>vivirlo sí, pero tampoco de matars e por él.</p> <p>70</p> <p>G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>hay niñas que no se quieren prostituir ni nada y llegan y las vio- lan y ellas desde allí, dicen que la vida se les desgracio y van a pros- tituirse por si solas.</p> <p>71</p> <p>G5PGE6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>destruyen la vida de las niñas y dicen que ya para qué van a cui- dar lo que tienen, si ya se lo han... quitado</p> <p>72</p> <p>G5PGE2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las modelos no deben exhibir su cuerpo por dinero.</p> <p>73</p> <p>G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>esas cosas por la calle que son puras Mujeres desnudas</p> <p>74</p> <p>G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las modelos deberían respetarse un poquito más... como si fueran mujeres</p> <p>75</p> <p>G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>ellas quieren ser famo- sas</p> <p>76</p> <p>G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>pero no pueden con eso de exhibirse</p> <p>77</p> <p>G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>llegan a cualquier lími- te con tal de tener fama y que todo el mundo las admire</p> <p>78</p> <p>G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>Jessica Sediel se exhibe mucho</p> <p>79</p> <p>G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ellas también han hecho peliculas porno</p> <p>80</p> <p>G5PGE5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>A que hombre no le gusta eso</p> <p>81</p> <p>G5PGE1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>prenden el computador para ver cosas porno</p> <p>82</p> <p>G5PGE3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>			
<b>GRUPO DE DISCUSIÓN No. 6</b>				
<p>Casi todas muestran, Pues como no sé, al- Guna parte de su cu- Erpo</p> <p>1</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre es lo que quere- mos nosotras usar</p> <p>2</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>son modas atrevi- das</p> <p>3</p> <p>G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre como in- tentando mostrar su cuerpo</p> <p>4</p> <p>G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se ven como ligeras de ropa</p> <p>5</p> <p>G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>insinúan mucho, mues- tran mucho sus partes íntimas</p> <p>6</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>mostrarse como a a uno le da la gana</p> <p>7</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hacen incitar a com- prar esos accesorios, muy llamativos</p> <p>8</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre queremos usar lo que vemos en alguna mujer bo- bonita</p> <p>9</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>y siempre las vemos con tacones super altos</p> <p>10</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>se ven más altas, más elásticas</p> <p>11</p> <p>G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre tienen el ca- bello hermoso, divino, siempre se ven bien</p> <p>12</p> <p>G6AME5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>está mostrando bien sus escotes</p> <p>13</p> <p>G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>elegancia, les horma muy bonito, pues es algo obvio, porque son modelos</p> <p>14</p> <p>G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre está mos- trando, como, no sé</p> <p>15</p> <p>G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

<p>Usan ropa muy insinúan- Te y llamativa, que se les Ve muy bonita</p> <p>16 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no solo lo compran las mujeres, si algún hom- bre ve a una modelo así, Va a querer que sea la novia</p> <p>17 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ellos siempre tratan de comparar</p> <p>18 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>va a crear un trauma en nosotras</p> <p>19 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>compran la ropa para que las novias se vean</p> <p>20 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>tenemos cuerpos un poquito más feitos</p> <p>21 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>defectos tiene todo el mundo, pero a esas mo- delos no se les ve ninguno</p> <p>22 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>esas modelos. A todas las arreglan con photo shop</p> <p>23 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>ellas no son perfec- tas pero igual se ven hermosas</p> <p>24 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no son perfectas, pero se ven perfectas, se ven hermosas</p> <p>25 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>no todas las modas son atevidas</p> <p>26 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre llevan mani- llas grandes, aritos grandes, accesorios grandes, para adornar lo que están mostrando</p> <p>27 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para complementar el vestuario, usan car- teras, gafas, bufandas, collares, se ven muy bien</p> <p>28 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las adornan para que el producto que están publicando, se vea más, bonito, más atrac- tivo</p> <p>29 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las modelos de todas las fotos tienen pulseras</p> <p>30 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>para poder comerciali- zar las tienen que poner así, todo más llamativo para que uno se sienta más atraído</p> <p>31 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no solamente mira la ropa sino el conjunto</p> <p>32 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>si va un hombre a com- prar el jean, se distrae viendo a la mujer, porque tiene una blusita cortica, un escote perfecto, un escote profundo.</p> <p>33 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre con el cabe- llo suelto</p> <p>34 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre con el cabe- llo suelto</p> <p>35 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>algo que es imposible para nosotras</p> <p>36 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se ve muy bonito (el cabello)</p> <p>37 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para nosotras es un poco difícil arreglarlo así</p> <p>38 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>yo diría que bastante es muy costoso</p> <p>39 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>con la ropa, cuando la compra, intenta verse como ellas.</p> <p>40 G6AME5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>bastante difícil porque no tenemos lo mismo que ellas</p> <p>41 G6AME5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>los zapatos también influyen mucho, casi todas las vemos con tacones y sandalias, y siempre combinan con la ropa</p> <p>42 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>casi siempre las ponen con cadenas, collares así grandes y brillantes muy llamativos</p> <p>43 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la blusa a mitad del busto, yo no entiendo, casi mostrando todo</p> <p>44 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>si, le ponen la blusa a mitad del busto y qué eso que tiene que ver con el bolso?</p> <p>45 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>
<p>ellas no lo hacen para nosotras, ellas lo hacen para hombres</p> <p>46 G6AME5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>también las mujeres para nosotras, porque inconsien- tamente nosotras nos vamos a querer ver así, como esa vieja</p> <p>47 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>nosotras no vamos a utilizar un bolso así, el bolso de taparrabo, para llevarlo acá (hom- bro), no para ponerlo así. Nosotras tampoco nos vamos a quitar la blusa, ni a quitar la blusa, esos son los mensajes subliminales que trae la publicidad</p> <p>48 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>no entiendo que caso tiene mostrar un jean y destaparse el busto, destaparse todo de ahí para arriba.</p> <p>49 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	

<p>La mujer no tiene nada, o sea solo el jean y ya, pero igual no está mostrando nada, está de espaldas y ahí además no utiliza ningún accesorio, solo una manilla pequeña</p> <p>50 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>los accesorios los utilizan como complemento</p> <p>51 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>para complementar con el vestuario para que combinen...</p> <p>52 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>las modelos siempre imponen moda nueva</p> <p>53 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>hace parte de la publicidad, está promocionando un jean y por derecho los accesorios.</p> <p>54 G6AME6</p> <p>Vallas que observa</p>
<p>uno siempre es buscando quedar igual hora... que ellas. Como ellas se ven bien, uno también quiere verse bien.</p> <p>55 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>se ven siempre insinuando, mostrando, sexys, con esa cara linda.</p> <p>56 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>así vamos a quedar nosotros si usamos lo que ellas usan.</p> <p>57 G6AME6</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre se ven hermosas a toda hora</p> <p>58 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>siempre se ven hermosas a toda</p> <p>59 G6AME5</p> <p>Vallas que observa</p>
<p>pero se supone que así como las ponen, como recién levantadas, en pijama, y son divinas, maquilladas, bien peinadas</p> <p>60 G6AME1</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>está mostrando de todo</p> <p>61 G6AME2</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>los zapatos ya son un complemento</p> <p>62 G6AME3</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>los accesorios siempre están ahí</p> <p>63 G6AME5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>	<p>la modelo es hermosa</p> <p>64 G6AME5</p> <p>Vallas Estudiante que observa</p>

El número total de tríadas es de quinientas cincuenta y seis, distribuidas de la siguiente manera:

Grupo de discusión No. 1 = 99 tríadas

Grupo de discusión No. 2 = 129 tríadas

Grupo de discusión No. 3 = 92 tríadas

Grupo de discusión No. 4 = 89 tríadas

Grupo de discusión No. 5 = 83 tríadas

Grupo de discusión No. 6 = 64 tríadas, para un total de quinientas cincuenta y seis tríadas. (556 tríadas)

## 2.6. Nodos triádicos segundo paso del modelo relacional.

Una vez obtenida y sistematizada la información de las tríadas, se inicia el rastreo del dato y se pasa a reagrupar por medio de los nodos triádicos, teniendo en cuenta los rasgos significativos o distintivos que permitieran crear la diferencia entre ellos, atendiendo al modelo elaborado por **Bernard Pottier**.<sup>14</sup> En esta primera reagrupación tuve en cuenta palabras claves y de mayor repetición de la siguiente forma:

### 2.6.1. Primera agrupación nodos triádicos

#### PRIMERA AGRUPACIÓN NODOS TRIÁDICOS

En esta primera agrupación se tienen en cuenta las palabras clave que hacen referencia a los temas propuestos en los grupos de discusión (cuerpo-belleza / poses y gestos/ moda y accesorios). Para cada una de estas palabras, se le asignará un color para su mejor identificación, de la siguiente manera: **cuerpo**, la cual seña lo con color amarillo; **belleza** seña lada con color fucsia; dentro de este tema se encuentran palabras afines o palabras sinónimas como **bonita**, **hermosa**, **linda**, las cuales son resaltadas con colores derivados del color de belleza; - **Poses**, resaltada con color salmón. **Gestos**, resaltada con color rosado. **Accesorios**, resaltada con color naranja fuerte y finalmente la palabra **Moda**, como tema de los grupos de discusión no se registra en los datos, como palabra principal o sustantivo del cual se esté hablando. La palabra **modelo** o **modelos** sombreadas con el color vinotinto, al igual que las palabras derivadas de esta como: **modelaje**. . El término **publicidad**, resaltada con el color café. Palabra afín a la anterior, como **propaganda** y que recoge otros términos se resaltarán en tono café más claro, ellas son: **revistas**, **televisión**, **imágenes**, **fotos**, la palabra **marca** y la palabra **productos** por

<sup>14</sup> **Un campo semántico** es un modelo que elaboró **Bernard Pottier** y que permitió describir la organización de las palabras y esta constituido por un grupo de palabras que están relacionadas por su significado, compartiendo ciertas características comunes o referenciales.

estar relacionadas con la publicidad, afín a las anteriores palabras se encontró también frase, **mensajes subliminales**, se identificará con el color azul oscuro. Otras como la palabra **sexy**, señalada con el color verde y las afines a esta con colores derivados del verde, palabras como: **sexual, sexo, objeto sexual, sensual**. El término **porno** con color olivo oscuro y su derivada, **pornográfica** con color gris claro. También la palabra **pornográficas** y su derivada **porno** en tonos olivas oscuros. Afín a la anterior está la palabra **morbosiar** resaltada con un tono aguamarina claro. La palabra **prostitutas**, con color anaranjado fuerte y las derivadas de esta con tonos más claros, como **prostituirse, prostituir y prostituyen**.

la palabra **Mujeres**, resaltada con color rojo, y su derivada **viejas** en color rosado, igualmente a fin al género esta la palabra **niñas**, resaltada con amarillo quemado.

La palabra **prototipo**, señalada con un color oliva claro. El término **hombres**, resaltado con el color azul rey. El sustantivo **fama** señalada con amarillo claro. La palabra **cirugías** y sus palabras afines como **bisturí, operar, postizo, y operada** en tonos verdes. La palabra **enfermedades** se resaltará con el color azul claro y otras relacionadas con la palabras enfermedad, se resaltarán en el mismo color, en tono más claro; palabras y frases como **anorexia, bulímica, depresión, venérea, desordenes alimenticios, confusión psicológica, problema psicológico, trastornos alimenticios**. Con la palabra **gorda**, solo se registraron tres repeticiones, señaladas con color morado claro. La palabra **dinero**, resaltada con color gris y su afine en tono más claro, **plata**. Las siguientes palabras relacionadas por su conexión con el cuerpo se resaltaron con los siguientes colores. **Nalgas, semidesnudas, desnudas, y partes íntimas**. La palabra **maquilladas**, resaltada con el color palo de rosa. La palabra **personalidad** y color verde oliva claro. **Respeto** resaltada con color verde eléctrico. **Dignidad** con el color mora en leche. **Familia** señalada con el color rosado oscuro y finalmente la palabra **Sociedad**, resaltada con el color anaranjado fuerte

Además de las palabras señaladas anteriormente, encontré la palabra **respeto**, señala con el color aguamarina. Cada uno de las triadas que a continuación se relacionan está enumerado en el renglón que indica el color, en el

lado izquierdo, todo para una mejor ubicación del dato. El número total de traídas agrupadas es de 42, quedando 119 dispersiones.

NOTA ACLARATORIA: Cuando se marcaron las palabras repetidas, tuve en cuenta que la palabra señalada fuera la palabra principal o sustantivo del cual se habla en el registro del dato, esto para evitar el doble registro de alguna o algunas de las palabras en las agrupaciones posteriores.

El código de cada estudiante se lee de la siguiente manera:

Cuadro No. 17: código de lectura identificación estudiantes

Grupo	Número de Grupo de discusión	Tema	Estudiante	No. estudiante	Número de Intervenciones del estudiante	Número de Triada
G	1	CB PG AM	E	1	2	(39)

Cada código queda de la siguiente manera, **-G1CBE1-1(25)** y se registra así en cada uno de los grupos de discusión.

TEMAS: CB = CUERPO Y BELLEZA

PG= POSES Y GESTOS

AM= ACCESORIOS Y MODA

GRUPOS DE DISCUSIÓN: SEIS

ESTUDIANTES POR GRUPO DE DISCUSIÓN: SEIS

1	CUERPO (57)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-G1CB-E2 (4)-No están exhibiendo ninguna parte de su <b>cuero</b>.</li> <li>-G1CB-E3(7)-no tiene por qué exhibir su <b>cuero</b> tanto</li> <li>-G1CB-E5(18)-Algunas mujeres quieren tener un <b>cuero</b> perfecto</li> <li>-G1CB-E1(20)-para eso no se necesita un <b>cuero</b> bonito</li> <li>-C1CB-E4(23)-Es mejor tener un <b>cuero</b> al natural</li> <li>-G1CB-E2(28)-exhiben mucho su <b>cuero</b>, sus partes íntimas</li> <li>-G1CB-E2(29)-Deberían cuidarse porque su <b>cuero</b> es un templo</li> <li>-G1CB-E5(30)- hay mujeres que piensan que por su belleza, por su <b>cuero</b> bonito, si por dentro no tienen nada de sentimiento</li> <li>-G1CB-E3(33)-tener un <b>cuero</b> lindo, una cara linda, eso no significa nada</li> <li>-G1CB-E4(49)-en el mismo país para vender su <b>cuero</b> para vender su <b>cuero</b></li> <li>-G1CB-E2(51)- ir por la publicidad de una forma segura y respetando su <b>cuero</b></li> <li>-G1CB-E2(58)-De que vale tener toda la plata del mundo, el <b>cuero</b> perfecto, la cara bonita, el pelo sedoso y brillante</li> <li>-G1CB-E2(71)-olvidan que tiene un <b>cuero</b> que hay que respetarlo</li> <li>-G2CB-E4-2(24)—La forma de llegar a tener esos <b>cueros</b></li> <li>-G2CB-E4-7(116)-todos podemos llegar a triunfar así no tengamos un <b>cuero</b> perfecto</li> <li>-G2CB-E1-18(120)-la inteligencia vale más que un <b>cuero</b></li> </ul>

- G3CB-E3-2(15)-Para lucir esos **cueros**
- G3CB-E5-3(28)-todos son **cueros** perfectos
- G3CB-E6-3(31)-Porque solo venden jeans para **cueros** perfectos
- G3CB-E1-6(34)-incitando a uno a tener el **cuero** perfecto
- G3CB-E2-9(49)-porque tiene que poner el resto del **cuero** así desnudo
- G3CB-E1-11(59)-que hace una persona que no tiene ese **cuero**
- G3CB-E6-7(60)-siempre venden la ropa para la mujer de **cuero** perfecto
- G3CB-E4-5(62)-descubierto una parte de su **cuero**
- G3CB-E1-13(65)-Al hombre lo cautiva por su **cuero** y su belleza
- G3CB-E1-15(70)-Si le ponen el **cuero** de la mujer, ahí de una mira
- G4PG-E1-1(1)-Tiene buen **cuero**
- G4PG-E2-1(4)-La modelo tiene un **cuero** muy bacano
- G4PG-E2-2(7)-esta vieja tiene **cuero** bonito
- G4PG-E3-2(9)-si yo tuviera un **cuero** así, uuuff
- G4PG-E1-2(12)-tiene ese **cuero** tan lindo
- G4PG-E1-8(27)-después de que uno tenga un **cuero** así, como esas viejas, que más...
- G4PG-E5-5(31)-por eso la escogen porque tiene buen **cuero**
- G4PG-E1-12(38)-ellas dejan de comer para poder tener ese **cuero**
- G4PG-E1-12(39)-pues tiene un **cuero** bacano
- G4PG-E5-8(41)-que se gana con tener un **cuero** bonito
- G4PG-E1-15(49)- como para el **cuero** de ellas
- G4PG-E 1-15(50)-pero pa que si uno no tiene el **cuero** de ellas
- G4PG-E1-17(58)-con un **cuero** así....
- G4PG-E3-14(65)-algunas familia casi no las apoyan porque salen a exhibir su **cuero**
- G4PG-E3-15(76)-muchas se tiene que cuidar el **cuero**
- G5PG-E4-1(3)-por el **cuero** y la cara
- G5PG-E3-3(11)-desnudarse y que le vean el **cuero**
- G5PG-E6-1(14)-Falta de respeto para su **cuero**
- G5PG-E3-4(18)-no está exhibiendo mucho su **cuero**
- G5PG-E1-6(22)-pero no muestra el **cuero** como lo muestran otras
- G5PG-E5-3(32)tiene el **cuero** muy lindo
- G5PG-E5-5(46)-está mostrando las partes privadas del **cuero**
- G5PG-E2-9(47)-ellas se exhiben mucho con su **cuero**
- G5PG-E1-13(48)-el **cuero** de nosotras debe ser privado
- G5PG-E5-7(53)-El **cuero** es de uno y no de los demás
- G5PG-E3-7(54)-el **cuero** no se le debe mostrar a todo el mundo
- G5PG-E6-6(62)-uno no vende el **cuero**
- G6AM-E1-1(1)- Casi todas muestran alguna parte de su **cuero**
- G6AM-E2-1(4)-Siempre como intentando mostrar su **cuero**
- G6AM-E6-2(21)-tenemos **cueros** un poquito más feitos
- G4PG-E1-2(12)...tiene ese **cuero** tan lindo que...



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

2

**BELLEZA (9)**

- G1CBE-5(30)-Piensan que por su **belleza**, por su cuerpo bonito, siempre van a obtener lo que quieren.
- G2CBE2-7(62)-Aunque no tenga una **belleza** física muy perfecta, si triunfan y son muy **bellas** interiormente.
- G2CBE1-9(63)-el éxito no está en la **belleza** física.
- G2CBE3-8(80)- la **belleza** no lo es todo.
- G1CBE3-13(125)-la **belleza** es efimera
- G1CBE4-9(126)-la **belleza** algún día se nos va a acabar
- G4PG-E4-7(52)-La **belleza** cuesta, hay que llevar una rutina dura
- G4PG-E1-17(58)-Con un cuerpo así, una cara así... o sea tener tanta **belleza**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

3

## BONITA (36)

- C1BE2-12- La carrera de modelaje es una carrera **bonita**
- G1CBE1-24- Que lo más **bonito** de una persona es la naturalidad.
- G1CBE1-41-Que de nada vale tener todo lo material y lo físico **bonito**.
- G1CBE1-42 -en verse **bonitas** a toda hora.
- G2CBE2-2(19)-Si muestran su cara **bonita**, pero nunca muestran algo, o sea, nunca vemos una mujer normal
- G2CBE2-4(26)Nosotros al ver a una mujer **bonita** en la televisión o algo y,
- G2CB-E2-6(54)- están mostrando ahí una sonrisa **bonita** y todo...
- G2CBE1-8-(58)-Sacan muchas mujeres, miles y miles de mujeres **bonitas** al año
- G2CBE1-8(58)-ellas dicen pues yo tan **bonita**, yo para que, para que estudiar, con esto lo tengo todo y así no son las cosas
- G2CBE1-10(66)-Una reflexión muy **bonita** era que, esto no es la vida
- G2CBE1-10-(67)-Pienso que la vida no es ser **bonito**.
- G2CBE1-10(68)-Una ropa **bonita** la hace...
- G2CBE1-8(71)-si vemos una ropa **bonita** en una revista entonces me la compro...
- G2CBE2-8(72)-porque le vio la cola a aquella muy **bonita**.
- G2CBE2-9(79)-porque tiene fama porque son **bonitas**.
- G2CBE1-12(82)-ver que a uno siempre le salen que si uno no es **bonito** no es nada y no es nadie.
- G2CBE1-12(86)-ellas son muy **bonitas** y todo, pero al fin y al cabo van a llegar a ser viejas o un accidente y ahí queda todo...
- G2CBE2-13(92)-Una cara **bonita** y ya
- G2CBE1-15(99)-porque siempre les enseñaron que hay que ser **bonitas**
- G2CBE1-18(120)-La inteligencia vale más que una cara **bonita** y que un contrato.
- G3PG-E2-10(55)-Promocionar con mujeres **bonitas**
- G3PG-E1-11(57)-Listo,muestran a una mujer **bonita** con un jean perfecto que dice levanta cola...
- G3PG-E1-11(58)-que hacen para que las mujeres que no son **bonitas**...
- G3PG-E1-17(79)-mas allá de una mujer **bonita**.
- G3PG-E5-15(88)-quedaríamos de pronto **bonito**
- G3PG-E1-22(92)-...como tan **bonitas** pues...
- G4PG-E2-2(7)-Esta vieja tiene un cuerpo **bonito**
- G4PG-E5-7(37)-las ropas que ellas promocionan son muy **bonitas**
- G4PG-E5-8(41)-Que se gana con tener un cuerpo **bonito**...
- G4PG-E1-13(43)-Ella lo hace porque la hace ver **bonita**.
- G4PG-E4-7(52)-las mujeres para poder verse **bonitas**...
- G5PG-E2-2(4)-así sean personas de bajo nivel , las suben a ser más **bonitas**.
- G6AM-E1-3(9)-Siempre queremos usar lo que vemos en alguna mujer **bonita**
- G6AM-E3-4(1 4)-les horma muy **bonito**.
- G6AM-E3-4(14)-igual se ve muy **bonito**
- G6AM-E3-5(16)-usan ropa muy insinuante y llamativa que se les ve muy **bonita**.
- G6AM-E3-9(37)-Se ve muy **bonito** (cabello)



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

4	HERMOSA (15)
	<p>-G2CB-E2-3(11)-Cualquier cosa que tengan que publicar siempre con una mujer hermosa y todo, pero nunca normal</p> <p>-G2CB-E2-4(26)-Y todos miran es a esa y que hermosura...</p> <p>-G2CB-E2-6(55)-una mujer así toda hermosa y todo, pero que sea toda así,... toda hueca, si, Que no piense.</p> <p>-G2CB-E2-8(71)-Me la compro porque me va a quedar hermosa</p> <p>-G3PG-E1-6(34)-si te pones el jean X, Te vas a ver hermosa y hasta como modelo perfecta.</p> <p>-G3PG-E5-8(63)-estamos viendo que el jean le está quedando hermoso y nosotros creemos que nos va a quedar igual</p> <p>-G3PG-E2-11(64)-Estamos viendo que el jean le está quedando hermoso</p> <p>-G3PG-E2-16(91)-porque vio que le quedaba hermoso</p> <p>-G4PG-E4-8(56)-esta hermosa, eso es tentador</p> <p>-G6AM-E5-1(12)-Siempre tienen el cabello hermoso, divino, siempre se ven bien</p> <p>-G6AM-E2-4(24)-Pero igual se ven hermosas</p> <p>-G6AM-E1-8(25)-se ven hermosas</p> <p>-G6AM-E1-19(58)-Siempre se ven hermosas a toda hora</p> <p>-G6AM-E5-4(59)-Siempre se ven hermosas a toda hora</p> <p>-G6AM-E5-5(64)-la modelo es hermosa</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
5	- LINDA (8)
	<p>-G2CB-E1-3(8)-Porque es que el carro es muy lindo</p> <p>-G2CB-E5-3(97)-Si ella no es linda no es nadie en el mundo</p> <p>-G2CB-E2-15(102)-si no soy linda entonces no soy nadie</p> <p>-G2CB-E2-16(108)-ella va a ser linda y punto y si no soy entonces me mato</p> <p>-G3PG-E-2-13(75)-ellas son muy lindas y todo, pero algo deben tener arreglado porque perfecto no hay nadie.</p> <p>-G4PG-E5-6(33)-obvio por eso que son tan lindas, son mero plástico,</p> <p>-G4PG-E1-26(82)-mujeres que salen con rostros tan lindos</p> <p>-G6AM-E6-8(56)-Con esa cara linda</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
6	POSES (15)
	<p>-G3PG-E2-1(9)-una pose un poco incómoda como para quien lo ve</p> <p>-G3PG-E4-1(16)- y ni hablar de las poses son prácticamente sin ropa, son atrevidas</p> <p>-G3PG-E5-8(63)-igual las poses son muy provocativas para los hombres</p> <p>-G3PG-E2-12(69)-el hombre al ir a comprar la cerveza va a ver la cola, o sea la pose que tiene...</p> <p>-G3PG-E6-8(83)-si uno trata de hacer la misma pose</p> <p>-G3PG-E1-19(84)-usted en realidad no le sale la pose, es muy feíta, o uno es muy feíto, pues no le queda la pose</p> <p>-G3PG-E6-9(86)-Siempre tratamos de imitar las poses</p> <p>-G4PG-E1-11(36)-y no solamente cintura, la ropa, las poses, como las maquillan...</p> <p>-G4PG-E1-12(40)- hace unas poses rebien</p> <p>-G4PG-E1-14(44)-las poses, parecen como figuras geométricas, jajaja, todas redondas</p> <p>-G4PG-E2-8(43)-Los mismos diseñadores eligen la ropa y exigen la pose y ya se sobrepasan</p> <p>-G4PG-E1-1(3)-no está posando tan exageradamente</p> <p>-G3CB-E1-18(82) - usted hace la pose que vi en la revista</p> <p>-G3PG-E2-4(27)-si, porque siempre las vemos con esas poses así, por ejemplo, boca abajo con la cola levantada.</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>

7	GESTOS (5)
	<p>-G3PG-E4-1(16)- los <b>gestos</b> son como un poco sensuales, como atrevidos            -G3PG-E6-9(86)- y los <b>gestos</b> que ellas hacen            -G3PG-E3-1(12)-sus <b>gestos</b> son como muy marcados en cuanto a sus miradas y su cabello            -G3PG-E3-3(17)- y otra está acá con el dedo en la boca, haciendo un <b>gesto</b> pues ahí, todo...            -G3PG-E1-12(61)-Los <b>gestos</b> siempre son como... los gestos son perfectos</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
8	ACCESORIOS (5)
	<p>-G6AM-E4-1(8)-hacen incitar a comprar esos <b>accesorios</b>, muy llamativos <b>accesorios</b>            están mostrando            -G6AM-E3-12(51)-los <b>accesorios</b> los utilizan como complementos            -G6AM-E6-6(50)- y además no utiliza ningún <b>accesorio</b>, solo una pequeña manilla            -G6AM-E5-5(63)-los <b>accesorios</b> siempre están ahí.</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
9	MODELO (37)
	<p>-G1CBE1(9)-El modelaje a veces va por la rama de la prostitución y la exhibición pública            -G1CBE2 (10) -las <b>modelos</b> de hoy en día cuidan mucho su cuerpo.            -G1CBE2-(12)-La carrera de modelaje es una carrera muy bonita            -G1CBE3(15)-Algunas <b>modelos</b> perfectas por tener tallas perfectas            -G1CBE4(22)-las <b>modelos</b> no deberían fijarse tanto en su figura            -G1CBE3(45)- algunas niñas son obligadas a ser <b>modelos</b>            -G1CBE4 (49)-teniendo este sueño de ser <b>modelos</b> son engañadas y llevadas al exterior...            -G1CBE1(52)-Para ser <b>modelo</b> tiene que saberse expresar            -G1CBE2 (54)-saber que desnudarse ante una cámara no les va a hacerse valer más como <b>modelos</b>...            -G1CBE3 (60)-Hay <b>modelos</b> que se van por este camino solo por ayudarle a sus familias.            -G1CB-E6(62)-hay veces <b>modelos</b> que se van este camino solo por ayudarle a sus familias            -G1CBE6(84)-muchas niñas desde pequeñas sueñan con ser <b>modelos</b>            -G1CBE6 (93)-También hay de las <b>modelos</b> que tienen una carrera asegurada            -G2CB-E1-15(99)-Cuando ya las agencias de modelaje ya no las contratan            -G2CB-E1-5(22)- Y no logramos alcanzar esta meta de ser una top <b>modelo</b>, una reina, una actriz,            una cantante.            G2CB-E6-4(60)-Me parece muy bueno una carrera ya sea como <b>modelo</b>, estudiar comunicación            social y todo, pero sabiéndola aprovechar.            -G3PG-E1-11(57)-Pues el levanta cola no le sirve a la <b>modelo</b>, porque la <b>modelo</b> tiene cola.            -G4PG-E2-3(11)- Ahhh, pero para algo nacieron para ser <b>modelos</b>            -G4PG-E5-6(33)-ella es la <b>modelo</b>            -G4PG-E3-12(57)-A nosotras nos gustaría ser <b>modelos</b>            -G4PG-E4-9(59)-Si y no tanto como ser <b>modelo</b>, sino ser así            -G5PG-E1-2(2)-hay <b>modelos</b> que no estudian            -G5PG-E1-5(10)-porque las <b>modelos</b> se desnudan ante las cámaras            -G5PG-E5-2(9)-La <b>modelo</b> está en una pose            -G5PG-E6-2(26)-está bien ser <b>modelo</b>            -G5PG-E1-8(29)-Ser <b>modelo</b> debe ser bueno            -G5PG-E6-3(36)-Casi todas las <b>modelos</b> tienen más de dos operaciones            -G5PG-E6-4(42)-A mi me gustaría ser <b>modelo</b>, pero no exhibirme de esa manera            -G5PG-E1-11(45)-Los diseñadores ganan más que las <b>modelos</b>            -G5PG-E5-5(46)-la <b>modelo</b> porque es la está mostrando las partes privadas            -G5PG-E5-8(59)-las <b>modelos</b> de hoy en día se creen mucho            --G5PG-E3-8(60)-Somos más <b>modelos</b> nosotras que nos mostramos nada            -G5PG-E1-19(74)-las <b>modelos</b> no deben exhibir su cuerpo por dinero            -G5PG-E1-20(76)-las <b>modelos</b> deberían respetarse un poquito más            -G6PG-E3-4(14)-pues es algo obvio porque son <b>modelos</b></p>

<p>-G6PG-E6-1(17)-Si algún hombre ve a una <b>modelo</b> así va a querer que sea su novia</p> <p>-G6PG-E1-7(22)-pero a esas <b>modelos</b> no se les ve ni uno(defectos)</p> <p>-G6PG-E2-3(23)-esas <b>modelos</b> a todas las arreglan con photo shop</p> <p>-G3PG-E2-8(46)-vea si uno ve unas <b>modelos</b> divinas y que este jean le queda así... por ejemplo</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
10	PUBLICIDAD (16)
<p>- G1CB-E1(47)-se quieren llenar de fama de <b>publicidad</b></p> <p>-G1CB-E2(59)-o para abrir más <b>publicidad</b> p para utilizar tus fotos, tu cara, tu cuerpo, tu rostro en cosas que uno, uno no piensa que van...</p> <p>-G1CB-E2(51)-hay que ir por la <b>publicidad</b> de forma segura-G2CB-E2-2(9)-utilizan a la mujer como para <b>publicidad</b></p> <p>-G2CB-E1-4(17)-la <b>publicidad</b>, los medios de comunicación nos venden siempre una mujer perfecta, divina, 90- 60- 90.</p> <p>-G2CB-E4-2(24)- Todas esas mujeres que nos muestran a diario en la <b>publicidad</b> y en la televisión</p> <p>-G2CB-E1-19(124)- pienso que no debemos engañarnos por estas <b>publicidades</b>.</p> <p>-G2CB-E5-1(30)-toman en riesgo la vida con tal de ser esas mujeres que ven ahí en la <b>publicidad</b></p> <p>-G2CB-E2-13(92)- o sea la <b>publicidad</b> como nos la muestran... una mujer en una revista, como sea, le toman una foto y eso es todo...lo que es ella...</p> <p>-G2CB-E1-17(111)-No nos dejemos llevar por todas estas cosas tanto de <b>publicidad</b> como de... de... televisión, de medios de comunicación.</p> <p>-G3CB-E1-11(58)-la mujer que nos venden los medios de comunicación y la <b>publicidad</b></p> <p>-G3PG-E6-7(77)-Nos venden meras estrategias (<b>publicidad</b>), para poder vender</p> <p>-G3CB-E1-16(76)-son estrategias de <b>publicidad</b> para mi concepto.</p> <p>-G4CB-E5-3(22)-Para editar <b>publicidad</b> hay más modelos para mujeres que para hombres.</p> <p>-G4CB-E5-9(45)-no hay <b>publicidad</b> de hombres</p> <p>-G6CB-E6-7(54)- hace parte de la <b>publicidad</b>.</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
11	PROPAGANDA (3)
<p>-G2CB-E1-4(14)- Uno nunca va a ver en una <b>propaganda</b> una mujer fea</p> <p>-G2CB-E1-4(15)-Uno en una <b>propaganda</b> siempre ve sin son niñas, niñas lindas,</p> <p>-G5CB-E2-15(12)- En las <b>propagandas</b></p>	<p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
12	REVISTAS (5)
<p>-G2CB-E1-10(67)-no es salir en <b>revistas</b> o en vallas</p> <p>-G2CB-E2-11(88)-O están en las <b>revistas</b>, son el centro de atención de cualquier hombre, de cualquier persona que las vea...</p> <p>-G2CB-E1-13(89)-en una <b>revista</b></p> <p>-G2CB-E2-13(92)-mujer en una <b>revista</b> como ...</p> <p>-G4PG-E4-2(5)- en las <b>revistas</b> salen totalmente desnudas</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

13	<p style="text-align: center;"><b>TELEVISIÓN (3)</b></p>
<p>-G2CB-E2-11(88)-ellas son muy lindas en la <b>televisión</b>          -G2CB-E3-10(100)- Y la <b>televisión</b> que nos incita pues a todo esto          - G2CB-E2-4(26)- En la <b>televisión</b> o algo</p> <p style="text-align: center;">           VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN       </p>	
14	<p style="text-align: center;"><b>IMÁGENES (6)</b></p>
<p>-G2CB-E1-13(89)-por estas <b>imágenes</b> y por todo lo que vemos, se sigue viendo como tal          -G3CB-E2-3(21) Lo que veo que están haciendo con estas <b>imágenes</b> es como incitando, pues aparte de promocionar una marca de un jean          -G3CB-E1-3(23)- son <b>imágenes</b> de doble moral          -G3CB-E1-14(67)- para mi tienen doble sentido todas las <b>imágenes</b>, muchas veces ponen frases muy Irónicas          -G4CB-E2-9(54)- todas las <b>imágenes</b>          -G1CB-E2(6)-Deja todo a la imaginación de quien está viendo la <b>imagen</b></p> <p style="text-align: center;">           VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN       </p>	
15	<p style="text-align: center;"><b>FOTOS (5)</b></p>
<p>-G2CBE2-2(9)-<b>Fotos</b> con doble sentido          -G4PG-E2-4(16)-no les da pena de los que le están tomando <b>fotos</b>          -G4PG-E3-2(7)-pero a veces los fotógrafos no se ponen a tomar las <b>fotos</b> sino a hacer otra cosas con las cámaras          -G3CB-E1-18(82)-le toman una <b>foto</b> y          -G4PG-E3-4(17)-para tomarse <b>fotos</b> empelotas, así desnudas, ellas se toman primero unos tragos como para desviar la atención</p> <p style="text-align: center;">           VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN       </p>	
16	<p style="text-align: center;"><b>MARCA (2)</b></p>
<p>-G2CB-E1-13(89)- en una <b>marca</b>          -G2CBE1-3(7)-Siempre las escogen es prácticamente como para promover supuestamente una <b>marca</b>.</p> <p style="text-align: center;">           VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN       </p>	
17	<p style="text-align: center;"><b>PRODUCTOS (3)</b></p>
<p>-G1CBE2(13)-Exhiben todos los <b>productos</b> que salen a la venta          -G6CB-E1-11(29)- adornan para que <b>producto</b> que están publicando, se vea más bonito, más atractivo          -G3PG-E1-8(48)-muestran el <b>producto</b>, ponen una frase muy provocante</p> <p style="text-align: center;">           VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN       </p>	

18	MENSAJES SUBLIMINALES (7)
	<p>-G2CB-E2-11(75)-Son mensajes subliminales que llevan doble sentido y que es al fin y al cabo lo que hace la publicidad</p> <p>-G3CB-E1-1(2)-Siempre como con mensajes subliminales</p> <p>-G3CB-E2-1(7)- es un mensaje, pues como subliminal</p> <p>-G3CB-E1-14(67)-para mí son mensajes subliminales</p> <p>-G6CB-E6-5(48)- nosotras tampoco nos vamos a quitar la ropa... esos son mensajes subliminales que trae la publicidad</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
19	SEXY (31)
	<p>-G1CB-E2(5)-Es sexy</p> <p>-G1CB-E2(54)-sino como objeto sexual.</p> <p>-G1CB-E2(59)-Te buscan para usarte como objeto sexual</p> <p>-G1CBE2(94)-Lo único que hacen es explotarla y tenerlas nada más como objeto de sexo</p> <p>-G2CB-E2-2(6)-no sé por qué pero siempre a las mujeres cogen como objeto sexual</p> <p>-G2CB-E3-4(21)-y si no es sexy...</p> <p>-G2CB-E3-7(77)-Ven a la mujer como un objeto sexual</p> <p>-G2CB-E1-12(87)-lo que están promoviendo ahí, es la mujer... como un objeto sexual</p> <p>-G2CB-E1-13(89)-la mujer se ve como un objeto sexual</p> <p>-G3PG-E1-1(5)-La muestran como un poco sexy, si...</p> <p>-G3CB-E1-2(10)-Una pose algo sexual</p> <p>-G3CB-E3-1(11)-Todas esas viejas son como todas sexy</p> <p>-G3CB-E3-1(13)- Son como insinuando o incitando al sexo.</p> <p>-G3CB-E1-3(24)-muestran además de la marca, la mayoría de las imágenes son sexual, son sexuales.</p> <p>-G3CB-E1-7(38)-muy sexual tapándose ahí.</p> <p>-G3CB-E5-6(39)-las mujeres son tan...somos tan sexys.</p> <p>-G3CB-E1-8(48)-muestran a la mujer bien sexy</p> <p>-G3CB-E1-2(61)-muy insinuantes, muy sensuales, muy sexys</p> <p>-G3CB-E4-5(62)-así como que cautiva, toda sexy, el cabello bien arreglado, si... perfecta y a la vez como salvaje</p> <p>-G3PG-E 1-17(79)-quieren mostrar más que todo cosas sexuales</p> <p>-G4CB-E1-1(1)-se ve sexy</p> <p>-G4CB-E4-1(8)-mostrando la cola más, más sexy</p> <p>-G4CB-E1-8(25)-Las que no viven de sexo</p> <p>-G4CB-E2-9(54)-Todas las imágenes llaman al sexo, todas son como llamativas.</p> <p>-G4CB-E5-14(81)-Hay mujeres que ya tienen la cara como sensual, toda sexy</p> <p>-G5PG-E5-2(9)-La modelo está en una pose sensual</p> <p>-G5PG-E5-3(21)-Tiene una pose muy sensual</p> <p>-G5PG-E2-7841)-una pose muy sensual, sexual</p> <p>-G5PG-E6-8(56)-se ven siempre insinuando, mostrando, sexys</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
20	PORNOGRÁFICAS (5)
	<p>-G3PG-E1-3(24)-son pornográficas</p> <p>-G5PG-E1-3(6)-se muestra en un video de porno</p> <p>-G5PG-E5-9(81)-ellas también han hecho películas de porno</p> <p>-G5PG-E3-12(83)-prender un computador Para ver cosas de porno.</p> <p>-G5PG-E3-10(75)-puras mujeres desnudas...porno</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>

21	MORBOSEAR (2)
	<p>-G4PG-E5-1(8)- a <b>morbosiar</b></p> <p>-G4PG-E6-3(30)-quería que la <b>morbosiaran</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
22	PROSTITUTAS (12)
	<p>-G1CB-E5(64)-se ven obligadas a <b>prostituirse</b></p> <p>-G1CB-E3(66)-las llevan a <b>prostituirse</b> y vender su cuerpo</p> <p>-G1CB-E4(85)-muchas <b>mujeres</b> creen que siendo <b>prostitutas</b> lo pueden conseguir todo en la vida</p> <p>-G1CB-E4(87)-a veces estas <b>mujeres</b> no piensan que cuando son <b>prostitutas</b> no saben con quién se están acostando</p> <p>-G1CB-E4-90-creen que por se <b>prostitutas</b> son muy <b>lindas</b></p> <p>-G1CB-E4(92)-Sabiedo que son <b>prostitutas</b>, solo son tratadas como <b>prostitutas</b> y esto se presta para burlas y comentarios feos.</p> <p>-G1CB-E1(97)-lanzarnos como <b>prostitutas</b> es algo muy malo</p> <p>-G2CB-E5-2(94)- vida se les desgracio Así como <b>prostitutas</b> y usan el cuerpo para conseguir Plata.</p> <p>-G5CB-E3-1(1)-Aprovechan de las <b>modelos</b> y las <b>prostituyen</b></p> <p>-G5CB-E3-9(68)- se van por allá a <b>prostituirse</b></p> <p>-G5CB-E6-9(72)-hay <b>niñas</b> que no se quieren <b>prostituir</b></p> <p>- G5CB-E6-9(72)-dicen que la</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
23	- MUJERES (51)
	<p>-G1CB-E1(1)-Las <b>mujeres</b> están perdiendo su respeto</p> <p>-G1CBE2(11)-Algunas <b>mujeres</b> todavía cuidan su dignidad</p> <p>-G1CB-E2(38)-hay <b>mujeres</b> que perdieron su respeto</p> <p>-G1CBE3(61)-Esta <b>mujer</b> tan fácil.</p> <p>-G1CBE4(67)-Muchas <b>mujeres</b> para poder empezar esta carrera y poder tener un cuerpo perfecto, dejan de comer</p> <p>-G1CBE2(69)-Hay de las <b>mujeres</b> que sueñan con ser modelos</p> <p>-G1CBE2(72)-Muchas de las <b>mujeres</b> están en la carrera de modelaje solo por el interés del dinero y muchas veces solo por la fama</p> <p>-G1CBE4(73)-Muchas <b>mujeres</b> creen que por estar luciendo ropa corta, minifalda, creen que van a atraer mucho la atención de los demás.</p> <p>-G1CBE4(74)-Lo único que hacen es que piensen mal, que piensen que es una <b>mujer</b> cualquiera.</p> <p>-G1CBE6(75)-Las <b>mujeres</b> que son así exhibicionistas, si solamente despiertan malos Comentarios.</p> <p>-G1CBE2(80)-Muchas <b>mujeres</b> se distorsionan y olvidan su lugar de origen, su humildad.</p> <p>G2CBE1-1(1)-Se ven <b>mujeres</b> muy bonitas</p> <p>-G2CBE1(2)-Tipo, o sea, tipo <b>mujer</b> perfecta, la <b>mujer</b> que todas quisieras ser</p> <p>-G2CBE1(3)-<b>mujer</b> que nos muestran pues, la cola y... todo que es perfecta</p> <p>G2CBE3-1(5)-Es una <b>mujer</b> voluptuosa</p> <p>-G2CBE4-1(9)-Y casi siempre usan la mujer como para publicidad, como para poder vender más productos.</p> <p>-G2CBE3-3(13)-Nunca muestran a una <b>mujer</b> como verdaderamente es, sin retoques.</p> <p>-G2CB-E1-4(15)-si son <b>mujeres</b>, mujeres lindas</p> <p>-G2CB-E1-4(16)-nunca muestran una <b>mujer</b> gorda.</p> <p>-G2CBE6-2(3)-Uno cree por ejemplo que todas esas viejas son, todas estas <b>mujeres</b> son exitosas que le va muy bien en todo.</p> <p>-G2CBE2-5(44)-A parte de mostrarnos una <b>mujer</b> perfecta en una revista o en la televisión, siempre nos muestran esa vida como algo perfecto.</p> <p>-G2CBE2-6(46)-Hay hombres que para tener una <b>mujer</b>, si ella no quiere estar, van y la matan</p> <p>-G2CBE1-7(48)-algo muy importante, es que no solamente las <b>mujeres</b> nos vemos frustradas por esto, sino que también los hombres.</p> <p>-G2CBE6-5(64)-(actrices y cantantes), son <b>mujeres</b> feas, pues en lo físico, pero vea donde están, y es reconocida mundialmente y todo.</p>

- G2CBE1-10(67)-aparecer como la típica **mujer** perfecta, divina...
- G3PG-E1-1(1)-siempre muestran a las **mujeres** con poca ropa
- G3PG-E1-5(30)-pues obvio, como van a mostrar una **mujer** fea ahí, obvio no.
- G2CBE2-8(72)-comprar la cerveza cree que va a tener la **mujer** que está ahí
- G2CBE2-12(90)-Pues claramente viendo que no todas, porque hay **mujeres** que han llegado a ser grandes, hasta presidentas ha habido. (INFERIORIDAD)
- G3PG-E4-2(35)-están promocionando bolsos y ponen a una **mujer** empelota
- G3PG-E1-7(37)-me parece que usan a la **mujer** como un objeto, porque al fin y al cabo, se supone que deben promocionar el producto.
- G3PG-E2-1(6)-la **mujer** esta boca abajo., casi encima del hombre, con poca ropa
- G3PG-E1-7(38)-que muestren a la **mujer** con el bolsito, bien, pero que tiene que ver tapándose ahí, no tiene nada que ver
- G3PG-E1-8(48)- aquí, la carita, la fiebre del jean por ejemplo., aquí se ve la **mujer**.
- G3PG-E6-6-(52)-Las **mujeres** desnudas que están encima de las bicicletas, están promocionando una agencia de viajes, que tiene que ver con eso
- G3PG-E4-5(62)-siempre vemos a la **mujer**, acá con un descubierto, una parte de su cuerpo
- G3PG-E1-13(65)-a la **mujer** nos va a cautivar exactamente por lo mismo (cuerpo y belleza) o sea, vemos a la **mujer** que queremos ser, a la que esta cautivando al hombre.
- G3PG-E5-9(66)-entonces nosotras también queremos ser así, ella es la que esta cautivando al hombre, uno tiene que ser así para cautivar a los hombres...
- G3PG-E1-17(79).mostrar a la **mujer** como un objeto
- G3PG-E2-14(80)-si nos venden a nosotras las **mujeres**, entonces...
- G3PG-E1-21(89)-es más importante el hombre o la **mujer** que hasta el propio producto
- G3PG-E5-16(90)-aquí la **mujer** no importa, entonces porque no le muestran la cara.
- G4PG-E4-1(8)-y más que todo la cerveza, es como victorian los hombres, por eso mezclan **mujeres** con cerveza
- G4PG-E2-5(20)-siempre tiene que utilizar a la **mujer**
- G4PG-E4-4(21)-la **mujer** y mostrando
- G4PG-E2-13(72)-hay **mujeres** que si les da pena y no salen, lo tiene todo pero no salen, pero la mayoría si, puro relaxo, hay muchas que se acostumbran
- G4PG-E1-27(88)-palabras, la **mujer** sirve para todo, o sea nosotras la **mujeres** nacimos para todo
- G4PG-E1-27(89)-la **mujer** da mucho de qué hablar
- G6AM-E3-11(47)-también las **mujeres** para nosotras, porque inconscientemente nosotras nos vamos a querer ver así.
- G6AM-E6-6(50)- la **mujer** no tiene nada, o sea solo el jean y ya, pero igual no está mostrando Nada
- G3PG-E5-10(68)-Que tiene que ver la cerveza con la cola de la **mujer**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

24

VIEJAS (5)

- G4PG-E1-9(29)-esas **viejas** posan rebacano
- G4PG-E4-8(56)-esa **vieja** como esta de buena
- G3PG-E6-4(36)-muestran la cola de una **vieja** y una cerveza
- G2CBE3-6(52)-que aaaaahhh que **vieja** tan buena, que tal cosa, y uno se siente como un bicho al lado de ellas.
- G2CBE3-3(12)-Aparte de los arreglos que le hace el computador, porque esas **viejas** son perfectas.



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

25

NIÑAS (10)

- G1CB-E3(65)- **niñas** que son engañadas
- G1CB-E1(77)-Hay muchas **niñas** que desde pequeñas empiezan a mostrar su cuerpo
- G2CB-E1-4(15)-siempre ve si son **niñas**, niñas lindas
- G2CB-E3-9(95)-y que la **niña** es super linda

- G2CB-E2-13(96)- la mamá de una **niña** de seis años le ha metido millones, no en cirugías, en tratamientos...
- G4PG-E3-16(83)- **niñas** tan chiquitas, ya con esa fama, ese Talento
- G4PG-E4-11(84)-ya desde **niñas** ya empiezan a cuidarse
- G5PG-E1-7(25)- Los **niños** también se pueden pervertir
- G5PG-E2-12(73)- destruyen la vida de las **niñas**... y dicen...
- G1CBE-6-(84)-Muchas **niñas** desde pequeñas sueñan con ser modelos



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

26

**PROTOTIPO (4)**

- G2CB-E1-4(90)- y no solamente eso también el **prototipo** a seguir
- G2CB-E1-4(19)- el **prototipo** a uno hay... que tiene que ser flaca
- G2CB-E1-7(49)-Hay hombres que siguen los **prototipos**, de hombre hermoso, divino
- G3PG-E1-18(81)- estas cosas nos llevan s... a como decíamos al **prototipo** de mujer que uno tiene que ser



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

27

**HOMBRES (9)**

- G2CB-E-4(15)-si son **hombres**, hombres lindos
- G2CBE1-7(48)-Hay **hombres** que se frustran por eso por no ser bonitos
- G2CBE3-6(51)-Y lo mismo pasa con nosotras, los **hombres** siempre comparando
- G2CBE1-3(8)-El **hombre** no se va a comprar el carro porque,... ay, porque es que el carro es muy lindo, sino porque está pensando en que se puede conseguir una misma mujer así.
- G3PG-E2-3(22)-están es como incitando al **hombre**, por ejemplo al mostrar un jean
- G6AM-E5-3(46)-ellas no lo hacen para nosotras, ellas lo hacen para los **hombres**
- G2CBE2-1(4)-Lo que quieren es atraer a los **hombres** con el cuerpo que ellas tienen
- G4PG-E4-8(55)- masturban mucho a los **hombres**
- G6AM-E1-13(33)-si va el **hombre** a comprar el jean, se distrae viendo a la mujer, porque tiene una blusita cortica, un escote perfecto un escote profundo



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

28

**FAMA (7)**

- G2CBE6-4(61)-creen que porque hay **fama**, hay ser actriz, ser cantante, esa es la vida, eso es todo y así no son las cosas
- G2CBE3-8(80)-la **fama** no lo es todo
- G4PG-E1-25(79)-pertenece a ese mundo, pues el mundo de la **fama**, las cámaras, la moda, es difícil, si, porque uno tiene que dejar muchas cosas, la privacidad
- G1CBE2(82)-muchas personas están con ellas simplemente porque son **famosas**
- G1CBE2(81)- ... simplemente porque son **famosas**
- G4PG-E3-11(77)-ellas quieren ser **famosas**
- G4PG-E5-9(79)-llegan a cualquier límite con tal de tener **fama** y que todo el mundo las admire



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

29	CIRUGÍAS (15)
	<p>-C1CB-E3(17)-Se hacen muchas cirugías para aparentar más de lo que no son</p> <p>-C1CB-E6(21)- Y no llenarse de cirugías</p> <p>- C1CB-E4(23)-y no así todo lleno de cirugías</p> <p>-C2CB-E2-4(27)-no sé, cirugía, lo que sea que haya que hacer</p> <p>-C2CB-E5-1(28)-sin darse cuenta que es un peligro, se someten a cirugías</p> <p>-G2CBE5-1(29)-Muchas mujeres para tener a este cuerpo se someten a cirugías</p> <p>-C2CB-E6-1(31)- cuantas mujeres no han muerto en esas cirugías</p> <p>-C2CB-E3-9(96)-en cirugías no</p> <p>-C2CB-E2-17(114)-Nos preocupamos más por irnos a hacernos cirugías</p> <p><b>AFINES</b></p> <p>- C2CB-E2-6(34)-siempre recurren al bisturí, como dicen y así tampoco son las cosas</p> <p>-G3PG-E5-12(74)-y el photo shop, si porque ... a menos que se haya mandado operar.</p> <p>-G4PG-E4-5(32)-Lo que tiene es postizo, no es de ellas</p> <p>-G5PG-E6-3(37)-Será que se mandó operar</p> <p>-G5PG-E6-3(37)-SI, debió ser operada</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
30	ENFERMEDADES (22)
	<p>-G1CB-E-3(16)-Pueden contraer enfermedades como la anorexia</p> <p>-G1CB-E5(19)-Comienzan a tener desordenes alimenticios</p> <p>-G1CB-E4(68)-resultan con la enfermedad de la anorexia</p> <p>-G1CB-E4(86)-Pueden contraer enfermedades que las pueden llevar hasta la muerte</p> <p>-G1CB-E4(87)-no les importa si tienen una enfermedad venérea</p> <p>-G1CB-E1(99)-solo ganan una enfermedad y una mala vida</p> <p>-G2CB-E 2-15(101)-las enfermedades que aparecen, los suicidios que hay a diario</p> <p>-G1CB-E1-(99)-Solo ganan una enfermedad y una mala vida</p> <p>-G4PG-E5-8(41)- Sabiendo que puede estar uno enfermo</p> <p>-G2CB-E1-4(18)- La mujer por eso puede llegar a la anorexia</p> <p>-G2CB-E2-4(25)-Creo que en muchos casos están creando una confusión sicológica</p> <p>-G2CB-E1-6(35)-Es meterle un problema sicológico</p> <p>-G2CB-E1-6(37)-ahí es cuando uno llega a la depresión y a la anorexia</p> <p>--G2CB-E1-6(38)- difícilmente uno puede salir de eso, si no tiene un acompañamiento de la familia o sicológico</p> <p>-G2CB-E1-8(58)-llegan a sufrir de anorexia, de trastornos alimenticios, de bulimia ...</p> <p>-G2CB-E1-15(99)-caen en depresiones</p> <p>-G2CB-E2-15(103)-soy gorda, pues me tengo que volverme bulímica y anoréxica como sea para ser perfecta.</p> <p>-G4PG-E1-12(39)-Ella es anoréxica</p> <p>-G4PG-E3-15(77)- Se vuelven anoréxicas</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
31	GORDA (6)
	<p>-G2CB-E1-12(84)-Que usted es gorda, que no se vaya a dejar engordar</p> <p>-G3PG-E5-5(32)-pero entonces las gorditas que hacemos ...</p> <p>-G3PG-E5-3(28)-y porque todas esas mujeres tienen que ser flacas, no, ninguna gorda, todas son cuerpos perfectos</p> <p><b>ANTÓNIMA</b></p> <p>-G2CB-E1-4(20)-Si no es flaca, no es exitosa, no es nada</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

32	DINERO (23)
	<p>-G1CB-E1(31)-Van a tener <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E1(42)- Solamente piensan en el <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E4(56)-le ofrecen más <b>dinero</b> empiezan a mostrar sus partes íntimas</p> <p>-G1CB-E4(56)-solo porque venden hasta su propio cuerpo solo por obtener más <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E4(57)- El <b>dinero</b> no lo es todo</p> <p>-G1CB-E4(83)- Cuando consiguen <b>dinero</b> se olvidan de su pasado</p> <p>-G1CB-E4(87)-no les importa si es viejo o joven, o sea, piensan, solo quieren su <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E4(88)-creen que con el <b>dinero</b> van a arreglar todos sus problemas</p> <p>-G1CB-E2(93)-por tener más <b>dinero</b> se meten con personas que tal vez no les conviene como los Narcotraficantes.</p> <p>-G1CB-E1(96)-Por la ambición del <b>dinero</b> podemos tener muchos obstáculos en la vida</p> <p>-G1CB-E1(99)-hay personas que piensan que con el <b>dinero</b> lo tienen todo</p> <p>-G4PG-E2-10(60)-Para todo lo que ellas tienen necesitan <b>dinero</b></p> <p>-G4PG-E1-18(61)-Por eso tiene que tener <b>dinero</b></p> <p>-G4PG-E1-17(69)-ni el amor ni el <b>dinero</b> es todo en el mundo</p> <p>-G5PG-E1-5(10)-para ganar <b>plata</b></p> <p>-G5PG-E1-10(44)-Quién se gana más <b>plata</b></p> <p>-G5PG-E1-13(49)-aunque sea por <b>plata</b></p> <p>-G4PG-E1-15(63)-la plata no lo es todo en el mundo, la <b>plata</b> se gana pero no mostrando sus partes íntimas</p> <p>-G4PG-E6-5(61)-uno por la <b>plata</b> no debería venderse</p> <p>-G4PG-E2-10(64)-la <b>plata</b> se gana trabajando y esforzándose</p> <p>-G4PG-E3-8(65)- la <b>plata</b> no lo es todo en el mundo</p> <p>-G4PG-E3-8(66)- la <b>plata</b> no compra la felicidad</p> <p>-G4PG-E3-13(63)- casi todas tienen <b>plata</b>, tienen gente que les ayude</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
33	COLA (11)
	<p>-G3PG-E1-4(25)- por un lado los jeans, mostrando la <b>cola</b>, están mostrando la ropa</p> <p>-G3PG-E2-7(44)-Que la mujer tiene buena <b>cola</b></p> <p>-G4PG-E2-1(6)-lo que más les llama la atención a los hombres, y está mostrando muchísimo, es la <b>cola</b>.</p> <p>-G3PG-E5-7(45)-no es que tenga buena <b>cola</b>, sino el efecto del photo shop</p> <p>-G3PG-E5-11(71)-más lo va a cautivar ver la <b>cola</b> de la mujer ahí, casi encima de la cerveza</p> <p>-G3PG-E5-12(73)-Una <b>cola</b> toda voluptuosa</p> <p>-G4PG-E3-5(19)-todas mostrando la <b>cola</b>, todas la utilizan para poder vender</p> <p>-G3PG-E4-6(72)-En realidad la <b>cola</b> de la mujer no debería estar haciendo absolutamente nada, ahí</p> <p><b>AFINES</b></p> <p>-G4PG-E2-10(52)-mostrar las <b>nalgas</b> con esas falditas, que ya casi se le ven las <b>nalgas</b></p> <p>-G4PG-E1-5(19)-se le ven las <b>nalgas</b></p> <p>-G4PG-E2-8846)-lo ponen así con esos <b>culotes</b>, para que uno piense que así le va a quedar a Uno.</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
34	SEMIDESNUDAS (5)
	<p>-G3PG-E6-5(40)-pero es que a la mayoría siempre las ponen así como <b>semidesnudas</b></p> <p>-G3PG-E2-9(50)-porque para promocionar el jean tiene que estar ella <b>semidesnuda</b></p> <p>-G4PG-E 2-5(28)-en los cuadernos aparecen <b>semidesnudas</b> y los muchachos del colegio empiezan a <b>morbosiar</b></p> <p>-G3PG-E1-10(51)-en esta imagen se ve algo absurdo, porque mitad vestida y <b>mitad desnuda</b></p> <p>-G4PG-E1-7(24)-se muestran señoras <b>casi desnudas</b></p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

35	<b>DESNUDAS (4)</b>
<p>-G4PG-E1-22(73)- casi nunca salen desnudas          -G4PG-E2-6(38) -Marbell sale desnuda del todo          -G4PG-E3-6(39) está casi desnuda          -G4PG-E5-4(40)-esta patiabierta, esta...desnuda</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	
36	<b>PARTES ÍNTIMAS (5)</b>
AFINES	<p>-G1CBE3(78)-exhibirse ante los demás a mostrar sus partes íntimas          -G6AM-E1-1(6)-insinúan mucho, muestran mucho sus partes íntimas</p> <p>-G1CB3(39)-Hay otras que se saben valorar y no muestran sus intimidades</p> <p>-G3PG-E1-1(3)-como que les tapan un poquito el...aparato reproductor          -G4PG-E1-4(15)-solo está tapando ahí al frente</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
37	<b>MAQUILLADAS (2)</b>
<p>-G6AM-E1-20(60)-pero se supone que así como las ponen, como recién levantadas. En pijama, y son divinas, maquilladas, bien peinadas          -G2CBE1-10(68)-un buen maquillaje y un buen peinado, entonces pienso que, va más allá de eso, entonces no sé, pensar muchas cosas, muchas.</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	
38	<b>PERSONALIDAD (2)</b>
<p>-G1CBE1(48)-Se le olvida lo que importa es la personalidad          Solamente tener una buena actitud y una buena personalidad</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	
39	<b>RESPECTO (3)</b>
<p>-G1CB-E2(26)-están perdiendo su respeto          -G1CB-E2(51)-ir por la publicidad respetando nuestro cuerpo          -G1CB-E1(79)-van a hacer que se les acabe su dignidad y les falten el respeto a toda hora</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	

40	DIGNIDAD (2)
	<p>-G1CBE2(70)-Hacen cosas indebidas y olvidan su <b>dignidad</b></p> <p>-G1CBE4(89)-Creen que con eso van a tener una <b>dignidad</b></p>
	
	<p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
41	FAMILIA (7)
	<p>-G1CBE2(81)-Olvidan de donde provinieron, quien las ayudo a ser lo que son, se olvidan <b>familia</b>, de las cosas buenas que les dieron...</p> <p>-G1CBE1(98)-pueden perder todo en la vida por esa bobada, por esas cosas pueden perder a su <b>familia</b>, a los seres queridos</p> <p>-G2CBE1-10(69)- lo hacen por sus <b>familiares</b> y todo, o les venden ese concepto</p> <p>-G2CBE4-5(93)-pero eso también va en los valores que le han inculcado a uno en la <b>familia</b>, en la casa, la manera de ver a las demás personas y la sociedad.</p> <p>-G4PG-E5-12(64)-muchas de ellas dejan a toda la <b>familia</b> para irse por eso</p> <p>-G2CBE2-16(107)-la <b>familia</b> como que no es el centro de atención para ella</p> <p>-G4PG-E1-20(67)-hay <b>familias</b> que se interponen mucho, por ejemplo por religiones</p>
	
	<p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
42	SOCIEDAD (2)
	<p>-G1CBE4(91)-Van a tener una vida mejor o van a ser aceptadas por la <b>sociedad</b>.</p> <p>-G2CBE4-8(121)-Lo que llevamos por dentro vale mucho más que lo crítico, que la apariencia de lo que mostramos frente a la <b>sociedad</b></p>
	
	<p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

Ahora bien, con las dispersiones, que aparentemente no tienen similitud, ni rasgos comunes con ninguno de los datos agrupados anteriormente se pudieron formar nuevas agrupaciones, teniendo en cuenta aspectos como símbolos, emblemas, puntos de vista, miradas ciudadanas, fantasmas sociales, significados por contexto, o asociación por léxico asociativo, todo, buscando un mayor nivel de abstracción para crear la o las agrupaciones que muestren la ley o pensamiento con las que se erija una Terceridad, dicho de otra manera llegar a un nivel de abducción que confirme la idea.

Las dispersiones resultantes de ésta primera agrupación son:

El siguiente registro o lista de datos, son los que resta luego de la agrupación realizada. Ninguno de ellos coincide exactamente con los términos o palabras tenidas en cuenta para las agrupaciones, éstas quedan pendientes para unirlas en una de las últimas agrupaciones hasta concluir con el dato.

## 2.6.2. Dispersiones

### DISPERSIONES

1. -G6AM-E1-1(6)-insinúan mucho, muestran mucho sus partes íntimas
2. - G1CBE2(2)-Es muy normal
3. -G1CBE2(3)es un estilo libre
4. -G1CB3(36)-Solamente quieren las cosas materiales
5. -G1CB3(37)-Es sus sentimientos, saber pensar las cosas, saber actuar
6. -G1CB3(39)-Hay otras que se saben valorar y no muestran sus intimidades
7. -G2CB-E1-4(20)-Si no es flaca, no es exitosa, no es nada
8. -G1CBE1(25)-Solamente tener una buena actitud y una buena personalidad
9. -G1CBE1(27)- No se valoran
10. -G1CBE5(32)-Lo que obtienen son malos comentarios, que las irrespeten
11. -G1CBE2(40)-Saben hasta que límite llegar en su carrera
12. -G1CBE1 (43)-sabiendo que aparentan algo que no son.
13. -G1CBE1(48)-Se le olvida lo que importa es la personalidad
14. -G1CBE2(50)-Hay que pensar muy bien las cosas antes de hacerlas
15. -G1CBE1(53)-Saber qué es lo que quiere
16. -G1CBE2(55)-Lo único que va a hacer es abrir malos comentarios ante las otras personas
17. -G1CBE5(63)-Por estar tan mal en sus casas se venden sin saber que hacer o hacen cosas que no pueden o no deben
18. -G1CBE2(70)-Hacen cosas indebidas y olvidan su dignidad
19. -G1CBE6(76)-la van a ver como la fácil
20. -G1CBE4(89)-Creen que con eso van a tener una dignidad
21. -G1CBE4 (91)-Van a tener una vida mejor o van a ser aceptadas por la sociedad.
22. -G1CBE1(95)-Hay que pensar bien las cosas antes de actuar
23. -G1CBE1(98)-pueden perder todo en la vida por esa bobada, por esas cosas pueden perder a su familia, a los seres queridos.
24. -G2CBE1-3(7)-Siempre las escogen es prácticamente como para promover supuestamente una marca.
25. -G2CBE2-4(26)-y todos miran es a esa y que hermosura, ay uno quiere llegar a ser como ella (ELLA)
26. -G2CBE1-6(32)-y obviamente todo por vanidad
27. -G2CBE6-2(40)-cuantas no se han matado
28. -G2CBE6-2(41)-No esto no es como lo pintan, esto no es una maravilla.
29. -G2CBE6-2(42)-Entran en un desorden pues que se las lleva a la frustración (ENFERMEDADES)
30. -G2CBE2-5(47).Siempre nos están vendiendo lo bueno y no lo malo, o sea no nos están vendiendo lo que hay de malo en él
31. -G2CBE4-4(65)-Saber aprovechar las oportunidades que les presenta la vida a uno.
32. -G2CBE1-10(68)-un buen maquillaje y un buen peinado, entonces pienso que, va más allá de eso, entonces no sé, pensar muchas cosas, muchas.
33. -G2CBE1-10(69)- lo hacen por sus familiares y todo, o les venden ese concepto. (FAMILIA)
34. -G2CBE2-8(70)-Somos culpables también las personas que estamos así porque nos dejamos llevar por lo que vemos.
35. -G2CBE1-11(74)-uno se compra el vestido, no tanto pensando en el vestido sino en... juepucha, como a

- esta le queda el vestido divino, entonces a mi también me va a quedar así.
36. -G2CBE3-7(76)-Nos dejamos llevar por todo (NOSOTRAS)
  37. -G2CBE3-7(78)- algunas por ejemplo ya terminan con traquetos, ya terminan es en otro rollo y no se centran pues realmente en lo que quieren ser (ELLAS)
  38. -G2CBE2-10(81)-pues sí, definitivamente no es todo pues ....(SE REFIERE A LA FAMA Y LA BELLEZA)
  39. -G2CBE1-12(83)-Yo creo que esa no es la verdad
  40. -G2CBE1-12(85)-son cosas que a uno le van metiendo a la vida o sea a uno como persona y uno no debe dejarse llevar por esas cosas.
  41. -G2CBE3-9(95)-A parte también hay mamás que incitan a las hijas a se que se vayan por este camino. (PROSTITUCIÓN)
  42. - G2CBE5-2(94)-Y no siempre es así, y se va a frustrar porque el día que le salga un grano en la cara, un granito, lo que sea, se va a poner que se muere...
  43. -G2CBE1-16(104)- se mató y uno dice, aparentemente lo tenía todo, porque muy en realidad todas tienen un vacío en el alma y el corazón (refiere la muerte de Lina Marulanda)
  44. -G2CBE2-17(115)- para vernos como otras, no. ( se refiere a las cirugías)
  45. -G2CBE2-18(119)-tengo que ser igual, no. (ELLAS)
  46. -G2CBE4-8(121)-Lo que llevamos por dentro vale mucho más que lo crítico, que la apariencia de lo que mostramos frente a la sociedad
  47. -G2CBE5-5(122)-Con un coeficiente bueno, uno puede llegar a triunfar
  48. -G2CBE2-19(123)-crear en nuestra capacidad intelectual, en que nosotros somos capaz de llegar donde Queramos
  49. -G2CBE3-14(127)-todo llega y todo pasa (SE REFIERE A LA BELLEZA)
  50. -G3PG-E1-1(3)-como que les tapan un poquito el...aparato reproductor
  51. G3PG-E1-1(4)-siempre es como insinuando
  52. -G3PG-E5-2(18)-como excitada más bien
  53. . -G3PG-E3-4(19)- mira que también son mostrando sus senos, que se les salga todos sus atributos.
  54. -G3PG-E6-1(20) Y miren la boca, todas la tienen como parecida, siempre hacen la boca como de la misma manera
  55. -G3PG-E1-6(33)-muestran acá o sea una fachada total
  56. -G3PG-E2-5(41)- esta carrera es muy buena, pues a mí me parece bien
  57. -G3PG-E1-8(48)-muestran el producto, ponen una frase muy provocante, por ejemplo aquí, la carita, la fiebre del jean por ejemplo, aquí se ve la mujer, prácticamente el seno en el pene,... perdón, es la verdad.
  58. -G3PG-E1-10(53)-yo pienso que manejan ese toque de misterio
  59. -G3PG-E2-10(56)-si no lo hacen entonces, como no va a ver a alguien feo
  60. -G3PG-E6-7(77)-Nos venden meras estrategias, para poder vender
  61. -G4PG-E1-7(24)-se muestran señoras casi desnudas (MUJERES)
  62. -G1CB3(39)-Hay otras que se saben valorar y no muestran sus intimidades (MUJERES)
  63. -G3PG-E1-1(3)-como que les tapan un poquito el...aparato reproductor (PARTES ÍNTIMAS)
  64. -G4PG-E1-4(15)-solo está tapando ahí al frente (PARTES ÍNTIMAS)
  65. -G3PG-E6-8(83)-si uno trata de hacer la misma pose (YO)
  66. -G3PG-E1-20(87)-Yo lo digo porque yo lo he hecho.
  67. -G4PG-E1-1(3)-no está posando tan exageradamente (POSES)
  68. -G4PG-E5-2(13)- tan guisa
  69. -G4PG-E5-2(14)-no está como tan mostrona
  70. -G4PG-E1-4(15)-solo está tapando ahí al frente (PARTES ÍNTIMAS)
  71. -G4PG-E2-5(18)-No solamente tragos, agua, cualquier líquido, o pueden consumir otra clase de cosas
  72. -G4PG-E3-6(23)-Será que para eso nacimos, para mostrar, ¿Qué opinan?
  73. -G4PG-E3-7(26)-pero es que también hay muchos trabajos
  74. -G4PG-E1-8(27)-pero uno lo hace porque le gusta
  75. . -G4PG-E2-6(28)-no necesita nada más (SE REFIERE AL CUERPO)
  76. -G4PG-E1-10(34)-promocionando el jean pero sin blusa.
  77. -G4PG-E5-8(42)-Para que lo vean a uno (TENER EL CUERPO BACANO)
  78. -G4PG-E2-8(47)-lo ponen así con esos culotes, para que uno piense que así le va a quedar a Uno. (NALGAS O COLA)
  79. -G4PG-E2-8(48)- y lo compra y no le queda bien, obvio, que le va a quedar igual.
  80. -G4PG-E1-15(49)-ellas promocionan pero porque tienen con que exhibir
  81. -G4P G-E5-1053)- las que están en vestido de baño, lo hacen para llamar la atención
  82. -G4PG-E4-8(55)- masturban mucho a los hombres
  83. -G4PG-E1-18(62)-pues si no tiene, (DINERO) tiene que buscar a los narcotraficantes
  84. -G4PG-E2-12(68)-expresan como libertad, como si estuvieran felices, libres
  85. -G4PG-E1-21(69)- se sienten vivas

86. -G4PG-E1-23(74)-uno como que se escandaliza...eso es más escándalo de uno
87. -G4PG-E2-15(78)-muchas van a gimnasios a hacer ejercicios para tener una figura esbelta (CUERPO)
88. -G4PG-E1-25(79)-pertenece a ese mundo, pues el mundo de la fama, las cámaras, la moda, es difícil, si,  
porque uno tiene que dejar muchas cosas, la privacidad (PUBLICIDAD)
89. -G4PG-E5-15(85)-van creciendo con ese pensamiento de que van a ser mejores.
90. -G4PG-E3-2(7)-pero a veces los fotógrafos no se ponen a tomar las fotos sino a hacer otras cosas con las cámaras
91. -G4PG-E1-6(13)- algunas salen a veces sin ropa (DESNUDAS)
92. -G4PG-E6-1(16)-lo de uno es de uno, no de los demás (CUERPO)
93. -G4PG-E2-3(20)- vestida como para entrar a una discoteca
94. -G4PG-E1-7(24)-se muestran señoras casi desnudas (SEMIDESNUDAS)
95. -G4PG-E5-3(33)- está muy tapada
96. -G4PG-E2-8(43)-Los mismos diseñadores eligen la ropa y exigen la pose y ya se sobrepasan (ROPA)
97. -G6AM-E3-10(44)-la blusa a mitad del busto, yo no entiendo, casi mostrando todo (MOSTRAR)
98. -G4PG-E2-10(51)-si es de ponerse de vez en cuando un escote
99. -G4PG-E1-14(55)-solo es de uno o de la pareja cuando se comparte (CUERPO)
100. -G4PG-E1-14(56)- tampoco vestirse como evangélicas
101. -G4PG-E1-16(67)- tampoco el amor que corresponde a la pareja
102. -G4PG-E6-8(70). Usted sin amor no puede vivir
103. -G4PG-E1-18(71)-vivirlo si, pero tampoco de matarse por él.
104. -G6AM-E3-1(5)- se ven como ligeras de ropas (SEMIDESNUDAS)
105. -G6AM-E2-2(10) y siempre las vemos con tacones súper altos
106. -G6AM-E3-3(11)- se ven más altas, más elásticas
107. -G6AM-E3-8(18)- ellos siempre tratan de comparar
108. -G6AM-E1-6(19)- va a crear un trauma en nostras (comparación con las modelos)
109. -G6AM-E3-8(31)-para poder comercializar las tiene que poner así, todo más llamativo, para que uno se sienta más atraído
110. -G6AM-E1-14(39)- yo diría que es bastante costoso
111. -G6AM-E1-15(43)- casi siempre las ponen con cadenas, collares grandes y brillantes muy llamativos (ACCESORIOS)
112. -G6AM-E2-8(45)- si le ponen la blusa a mitad del busto y eso que tiene que ver con el bolso
113. -G6AM-E1-20(60)-pero se supone que así como las ponen, como recién levantadas. En pijama, y son divinas, maquilladas, bien peinadas (MODELOS)
114. -G3PG-E1-3(24)-son pornográficas (PORNO)
115. -G2CBE1-3(7)-Siempre las escogen es prácticamente como para promover supuestamente una marca.
116. - C2CB-E2-6(34)-siempre recurren al bisturí, como dicen y así tampoco son las cosas (CIRUGIAS)
117. -G4PG-E4-5(32)-Lo que tiene es postizo, no es de ellas (CIRUGIAS)
118. -G5PG-E6-3(37)-Si, debió ser operada (CIRUGIAS)
119. -G1CB-E5(19)-Comienzan a tener desordenes alimenticios (ENFERMEDADES)

### 2.6.3. Nodos triádicos segunda agrupación.

#### SEGUNDA AGRUPACIÓN

En esta segunda agrupación, teniendo ya claridad con respecto a las palabras que se repiten en cada una de las triadas, se pasa a revisar que relaciones existen o se conectan con la palabra destacada en cada una de ellas. Es decir, se revisarán los contextos con los cuales se conecta la palabra de cada una de las agrupaciones resultantes en la primera agrupación de la siguiente manera: Con la palabra cuerpo, que fue el primer rastreo, ahora se resalta en color diferente cada una de las acciones o cualidades que la acompañan así:

-G1CB-E2 (4)-No están exhibiendo ninguna parte de su cuerpo.

-G1CB-E3(7)-no tiene porque exhibir su cuerpo tanto

-G1CB-E5(18)-Algunas mujeres quieren tener un cuerpo perfecto

Doy un color diferente a cada conexión con la palabra que se repite, por lo tanto, si aparecen en varios datos repetida la palabra exhibir, exhibiendo, , exhiben mucho, no exhiben, se resaltarán de un solo color, igual se realiza con la palabra bonito, y así se continúa haciendo con todas las demás palabras que aparezcan en cada triada, tantas veces como sea necesario en cada dato.

Este ejercicio se realiza igual con cada uno de los datos, permitiendo así la severidad en la lectura y el registros en cada una de las triadas de la primera agrupación, de manera se darán mayores claridades, para realizar la siguiente agrupación.

1.

## CUERPO (57)

- G1CB-E2 (4)-No están **exhibiendo ninguna** parte de su **cuerpo**.
- G1CB-E3(7)-no tiene porque **exhibir** su **cuerpo** tanto
- G1CB-E5(18)-Algunas mujeres quieren tener un **cuerpo perfecto**
- G1CB-E1(20)-para eso no se necesita un **cuerpo bonito**
- C1CB-E4(23)-Es mejor tener un **cuerpo al natural**
- G1CB-E2(28)-exhiben mucho su **cuerpo**, sus **partes íntimas**
- G1CB-E2(29)-Deberían cuidarse porque su **cuerpo** es un **templo**
- G1CB-E5(30)- hay mujeres que piensan que por su belleza, por su **cuerpo bonito**, si por dentro no tienen nada de sentimiento
- G1CB-E3(33)-tener un **cuerpo lindo**, una cara linda, eso no significa nada
- G1CB-E4(49)-en el mismo país para **vender** su **cuerpo para vender** su **cuerpo**
- G1CB-E2(51)- ir por la publicidad de una forma segura **y respetando** su **cuerpo**
- G1CB-E2(58)-De que vale tener toda la plata del mundo, el **cuerpo perfecto**, la cara bonita, el pelo sedoso y brillante
- G1CB-E2(71)-olvidan que tiene un **cuerpo** que hay que **respetarlo**
- G2CB-E2-1(4)-Lo que quieren es atraer a los **hombres** con el **cuerpo** que ellas tienen
- G2CB-E4-2(24)—La forma de **llegar a tener** esos **cuerpos**
- G2CB-E4-7(116)-todos podemos llegar a triunfar así no tengamos un **cuerpo perfecto**
- G2CB-E1-18(120)-**la inteligencia** vale más que un **cuerpo**
- G3CB-E3-2(15)-Para lucir esos **cuerpos**
- G3CB-E5-3(28)-todos son **cuerpos perfectos**
- G3CB-E6-3(31)-Porque solo venden jeans para **cuerpos perfectos**
- G3CB-E1-6(34)-incitando a uno a tener el **cuerpo perfecto**
- G3CB-E2-9(49)-porque tiene que poner el resto del **cuerpo** así, **desnudo**
- G3CB-E1-11(59)-que hace una persona que **no tiene** ese **cuerpo**
- G3CB-E6-7(60)-siempre venden la de **cuerpo perfecto**
- G3CB-E4-5(62)-con un **descubierto una parte** de su **cuerpo**
- G3CB-E1-13(65)-Al hombre lo **cautiva** por su **cuerpo** y su belleza
- G3CB-E1-15(70)-Si **le ponen el cuerpo** de la mujer, ahí de una mira
- G4PG-E1-1(1)-**Tiene buen cuerpo**
- G4PG-E2-1(4)-La modelo tiene un **cuerpo muy bacano**
- G4PG-E2-2(7)-esta vieja tiene **cuerpo bonito**
- G4PG-E3-2(9)-si yo tuviera un **cuerpo así, uuuff**
- G4PG-E1-2(12)-tiene ese **cuerpo tan lindo**
- G4PG-E1-8(27)-después de que uno **tenga** un **cuerpo** así, como esas viejas, que más..
- G4PG-E5-5(31)-por eso la escogen porque **tiene buen cuerpo**
- G4PG-E1-12(38)-ellas dejan de comer para poder **tener** ese **cuerpo**
- G4PG-E1-12(39)-pues tiene un **cuerpo bacano**
- G4PG-E5-8(41)-que se gana con tener un **cuerpo bonito** y todo, sabiendo que puede estar uno enfermo
- G4PG-E1-15(49)- como para el **cuerpo** de **ellas**
- G4PG-E 1-15(50)-pero pa que si uno no tiene el **cuerpo** de **ellas**
- G4PG-E1-17(58)-con un **cuerpo así...**
- G4PG-E3-14(65)-algunas familia casi no las apoyan porque salen a **exhibir** su **cuerpo**
- G4PG-E3-15(76)-muchas se tiene que **cuidar** el **cuerpo**
- G5PG-E4-1(3)-por el **cuerpo** y la **cara**
- G5PG-E3-3(11)-**desnudarse** y que le vean el **cuerpo**
- G5PG-E6-1(14)-Falta de **respeto** para su **cuerpo**
- G5PG-E3-4(18)-no está **exhibiendo** mucho su **cuerpo**
- G5PG-E1-6(22)-pero no **muestra** el **cuerpo** como lo muestran otras
- G5PG-E5-3(32)tiene el **cuerpo** muy **lindo**
- G5PG-E5-5(46)-está mostrando las **partes privadas** del **cuerpo**
- G5PG-E2-9(47)-ellas se **exhiben** mucho con su **cuerpo**
- G5PG-E1-13(48)-el **cuerpo** de nosotras debe **ser privado**
- G5PG-E5-7(53)-El **cuerpo** es **de uno** y no de los demás
- G5PG-E3-7(54)-el **cuerpo** no se le debe **mostrar** a todo el mundo
- G5PG-E6-6(62)-uno no **vende** el **cuerpo**
- G6AM-E1-1(1)- Casi todas **muestran alguna parte** de su **cuerpo**
- G6AM-E2-1(4)-Siempre como intentando **mostrar** su **cuerpo**
- G6AM-E6-2(21)-tenemos **cuerpos** un poquito **más feitos**
- G4PGE1-2(12)-... tiene ese **cuerpo** tan **lindo** que...



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

2.	BELLEZA (9)
	<p>-G1CBE-5(30)-Piensan que por su <b>belleza</b>, por su <b>cuerpo bonito</b>, siempre van a obtener lo que quieren.</p> <p>-G2CBE2-7(62)-Aunque no tenga una <b>belleza física</b> muy perfecta, si triunfan y son muy <b>bellas</b> interiormente.</p> <p>-G2CBE1-9(63)-el éxito no está en la <b>belleza física</b>.</p> <p>-G2CBE3-8(80)- la <b>belleza no lo es todo</b>.</p> <p>-G1CBE3-13(125)-la <b>belleza es efímera</b></p> <p>-G1CBE4-9(126)-la <b>belleza</b> algún día <b>se nos va a acabar</b></p> <p>-G4PG-E4-7(52)-La <b>belleza cuesta</b>, hay que llevar una rutina dura</p> <p>-G4PG-E1-17(58)-Con un cuerpo así, una cara así... o sea <b>tener</b> tanta <b>belleza</b></p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
3.	BONITA (35)
	<p>- G1CBE2-12- La carrera <b>de</b> modelaje es una <b>carrera bonita</b></p> <p>-G1CBE1-24- Que lo más <b>bonito</b> de una persona es la <b>naturalidad</b>.</p> <p>-G1CBE1-41-Que de nada vale tener todo lo <b>material y lo físico</b> bonito.</p> <p>-G1CBE1-42 -en <b>verse bonitas</b> a toda hora.</p> <p>-G2CBE2-2(19)-Si muestran su <b>cara bonita</b>, pero nunca muestran algo, o sea_nunca vemos una mujer normal</p> <p>-G2CB-E2-6(54)- están mostrando ahí una <b>sonrisa bonita</b> y todo...</p> <p>-G2CBE1-8-(58)-Sacan muchas mujeres, miles y miles de <b>mujeres bonitas</b> al año</p> <p>-G2CBE1-8(58)-ellas dicen pues <b>yo tan bonita</b>, yo para que, para que estudiar, con esto lo tengo todo y así no son las cosas</p> <p>-G2CBE1-10(66)-Una <b>reflexión</b> muy <b>bonita</b> era que, esto no es la vida</p> <p>-G2CBE1-10-(67)-Pienso que la vida no es <b>ser bonito</b>,</p> <p>-G2CBE1-10(68)-Una <b>ropa bonita</b> la hace...</p> <p>-G2CBE1-8(71)-<b>si vemos</b> una <b>ropa bonita</b> en una revista entonces me la compro...</p> <p>-G2CBE2-8(72)-porque le vio la cola a <b>aquella</b> muy <b>bonita</b>.</p> <p>-G2CBE2-9(79)-porque tiene <b>fama</b> porque son <b>bonitas</b>.</p> <p>-G2CBE1-12(82)-ver que a uno siempre le salen que si uno no es <b>bonito no es nada y no es nadie</b>.</p> <p>-G2CBE1-12(86)-<b>ellas</b> son muy <b>bonitas</b> y todo, pero al fin y al cabo van a llegar a ser viejas o un accidente y ahí queda todo...</p> <p>-G2CBE2-13(92)-Una <b>cara bonita</b> y ya</p> <p>-G2CBE1-15(99)-porque siempre les enseñaron que <b>hay que ser bonitas</b></p> <p>-G2CBE1-18(120)-La inteligencia <b>vale</b> más que una <b>cara bonita</b> y que un contrato.</p> <p>-G3PG-E2-10(55)-Promocionar con <b>mujeres bonitas</b></p> <p>-G3PG-E1-11(57)-Listo, muestran a una <b>mujer bonita</b> con un jean perfecto que dice levanta cola...</p> <p>-G3PG-E1-11(58)-que hacen para que las <b>mujeres que no</b> son <b>bonitas</b>...</p> <p>-G3PG-E1-17(79)-mas allá de una <b>mujer bonita</b>.</p> <p>-G3PG-E5-15(88)-<b>quedaríamos</b> de pronto <b>bonitas</b></p> <p>-G3PG-E1-22(92)-...como <b>tan bonitas</b> pues...</p> <p>-G4PG-E2-2(7)-Esta vieja tiene un <b>cuerpo bonito</b></p> <p>-G4PG-E5-7(37)-<b>las ropas</b> que ellas promocionan son muy <b>bonitas</b></p> <p>-G4PG-E5-8(41)-Que se gana con tener un <b>cuerpo bonito</b>...</p> <p>-G4PG-E1-13(43)-Ella lo hace porque la <b>hace ver bonita</b>.</p> <p>-G4PG-E4-7(52)-las mujeres para <b>poder verse bonitas</b>...</p> <p>-G5PG-E2-2(4)-así sean personas de bajo nivel , las <b>suben</b> a ser más <b>bonitas</b>.</p> <p>-G6AM-E1-3(9)-Siempre queremos usar lo que vemos en alguna <b>mujer bonita</b></p> <p>-G6AM-E3-5(16)-usan ropa muy insinuante y llamativa que <b>se les ve</b> muy <b>bonita</b>.</p> <p>-G6AM-E3-9(37)-<b>Se ve muy bonito</b> (cabello)</p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>

4.	HERMOSA (15)
	<p>-G2CB-E2-3(11)-Cualquier cosa que tengan que publicar siempre con una <b>mujer hermosa</b> y todo, pero nunca normal</p> <p>-G2CB-E2-4(26)-Y todos miran es <b>a esa</b> y que <b>hermosura</b>...</p> <p>-G2CB-E2-6(55)-una <b>mujer</b> así toda <b>hermosa</b> y todo, pero que... toda hueca, si, que no piense.</p> <p>-G2CB-E2-8(71)-Me la compro porque me va <b>a quedar hermosa</b></p> <p>-G3PG-E1-6(34)-si te pones el jean X, Te vas a ver <b>hermosa</b> y hasta como <b>modelo perfecta</b>.</p> <p>-G3PG-E5-8(63)-estamos viendo que el jean le <b>está quedando hermoso</b> y nosotros creemos que nos va a quedar igual</p> <p>-G3PG-E2-11(64)-Estamos viendo que el jean le <b>está quedando hermoso</b></p> <p>-G3PG-E2-16(91)-porque vio <b>que le quedaba hermoso</b></p> <p>-G4PG-E4-8(56)-<b>esta hermosa</b>, eso es tentador</p> <p>-G6AM-E5-1(12)-Siempre tienen el <b>cabello hermoso</b>, divino, siempre se ven bien</p> <p>-G6AM-E2-4(24)-Pero igual <b>se ven hermosas</b></p> <p>-G6AM-E1-8(25)-<b>se ven hermosas</b></p> <p>-G6AM-E1-19(58)-<b>Siempre se ven hermosas</b> a toda hora</p> <p>-G6AM-E5-4(59)-<b>Siempre se ven hermosas</b> a toda hora</p> <p>-G6AM-E5-5(64)-la <b>modelo</b> es <b>hermosa</b></p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
5.	LINDO (8)
	<p>-G2CB-E1-3(8)-Porque es que el <b>carro</b> es muy <b>lindo</b></p> <p>-G2CB-E5-3(97)-Si ella no es <b>linda</b> <b>no es nadie</b> en el mundo</p> <p>-G2CB-E2-15(102)-si no soy <b>linda</b> entonces <b>no soy nadie</b></p> <p>-G3PG-E2-13(75)-ellas son muy <b>lindas</b> y todo, pero algo deben tener <b>arreglado</b> porque perfecto no hay nadie.</p> <p>-G4PG-E1-2(12)...tiene ese <b>cuerpo</b> tan <b>lindo</b> que...</p> <p>-G4PG-E5-6(33)-obvio por eso que son tan <b>lindas</b>, <b>son mero plástico</b>...</p> <p>-G5PG-E5-3(32)- Tiene el <b>cuerpo</b> muy <b>lindo</b></p> <p>-G6AM-E6-8(56)-Con esa <b>cara linda</b></p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>
6.	ELLA (17)
	<p>-G2CBE2-1(4)-Lo que quieren es atraer a los <b>hombres</b> con el cuerpo que <b>ellas</b> tienen</p> <p>-G2CB-E2-16(108)-<b>ella</b> va a ser linda y punto y si no soy entonces me <b>mato</b></p> <p>-G2CBE2-6(54)-Uno en realidad <b>no sabe</b> cómo es <b>ella</b>.</p> <p>-G2CBE1-8(58)-Uno <b>no sabe</b> lo que <b>ellas</b> tengan en la mente</p> <p>-G2CBE2-11(88)-Pero <b>ellas</b> no se van a quedar siempre en ese punto, van a llegar a una edad donde <b>no van a ser tan bellas</b>, no las van a contratar para todas esas publicidades, para todas esas revistas, para todas esas cosas.</p> <p>-G2CBE1-17(11)-aceptarnos tal y como somos y queremos y pensar que podemos ser <b>igual</b> o más talentosas que <b>ellas</b></p> <p>-G3PG-E2-15(85)-las vemos a <b>ellas</b>, las miradas, las risas, y todo, entonces nosotras <b>intentamos</b> hacer lo mismo</p> <p>-G4PG-E5-12(64)-muchas de <b>ellas</b> dejan a toda la <b>familia</b> para irse por eso</p> <p>-G4PG-E2-11(66)-<b>ellas</b> casi no tienen un <b>novio</b>... estable</p> <p>-G4PG-E2-13(70)-pero no en si <b>ellas</b>, sino lo que quieren mostrar sintiéndose <b>libres</b></p> <p>-G4PG-E1-9(31)-<b>ella</b> quería que la <b>vieran</b></p> <p>-G6AM-E5-2(41)- bastante difícil porque <b>no tenemos</b> lo mismo de <b>ellas</b></p> <p>-G6AM-E5-3(46)-<b>ellas</b> no lo hacen para nosotras, ellas lo hacen para los <b>hombres</b></p> <p>-G6AM-E3-13(55)-uno siempre es buscando quedar igual que <b>ellas</b>, como ellas se ven bien, uno También quiere <b>verse bien</b>.</p> <p>-G2CBE1-6(36)-Uno al no poder alcanzar a ser como <b>ellas</b> se <b>frustra</b> y no solamente... físicamente, sino también como persona, como ser humano</p> <p>-G2CBE4-3(56)-Siempre <b>muestran</b> la doble vida de <b>ellas</b>, nunca muestran como la realidad de ella,</p>

lo que vive a diario.

- G4PG-E3-11(77)-ellas quieren ser **famosas**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

## 7. PUBLICIDAD (15)

- G1CB-E1(47)-se quieren **llenar** de fama de **publicidad**
- G1CB-E2(59)-o para abrir más **publicidad** para **utilizar** tus fotos, tu cara, tu cuerpo, tu rostro en cosas que uno, uno no piensa que van...
- G1CB-E2-(51)-hay que ir por la **publicidad** de forma **segura**
- G2CB-E2-2(9)-**utilizan** a la mujer como para **publicidad**
- G2CB-E1-4(17)-la **publicidad**, los medios de comunicación nos **venden** siempre una mujer perfecta, divina, 90- 60-90.
- G2CB-E4-2(24)- Todas esas mujeres que nos **muestran** a diario en la **publicidad** y en la televisión
- G2CB-E1-19(124)- pienso que no debemos **engañarnos** por estas **publicidades**.
- G2CB-E5-1(30)-toman en **riesgo** la vida con tal de ser esas mujeres que ven ahí en la **publicidad**
- G2CB-E2-13(92)- o sea la **publicidad** como nos la **muestran**... una mujer en una revista, como sea, le toman una foto y eso es todo...lo que es ella...
- G2CB-E1-17(111)-No nos dejemos **llevar** por todas estas cosas tanto de **publicidad** como de... e... televisión, de medios de comunicación.
- G3CB-E1-11(58)-la mujer que nos **venden** los medios de comunicación y la **publicidad**
- G3CB-E1-16(76)-son **estrategias** de **publicidad** para mi concepto.
- G4CB-E5-3(22)-Para editar **publicidad** hay más **modelos** para mujeres que para hombres.
- G4CB-E5-9(45)-no hay **publicidad** de **hombres**
- G6CB-E6-7(54)- hace parte de la **publicidad**, están **promocionando** un jean



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

## 8. SEXY (11)

- G1CB-E2(5)-**Es sexy**
- G2CB-E3-4(21)-y **si no es sexy**...
- G3PG-E1-1(5)-La **muestran** como un poco **sexy**, si...
- G3CB-E3-1(11)-Todas esas **viejias** son como todas **sexys**
- G3CB-E5-6(39)-las **mujeres** son tan...somos tan **sexys**.
- G3CB-E1-8-(48)-muestran a la **mujer** bien **sexy**
- G3CB-E4-5(62)-así como que **cautiva**, toda **sexy**, el cabello bien arreglado, si... perfecta y a la vez como salvaje
- G4CB-E1-1(1)-**se ve sexy**
- G4CB-E4-1(8)-mostrando la **cola** más, más **sexy**
- G4CB-E5-14(81)-Hay mujeres que ya tienen la **cara** como sensual, toda **sexy**
- G5PG-E6-8(56)-se ven siempre **insinuando**, mostrando, **sexys**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

## 9. OBJETO SEXUAL (7)

- G1CB-E2(54)-saber que **desnudarse** ante una cámara no les va a hacerse valer más como Modelos sino como **objeto sexual**.
- G1CB-E2(59)-Te buscan para **usarte** como **objeto sexual**
- G1CBE2(94)-Lo único que hacen es **explotarlas** y tenerlas nada más como **objeto de sexo**
- G2CB-E2-2(6)-no sé por qué pero siempre a las **mujeres** las cogen como **objeto sexual**
- G2CB-E3-7(77)-Ven a la **mujer** como un **objeto sexual**
- G2CB-E1-12(87)-lo que están promoviendo ahí, es la **mujer**... como un **objeto sexual**

-G2CB-E1-13(89)-la **mujer** se ve como un **objeto sexual**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

## 10. SEXUAL(8)

- G3CB-E1-2(10)-Una **pose** algo **sexual**
- G3CB-E1-3(24)-muestran además de la marca, la mayoría de las **imágenes** son **sexual**, son sexuales.
- G3CB-E1-7(38)-muy **sexual** **tapándose** ahí.
- G3PG-E 1-17(79)-quieren mostrar más que todo **cosas sexuales**
- G5PG-E2-7841)-una **pose** muy **sensual**, **sexual**
- G4CB-E1-8(25)-Las que no **viven** de **sexo**
- G4CB-E2-9(54)-Todas las **imágenes** llaman al **sexo**, todas son como llamativas.
- G3CB-E3-1(13)- Son como **insinuando** o **incitando** al **sexo**.



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

## 11. SENSUAL (3)

- G3CB-E1-2(61)-muy insinuantes, **muy sensuales**, **muy** sexys
- G5PG-E5-2(9)-La modelo está en una **pose sensual**
- G5PG-E5-3(21)-Tiene una **pose** muy **sensual**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

## 12. MODELOS (34)

- G1CBE2(10) -las **modelos** de hoy en día cuidan mucho su **cuerpo**.
- G1CBE3(15)-Algunas **modelos perfectas** por tener tallas perfectas
- G1CBE4(22)-las **modelos** no deberían fijarse tanto en su **figura**
- G1CBE4(49)-teniendo este sueño de ser **modelos** son **engañadas** y llevadas al exterior...
- G1CBE1(52)-Para ser **modelo** tiene que **saberse expresar**
- G1CBE2(54)-saber que **desnudarse** ante una cámara no les va a hacerse valer más como **modelos**...
- G1CBE3(60)-Hay **modelos** que se van por este camino solo por ayudarle a sus **familias**.
- G1CB-E6(62)-hay veces **modelos** que se van este camino solo por ayudarle a sus **familias**
- G1CBE1(93)-También hay de las **modelos** que tienen una **carrera** asegurada
- G2CB-E1-5(22)- Y no logramos alcanzar esta **meta** de ser una top **modelo**, una reina, una actriz, una cantante.
- G2CB-E6-4(60)-Me parece muy bueno una **carrera** ya sea como **modelo**, estudiar comunicación social y todo, pero sabiéndola aprovechar.
- G3PG-E1-11(57)-Pues el levanta cola no le sirve a la **modelo**, porque la modelo tiene **cola**.
- G4PG-E2-3(11)- Ahhh, pero para algo **nacieron** para ser **modelos**
- G4PG-E5-6(33)-ella **es** la **modelo**
- G4PG-E4-9(59)-Si y no tanto como **ser** **modelo**, sino ser así
- G5CB-E3-1(1)-Aprovechan de las **modelos** y las **prostituyen**
- G5PG-E1-2(2)-hay **modelos** que no **estudian**
- G5PG-E1-5(10)-porque las **modelos** se **desnudan** ante las cámaras
- G5PG-E5-2(9)-La **modelo** está en una **pose**
- G5PG-E6-2(26)-está bien **ser** **modelo**
- G5PG-E1-8(29)-Ser **modelo** **debe ser bueno**
- G5PG-E6-3(36)-Casi todas las **modelos** tienen más de dos **operaciones**
- G5PG-E6-4(42)-A mi me gustaría ser **modelo**, pero no **exhibirme** de esa manera
- G5PG-E1-11(45)-Los diseñadores **ganan más** que las **modelos**
- G5PG-E5-5(46)-la **modelo** porque es la está **mostrando** las partes privadas

- G5PG-E5-8(59)-las **modelos** de hoy en día **se creen** mucho
- G5PG-E3-8(60)-Somos más **modelos** nosotras que nos **mostramos** nada
- G5PG-E1-19(74)-las **modelos** no deben **exhibir** su cuerpo por dinero
- G5PG-E1-20(76)-las **modelos** deberían **respetarse** un poquito más
- G6PG-E3-4(14)- elegancia, les horma muy bonito, igual se ve muy bonito, pues es algo obvio, porque son modelos pues es algo obvio porque **son modelos**
- G6PG-E6-1(17)-Si algún **hombre** ve a una **modelo** así va a querer que sea su novia
- G6PG-E1-7(22)-**Defectos** tiene todo el mundo, pero a esas **modelos** no se les ve ni uno(defectos)
- G3PG-E2-8(46)-vea si uno ve unas **modelos divinas** y que este jean le queda así...
- G6PG-E2-3(23)-esas **modelos** a todas las arreglan con **photo shop**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 13. NOSOTRAS (6)

- G2CBE3-6(51)-Y lo mismo pasa con **nosotras**, los **hombres** siempre comparando.
- G4PG-E3-12(57)-A **nosotras** nos gustaría ser **modelos**
- G6AM-E1-1(2)-Siempre es lo que queremos nosotras **usar**
- G6AM-E3-9(36)- algo que es **imposible** para nosotras
- G6AM-E3-9(38)-para **nosotras** es un poco difícil **arreglarlo así**
- G6AM-E6-8(56)-así vamos a **quedar** **nosotras** si usamos lo que ellas usan



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 14. MODELAJE (3)

- G1CBE1(9)-El **modelaje** a veces va por la rama de la **prostitución y la exhibición pública**
- G1CBE2(12)-La carrera de **modelaje** es una **carrera** muy bonita
- G2CB-E1-15(99)-Cuando ya las **agencias** de **modelaje** ya no las contratan



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 15. 3 - PROPAGANDA (3)

- G2CB-E1-4(14)- Uno nunca va a ver en una **propaganda** una **mujer fea**
- G2CB-E1-4(15)-Uno en una **propaganda** siempre ve sin **son** **niñas**, niñas lindas,
- G5CB-E2-15(12)- En las **propagandas**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 16. 5- REVISTAS (4)

- G2CB-E1-10(67)-no es **salir** en **revistas** o en vallas
- G2CB-E2-11(88)-O están en las **revistas**, son el **centro de atención** de cualquier hombre, de cualquier persona que las vea...
- G2CB-E2-13(92)-**mujer** en una **revista** como ...
- G4PG-E4-2(5)- en las **revistas** salen **totalmente desnudas**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

17.	TELEVISIÓN (3)
<p>-G2CB-E2-11(88)-ellas son muy lindas en la televisión</p> <p>-G2CB-E3-10(100)- Y la televisión que nos incita pues a todo esto</p> <p>- G2CB-E2-4(26)- En la televisión o algo</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
18.	IMÁGENES (7)
<p>-G2CB-E1-13(89)-por estas imágenes y por todo lo que vemos, se sigue viendo como tal</p> <p>-G3CB-E2-3(21) Lo que veo que están haciendo con estas imágenes es como incitando, pues aparte de promocionar una marca de un jean</p> <p>-G3CB-E1-3(23)- son imágenes de doble moral</p> <p>-G3CB-E1-14(67)- para mi tienen doble sentido todas las imágenes, muchas veces ponen frases muy Irónicas</p> <p>-G4CB-E2-9(54)- todas las imágenes llaman como al sexo, todos son como llamativas a eso casi todas.</p> <p>-G1CB-E2(6)-Deja todo a la imaginación de quien está viendo la imagen</p> <p>-G3PG-E1-10(51)-en esta imagen se ve algo absurdo, porque <i>mitad vestida y mitad desnuda</i></p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
19.	FOTOS (5)
<p>-G2CBE2-2(9)-Fotos con doble sentido</p> <p>-G4PG-E2-4(16)-no les da pena de los que le están tomando fotos</p> <p>-G4PG-E3-2(7)-pero a veces los fotógrafos no se ponen a tomar las fotos sino a hacer otra cosas con las cámaras</p> <p>-G3CB-E1-18(82)-Han visto que le toman una foto y usted hace la pose que vio en la revista</p> <p>-G4PG-E3-4(17)-para tomarse fotos empelotas, así desnudas, ellas se toman primero unos tragos como para desviar la atención</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
20.	PORNO (4)
<p>-G5PG-E1-3(6)-se muestra en un video de porno</p> <p>-G5PG-E5-9(81)-ellas también han hecho películas de porno</p> <p>-G5PG-E3-12(83)-prender un computador Para ver cosas de porno.</p> <p>-G5PG-E3-10(75)-puras mujeres desnudas...porno</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
21.	EXTROVERTIDAS (2)
<p>-G4PG-E2-1(5)-demasiado extrovertida</p> <p>-G4PG-E5-15(86)-son tan extrovertidas</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	

22.	<p style="text-align: center;"><b>POSES (13)</b></p> <p>-G3PG-E2-1(9)-una <b>pose</b> un poco <b>incómoda</b> como para quien lo ve  -G3PG-E4-1(16)- y ni hablar de las <b>poses</b> son <b>prácticamente sin ropa</b>, son atrevidas  -G3PG-E5-8(63)-igual las <b>poses</b> son muy <b>provocativas</b> para los hombres  -G3PG-E2-12(69)-el hombre al ir a comprar la cerveza va a <b>ver</b> la cola, o sea la <b>pose</b> que tiene...  -G3PG-E6-8(83)-si uno trata de <b>hacer</b> la misma <b>pose</b>  -G3PG-E1-19(84)-usted en realidad <b>no le sale</b> la <b>pose</b>, es muy feíta, o <b>uno es muy feíto</b>, pues no le queda la pose  -G3PG-E6-9(86)-Siempre tratamos de <b>imitar</b> las <b>poses</b> y los gestos que ellas hacen  -G4PG-E1-11(36)-y no solamente cintura, la <b>ropa</b>, las <b>poses</b>, como las <b>maquillan</b>...  -G4PG-E1-12(40)- hace unas <b>poses rebien</b>  -G4PG-E1-14(44)-las <b>poses</b>, parecen <b>como figuras geométricas</b>, jajaja, todas redondas  -G4PG-E2-8(43)-Los mismos diseñadores eligen la ropa y <b>exigen</b> la <b>pose</b> y ya se sobrepasan  -G4PG-E1-1(3)-no está <b>posando</b> tan <b>exageradamente</b>  -G3PG-E2-4(27)-si, porque siempre las <b> vemos</b> con esas <b>poses</b> así, por ejemplo, boca abajo con la cola levantada.</p> <p style="text-align: center;">   VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN </p>
23.	<p style="text-align: center;"><b>GESTOS (4)</b></p> <p>-G3PG-E4-1(16)- los <b>gestos</b> son como un poco <b>sensuales</b>, como atrevidos y ni hablar de las poses son prácticamente sin ropa, son atrevidas  -G3PG-E3-1(12)-sus <b>gestos</b> son como <b>muy marcados</b> en cuanto a sus miradas y su cabello  -G3PG-E3-3(17)- y otra está acá con el <b>dedo en la boca</b>, haciendo un <b>gesto</b> pues ahí, todo...  -G3PG-E1-12(61)-Los <b>gestos</b> siempre son como... los gestos <b>son perfectos</b></p> <p style="text-align: center;">   VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN </p>
24.	<p style="text-align: center;"><b>PRODUCTOS (3)</b></p> <p>-G1CBE2(13)-<b>Exhiben</b> todos los <b>productos</b> que salen a la venta  -G6CB-E1-11(29)- <b>adornan</b> para que <b>producto</b> que están publicando, se vea más bonito, más atractivo  -G3PG-E1-8(48)-<b>muestran</b> el <b>producto</b>, ponen una frase muy provocante</p> <p style="text-align: center;">   VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN </p>
25.	<p style="text-align: center;"><b>MENSAJES SUBLIMINALES (5)</b></p> <p>-G2CB-E2-11(75)-Son <b>mensajes subliminales</b> que llevan <b>dobles sentido</b> y que es al fin y al cabo lo que hace la publicidad  -G3CB-E1-1(2)-<b>Siempre</b> como con <b>mensajes subliminales</b>  -G3CB-E2-1(7)- <b>es</b> un <b>mensaje</b>, pues como subliminal  -G3CB-E1-14(67)-para mí <b>son</b> <b>mensajes subliminales</b>  -G6CB-E6-5(48)- nosotras tampoco nos vamos a quitar la ropa... esos <b>son mensajes subliminales</b> que trae la <b>publicidad</b></p> <p style="text-align: center;">   VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN </p>

26.	PROSTITUTAS (6)
<p>-G1CB-E4(85)-muchas mujeres creen que siendo <b>prostitutas</b> lo pueden <b>conseguir todo</b> en la vida</p> <p>-G1CB-E4(87)-a veces estas mujeres no <b>piensan</b> que cuando son <b>prostitutas</b> no saben con quién se están acostando</p> <p>-G1CB-E4-90-creen que por ser <b>prostitutas</b> son muy <b>lindas</b></p> <p>-G1CB-E4(92)-Sabiendo que son <b>prostitutas</b>, solo son tratadas como <b>prostitutas</b> y esto se presta para burlas y comentarios feos.</p> <p>-G1CB-E1(97)-lanzarnos como <b>prostitutas</b> es <b>algo muy malo</b></p> <p>-G2CB-E5-2(94)- vida se les desgracia así como <b>prostitutas</b> y usan el cuerpo para conseguir <b>Plata</b>.</p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
27.	PROSTITUIRSE (4)
<p>-G1CB-E5(64)-se ven <b>obligadas</b> a <b>prostituirse</b></p> <p>-G1CB-E3(66)-las llevan a <b>prostituirse</b> y <b>vender</b></p> <p>-G5CB-E3-9(68)- se <b>van</b> por allá a <b>prostituirse</b></p> <p>- G5CB-E6-9(72)-dicen que <b>la vida se les desgracia</b> y van a <b>prostituirse</b> por si solas.</p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
28.	CIRUGÍAS (9)
<p>-C1CB-E3(17)-Se hacen muchas <b>cirugías</b> para <b>aparentar</b> más de lo que no son</p> <p>-C1CB-E6(21)- Y no <b>llenarse</b> de <b>cirugías</b></p> <p>- C1CB-E4(23)-y no así todo <b>lleno</b> de <b>cirugías</b></p> <p>-C2CB-E2-4(27)-no sé <b>cirugía</b>, lo que sea que haya que <b>hacer</b></p> <p>-C2CB-E5-1(28)-sin darse cuenta que es un peligro, se <b>someten</b> a <b>cirugías</b></p> <p>-G2CBE5-1(29)-Muchas mujeres para tener a este cuerpo se <b>someten</b> a <b>cirugías</b></p> <p>-C2CB-E6-1(31)- cuantas mujeres no han <b>muerto</b> en esas <b>cirugías</b></p> <p>-C2CB-E3-9(96)-en <b>cirugías no</b></p> <p>-C2CB-E2-17(114)-Nos preocupamos más por irnos a <b>hacernos</b> <b>cirugías</b></p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
29.	OPERAR (2)
<p>-G3PG-E5-12(74)-y el photo shop, si porque... a menos que se haya <b>mandado</b> <b>operar</b>.</p> <p>-G5PG-E6-3(37)-Será que se <b>mandó</b> <b>operar</b></p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

30.	ENFERMEDADES (7)
<p>-G1CB-E-3(16)-Pueden <b>contraer</b> enfermedades como la <b>anorexia</b></p> <p>-G1CB-E4(68)-resultan con la <b>enfermedad</b> de la <b>anorexia</b></p> <p>-G1CB-E4(86)-Pueden <b>contraer</b> enfermedades que las pueden llevar hasta la <b>muerte</b></p> <p>-G1CB-E4(87)-no les importa si tienen una <b>enfermedad</b> <b>venérea</b></p> <p>-G1CB-E1(99)-solo ganan una <b>enfermedad</b> y una <b>mala vida</b></p> <p>-G2CB-E 2-15(101)-las <b>enfermedades</b> que aparecen, los <b>suicidios</b> que hay a diario</p> <p>-G1CB-E1-(99)-Solo ganan una <b>enfermedad</b> y <b>una mala vida</b></p>	
 VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN	
31.	ANOREXIA (6)
ser	<p>-G2CB-E1-8(58)-llegan a sufrir de <b>anorexia</b>, de trastornos, alimenticios, de bulimia ...</p> <p>-G2CB-E2-15(103)-soy gorda, pues me tengo que volverme <b>bulímica</b> y <b>anoréxica</b> como sea para perfecta.</p> <p>-G4PG-E1-12(39)-Ella es <b>anoréxica</b></p> <p>-G2CB-E1-4(18)- La mujer por eso puede llegar a la <b>anorexia</b></p> <p>-G4PG-E3-15(77)- Se vuelven <b>anoréxicas</b></p>
 VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN	
32.	SICOLÓGICO (3)
<p>-G2CB-E2-4(25)-Creo que en muchos casos están <b>creando</b> una <b>confusión sicológica</b></p> <p>-G2CB-E1-6(35)-Es <b>meterle</b> un problema sicológico</p> <p>-G2CB-E1-6(38)- difícilmente uno puede salir de eso, si no tiene un <b>acompañamiento</b> de la familia o <b>Sicológico</b></p>	
 VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN	
33.	DEPRESIONES (2)
<p>-G2CB-E1-6(37)-ahí es cuando uno <b>llega</b> a la <b>depresión</b> y a la <b>anorexia</b></p> <p>-G2CB-E1-15(99)-<b>caen</b> en depresiones</p>	
 VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN	
34.	DINERO (14)
<p>-G1CB-E1(31)-Van a <b>tener</b> <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E1(42)- Solamente <b>piensan</b> en el <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E4(56)-le ofrecen más <b>dinero</b> empiezan a mostrar sus <b>partes íntimas</b></p> <p>-G1CB-E4(56)-solo por que <b>venden hasta su propio cuerpo</b> solo por obtener más <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E4(57)- El <b>dinero</b> no lo <b>es</b> todo</p> <p>-G1CB-E4(83)- Cuando consiguen <b>dinero</b> se <b>olvidan</b> de su pasado</p> <p>-G1CB-E4(87)-no les importa si es viejo o joven, o sea, piensan, solo <b>quieren</b> su <b>dinero</b></p> <p>-G1CB-E4(88)-creen que con el <b>dinero</b> van a arreglar todos sus <b>problemas</b></p> <p>-G1CB-E2(93)-por tener más <b>dinero</b> se meten con personas que tal vez no les conviene como los <b>Narcotraficantes</b>.</p> <p>-G1CB-E1(96)-Por la <b>ambición</b> del <b>dinero</b> podemos tener muchos obstáculos en la vida</p> <p>-G1CB-E1(99)-hay personas que piensan que con el <b>dinero</b> lo <b>tienen todo</b></p> <p>-G4PG-E2-10(60)-Para todo lo que ellas tienen <b>necesitan</b> <b>dinero</b></p> <p>-G4PG-E1-18(61)-Por eso tiene que <b>tener</b> <b>dinero</b></p>	

-G4PG-E1-17(69)-ni el amor ni el **dinero** es todo en el mundo



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 35. PLATA (9)

-G5PG-E1-5(10)-para **ganar** plata  
 -G5PG-E1-10(44)-Quién se **gana** más plata  
 -G5PG-E1-13(49)-aunque **sea** por plata  
 -G4PG-E1-15(63)-la plata no lo es todo en el mundo, la **plata** se gana pero no mostrando sus partes íntimas

-G4PG-E6-5(61)-uno por la **plata** no debería venderse  
 -G4PG-E2-10(64)-la **plata** se gana trabajando y esforzándose  
 -G4PG-E3-8(65)- la **plata** no lo es todo en el mundo  
 -G4PG-E3-8(66)- la **plata** no compra la felicidad  
 -G4PG-E3-13(63)- casi todas tienen plata, tienen gente que les ayude



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 36. NIÑAS (13)

-G1CB-E3(65)- **niñas** que son engañadas  
 -G1CB-E1(77)-Hay muchas **niñas** que desde pequeñas empiezan a mostrar su cuerpo  
 -G1CBE6(84)-muchas **niñas** desde pequeñas sueñan con ser modelos  
 -G2CB-E1-4(15)-siempre ve si son **niñas**, niñas lindas  
 -G1CBE3(45)- algunas **niñas** son obligadas a ser modelos  
 -G2CB-E3-9(95)-y que la **niña** es super linda  
 -G2CB-E2-13(96)- la mamá de una **niña** de seis años le ha metido millones, no en cirugías, en tratamientos...  
 -G4PG-E3-16(83)- **niñas** tan chiquitas, ya con esa fama, ese Talento  
 -G4PG-E4-11(84)-ya desde **niñas** ya empiezan a cuidarse  
 -G5PG-E1-7(25)- Los **niños** también se pueden pervertir  
 -G5CB-E6-9(72)-hay **niñas** que no se quieren prostituir  
 -G5PG-E2-12(73)- destruyen la vida de las **niñas**... y dicen...  
 -G1CBE-6-(84)-Muchas **niñas** desde pequeñas sueñan con ser modelos



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

### 37. PROTOTIPO (4)

-G2CB-E1-4(90)- y no solamente eso también el **prototipo** a seguir  
 -G2CB-E1-4(19)- el **prototipo** a uno hay... que tiene que ser flaca  
 -G2CB-E1-7(49)-Hay hombres que siguen los **prototipos**, de hombre hermoso, divino  
 -G3PG-E1-18(81)- estas cosas nos llevan s... a como decíamos al **prototipo** de mujer que uno tiene que ser



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

38.	GORDA (2)
	<p>-G2CB-E1-12(84)-Que usted es <b>gorda</b>, que no se vaya a dejar <b>engordar</b></p> <p>-G3PG-E5-5(32)-pero entonces las <b>gorditas</b> que <b>hacemos</b> ...</p> <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS                      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
39.	MUJERES (56)
	<p>-G1CB-E1(1)-Las <b>mujeres</b> están perdiendo su <b>respeto</b></p> <p>-G1CBE2(11)-Algunas <b>mujeres</b> todavía cuidan su <b>dignidad</b></p> <p>-G1CB-E2(38)-hay <b>mujeres</b> que perdieron su <b>respeto</b></p> <p>-G1CBE3(61)-Esta <b>mujer</b> tan <b>fácil</b>.</p> <p>-G1CBE4(67)-Muchas <b>mujeres</b> para poder empezar esta <b>carrera</b> y poder tener un <b>cuerpo perfecto</b>, dejan de comer</p> <p>-G1CBE2(69)-Hay de las <b>mujeres</b> que <b>sueñan con ser modelos</b></p> <p>-G1CBE2(72)-Muchas de las <b>mujeres</b> están en la <b>carrera</b> de modelaje solo por el interés del <b>dinero</b> y muchas veces solo por la <b>fama</b></p> <p>-G1CBE4(73)-Muchas <b>mujeres</b> creen que por estar <b>luciendo ropa corta</b>, minifalda, creen que van a atraer mucho la atención de los demás.</p> <p>-G1CBE4(74)-Lo único que hacen es que piensen mal, que piensen que es una <b>mujer cualquiera</b>.</p> <p>-G1CBE6(75)-Las <b>mujeres</b> que son así <b>exhibicionistas</b>, si solamente despiertan malos Comentarios.</p> <p>-G1CBE2(80)-Muchas <b>mujeres</b> se <b>distorsionan</b> y olvidan su lugar de origen, <b>su humildad</b>.</p> <p>G2CBE1-1(1)-Se ven <b>mujeres</b> muy <b>bonitas</b></p> <p>-G2CBE1(2)-Tipo, o sea, tipo <b>mujer perfecta</b>, la mujer que todas quisieras ser</p> <p>-G2CBE1(3)-<b>mujer</b> que <b>nos muestran</b> pues, la cola y... todo que <b>es perfecta</b>51)</p> <p>G2CBE3-1(5)-Es una <b>mujer voluptuosa</b></p> <p>-G2CBE4-1(9)-Y casi siempre usan la <b>mujer</b> como para <b>publicidad</b>, como para poder vender más productos.</p> <p>-G2CBE3-3(13)-Nunca muestran a una <b>mujer</b> como verdaderamente es, <b>sin retoques</b>.</p> <p>-G2CB-E1-4(15)-si son <b>mujeres</b>, <b>mujeres lindas</b></p> <p>-G2CB-E1-4(16)-nunca muestran una <b>mujer gorda</b>.</p> <p>-G2CBE2-4(26)-Nosotros al ver a una <b>mujer bonita</b> en la televisión o algo y,</p> <p>-G2CBE6-2(3)-Uno cree por ejemplo que todas esas viejas son, todas estas <b>mujeres son exitosas</b> que le va muy bien en todo.</p> <p>-G2CBE2-5(44)-A parte de mostrarnos una <b>mujer perfecta</b> en una <b>revista</b> o en la <b>televisión</b>, siempre nos muestran esa vida como algo perfecto.</p> <p>-G2CBE2-6(46)-Hay <b>hombres</b> que para tener una <b>mujer</b>, si ella no quiere estar, van y la matan</p> <p>-G2CBE1-7(48)-algo muy importante, es que no solamente las <b>mujeres</b> nos vemos <b>frustradas</b>, por esto, sino que también los hombres.</p> <p>-G2CBE6-5(64)-(actrices y cantantes), son <b>mujeres feas</b>, pues en lo físico, pero vea donde están, y es reconocida mundialmente y todo.</p> <p>-G2CBE1-10(67)-aparecer como la típica <b>mujer perfecta, divina</b>...</p> <p>-G2CBE1-13(89)-pero algo muy importante y es que no sé, se me viene a la mente decir que en la antigüedad la <b>mujer</b> siempre fue muy inferior y, hoy por hoy, no es mucha la diferencia porque al fin y al cabo que según a la mujer puede aún por estás imágenes y poro lo que vemos, se disfrazando como tal, solamente que en un sentido disfrazado,</p> <p>pues, porque si hoy lo vemos la mujer se ve como un <b>objeto sexual</b>, como a la cual podemos usar para ponerla aquí, allí, en una cerveza, en una revista, en una marca, entonces se ve como tal, como un objeto al cual usamos, ponemos, quitamos, listo.</p> <p>-G2CBE2-12(90)-Pues claramente viendo que no todas, porque hay <b>mujeres</b> que han llegado a ser <b>grandes</b>, hasta presidentas ha habido. (INFERIORIDAD)</p> <p>-G3PG-E1-1(1)-siempre muestran a las <b>mujeres con poca ropa</b></p> <p>-G3PG-E1-5(30)-pues obvio, como van a mostrar una <b>mujer fea</b> ahí, obvio no.</p> <p>-G3PG-E5-3(28)-y porque todas esas <b>mujeres</b> tienen que ser <b>flacas</b>, no, ninguna <b>gorda</b>, todas son cuerpos perfectos</p> <p>-G2CBE2-8(72)-comprar la <b>cerveza</b> cree que va a tener la <b>mujer</b> que está ahí</p> <p>-G2CBE2-12(90)-Pues claramente viendo que no todas, porque hay <b>mujeres</b> que han <b>llegado a ser grandes</b>, hasta presidentas ha habido. (INFERIORIDAD)</p> <p>-G3PG-E1-5(30)-pues obvio, como van a mostrar una <b>mujer fea</b> ahí, obvio no.</p>

- G3PG-E4-2(35)-están promocionando bolsos y ponen a una **mujer empelota**
- G3PG-E1-7(37)-me parece que usan a la **mujer** como un **objeto**, porque al fin y al cabo, se supone que deben promocionar el producto.
- G3PG-E2-1(6)-la **mujer** esta boca abajo., casi encima del hombre, **con poca ropa**
- G3PG-E1-7(38)-que muestren a la **mujer** con el bolsito, bien, pero que tiene que ver **tapándose** ahí, no tiene nada que ver
- G3PG-E1-8(48)- aquí, la carita, la fiebre del jean por ejemplo., aquí se **ve** la **mujer**,
- G3PG-E6-6-(52)-Las **mujeres desnudas** que están encima de las bicicletas, están promocionando una agencia de viajes, que tiene que ver con eso
- G3PG-E4-5(62)-siempre vemos a la **mujer**, acá con un **descubierto, una parte de su cuerpo**
- G3PG-E1-13(65)-a la **mujer** nos va a **cautivar** exactamente por lo mismo (cuerpo y belleza) o sea, vemos a la **mujer** que queremos ser, a la que esta **cautivando** al hombre.
- G3PG-E1-17(79).mostrar a la **mujer** como un **objeto**
- G3PG-E2-14(80)-si nos **venden** a nosotras las **mujeres**, entonces...
- G3PG-E1-21(89)-es más importante el **hombre** o la **mujer** que hasta el propio producto
- G3PG-E5-16(90)-aquí la **mujer no importa**, entonces porque no le muestran la cara.
- G3PG-E2-7(44)-Que la **mujer** tiene buena **cola**
- G4PG-E4-1(8)-y más que todo la cerveza, es como victorian los hombres, por eso mezclan **mujeres** con **cerveza**
- G4PG-E2-5(20)-siempre tiene que **utilizar** a la **mujer**
- G4PG-E4-4(21)-la **mujer** y **mostrando**
- G4PG-E1-26(82)-**mujeres** que salen con **rostros** tan lindos
- G4PG-E2-13(72)-hay **mujeres** que si les da **pena** y no salen, lo tiene todo pero no salen, pero la mayoría puro relajo, hay muchas que se acostumbran
- si, -G4PG-E1-27(88)-palabras, la **mujer sirve para todo**, o sea nosotras la mujeres nacimos para todo
- G4PG-E1-27(89)-la **mujer da mucho de qué hablar**
- G6AM-E3-11(47)-también las **mujeres** para nosotras, porque inconscientemente nosotras **nos vamos a querer ver así**.
- G6AM-E6-6(50)- la **mujer** no tiene nada, o sea solo el jean y ya, pero igual **no está mostrando Nada**
- G3PG-E5-10(68)-Que tiene que ver la cerveza con la **cola** de la **mujer**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

40.

VIEJAS (5)

- G4PG-E1-9(29)-esas **viejas posan** rebacano
- G4PG-E4-8(56)-esa **vieja** como **esta de buena**
- G3PG-E6-4(36)-**muestran la cola** de una **vieja** y una cerveza
- G2CBE3-6(52)-que aaaaahhh que **vieja tan buena**, que tal cosa, y uno se siente como un bicho al lado de ellas.
- G2CBE3-3(12)-Aparte de los arreglos que le hace el computador, porque esas **viejas son perfectas**.



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

41.

FAMA (4)

- G2CBE6-4(61)-creen que porque hay **fama**, hay **ser actriz, ser cantante**, esa es la vida, eso es todo y así no son las cosas
- G2CBE3-8(80)-la **fama no lo es todo**
- G4PG-E1-25(79)-pertenecer a ese mundo, **pues el mundo** de la **fama**, las cámaras, la moda, es difícil, si, porque uno tiene que dejar muchas cosas, la privacidad
- G4PG-E5-9(79)-llegan a cualquier límite con tal de **tener fama** y que todo el mundo las admire



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

<b>42.</b>	<b>FAMOSAS (2)</b>
<p>-G1CBE2(81)-)Olvidan de donde provinieron, quien las ayudo a ser lo que son, se olvidan familia de las cosas buenas que les dieron ... <u>simplemente</u> porque son famosas</p> <p>-G4PG-E3-11(77)-ellas <u>quieren ser</u> famosas</p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
<b>43.</b>	<b>HOMBRES (11)</b>
<p>-G2CB-E-4(15)-si son <u>hombres</u>, hombres <u>lindos</u></p> <p>-G2CBE1-7(48)-Hay <u>hombres</u> que se <u>frustran</u> por eso por no ser bonitos</p> <p>-G2CBE3-6(51)-Y lo mismo pasa con nosotras, los <u>hombres</u> siempre <u>comparando</u></p> <p>-G2CBE1-3(8)-El <u>hombre</u> no se va a <u>comprar</u> el carro porque,... ay, porque es que el carro es muy lindo, sino porque está pensando en que se puede conseguir una misma mujer así.</p> <p>-G3PG-E2-3(22)-están es como <u>incitando</u> al <u>hombre</u>, por ejemplo al mostrar un jean que les queda perfecto, y con esa cara de satisfacción, están incitando</p> <p>-G6AM-E5-3(46)-ellas no lo hacen para nosotras, <u>ellas lo hacen</u> para los <u>hombres</u></p> <p>-G4PG-E4-8(55)- <u>masturban</u> mucho a los <u>hombres</u></p> <p>-G6AM-E1-13(33)-si va el <u>hombre</u> a <u>comprar</u> el jean, se distrae viendo a la mujer, porque tiene una blusita cortica, un escote perfecto un escote profundo</p> <p>-G4PG-E2-1(6)-lo que más les llama la atención a los <u>hombres</u>, y está mostrando muchísimo, es <u>cola</u>.</p> <p>-G3PG-E2-12(69)-el <u>hombre</u> al ir a <u>comprar</u> la cerveza va a ver la cola, o sea la pose que tiene...</p> <p>-G4PG-E1-20(82)-a que <u>hombre</u> no le <u>gusta</u> eso (PORNO)</p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
<b>44.</b>	<b>ACCESORIOS (5)</b>
<p>-G6AM-E4-1(8)-hacen incitar a comprar esos <u>accesorios</u>, <u>muy llamativos</u></p> <p>-G6AM-E1-10(27)- siempre llevan manillas grandes, grandes <u>accesorios</u>, <u>para adornar</u> lo que están mostrando</p> <p>-G6AM-E3-12(51)-los <u>accesorios</u> los utilizan <u>como complementos</u></p> <p>-G6AM-E6-6(50)- y además <u>no utiliza ningún</u> accesorio, solo una pequeña manilla</p> <p>-G6AM-E5-5(63)-los <u>accesorios</u> <u>siempre están ahí</u>.</p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
<b>45.</b>	<b>COLA (5)</b>
<p>-G3PG-E5-7(45)-no es que tenga buena <u>cola</u>, sino el <u>efecto del photo shop</u></p> <p>-G3PG-E5-11(71)-más lo va a cautivar ver la <u>cola</u> de la <u>mujer</u> ahí, casi encima de la cerveza</p> <p>-G3PG-E5-12(73)-Una <u>cola</u> toda <u>voluptuosa</u></p> <p>-G4PG-E3-5(19)-todas mostrando la <u>cola</u>, todas la <u>utilizan para poder vender</u></p> <p>-G3PG-E4-6(72)-En realidad la <u>cola de la mujer</u> no debería estar haciendo absolutamente nada, ahí</p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

46.	NALGAS (2)
<p>-G4PG-E2-10(52)-mostrar las <b>nalgas</b> con esas <b>falditas</b>, que ya casi se le ven las nalgas          -G4PG-E1-5(19)-<b>se le ven</b> las <b>nalgas</b></p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
47.	SEMIDESNUDAS (3)
<p>-G3PG-E6-5(40)-pero es que a <b>la mayoría</b> siempre las ponen así como <b>semidesnudas</b>          -G3PG-E2-9(50)-porque para <b>promocionar</b> el jean tiene que estar ella <b>semidesnuda</b>          -G4PG-E 2-5(28)-en los cuadernos <b>aparecen</b> <b>semidesnudas</b> y los muchachos del colegio empiezan a <b>morbosear</b></p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
48.	DESNUDAS (4)
<p>-G4PG-E1-22(73)- casi nunca <b>salen</b> desnudas          -G4PG-E2-6(38) -Marbell <b>sale</b> desnuda del todo          -G4PG-E3-6(39) está <b>casi</b> desnuda          -G4PG-E5-4(40)-esta patiabierta, <b>esta</b>...desnuda</p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
49.	FAMILIA (7)
<p>-G1CBE2(81)-Olvidan de donde provinieron, quien las ayudo a ser lo que son, se <b>olvidan familia</b>, de las cosas buenas que les dieron...          -G1CBE1(98)-pueden perder todo en la vida por esa bobada, por esas cosas <b>pueden perder</b> a su <b>familia</b>, a los seres queridos          -G2CBE1-10(69)- lo <b>hacen por</b> sus <b>familiares</b> y todo, o les venden ese concepto          -G2CBE4-5(93)-pero eso también va en los <b>valores</b> que le han inculcado a uno en la <b>familia</b>, en la casa, la manera de ver a las demás personas y la sociedad_          -G4PG-E5-12(64)-muchas de ellas <b>dejan</b> a toda la <b>familia</b> para irse por eso          -G2CBE2-16(107)-la <b>familia</b> como que <b>no es el centro de atención</b> para ella          -G4PG-E1-20(67)-hay <b>familias</b> que <b>se interponen</b> mucho, por ejemplo por religiones</p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
50.	SOCIEDAD (2)
<p>-G1CBE4 (91)-Van a tener una vida mejor o van a <b>ser aceptadas</b> por la <b>sociedad</b>.          -G2CBE4-8(121)-Lo que llevamos por dentro vale mucho más que lo crítico, que la apariencia de <b>lo que mostramos frente</b> a la <b>sociedad</b></p>	
	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

51.	<p style="text-align: center;"><b>DIGNIDAD (2)</b></p> <p>-G1CBE2(70)-Hacen cosas indebidas y <b>olvidan</b> su dignidad  -G1CBE4(89)-Creen que con eso <b>van a tener</b> una dignidad</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
52.	<p style="text-align: center;"><b>RESPECTO (3)</b></p> <p>-G1CB-E2(26)-están <b>perdiendo</b> su respeto  -G1CB-E2(51)-ir por la publicidad <b>respetando nuestro cuerpo</b>  -G1CB-E1(79)-van a hacer que se les acabe su <b>dignidad</b> y les falten el <b>respeto</b> a toda hora</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
53.	<p style="text-align: center;"><b>MAQUILLADAS (2)</b></p> <p>-G6AM-E1-20(60)-pero se supone que así como las ponen, como recién levantadas. En pijama, y <b>son divinas</b>, <b>maquilladas</b>, bien peinadas  -G2CBE1-10(68)-un buen <b>maquillaje</b> y un <b>buen peinado</b>, entonces pienso que, <b>va más allá de eso</b>, entonces no sé, pensar muchas cosas, muchas.</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
54.	<p style="text-align: center;"><b>PERSONALIDAD (2)</b></p> <p>-G1CBE1(48)-Se le olvida <b>lo que importa</b> es la <b>personalidad</b> Solamente tener una <b>buena actitud</b> y una buena <b>personalidad</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
55.	<p style="text-align: center;"><b>MODAS (3)</b></p> <p>-G6AM-E2-1(3)- son <b>modas atrevidas</b>  -G6AM-E1-9(26) no todas las <b>modas</b> son <b>atrevidas</b>  -G4PG-E6-5(58)- si un día de estos sale entonces la <b>moda</b> de <b>no usar ropa</b>, entonces, no usan Nada</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
56.	<p style="text-align: center;"><b>ROPA (5)</b></p> <p>-G4PG-E3-10(51)-la <b>ropa</b> que se <b>compra</b>, de vez en cuando, que le queda a uno bien  -G4PG-E5-6(50)-para algo hicieron la <b>ropa</b>, para que nos <b>abriéramos</b> y ya... pero ya no nos cubrimos con nada  -G6AM-E6-2(20)-comprar la <b>ropa</b> para que las <b>novias</b> se vean igual a ellas.  -G6AM-E1.12(32)-no solamente mira la <b>ropa</b> sino el <b>conjunto</b>  -G6AM-E5-2(40)- con la <b>ropa</b> cuando la <b>compra</b> intenta verse como ellas</p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

57.	PERSONA (7)
<p>-G1CB3(34)-Es una mala <b>persona</b> que no es <b>humilde</b>          -G1CB3(35)-Que <b>no es buena</b> persona          -G1CBE3(46)-Querer llegar a ser una <b>persona importante</b>          -G1CBE2(82)-muchas <b>personas</b> están con ellas simplemente porque son <b>famosas</b>          -G2CBE1-12(82)-las <b>personas</b> deberíamos como de <b>sacudirnos</b> y de reflexionar          -G2CBE2-18(118)-Hay que mirar que esas <b>personas</b> son las que le cogen mejor, o sea más aprecio a la <b>vida</b> ( discapacidades)          -G4PG-E4-10(80)-muchas <b>personas</b> por <b>envidia</b>, les manda tirar ácidos a la cara</p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
58.	EXHIBEN (6)
<p>-G1CBE2(13)-Exhiben todos los <b>productos</b> que salen a la ven          -G1CBE3(78)-exhibirse ante los demás a mostrar sus <b>partes íntimas</b>          -G5PG-E6-1(15)-porque <b>uno</b> exhibirse          -G5PG-E6-2(27)-pero tampoco para exhibirse <b>así</b>          -G5PG-E-3-11(78)-pero no <b>pueden</b> con eso de exhibirse          -G4PG-E5-9(80)-Jessica Sediel se exhibe <b>mucho</b></p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
59.	MOSTRANDO (11)
<p>-G2CBE1-6(33)-yo digo que las <b>mostrarán tal y como son-</b>          -G2CBE2-5(43)-Sí, eso es lo malo que siempre nos <b>están mostrando</b>          -G2CBE2-5(45)-Nunca <b>muestran</b> lo <b>malo</b>, que a veces hay disgustos          -G3PG-E1-4(26)- se están <b>mostrando ellas</b> físicamente, se están vendiendo, es la verdad          -G4PG-E5-4(24)-no, no... <b>mostrar uno</b> todooooo          -G4PG-E2-14(75)-Al final que está <b>mostrando</b>, nada, puro <b>escándalo</b>          -G4PG-E2-4(23)-está <b>mostrando</b> el <b>ombliigo</b>          -G6AM-E1-2(7)- <b>mostrarse</b> como a <b>uno</b> le da la gana          -G6AM-E1-5(15)- <b>siempre</b> están <b>mostrando</b> como no sé          -G6AM-E2-9(61)- <b>están</b> <b>mostrando</b> todo          -G3PG-E1-8(47)- sigo pensando que las siguen <b>mostrando</b> como un <b>objeto</b>          -G6AM-E 1-17(49)-no entiendo que caso tiene <b>mostrar</b> un <b>jean</b> y destaparse el busto, destaparse todo de ahí para arriba...</p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN
60.	ACEPTARNOS (3)
<p>-G2CBE22-17(113)- de <b>aceptarnos</b> pues, porque si Dios quiso que fueras así, es <b>algo o alguien tenemos que ser.</b>          -G2CBE3-12(117)-Hay que <b>aceptarnos</b> como <b>somos</b> (discapacidades)          -G2CBE3-14(128)-<b>aceptarnos</b> como <b>somos</b></p>	
VALLAS PUBLICITARIAS	ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

<p><b>61. JEANS (4)</b></p> <p>-G3PG-E2-1(8)- los dos tienen jeans <b>desabrochados</b>  -G3PG-E1-4(25)- por un lado los jeans, mostrando la <b>cola</b>, están mostrando la ropa  -G4PG-E2-8(46)-ay... que rico <b>tener</b> ese <b>jean</b>.  -G4PG-E 1-14(57)- sino normal, con <b>jean apretaditos</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>62. PERFECTAS (2)</b></p> <p>-G3PG-E1-5(29)- si <b>son perfectas</b>  -G3PG-E1-17(78)-son <b>perfectas</b>, son <b>insinuantes</b>, son en una forma o de otra, con <b>doble</b> sentido.</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>63. VIDA (3)</b></p> <p>-G2CBE4-6(109)-la <b>vida</b> se vuelve más que todo como una <b>rutina</b>  -G3PG-E4-3(42)-pero esa no es la <b>vida</b>, la vida <b>son otras cosas</b>.  -G3PG-E2-6(43)-no. Esa también <b>puede ser</b> una <b>vida</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>64. VESTUARIO (3)</b></p> <p>-G4PG-E3-4(17)-me <b>gusta</b> mucho el <b>vestuario</b>  -G6AM-E2-5(28)-para <b>complementar</b> el <b>vestuario</b>, usan carteras, gafas, bufandas, <b>collares</b>, se ven bien.  -G6AM-E3-12(51)-para <b>complementar</b> con el <b>vestuario</b> para que combine</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>65. CARA (3)</b></p> <p>-G4PG-E1-1(2)-La <b>cara</b> está <b>atractiva</b>  -G4PG-E2-13(71)-la <b>cara</b> de ellas es parecida a la <b>libertad</b>  -G3PG-E1-10(54)- a muchas no les muestran la <b>cara</b>, siempre es de espaldas, pero siempre <b>insinuando</b>, siempre es insinuando</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

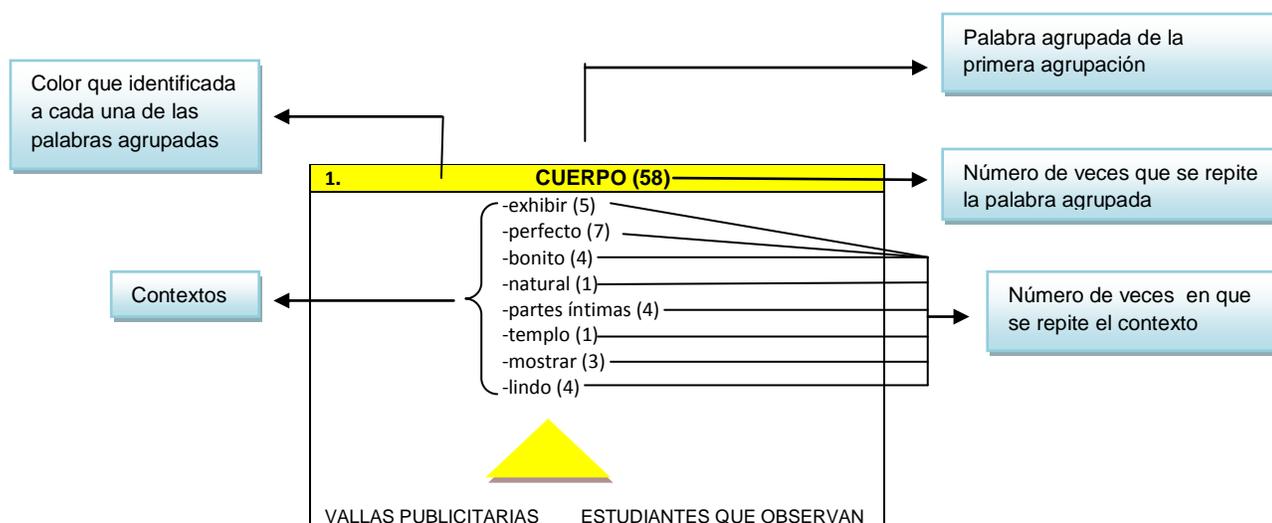
66.	PENA (2)
<p>-G4PG-E5-1(10)-que le va a dar <b>pena</b>, si no está <u>mostrando</u> la cara, ni nada</p> <p>-G4PG-E2-4(16)-no les da <b>pena</b> de los que le están tomando <u>fotos</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
67.	ZAPATOS (2)
<p>-G6AM-E2-6(42)-los <b>zapatos</b> también <u>influyen</u> mucho, casi todas las vemos con tacones y sandalias, y siempre combinan con la ropa</p> <p>-G6AM-E2-9(61)- los <b>zapatos</b> ya son un <u>complemento</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
68.	MORBOSIAR (3)
<p>-G4PG-E5-1(8)- a <b>morbosiar</b></p> <p>-G4PG-E 2-5(28)-en los cuadernos aparecen <u>semidesnudas</u> y los muchachos del colegio empiezan a <b>morbosiar</b></p> <p>-G4PG-E6-3(30)-<u>quería</u> que la <b>morbosiaran</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
69.	CABELLO (2)
<p>-G6AM-E2-6(34)-siempre con el <b>cabello</b> <u>suelto</u></p> <p>-G6AM-E3-9(35)- siempre con el <b>cabello</b> <u>suelto</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	
70.	CINTURA (2)
<p>-G4PG-E2-7(35)-tiene una <b>cintura</b> <u>divina</u></p> <p>-G4PG-E1-11(36)-y no solamente <b>cintura</b>, la <u>ropa, las poses, como las maquillan...</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> <span>VALLAS PUBLICITARIAS</span> <span>ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</span> </p>	

#### 2.6.4. Nodos triádicos tercera agrupación.

### TERCERA AGRUPACIÓN

La tercera agrupación, se realiza de la siguiente manera. Teniendo lista y clara la segunda agrupación, es decir, registrando número de repeticiones y sus respectivos contextos, ahora paso a realizar la tercera agrupación en la cual se tienen en cuenta los *contextos* de la siguiente manera: con la palabra *cuerpo*, resaltada de color amarillo y con el número de la tríada, escrita al principio de la columna, y el número de repeticiones halladas de la palabra *cuerpo*, escrita al lado de la misma y entre paréntesis. En la columna inferior se elabora la tríada registrando los contextos que acompañan a la palabra, y se escribe al lado de cada palabra el número de veces que esta se repite, con respecto a la palabra *cuerpo*. El siguiente es un ejemplo de cómo se elabora.

Gráfica 16: estructura de nodos triádicos tercera agrupación



En esta tercera agrupación no se registra el código con el que se identifica cada uno de los datos, solamente se tendrá en cuenta el contexto o intención comunicativa de cada uno de ellos. Las agrupaciones que se graficarán son en total setenta (70), y quedan de esta segunda agrupación 119 dispersiones. De esta

manera se avanza depurando la información examinada más claramente sobre el dato.

(1) CUERPO (58)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-exhibir (5)</li> <li>-partes íntimas (4)</li> <li>- desnudarse- desnudo</li> <li>-llegar a tener-tenga (2)</li> <li>-ellas (2)</li> <li>-le ponen (1)</li> <li>-cara (1)</li> <li>-hombres (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-perfecto (7)</li> <li>-templo (1)</li> <li>-descubierto (3)</li> <li>-más feitos (1)</li> <li>-buen+ tiene buen (2)</li> <li>-comer (1)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-bonito (4)</li> <li>-mostrar (3)</li> <li>- vender- vende (2)</li> <li>-inteligencia (1)</li> <li>-de uno (1)</li> <li>-así uuffff+ así (2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-natural (1)</li> <li>-lindo (4)</li> <li>- respetándolo-respetarlo-respeto (3)</li> <li>-lucir (1)</li> <li>-no tiene (1) -cautiva (1)</li> <li>-muy bacano+ bacano (2)</li> <li>-cuidar(1)</li> </ul>
 <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	
2. BELLEZA (8)	3. BONITA (35)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuerpo bonito (1)</li> <li>Física (2)</li> <li>No lo es todo (1)</li> <li>Efímera (1)</li> <li>Se nos va a acabar (1)</li> <li>Cuesta (1)</li> <li>Tener (1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carrera (1)</li> <li>Naturalidad (1)</li> <li>Lo material y lo físico (1)</li> <li>Cara (3)</li> <li>Mujer 2+ mujeres 2+ mujeres que no (1) =(6)</li> <li>Sonrisa (1)</li> <li>Yo tan (1)</li> <li>Reflexión (1)</li> <li>Ser (1) + hay que ser (1) =( 2)</li> <li>Ropa (2) + las ropas (1) =( 3)</li> <li>Aquella (1)</li> <li>Fama (1)</li> <li>No es nada y no es nadie (1)</li> <li>Ellas (1)</li> <li>Quedaríamos (1)</li> <li>Tan (1)</li> <li>Cuerpo (2)</li> <li>Verse (1) + si vemos (1) hacer ver (1) + poder verse (1)= (4)</li> <li>Se les ve (1) + se ve muy bien (1)= (2)</li> <li>Suben (1)</li> </ul>
 <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	 <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
4. HERMOSA (15)	5. LINDO (9)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mujer (2)</li> <li>Esa (1)</li> <li>Quedar (1)</li> <li>Modelo perfecta (1) + modelo (1) = (2)</li> <li>Esta quedado (2) + le quedaba(1) =(3)</li> <li>Esta(1)</li> <li>Cabello(1)</li> <li>Se ven(2)+siempre se ven(2)=(4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Carro (1)</li> <li>No es nadie (1)+ no soy nadie (1)= (2)</li> <li>Arreglado (1)</li> <li>Cuerpo (2)</li> <li>Son mero plástico (1)</li> <li>Cara(1)</li> </ul>
 <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	 <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

6. ELLAS (17)	7. PUBLICIDAD (15)
<p>Mato(1)            No sabe (2)            No van a ser tan bellas(1)            Igual(1)            Intentamos(1)            Familia(1)            Novio(1)            Libres(1)            Vieran(1)            No tenemos(1)            Hombres(2)            Verse bien(1)            frustra(1)            Muestran(1)            Famosas (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Llenar (1)            Utilizar(1)+ utilizan (1)= (2)            Segura (1)            Venden (2)            Muestran (2)            Engañarnos (1)            Riesgo (1)            Llevar (1)            Estrategias (1)            Modelos (1)            Hombres (1)            Promocionando (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
8. SEXY (11)	9. OBJETO SEXUAL (7)
<p>Es (1)            Si no es (1)            Muestran (1)            Viejas (1)            Mujer (1) + mujeres (1) = (2)            Cautiva (1)            Se ve (1)            Cola (1)            Cara (1)            Insinuando(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Desnudarse (1)            Usarte (1)            Explotarlas (1)            Mujeres (1) + mujer (3)=4)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
10. SEXUAL (8)	11. SENSUAL(3)
<p>Pose (2)            Insinuando – incitando (1)            Imágenes (2)            Tapándose (1)            Cosas (1)            Viven(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Pose (2)            Muy (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

12. MODELOS (36)	13. NOSOTRAS (6)
<p>Cuerpo(1)            Perfectas (1)            Figura (1)            Prostituyen (1)            Engañadas (1)            Saberse expresar (1)            Desnudarse (1 + desnudan (1))= (2)            Familias (2)            Carrera (2)            Meta (1)            Cola (1)            Nacieron (1)            Es (1)            Gustaría ser (1)            Ese físico (1)            Estudian (1)            Pose (1)            Ser (2)+ debe ser bueno (1)= (3)            Operaciones (1)            Exhibirme(1)+ exhibir (1)= (2)            Ganan más (1)            Mostrando (1)+ no mostramos(1)= (2)            Se creen (1)            Respetarse (1)            Son (1)            Hombre (1)            Defectos (1)            Photo shop (1)            Divinas (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Hombres (1)            Modelos (1)            Imposible (1)            Arreglarlo así (1)            Quedar (1)            Usar (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
14. MODELAJE (3)	15. PROPAGANDA (3)
<p>Prostitución y exhibición pública (1)            Carrera (1)            Agencias (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Mujer fea (1)            Niñas-mujeres-hombres(1)            tapándose</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
16. REVISTAS (4)	17. TELEVISIÓN (3)
<p>Salir(1)            Centro de atención (1)            Mujer (1)            Totalmente desnudas(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Lindas(1)            Incita (1)            Algo (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

<p><b>18. IMÁGENES (7)</b></p> <p>por todo lo que vemos (1)            Incitando (1)            Doble moral (1)            Doble sentido (1)            Sexo (1)            Imaginación (1)            Mitad vestida- mitad-desnuda (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>19. FOTOS (5)</b></p> <p>Doble sentido (1)            Pena (1)            Hacer otras cosas (1)            Pose (1)            Empelotas (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>20. PORNO (4)</b></p> <p>Video (1)            Películas(1)            Computador (1)            Mujeres desnudas (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>21. EXTROVERTIDAS (2)</b></p> <p>Demasiado (1)            Son tan (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>22. POSES (13)</b></p> <p>Incómoda (1)            Sin ropa (1)            Provocativa (1)            Ver la cola (1)            Hacer (1)            No le sale (1)            Imitar (1)            Solamente(1)            Rebien (1)            Redondas(1)            Exigen (1)            Exageradamente (1)            Vemos (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>23. GESTOS (4)</b></p> <p>Sensuales (1)            Muy marcados (1)            Dedo en la boca (1)            Perfectos (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>24. PRODUCTOS (3)</b></p> <p>Exhiben (1)            Adornan (1)            Muestran (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>25. MENSAJES SUBLIMINALES (5)</b></p> <p>Doble sentido (1)            Siempre (1)            Subliminal (1)            Son (2)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

<p><b>26. PROSTITUTAS (6)</b></p> <p>Conseguir todo (1) Piensan (1) Lindas (1) Burlas y comentarios feos (1) Algo muy malo (1) Conseguir plata (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>27. PROSTITUIRSE (4)</b></p> <p>Obligadas (1) Vender (1) Van (1) La vida se les desgracia</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>28. CIRUGÍAS (9)</b></p> <p>Aparentar (1) Llenarse (1) Lleno (1) Hacer (1) Someten 2) Muerto (1) No (1) Hacernos (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>29. OPERAR (2)</b></p> <p>Mandado (1) Mando (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>30. ENFERMEDADES (7)</b></p> <p>Contraer (2) Aparecen (1) Anorexia (1) Venérea (1) Mala vida (2)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>31. ANOREXIA (6)</b></p> <p>Mujer (1) Uno llega a (1) Ella es (1) Se vuelven (1) Soy gorda (1) Sufrir de (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>32. SICOLÓGICA (3)</b></p> <p>Creando (1) Meterle (1) Acompañamiento (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>33. DEPRESIONES (2)</b></p> <p>Llega (1) Caen (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

<p><b>34. DINERO (14)</b></p> <p>Tener(1)            Piensan (1)            Partes íntimas (1)            Venden hasta su propio cuerpo (1)            No lo es todo (1)            Olvidan (1)            Quieren (1)            Problemas (1)            Narcotraficantes (1)            Ambición (1)            Tienen todo (1)            Necesitan (1)            Tener ( 1)            Es todo en el mundo(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>35. PLATA (9)</b></p> <p>Ganar (2)            Sea (1)            Partes íntimas (1)            Venderse (1)            Trabajando (1)            No lo es todo en el mundo (1)            No compra la felicidad (1)            Todas tiene (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>36. NIÑA (11)</b></p> <p>Engañadas(1)            Mostrar su cuerpo (1)            Lindas (2)            No en cirugías y tratamientos (1)            Fama (1)            Cuidarse (1)            Pervertir (1)            Destruyen la vida (1)            Modelos (1)            Prostituir (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>37. PROTOTIPO(4)</b></p> <p>A seguir (1)            Ser flaca (1)            Hombre (1)            Mujer (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>38. GORDA (2)</b></p> <p>Engordar (1)            Que hacemos (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>39. MUJERES (56)</b></p> <p>Respeto (2)            Fácil (1)            Ser modelo (1)            Humildad(1)            Cualquiera (1)            Bonitas (2)            Voluptuosa (1)            Sin retoques (1)            Gordas (1)            Matan (1)            Feas (2)            Fea (1)            Ser grandes(1) + grandes (1)=(2)            Empelota (1)            Tapándose (1)            Desnudas (1)            Venden (1)            No importa (1)            Mostrando (1)            Sirve para todo (1)            Querer verse así (1)            Cola (3)</p> <p>Dignidad (1)            Dejar de comer (1)            Dinero-fama(1)            Luciendo ropa corta (1)            Exhibicionista (1)            Perfecta (4)            Publicidad (1)            Flacas (1)            Exitosas (1)            Frustradas (1)            Con poca ropa (3)            Cerveza (2)            Objeto (2)            Ve (1)            Cautiva (1)            Hombre (1)            Utilizar (1)            Pena (1)            Da mucho de qué hablar (1)            No tiene nada (1)            Objeto sexual (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

<p><b>40. VIEJAS (5)</b></p> <p>Posan (1) Esta de buena (1) Tan buena (1) Muestra la cola (1) Perfectas (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>41. FAMA (4)</b></p> <p>Actriz-cantante (1) No lo es todo (1) Mundo (1) Tener (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>42. FAMOSAS (2)</b></p> <p>Simplemente (1) Quieren ser (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>43. HOMBRES (11)</b></p> <p>Lindos (1) Frustran (1) Comparando (1) Comprar (3) Incitando (1) Ellas (1) Gusta (1) Masturban (1) Cola (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>44. ACCESORIOS (5)</b></p> <p>Llamativos (1) Para adornar (1) Complementar (1) No utilizan ninguno (1) Siempre están ahí (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>45. COLA (5)</b></p> <p>photo shop (1) Mujer (2) Voluptuosa (1) Utilizan (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>46. NALGAS (2)</b></p> <p>Falditas (1) Se le ven (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>47. SEMIDESNUDAS (3)</b></p> <p>Mayoría (1) Promocionar (1) Aparecen (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>48. DESNUDAS (4)</b></p> <p>Salen (1) Sale (1) Casi (1) Está (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>49. FAMILIA (7)</b></p> <p>Olvidan (1) Pueden perder (1) Valores (1) Dejan (1) No es el centro de atención (1) Interponen (1) Hacen (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

<p><b>50. SOCIEDAD (2)</b></p> <p>Ser aceptadas (1) Lo que mostramos frente a (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>51. DIGNIDAD (2)</b></p> <p>Olvidan (1) Van a tener (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>52. RESPETO (3)</b></p> <p>Perdiendo (1) Nuestro cuerpo (1) Dignidad (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>53. MAQUILLADAS (2)</b></p> <p>Divinas (1) Buen peinado (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>54. PERSONALIDAD (2)</b></p> <p>Importa (1) Buena actitud (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>55. MODAS (3)</b></p> <p>Atrevidas (2) No usar ropa (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>56. ROPA (5)</b></p> <p>Cubriéramos (1) Novias (1) Conjunto (1) Compra (2)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>57. PERSONA (7)</b></p> <p>Humilde (1) No es buena (1) Importante (1) Famosas (1) Sacudirnos-reflexionar (1) Vida(1) Envidia (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>58. EXHIBIR (6)</b></p> <p>Productos (1) Partes íntimas (1) Uno (1) Así (1) Pueden (1) Mucho (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>59. MOSTRANDO (12)</b></p> <p>Tal y como son (1) Estar (1) Están (1) Ombbligo (1) Malo (1) Ellas (1) Uno (2) Escándalo (1) Siempre (1) Objeto (1) Jean (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

<p><b>60. ACEPTARNOS (3)</b></p> <p>Algo o alguien tenemos que ser (1) Somos (2)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>61. JEANS (4)</b></p> <p>Desabrochados (1) Cola(1) Tener (1) Apretados(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>62. PERFECTAS(2)</b></p> <p>Son (1) Insinuantes(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>63. VIDA (3)</b></p> <p>Rutina (1) Son otras cosas (1) Puede ser (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>64. VESTUARIO (3)</b></p> <p>Gusta (1) Complementar (29)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>65. CARA (3)</b></p> <p>Atractiva (1) Libertad (1) Insinuando (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>66. PENA (2)</b></p> <p>Mostrando (1) Fotos (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>67. ZAPATOS (2)</b></p> <p>Influyen (1) Complemento(1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>68. MORBOSIAR (3)</b></p> <p>Morbosiar (1)<sup>15</sup> Semidesnudas (1) Quería (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>69. CABELLO (2)</b></p> <p>Suelto (2)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
<p><b>70. CINTURA (2)</b></p> <p>Divina (1) Ropa / poses / maquillan (1)</p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	

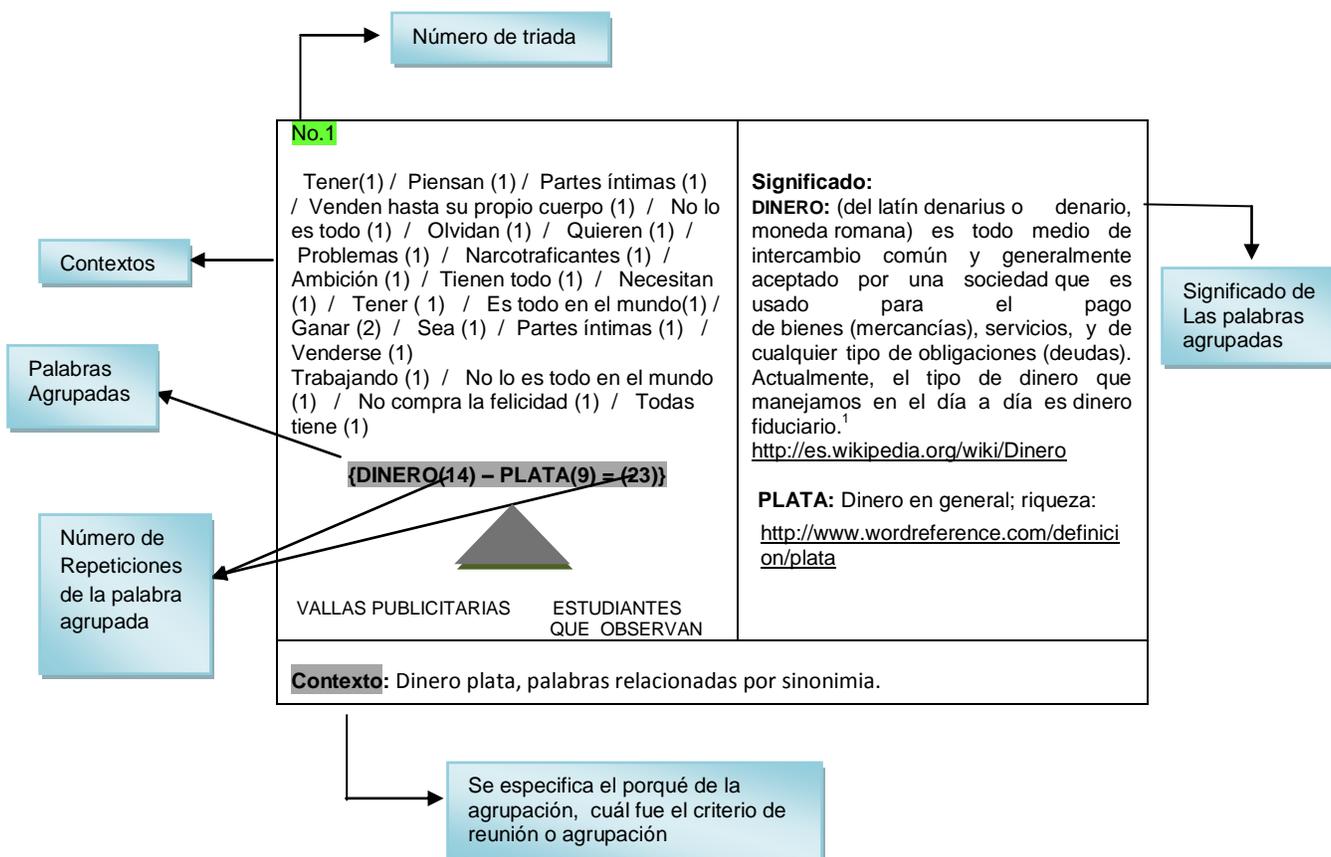
<sup>15</sup> En la transcripción de algunos textos se conserva en su escritura, la forma como las estudiantes hablan

2.6.5. Nodos triádicos cuarta agrupación.

**CUARTA AGRUPACIÓN**

Esta cuarta agrupación se realiza teniendo en cuenta la afinidad entre las palabras que forma cada una de las triadas en la tercera agrupación. Para lograr una agrupación acertada se buscó el significado de cada una de las palabras, para así de esta manera realizar la unión entre los términos afines o similares en su significado, o simplemente aplicando la teoría de Bernard Pottier con su campo léxico asociativo. Cuando se tuvo el significado de cada una de las palabras, se unieron los datos de las agrupaciones en las que coincidían los significados, para formar una sola triada, de esta forma se va comprimiendo el dato. En la columna siguiente se explica cuales fueron los criterios para la agrupación. Un ejemplo de esta agrupación es la siguiente:

Grafico 17: estructura nodo triádico cuarta agrupación



La elaboración de la cuarta agrupación requirió de mayor concentración sobre el dato mismo, ya se tienen en cuenta los significados literales de cada una de las palabras registradas en la primera agrupación, esto para buscar coincidencias en sus significados y así poder argumentar por qué se agrupan de esa manera.

<p><b>1</b></p> <p>-exhibir (5) -perfecto (7) -bonito (4) -natural (1) - partes íntimas (4) -templo (1) -mostrar (3) -lindo (4) - desnudarse- desnudo -descubierto (3) - vender- vende (2) - respetándolo-respetarlo-respeto (3) - llegar a tener- tenga (2) -inteligencia (1) -lucir (1) -ellas (2) -más feitos (1) -de uno (1) -no tiene (1) -cautiva (1) -le ponen (1) -buen+ tiene buen (2) -muy bacano+ bacano (2) -cara (1) -comer (1) -así uuffff+ así (2) -cuidar(1) -hombres (1) -photo shop (1) - Mujer (2) -Voluptuosa (1) - Utilizan (1) - Falditas (1) - Se le ven (1) -Atractiva (1) - Libertad (1) - Insinuando (1) - Suelto (2) - Divina (1) - Ropa-poses-maquillan (1)</p> <p><b>{CUERPO(58)-COLA(5)-NALGAS(2)- CARA(3)- CABELLO(2)-CINTURA(2) = (72)}</b></p> <p style="text-align: center;">   VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN </p>	<p><b>CUERPO.</b> (Del lat. <i>corpus</i>).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>m. Aquello que tiene extensión limitada, perceptible por los sentidos.</li> <li>m. Conjunto de los sistemas orgánicos que constituyen un ser vivo.</li> <li>m. Talle y disposición personal.</li> </ol> <p><b>COLA</b> La cola o rabo es el extremo posterior del cuerpo de un animal, especialmente cuando éste forma un apéndice flexible y distinguible del torso. ... <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Cola">es.wikipedia.org/wiki/Cola</a></p> <p><b>NALGA</b> f. ANAT. Cada una de las dos partes carnosas que constituyen el trasero del hombre. Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>CARA</b> f. Parte anterior de la cabeza, desde la frente a la barbilla / Semblante, expresión del rostro:</p> <p><b>CABELLO:</b>m. Cada uno de los pelos que nacen en la cabeza de una persona: <a href="http://www.wordreference.com/definicion/cabello">http://www.wordreference.com/definicion/cabello</a></p> <p><b>CINTURA</b></p> <p>La cintura es una parte del abdomen situada entre el tórax y la cadera. Entre las personas con unas medidas proporcionadas, la cintura es la parte más estrecha del tronco. <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Cintura">es.wikipedia.org/wiki/Cintura</a></p>
<p><b>Contexto:</b> Se realiza la agrupación teniendo en cuenta que la palabra cuerpo está constituida por diferentes partes, como las incluidas en esta tríada.</p>	
<p><b>2</b></p> <p>Cuerpo bonito (1) / Física (2) / No lo es todo (1) / Efímera (1) / Se nos va a acabar (1) / Cuesta (1) / Tener (1)</p> <p>Carrera (1) / Naturalidad (1) / Lo material y lo físico (1) /</p> <p>Cara (3) / Mujer 2+ mujeres 2+ mujeres que no (1) =(6)</p> <p>Sonrisa (1) / Yo tan (1) / Reflexión (1) / Ser(1) + hay</p> <p>que ser (1) =(2) / Ropa (2) + las ropas (1) =(3) /</p> <p>Aquella (1) / Fama (1) / No es nada y no es nadie (1) /</p> <p>Ellas (1) / Quedaríamos (1) / Tan (1) / Cuerpo (2) /</p> <p>Verse (1) + si vemos (1) hacer ver (1) + poder verse (1)= (4) / Se les ve (1) + se ve muy bien (1)=(2) / Suben (1) / Mujer (2) / Quedar (1) / Modelo perfecta (1) + modelo (1) = (2) / Esta quedado (2) + le</p>	<p><b>BELLEZA.</b> (De <i>bello</i>).1. f. Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>f. Mujer notable por su hermosura.</li> </ol> <p><b>BONITO<sup>2</sup>, ta.</b>(Del dim. de <i>bueno</i>). 1. adj. <b>grande</b> (ll que supera a lo común).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>adj. Lindo, agraciado de cierta proporción y belleza.</li> </ol> <p><b>HERMOSO, sa.</b> (Del lat. <i>formōsus</i>). 1. adj. Dotado de hermosura. 2 adj. Grandioso, excelente y perfecto en su línea. 3. adj. Despejado, apacible y sereno. ¡<i>Hermoso día!</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>adj. coloq. Dicho de un niño: Robusto, saludable.</li> </ol> <p><b>LINDO, da.</b> (Del lat. <i>legitimus</i>, completo, perfecto).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>adj. Hermoso, bello, grato a la vista.</li> <li>adj. Perfecto, primoroso y exquisito.</li> <li>m. coloq. Hombre afeminado, que presume de hermoso y cuida demasiado de su compostura y aseo.</li> </ol> <p>1. m. coloq. <b>lindo</b> (ll hombre que presume de hermoso)/ loc. adv. Lindamente, con gran primor. loc. adv. Mucho o con exceso.</p>

<p>         quedaba(1)=(3) /          Esta(1) / Cabello(1) / Se ven(2)+siempre se          ven(2)=(4) /          Carro (1) / No es nadie (1)+ no soy nadie          (1)= (2) /          Arreglado (1) Cuerpo (2) / Son mero plástico          (1) /          Cara(1)       </p> <p style="text-align: center;"> <b>{BELLEZA(8)-BONITO(35)-HERMOSO(15)-          LINDO(9)=( 67)}</b> </p> <p style="text-align: center;">  </p> <p style="text-align: center;">         VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES          QUE OBSERVAN       </p>	
<p><b>Contexto:</b> En esta agrupación están contenidos los términos que tienen significados iguales o parecidos,, es decir, se agruparon por sinonimia</p>	
<p><b>3</b></p> <p>         Mato(1) / No sabe (2) / No van a ser tan          bellas(1)          Igual(1) / Intentamos(1) / Familia(1) /          Novio(1) /          Libres(1) / Vieran(1) / No tenemos(1)          / Hombres(2)          Verse bien(1) / frustra(1) / Muestran(1)          / Famosas (1)          Hombres (1) / Modelos (1) / Imposible (1)          / Arreglarlo así (1)          Quedar (1) / Usar (1) / Engañadas(1) /          mostrar su cuerpo (1)          Lindas (2) / No en cirugías y tratamientos          (1) / Fama (1)          Cuidarse (1) / Pervertir (1) / Destruyen          la vida (1) /          Modelos (1) / Prostituir (1) / Respeto (2)          /Dignidad (1)          Fácil (1) / Dejar de comer (1) / Ser          modelo (1)          Dinero-fama(1) / Humildad(1) /          Luciendo ropa corta (1)          Cualquiera (1) / Exhibicionista (1) /          Bonitas (2)          Perfecta (4) / Voluptuosa (1) /          Publicidad (1) /          Sin retoques (1) / Flacas (1) / Gorda (1)          / Exitosas (1)          Matan (1) / Frustradas (1) / Feas (2) /          Con poca ropa (3)          Fea (1) / Cerveza (2) / Ser grandes(1)          + grandes (1)=(2)          Empelota (1) / Objeto (2) / Tapándose          (1) / Ve (1)          Desnudas (1) / Cautiva (1) / Venden          (1) / Hombre (1)          No importa (1) / Utilizar (1) /          Mostrando (1) / Pena (1)          Sirve para todo (1) / Da mucho de qué          hablar (1) /          Querer verse así (1) / No tiene nada (1)          / Cola (3)       </p>	<p><b>-ELLA:</b> <i>pron f ella</i> [eʎa] pronombre personal de tercera persona femenina del singular Copyright © 2009 <a href="#">K Dictionaries Ltd.</a></p> <p><b>-NOSOTROS, -tras</b> <i>pron.</i> Pronombre personal de primera persona de plural:</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-NIÑO, -ña</b> <i>s. m. y f.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona que tiene pocos años de vida, que está en la niñez.</li> <li>- Hijo, especialmente si es de corta edad: <i>tuvieron niños en cuanto se casaron.</i></li> </ul> <p><b>-MUJER:</b> — <i>adj./s. m. y f.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se aplica a la persona que tiene todavía poca experiencia en la vida.</li> <li>- Persona adulta de sexo femenino.</li> </ul> <p>— <b>de la calle</b> o — <b>de la vida</b> Mujer que mantiene relaciones sexuales a cambio de dinero.</p> <p>— <b>fatal</b> Mujer que atrae sexualmente a los hombres y domina por completo su voluntad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona de sexo femenino con la que está casado un hombre.</li> <li>-f. Persona del sexo femenino.</li> </ul> <p>La que ha llegado a la pubertad. La casada con relación al marido.</p> <p>Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>VIEJA</b> <i>adj./s. m. y f.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Se aplica a la persona que tiene mucha edad. Anciano. joven.— <i>adj.</i></li> <li>2 Que tiene mucha edad:</li> <li>3 Se aplica a la persona que parece tener más edad de la que tiene en realidad:</li> <li>4 Que existe desde hace mucho tiempo: antiguo.</li> <li>5 Se aplica a la cosa que está gastada de tanto usarla. nuevo.</li> <li>6 Se aplica a la cosa que ha pasado su tiempo de empleo idóneo:</li> <li>7 <i>fam.</i> Padre o madre.</li> </ol> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse</p>

<p>Objeto sexual (1) / Posan (1) / Esta de buena (1) Tan buena (1) / Muestra la cola (1) / Perfectas (1)</p> <p>humilde (1) / No es buena (1) / Importante (1) / Famosas (1) / Sacudirnos-reflexionar (1) / Vida(1) Envidia (1)</p> <p><b>{ELLAS(17)-NOSOTRAS(6)-NIÑAS(11)-MUJERES(56)-VIEJA(5)-PERSONA(7)=(102)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Editorial, S.L.</p> <p><b>PERSONA</b> s. f.- Individuo de la especie humana. Hombre, ser humano. - Hombre o mujer cuyo nombre se ignora o se omite - Categoría que comparten el verbo y el pronombre mediante la cual se señala el ejecutor de la acción verbal o el objeto de la conversación. Primera — Persona que habla. Segunda — Persona a quien va destinado el mensaje. Tercera — Persona o cosa de quien se habla en el discurso y que no es ni la primera ni la segunda.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p>
<p><b>Contexto:</b> En Esta agrupación se tienen en cuenta los pronombres como <i>ella</i> y <i>nosotros</i> que son morfemas gramaticales sin contenido léxico y que por lo general se refieren a objetos, <i>personas</i> o animales y las palabras como <i>mujer</i>, <i>niño</i>, <i>vieja</i> y <i>persona</i>. Hacen referencia a la <i>persona</i>. En este caso la relación se da por el término común persona.</p>	
<p><b>4</b></p> <p>Llenar (1) / Utilizar(1)+ utilizan (1)= (2) / Segura (1) / Venden (2) / Muestran (2) / Engañarnos (1) / Riesgo (1) Llevar (1) / Estrategias (1) / Modelos (1) / Hombres (1) / Promocionando (1) / Mujer fea (1) / Niñas-mujeres- hombres(1) / tapándose / Salir(1) / Centro de atención (1)/ Mujer (1) / Totalmente desnudas(1) / Lindas(1) / Incita (1)/ Algo (1) / por todo lo que vemos (1) / Incitando (1) Doble moral (1) / Doble sentido (1) / Sexo (1) Imaginación (1) Mitad vestida- mitad-desnuda (1) / Doble sentido (1) / Pena (1) Hacer otras cosas (1) / Pose (1) / Empelotas (1) / Exhiben (1) / Adornan (1) / Muestran (1) / Doble sentido (1) / Siempre (1)/ Subliminal (1) / Son (2)</p> <p><b>{PUBLICIDAD(15)-PROPAGANDA(3)-REVISTA(4)-TELEVISIÓN(3)-IMÁGENES(7)-FOTOS(5)-PRODUCTO(3)-IMÁGENES SUBLIMINALES(5)=(45)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>-PUBLICIDAD</b> s. f. 1 Acción que consiste en dar a conocer al público un producto, una opinión, una noticia o a una persona, con un fin determinado. propaganda. 2 Conjunto de medios o materiales que se utilizan para dar a conocer al público un producto, una opinión o a una persona, con un fin determinado Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-PROPAGANDA</b> s. f. 1 Acción que consiste en dar a conocer al público un producto, una opinión, una idea, etc., con un fin determinado 2 Conjunto de medios o materiales que se utilizan para dar a conocer al público un producto, una opinión o a una persona, con un fin determinado</p> <p><b>-REVISTA</b> s. f. 1 Publicación periódica con información sobre distintas materias o sobre una específica.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-TELEVISIÓN</b> s. f. 1 Sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas .Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-IMAGEN</b> s. f. 1 Reproducción de la figura de una cosa o persona captada por el ojo, por un espejo o por un aparato óptico, de fotografía, de cine o de otro tipo, gracias a la luz 2 Representación mental, idea u opinión que se tiene de una cosa o persona real o irreal:</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-FOTOGRAFÍA</b> f. Arte de reproducir, en superficies convenientemente</p>

	<p>preparadas y por medio de reacciones químicas, las imágenes recogidas en una cámara oscura.          Estampa o reproducción obtenida por este procedimiento. Oficina en que se ejerce este arte.  <i>fig.</i> Representación o descripción que se asemeja a una fotografía.  <a href="http://es.thefreedictionary.com/fotograf%C3%ADa">http://es.thefreedictionary.com/fotograf%C3%ADa</a></p> <p><b>-PRODUCTO</b>          Del latín <i>productus</i>, se conoce como <b>producto</b> a la <b>cosa producida</b>. Esta definición del término es bastante amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto. El mercadeo establece que un producto es cualquier objeto que es ofrecido en un <b>mercado</b> con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad del consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye aquello que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.)</p> <p>- <b>MENSAJE SUBLIMINAL</b> es un <b>mensaje</b> o <b>señal</b> diseñada para pasar por debajo (<i>sub</i>) de los límites normales de <b>percepción</b>. Puede ser por ejemplo, inaudible para la mente consciente pero audible para la mente inconsciente o profunda; puede ser también una imagen transmitida de un modo tan breve que pase desapercibida por la mente consciente pero aun así, percibida inconscientemente. Cabe destacar que un consenso casi total entre psicólogos e investigadores llegó a la conclusión de que los mensajes subliminales no producen un efecto poderoso ni duradero en el comportamiento.<sup>1</sup>  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje_subliminal">http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje_subliminal</a></p>
<p><b>Contexto:</b> La publicidad y la propaganda dan a conocer productos,, opiniones, o personas y, estas utilizan revistas, televisión, imágenes, fotos, mensajes subliminales para vender u ofrecer un producto.</p>	
<p><b>5</b></p> <p>Es (1) / Si no es (1) / Muestran (1) / Viejas (1) /          Mujer (1) + mujeres (1) = (2) / Cautiva (1) / Se ve (1) /          Cola (1) / Cara (1) / Insinuando(1) / Desnudarse (1) /          Usarte (1) / Explotarlas (1) / Mujeres (1) + mujer (3)          Pose (2) / Insinuando – incitando (1) / Imágenes (2)          Tapándose (1) / Cosas (1) / Viven(1) / Pose (2) /          Muy (1) Video (1) / Películas(1) / Computador (1)          Mujeres desnudas (1) / Morbosiar (1) / Semidesnudas (1) / Quería (1)</p> <p><b>{SEXY(11)-OBJETO SEXUAL(7)-SENSUAL(3)-SEXUAL(8)-PORNO(4)-MORBO(3)= (36)}</b></p> <p></p> <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>-SEXY</b> o <b>sexi</b> se refiere a alguien que ejerce un <b>atractivo físico y sexual</b>.  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Sexy">http://es.wikipedia.org/wiki/Sexy</a></p> <p><b>-¿A que exactamente se refiere ser un OBJETO SEXUAL?</b>          A sentirnos involucradas en una relación de tipo sexual donde no se siente afecto por parte del otro, donde nos sentimos "usadas" donde sentimos que somos objeto de la descarga sexual masculina y donde se siente que nuestra pareja no se preocupa por nuestras necesidades sexuales, o afectivas.  <a href="http://www.atraigaexitocom/sentirme_como_un_objeto_Sexual/">http://www.atraigaexitocom/sentirme_como_un_objeto_Sexual/</a></p> <p><b>SENSUAL adj.</b>  <b>1</b> Relativo a las sentidos corporales, especialmente las sensaciones relacionadas con el tacto. Sensitivo.  <b>2</b> Que provoca placer al ser percibido por los sentidos.  <b>3</b> Que provoca excitación sexual.  <b>4</b> Que se siente inclinado a los placeres de los sentidos.          Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>SEXUAL</b>          En español, la palabra <b>sexual</b> (relativo al sexo) Conciencia de pertenecer a un sexo u otro, es decir, ser varón o mujer.</p> <p><b>- PORNOGRAFÍA</b> se refiere a todos aquellos materiales, imágenes o reproducciones que representan actos sexuales con el fin de provocar la excitación sexual del receptor.  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Pornograf%C3%ADa">http://es.wikipedia.org/wiki/Pornograf%C3%ADa</a></p> <p><b>- PORNO</b>  <i>adj.</i> Pornográfica.</p>

	<p>Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.  - <b>MORBO</b> s. m.  <b>1</b> <i>fam.</i> Morbosidad, atracción por lo desagradable o prohibido.  <b>2</b> <i>culto</i> Enfermedad o alteración de la salud. Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p>-El morbo es una respuesta psicológica frente a lo oculto y se origina cuando no existe suficiente información acerca de nuestro cuerpo y nuestra sexualidad</p> <p><a href="http://e-consulta.com/blogs/sexualidad/?p=65">http://e-consulta.com/blogs/sexualidad/?p=65</a></p>
<p><b>Contexto:</b> La agrupación de estas palabras hacen referencia a todo lo relacionado con el sexo, es decir, excitación sexual, sensualidad, atractivo sexual.</p>	
<p><b>6</b></p> <p>Cuerpo(1) / Perfectas (1) / Figura (1) / Prostituyen (1) / Engañadas (1) / Saberse expresar (1) / Desnudarse (1 + desnudan (1)= (2) / Familias (2) / Carrera (2) / Meta (1) / Cola (1) / Nacieron (1) / Es (1) / Gustaría ser (1) / Ese físico (1) / Estudian (1) / Pose (1) / Ser (2)+ debe ser bueno (1)= (3) / Operaciones (1) / Exhibirme(1)+ exhibir (1)= (2) / Ganan más (1) / Mostrando (1)+ no mostramos(1)= (2) / Se creen (1) / Respetarse (1) / Son (1) / Hombre (1) / Defectos (1) / Photo shop (1) / Divinas (1) / Prostitución y exhibición pública (1) / Carrera (1) / Agencias (1) / Atrevidas (2) / No usar ropa (1) / A seguir (1) / Ser flaca (1) / Hombre (1) / Mujer (1)</p> <p><b>{MODELO(36)-MODELAJE(3)-MODA(3)}=(42)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>MODELO</b> s. m.  1-Representación que se sigue como pauta en la realización de algo  <b>1.</b> Persona que merece ser imitada por sus buenas cualidades  <b>2.</b> Prenda de vestir que pertenece a una colección de ropa diseñada por alguien. — s. com.  <b>3.</b> Persona que se dedica profesionalmente a exhibir prendas de vestir. Maniquí.  <b>6</b> Persona que posa para ser representada en una obra de arte, especialmente en un cuadro, una escultura o una fotografía.  <a href="http://es.thefreedictionary.com/modelo">http://es.thefreedictionary.com/modelo</a></p> <p><b>MODELAJE</b>  En este sentido, la definición amplia de modelaje se la toma como una disciplina teórica y práctica que busca el perfeccionamiento de las relaciones humanas y sociales a través del desarrollo personal de las cualidades y aptitudes físicas y espirituales del hombre, lo cual implica su mejoramiento y perfección constantes. Las personas que logren este objetivo en cualquier plazo, se convierten así en las sociedades en modelos, es decir en prototipo de un símbolo o signo de superación, éxito y desarrollo.  <a href="http://magaligarcia-modelaje.blogspot.com/2011/04/1-definicion-de-modelaje.html?zx=9b9b6447c1d12014">http://magaligarcia-modelaje.blogspot.com/2011/04/1-definicion-de-modelaje.html?zx=9b9b6447c1d12014</a></p> <p><b>MODA</b> s. f.  <b>1</b> Conjunto de gustos, costumbres y modos de comportarse propios de un periodo de tiempo, de un conjunto de personas o de un país determinado.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>PROTOTIPO:</b> Un <b>prototipo</b> de belleza es aquel modelo que en función de la historia ha ido variando sobre cómo ha debido de ser el cuerpo de las personas, tanto en su forma como en su vestimenta.  Éstos permiten testar el objeto antes de que entre en producción, detectar errores, deficiencias, etcétera. Cuando el <b>prototipo</b> está suficientemente perfeccionado en todos los sentidos requeridos y alcanza las metas para las que fue pensado, el objeto puede empezar a producirse.</p>
<p><b>Contextos:</b> Estas palabras están relacionadas en el que todas comparten la idea de modelo, disciplina, gustos y costumbres.</p>	

<p><b>7</b></p> <p>Tener(1) / Piensan (1) / Partes íntimas (1) / Venden hasta su propio cuerpo (1) / No lo es todo (1) / Olvidan (1) / Quieren (1) / Problemas (1) / Narcotraficantes (1) / Ambición (1) / Tienen todo (1) / Necesitan (1) / Tener ( 1) / Es todo en el mundo(1) / Ganar (2) / Sea (1) / Partes íntimas (1) / Venderse (1) / Trabajando (1) / No lo es todo en el mundo (1) / No compra la felicidad (1) / Todas tiene (1)</p> <p><b>{DINERO(14) – PLATA(9) = (23)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>DINERO:</b> (del latín denarius o denario, moneda romana) es todo medio de intercambio común y generalmente aceptado por una sociedad que es usado para el pago de bienes (mercancías), servicios, y de cualquier tipo de obligaciones (deudas). Actualmente, el tipo de dinero que manejamos en el día a día es dinero fiduciario.<sup>1</sup> <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero">http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero</a></p> <p><b>PLATA:</b> Dinero en general; riqueza: <a href="http://www.wordreference.com/definicion/plata">http://www.wordreference.com/definicion/plata</a></p>
<p><b>Contextos:</b> Dinero plata, palabras relacionadas por sinonimia.</p>	
<p><b>8</b></p> <p>Conseguir todo (1) / Piensan (1) / Lindas (1) / Burlas y comentarios feos (1) / Algo muy malo (1) / Conseguir plata (1) / Obligadas (1) / Vender (1) / Van (1) / La vida se les desgracia</p> <p><b>{PROSTITUTA(6)-PROSTITUCIÓN(4)=(10)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>PROSTITUTA</b> f. Mujer que mantiene relaciones sexuales a cambio de dinero. Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-PROSTITUCIÓN</b> se define como el acto de participar en <u>actividades sexuales</u> a cambio de dinero o bienes. Aunque esta actividad es llevada a cabo por miembros de ambos sexos, es más a menudo por las mujeres, pero también se aplica a los hombres <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Prostituci%C3%B3n">http://es.wikipedia.org/wiki/Prostituci%C3%B3n</a>.</p>
<p><b>Contextos:</b> Palabras relacionadas por derivación; una se deriva de la otra: prostituta-prostitución</p>	
<p><b>9</b></p> <p>Incómoda (1) Sin ropa (1) Provocativa (1) Ver la cola (1) Hacer (1) No le sale (1) Imitar (1) Solamente(1) Rebien (1) Redondas(1) Exigen (1) Exageradamente (1) Vemos (1) Sensuales (1) Muy marcados (1) Dedo en la boca (1) Perfectos (1) Productos (1) Partes íntimas (1) Uno (1) Así (1) Pueden (1) Mucho (1)</p>	<p><b>POSE</b> s. f. 1 Postura o posición que adopta una persona que va ser fotografiada, retratada o pintada por otra. 2 Actitud fingida o exagerada que adopta una persona en su comportamiento y con la que intenta producir un efecto determinado. Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>GESTO</b> s. m. 1 Movimiento de la cara, las manos u otra parte del cuerpo, con el que se expresa una cosa, especialmente un estado de ánimo 2 Acción realizada por un impulso o sentimiento, especialmente cuando con ella se muestra educación, delicadeza o cariño 3 Expresión del rostro: Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>EXHIBIR</b> v. tr. 1 Mostrar o exponer una cosa de forma que pueda ser vista por un gran número de personas con detenimiento. 2 Enseñar una persona algo de lo que se siente orgullosa — v. <i>prnl.</i> 3 <b>exhibirse</b> Mostrarse en público para llamar la atención: .</p>

<p>Tal y como son (1) Estar (1) Están (1) Ombbligo (1) Malo (1) Ellas (1) Uno (2) Escándalo (1) Siempre (1) Objeto (1) Jean (1)</p> <p><b>{POSE(13)-GESTO(4)-EXHIBIR(6)- MOSTRAR(12) = (35)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. <a href="http://es.thefreedictionary.com/exhibir">http://es.thefreedictionary.com/exhibir</a></p> <p><b>MOSTRAR</b> v. tr. 1 Exponer o enseñar una cosa para que pueda ser vista. Ocultar, tapar. 2 <b>mostrarse</b> Darse a conocer una persona o comportarse de una determinada manera</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. <a href="http://es.thefreedictionary.com/mostrar">http://es.thefreedictionary.com/mostrar</a></p>
<p><b>Contextos:</b> Palabras que se relacionan porque producen un efecto al mostrar algo, recurriendo a expresiones faciales o corporales.</p>	
<p>10</p> <p>Llamativos (1) Para adornar (1) Complementar (1) No utilizan ninguno (1) Siempre están ahí (1) Cubriéramos (1) Novias (1) Conjunto (1) Compra (2) Divinas (1) Buen peinado (1) Desabrochados (1) Cola(1) Tener (1) Apretados(1) Gusta (1) Complementar (29) Influyen (1) Complemento(1)</p> <p><b>{ACCESORIO(5)-ROPA(5)-MAQUILLAJE(2)- JEAN(4)-VESTUARIO(3)-ZAPATO(2)= (21)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>ACCESORIO</b>, -ria adj. 1 Que depende de una cosa principal o es menos importante que esta. 2 Herramienta u objeto auxiliar o de adorno en una cosa, actividad o disciplina: <i>una tienda de accesorios del automóvil</i>.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>ROPA</b> f. Todo género de tela, con variedad de hechuras, para el uso o adorno de las personas o las cosas. Vestido (conjunto de piezas)</p> <p><b>MAQUILLAJE</b> s. m. 1 Acción que consiste en aplicar productos cosméticos sobre la piel, especialmente la del rostro, para darle color, embellecerla, cubrir algún defecto o caracterizar a una persona. 2 Producto cosmético que se aplica sobre la piel, especialmente</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>JEAN</b> o <b>YIN</b> (voz inglesa) m. Pantalón de tela muy resistente, generalmente de color, con costuras vistas. También <i>jeans</i> o <i>yins</i> para referirse a una sola prenda.</p> <p>Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>VESTUARIO</b> s. m. 1 Lugar destinado a cambiarse de ropa 2 Conjunto de prendas de vestir que posee una persona 3 Conjunto de prendas de vestir que se usa en un espectáculo</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>ZAPATO</b> s. m. Calzado que cubre el pie hasta el tobillo y que tiene la suela de cuero u otro material más duro que el resto.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras que se relacionan por medio del léxico asociativo. (Bernard Pottier) La palabra que integra a las demás según su significación es vestuario.</p>	
<p>11</p>	

<p>           Contraer (2)            Aparecen (1)            Anorexia (1)            Venérea (1)            Mala vida (2)            Mujer (1)            Uno llega a (1)            Ella es (1)            Se vuelven (1)            Soy gorda (1)            Sufrir de (1)            Creando (1)            Meterle (1)            Acompañamiento (1)            Llega (1)            Caen (1)            Engordar (1)            Que hacemos (1)         </p> <p> <b>{ENFERMEDAD(7)-ANOREXIA-(6)-            SICOLOGIA(3)-DEPRESIÓN(2)-GORDA(2)=            (20)}</b> </p>  <p>           VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES            QUE OBSERVAN         </p>	<p> <b>ENFERMEDAD</b> <i>s. f.</i>            Alteración más o menos grave de la salud de un ser vivo.  <b>ANOREXIA</b> (significa "sin apetito"): Es un trastorno de la conducta con desviaciones en los hábitos alimentarios que se expresa por un rechazo contundente a mantener el peso corporal en los valores mínimos aceptados para una determinada edad o estatura.  <a href="http://www.obesidad.net/spanish2002/default.htm">http://www.obesidad.net/spanish2002/default.htm</a> </p> <p>           LA <b>PSICOLOGÍA</b> es la ciencia que estudia la conducta o comportamiento humano y los procesos mentales.         </p> <p>           LA <b>DEPRESIÓN</b> se configura por una serie de síntomas o un síndrome, que repercute y afecta los <b>aspectos emocionales</b> del sujeto.  <a href="http://www.innatia.com/s/c-combatir-la-depresion/a-definicion-de-depresion.html">http://www.innatia.com/s/c-combatir-la-depresion/a-definicion-de-depresion.html</a> </p> <p> <b>GORDA:</b>            Que es más grande o más importante de lo normal  <a href="http://es.thefreedictionary.com/gordas">http://es.thefreedictionary.com/gordas</a> </p>
<p><b>Contexto:</b> Estas palabras están relacionadas por asociaciones semánticas, todas confluyen a una palabra principal que es enfermedad.</p>	
<p>12</p> <p>           Olvidan (1)            Van a tener (1)            Perdiendo (1)            Nuestro cuerpo (1)            Dignidad (1)            Importa (1)            Buena actitud (1)            Algo o alguien tenemos que ser (1)            Somos (2)            Son (1)            Insinuanes(1)         </p> <p> <b>{DIGNIDAD(2)-RESPETO(3)-            PERSONALIDAD(2)-ACEPTAR(3)-            PERFECTO(2) = (12)}</b> </p>  <p>           VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES            QUE OBSERVAN         </p>	<p> <b>DIGNIDAD</b> <i>s. f.</i>  <b>1</b> Respeto y estima que una persona tiene de sí misma y merece que se lo tengan las demás personas  <b>2</b> Respeto y estima que merece una cosa o una acción            Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.         </p> <p> <b>RESPETO</b> <i>s. m.</i>  <b>1</b> Consideración y reconocimiento del valor de una persona o de una cosa.  <b>2</b> Temor o recelo que infunde una persona o cosa            Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.         </p> <p> <b>PERSONALIDAD</b> <i>s. f.</i>  <b>1</b> Conjunto de rasgos y cualidades que configuran la manera de ser de una persona y la diferencian de las demás:            Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.         </p> <p> <b>ACEPTAR</b> <i>v. tr.</i>            1. Recibir voluntariamente algo que se ofrece:            Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.         </p> <p> <b>PERFECTO, -ta</b>  <i>adj.</i> Que tiene todas las cualidades requeridas, que posee el mayor grado posible de excelencia en su línea.            Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.         </p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras relacionadas semánticamente, las cuales tiene como término integrador, la palabra personalidad.</p>	

<p>13</p> <p>Aparentar (1)                      Llenarse (1)  Lleno (1)                              Hacer (1)  Someten 2)                            Muerto (1)  No (1)                                    Hacernos (1)  Mandado (1)                          Mando (1)</p> <p><b>{CIRUGÍA(9)-OPERAR(2) = (11)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES  QUE OBSERVAN</p>	<p><b>CIRUGÍA:</b> Se denomina cirugía a la práctica que implica manipulación mecánica de las estructuras anatómicas con un fin médico, bien sea diagnóstico, terapéutico o pronóstico.</p> <p><b>OPERAR</b> v. tr.  <b>1</b> Intervenir a un enfermo abriendo y cortando el tejido o el órgano dañado con los instrumentos médicos adecuados.</p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras relacionadas semánticamente</p>	
<p>14</p> <p>Actriz-cantante (1)  No lo es todo (1)  Mundo (1)  Tener (1)  Simplemente (1)  Quieren ser (1)</p> <p><b>{FAMA(4)-FAMOSAS(2)= (6)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE  OBSERVAN</p>	<p><b>FAMA</b> s. f.  Hecho o circunstancia de ser reconocidas las cualidades de una persona o una cosa por mucha gente</p> <p><b>FAMOSAS</b>  La celebridad o fama es un atributo de personas ampliamente conocidas y reputadas. Reclaman un alto grado de atención por parte del público y de los medios de comunicación. ...</p> <p><a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Famosas">es.wikipedia.org/wiki/Famosas</a></p>
<p><b>Contexto:</b> Estas palabras se relacionan por derivación. Una se deriva de la otra, tienen un troco común</p>	
<p>15</p> <p>Salen (1)  Sale (1)  Casi (1)  Está (1)  Mayoría (1)  Promocionar (1)  Aparecen (1)</p> <p><b>{DESNUDA(4)-SEMIDESNUDA(3) = (7)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE  OBSERVAN</p>	<p><b>DESNUDO</b> es el estado de no estar vestido. A veces se refiere al estado de llevar poca ropa, o menos de lo que las convenciones o reglas de una cierta <b>cultura</b> o situación ha establecido, al estado de exposición de <b>piel</b> o <b>partes íntimas</b>.</p> <p><b>SEMIDESNUDO,DA</b>  adj. Que no <u>está</u> vestido del <u>todo</u> o se <u>muestra</u> casi desnudo:</p>
<p><b>Contexto:</b> Se relacionan por significado, es decir semánticamente, en donde también tiene un tronco común.</p>	
<p>16</p> <p>Olvidan (1)  Pueden perder (1)  Valores (1)  Dejan (1)  No es el centro de atención (1)  Interponen (1)  Hacen (1)  Ser aceptadas (1)  Lo que mostramos frente a (1)</p> <p><b>{FAMILIA(7)-SOCIEDAD(2) = (9)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES  QUE OBSERVAN</p>	<p><b>FAMILIA</b> s. f.  Grupo de personas que tienen lazos de parentesco y viven juntas: <i>me quedé en casa con la familia; en mi casa somos familia numerosa.</i>  <a href="http://es.thefreedictionary.com/familia">http://es.thefreedictionary.com/familia</a></p> <p><b>SOCIEDAD</b> s. f.  Conjunto de personas o animales que habitan la Tierra y establecen relaciones organizadas.</p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras relacionadas semánticamente.</p>	

<p>17</p> <p>Demasiado (1) Son tan (1)</p> <p><b>{EXTROVERTIDO}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>EXTROVERTIDO, -DA</b> <i>adj./s. m. y f.</i> Se aplica la a persona que tiene facilidad para manifestar sus sentimientos y para relacionarse con los demás. Extravertido. Introverso. <a href="http://es.thefreedictionary.com/extrovertida">http://es.thefreedictionary.com/extrovertida</a></p>
Contexto:	
<p>18</p> <p>Lindos (1) / Frustran (1) / Comparando (1) / Comprar (3) / Incitando (1) / Ellas (1) / Gusta (1) / Masturban (1) / Cola (1)</p> <p><b>{HOMBRE(1)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>HOMBRE</b> <i>s. m.</i> - Persona de sexo masculino, especialmente adulto. <a href="http://es.thefreedictionary.com/hombre">http://es.thefreedictionary.com/hombre</a></p>
Contexto:	
<p>19</p> <p>Rutina (1) Son otras cosas (1) Puede ser (1)</p> <p><b>{VIDA(3)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>VIDA</b> <i>s. f.</i> - Propiedad de los seres orgánicos por la cual crecen, se reproducen y responden a estímulos: <i>los minerales no tienen vida.</i> - Trabajo en una actividad determinada <a href="http://es.thefreedictionary.com/vida">http://es.thefreedictionary.com/vida</a></p>
Contexto:	
<p>20</p> <p>Mostrando (1) Fotos (1)</p> <p><b>{PENA(2)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>PENA</b> - Sentimiento de dolor, sufrimiento o tristeza que provoca en una persona un hecho adverso o desgraciado. Lástima. - Cosa o hecho que produce estos sentimientos.</p>
Contexto:	

#### 2.6.6. Nodos triádicos quinta agrupación.

### QUINTA AGRUPACIÓN

Hasta ahora hemos llevado un proceso riguroso en cuanto al análisis del dato, muestra de ello son los registros detallados que se han entregado hasta este momento de la investigación.

En este quinto momento de agrupación del dato se trabajará sobre los contextos de las palabras agrupadas en cada una de las tríadas resultantes de la cuarta agrupación. En esta nueva concentración del dato se observó cuales son los registros repetidos en cada una de las tríadas, para reunirlos teniendo en cuenta su significación.

Esta nueva concentración del dato no disminuirá el número de tríadas, lo que tiene que disminuir es el número de contextos de cada una de las triadas, en este caso en la cuarta agrupación resultaron 20 tríadas, seguirán siendo veinte tríadas, en las cuales los contextos serán en menor número.

Se observa cómo se va comprimiendo la información, actividad que en la realidad nos lleva a búsqueda de la respuesta de la pregunta de investigación.

El siguiente es un ejemplo de cómo se realiza el registro.

<p><b>1</b></p> <p>1 -exhibir (5) -lucir (1) - mostrar (3) - Insinuando (1)- poses(1)  2- vender-vende (2)  3- desnudarse- desnudo -descubierto (3) -partes íntimas (4)  4- Falditas (1)- Ropa -maquillan (1)  5- Se le ven (1)  6-llegar a tener- tenga (2)-no tiene  7- Mujer (2) -ellas (2)  8-cautiva (1)-Atractiva (1)  9-bonito (4) -buen+ tiene buen (2)-muy bacano+ bacano (2)-lindo (4) -así uuffff+ así (2) -perfecto (7)-- Divina (1)  10-templo (1) - respetándolo-respetarlo-respeto (3)  11-comer (1)  12-natural (1)  13-inteligencia (1)  14-más feitos (1)  15-de uno (1)  16-cuidar(1)  17-le ponen (1)  18-hombres (1)  19-photo shop (1)  20-Voluptuosa (1)  21- Suelto (2)  21- Libertad (1)  22- Utilizan (1)  23-cara (1)</p> <p><b>{CUERPO(58)-COLA(5)-NALGAS(2)- CARA(3)- CABELLO(2)-CINTURA(2) = (72)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>CUERPO.</b> (Del lat. <i>corpus</i>).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>m. Aquello que tiene extensión limitada, perceptible por los sentidos.</li> <li>m. Conjunto de los sistemas orgánicos que constituyen un ser vivo.</li> <li>m. Talle y disposición personal.</li> </ol> <p><b>COLA</b> La cola o rabo es el extremo posterior del cuerpo de un animal, especialmente cuando éste forma un apéndice flexible y distinguible del torso.  ... <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Cola">es.wikipedia.org/wiki/Cola</a></p> <p><b>NALGA</b> f. ANAT. Cada una de las dos partes carnosas que constituyen el trasero del hombre. Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>CARA</b> f. Parte anterior de la cabeza, desde la frente a la barbilla / Semblante, expresión del rostro:</p> <p><b>CABELLO:</b> m. Cada uno de los pelos que nacen en la cabeza de una persona:  <a href="http://www.wordreference.com/definicion/cabello">http://www.wordreference.com/definicion/cabello</a></p> <p><b>CINTURA</b>  La cintura es una parte del abdomen situada entre el tórax y la cadera. Entre las personas con unas medidas proporcionadas, la cintura es la parte más estrecha del tronco.  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Cintura">es.wikipedia.org/wiki/Cintura</a></p>
<p><b>Contexto:</b> Se realiza la agrupación teniendo en cuenta que la palabra cuerpo está constituida por diferentes partes, como cola, nalgas, cara, cabello, cintura, etc., incluidas en esta tríada.</p>	
<p><b>2</b></p> <p>1-Cuerpo bonito (1) Cara (4) Cuerpo (2) Cabello(1)  2- Lo material y lo físico (1)/ Física(2)  3- Reflexión (1) / No lo es todo (1)  4- Efímera (1) / Se nos va a acabar (1)  5- Mujer 4+ mujeres 2+ mujeres que no (1) Aquella (1) Ellas (1)  6- No es nada y no es nadie (1)-No es nadie (1) no soy nadie (1)  7- Quedaríamos (1)-Quedar (1)- Esta quedado (2) le quedaba(1)  8- Ropa (2) + las ropas (1)  9- Modelo perfecta (1) modelo (1)  10-Verse (1) + si vemos (1) hacer ver (1) + poder verse (1) Se les ve (1) + se ve muy bien (1) Se ven(2)+siempre se ven(2)  11- Ser (1) + hay que ser (1)  12- Cuesta (1)  13-Tener (1)  14- Carrera (1)  15- Naturalidad (1)  16- Sonrisa (1)  17- Yo tan (1)  18- Tan (1)  19- Fama (1)</p>	<p><b>BELLEZA.</b> (De <i>bello</i>). 1. f. Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas.  2. f. Mujer notable por su hermosura.</p> <p><b>BONITO, ta.</b> (Del dim. de <i>bueno</i>).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>adj. <b>grande</b> (ll que supera a lo común).</li> <li>adj. Lindo, agraciado de cierta proporción y belleza.</li> </ol> <p><b>HERMOSO, sa.</b> (Del lat. <i>formōsus</i>). 1. adj. Dotado de hermosura. 2 adj. Grandioso, excelente y perfecto en su línea. 3. adj. Despejado, apacible y sereno. ¡<i>Hermoso día!</i> 4. adj. coloq. Dicho de un niño: Robusto, saludable.</p> <p><b>LINDO, da.</b> (Del lat. <i>legitimus</i>, completo, perfecto).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>adj. Hermoso, bello, grato a la vista.</li> <li>adj. Perfecto, primoroso y exquisito.</li> <li>m. coloq. Hombre afeminado, que presume de hermoso y cuida demasiado de su compostura y aseo.</li> <li>m. coloq. <b>Lindo</b> (ll hombre que presume de hermoso)/ loc. adv. Lindamente, con gran primor. loc. adv. Mucho o con exceso.</li> </ol>

<p>20- Esta(1) 21- Carro (1) 22- Arreglado (1) 23-Suben 24-Son mero plástico (1)</p> <p><b>{BELLEZA(8)-BONITO(35)-HERMOSO(15)-LINDO(9)=(67)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	
<p><b>Contexto:</b> En esta agrupación están contenidos los términos que tienen significados iguales o parecidos, es decir, se agruparon por sinonimia</p>	
<p><b>3</b></p> <p>1-Mato(1)/ Matan (1) 2- Vieran(1)- Verse bien(1)- Ve (1) Querer verse así (1) 3- No tenemos(1)- No tiene nada (1) 4-mostrar su cuerpo (1) Muestran(1) Mostrando (1) Muestra la cola (1) Cola (3) 5- Modelos (2) Ser modelo (1) 6- Humildad(1) -humilde (1) 7- Luciendo ropa corta(1)- Con poca ropa (3)-Empelota(1)- Desnudas (1) 8- Objeto (2)- Objeto sexual (1) 9- Feas (2) - Fea (1) 10- Famosas (1)- Fama (1)- Dinero-fama(1)- Exitosas (1)- Ser Importante (1)- grandes (1) + grandes (1) Famosas (1) 11- Hombres (3) Hombre (1) 12- Respeto (2) - Dignidad (1)- Pena (1) 13- No en cirugías y tratamientos (1)- Sin retoques (1) 14- Arreglarlo así (1)- Quedar (1) 15- Perfecta (4) Perfectas (1) 16- Esta de buena (1)- Tan buena (1) 17 -frustra(1)- Frustradas (1) 18- Publicidad (1)- Cerveza (2) 19- Destruyen la vida (1)- Vida(1) 20- Da mucho de qué hablar (1)- Sacudimos-reflexionar (1) 21- Exhibicionista (1)- Posan (1) 22- Engañadas(1) -Prostituir (1) Pervertir (1) 23- Utilizar (1) -Sirve para todo (1) 24- Lindas (2)- Cautiva (1)- Voluptuosa (1)-Bonitas (2) 25- Dejar de comer (1)- Flacas (1) 26- Imposible (1) 27- Usar (1) 28- Cuidarse (1) 29- Fácil (1) 30- Cualquiera (1) 31- Gorda (1) 32- Tapándose (1) 33- Venden (1) 34- Envidia (1) 35- No es buena (1) 36- No sabe (2) 37- No van a ser tan bellas(1) 38- No importa (1) 39- Igual(1) 40- Intentamos(1) 41- Familia(1)</p>	<p><b>-ELLA:</b> <i>pron f ella</i> [e'la] pronombre personal de tercera persona femenina del singular Copyright © 2009 K Dictionaries Ltd.</p> <p><b>-NOSOTROS, -tras</b> <i>pron.</i> Pronombre personal de primera persona de plural:</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-NIÑO, -ña</b> <i>s. m. y f.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona que tiene pocos años de vida, que está en la niñez.</li> <li>- Hijo, especialmente si es de corta edad:</li> </ul> <p><b>MUJER:</b> — <i>adj./s. m. y f.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se aplica a la persona que tiene todavía poca experiencia en la vida.</li> <li>- Persona adulta de sexo femenino.</li> <li>— <b>de la calle o — de la vida</b> Mujer que mantiene relaciones sexuales a cambio de dinero.</li> <li>— <b>fatal</b> Mujer que atrae sexualmente a los hombres y domina por completo su voluntad.</li> <li>- Persona de sexo femenino con la que está casado un hombre.</li> <li>-f. Persona del sexo femenino.</li> </ul> <p>La que ha llegado a la pubertad. La casada con relación al marido.</p> <p>Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>VIEJA</b> <i>adj./s. m. y f.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Se aplica a la persona que tiene mucha edad. Anciano. joven.— <i>adj.</i></li> <li>2 Que tiene mucha edad:</li> <li>3 Se aplica a la persona que parece tener más edad de la que tiene en realidad:</li> <li>4 Que existe desde hace mucho tiempo: antiguo.</li> <li>5 Se aplica a la cosa que está gastada de tanto usarla. nuevo.</li> <li>6 Se aplica a la cosa que ha pasado su tiempo de empleo idóneo:</li> <li>7 <i>fam.</i> Padre o madre.</li> </ol> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>PERSONA</b> <i>s. f.</i> - Individuo de la especie</p>

<p>42- Novio(1) 43- Libres(1)</p> <p><b>{ELLAS(17)-NOSOTRAS(6)-NIÑAS(11)-MUJERES(56)-VIEJA(5)-PERSONA(7)=(102)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>humana. Hombre, ser humano. - Hombre o mujer cuyo nombre se ignora o se omite - Categoría que comparten el verbo y el pronombre mediante la cual se señala el ejecutor de la acción verbal o el objeto de la conversación. Primera — Persona que habla. Segunda — Persona a quien va destinado el mensaje. Tercera — Persona o cosa de quien se habla en el discurso y que no es ni la primera ni la segunda.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p>
<p><b>Contexto:</b> En Esta agrupación se tienen en cuenta los pronombres como <i>ella</i> y <i>nosotros</i> que son morfemas gramaticales sin contenido léxico y que por lo general se refieren a objetos, <i>personas</i> o animales y las palabras como <i>mujer</i>, <i>niño</i>, <i>vieja</i> y <i>persona</i>. Hacen referencia a la <i>persona</i>. En este caso la relación se da por el término común persona.</p>	
<p><b>4</b></p> <p>1-Muestran (3)- Exhiben (1)- Pose (1) 2- Mujer fea (1) -Mujer (1) 3- Incita (1)- Incitando (1) 4- Totalmente desnudas(1)- Mitad vestida- mitad-desnuda (1) Empelotas (1) 5- Doble moral (1) / Doble sentido (3)- Subliminal (1) 6- Hombres (1)- Niñas-mujeres- hombres(1) 7- Utilizar(1)+ utilizan (1)= 8- Llenar (1) 9- Segura (1) 10. Venden (2) 11. Engañarnos (1) Estrategias (1) 12- Riesgo (1) 13. Llevar (1) 14- Modelos (1) 15- Promocionando (1) 16- tapándose(1) 17- Salir(1) 18- Centro de atención (1) 19- Lindas(1) 20- Algo (1) 21-por todo lo que vemos (1) 22- Sexo (1) 23- Imaginación (1) 24- Pena (1) 25- Hacer otras cosas (1) 26- Adornar (1) 27- Siempre (1) 28- Son (2)</p> <p><b>{PUBLICIDAD(15)-PROPAGANDA(3)-REVISTA(4)-TELEVISIÓN(3)-IMÁGENES(7)-FOTOS(5)-PRODUCTO(3)-IMÁGENES SUBLIMINALES(5)=(45)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>-PUBLICIDAD</b> s. f. 1 Acción que consiste en dar a conocer al público un producto, una opinión, una noticia o a una persona, con un fin determinado. propaganda. Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-PROPAGANDA</b> s. f. 1 Acción que consiste en dar a conocer al público un producto, una opinión, una idea, etc., con un fin determinado - <b>REVISTA</b> s. f. 1 Publicación periódica con información sobre distintas materias o sobre una específica. Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p>- <b>TELEVISIÓN</b> s. f. 1 Sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas .Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p>- <b>IMAGEN</b> s. f. 1 Reproducción de la figura de una cosa o persona captada por el ojo, por un espejo o por un aparato óptico, de fotografía, de cine o de otro tipo, gracias a la luz 2 Representación mental, idea u opinión que se tiene de una cosa o persona real o irreal: Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p>- <b>FOTOGRAFÍA</b> f. Arte de reproducir, en superficies convenientemente preparadas y por medio de reacciones químicas, las imágenes recogidas en una cámara oscura. Estampa o reproducción obtenida por este procedimiento. <a href="http://es.thefreedictionary.com/fotograf%C3%ADa">http://es.thefreedictionary.com/fotograf%C3%ADa</a></p> <p>- <b>PRODUCTO</b> Del latín <i>productus</i>, se conoce como <b>producto</b> a la <b>cosa producida</b>. Esta definición del término es bastante amplia y permite que objetos muy diversos se engloben dentro del concepto genérico de producto. El mercadeo establece que un producto es cualquier objeto que es ofrecido en un <b>mercado</b> con la intención de satisfacer un</p>

	<p>deseo o una necesidad del consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye aquello que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.)</p> <p>- <b>MENSAJE SUBLIMINAL</b> es un <u>mensaje</u> o <u>señal</u> diseñada para pasar por debajo (<i>sub</i>) de los límites normales de <u>percepción</u>. Puede ser por ejemplo, inaudible para la mente consciente pero audible para la mente inconsciente o profunda; puede ser también una imagen transmitida de un modo tan breve que pase desapercibida por la mente consciente pero aun así, percibida inconscientemente <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje_subliminal">http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje_subliminal</a></p>
<p><b>Contexto:</b> La publicidad y la propaganda dan a conocer productos,, opiniones, o personas y, estas utilizan revistas, televisión, imágenes, fotos, mensajes subliminales para vender u ofrecer un producto.</p>	
<p><b>5</b></p> <p>1- Es (1) / Si no es (1)  2- Viejas (1)- Mujer (4) - mujeres (2)  3- Cola (1) / Cara (1)  4- Insinuando(1)- Insibida (1)  5- Pose (4)  6- Imágenes (2)- Video (1)- Películas(1)- Computador (1)  7- Desnudarse (1)- Mujeres desnudas (1)- Semidesnudas (1)  8- Usarte (1) / Explotarlas (1)  9- Muestran (1)  10- Cautiva (1)  11- Se ve (1)  12- Tapándose (1)  13- Morbosiar (1)  14- Cosas (1)  15- Viven(1)  16- Muy (1)  17- Quería (1)</p> <p><b>{SEXY(11)-OBJETO SEXUAL(7)-SENSUAL(3)-SEXUAL(8)-PORNO(4)-MORBO(3)= (36)}</b></p> <div style="text-align: center;">  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p> </div>	<p>-<b>SEXY</b> o <b>sexi</b> se refiere a alguien que ejerce un <u>atractivo físico y sexual</u>.  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Sexy">http://es.wikipedia.org/wiki/Sexy</a></p> <p>-¿A que exactamente se refiere ser un <b>OBJETO SEXUAL?</b>  A sentirnos involucradas en una relación de tipo sexual donde no se siente afecto por parte del otro, donde nos sentimos "usadas" donde sentimos que somos objeto de la descarga sexual masculina y donde se siente que nuestra pareja no se preocupa por nuestras necesidades sexuales, o afectivas.  <a href="http://www.atraigaelexito.com/sentirme_como_un_objeto_Sexual/">http://www.atraigaelexito.com/sentirme_como_un_objeto_Sexual/</a></p> <p><b>SENSUAL</b> <i>adj.</i>  1 Relativo a los sentidos corporales, especialmente las sensaciones relacionadas con el tacto. sensitivo.  2 Que provoca placer al ser percibido por los sentidos.  3 Que provoca excitación sexual.  4 Que se siente inclinado a los placeres de los sentidos.  Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>SEXUAL</b>  En español, la palabra <b>sexual</b> (relativo al sexo) Conciencia de pertenecer a un sexo u otro, es decir, ser varón o mujer.</p> <p>- <b>PORNOGRAFÍA</b> se refiere a todos aquellos materiales, imágenes o reproducciones que representan actos sexuales con el fin de provocar la excitación sexual del receptor.  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Pornograf%C3%ADa">http://es.wikipedia.org/wiki/Pornograf%C3%ADa</a></p> <p>- <b>PORNO</b> <i>adj.</i> Pornográfico.  Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p>- <b>MORBO</b> <i>s. m.</i>  1 <i>fam.</i> Morbosidad, atracción por lo desagradable o prohibido.  2 <i>culto</i> Enfermedad o alteración de la salud. Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p>

	<p>-El morbo es una respuesta psicológica frente a lo oculto y se origina cuando no existe suficiente información acerca de nuestro cuerpo y nuestra sexualidad</p> <p><a href="http://e-consulta.com/blogs/sexualidad/?p=65">http://e-consulta.com/blogs/sexualidad/?p=65</a></p>
<p><b>Contexto:</b> La agrupación de estas palabras hacen referencia a todo lo relacionado con el sexo, es decir, excitación sexual, sensualidad, atractivo sexual.</p>	
<p><b>6</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Cuerpo(1)- Cola (1)</li> <li>2- Perfectas (1)- Divinas (1)</li> <li>3- Figura (1)- Ese físico (1)</li> <li>4- Prostituyen (1)- Prostitución y exhibición pública (1)</li> <li>5- Mostrando (1)+ no mostramos(1)</li> <li>6- Desnudarse (1)- desnudan (1)- No usar ropa (1)</li> <li>7- Carrera (3)</li> <li>8- Gustaría ser (1)- Ser (2)- debe ser bueno (1)</li> <li>9- Exhibirme(1)+ exhibir (1)</li> <li>10- Hombre (2)</li> <li>11- Engañadas (1)</li> <li>12- Saberse expresar (1)</li> <li>13- Familias (2)</li> <li>14- Meta (1)</li> <li>15- Nacieron (1)</li> <li>16- Es (1) Son (1)</li> <li>17- Estudian (1)</li> <li>18-Pose (1)</li> <li>19- Operaciones (1)</li> <li>20- Ganan más</li> <li>21- Se creen (1)</li> <li>22- Respetarse (1)</li> <li>23- Defectos (1)</li> <li>24- Photo shop (1)</li> <li>25- Agencias (1)</li> <li>26- Atrevidas (2)</li> <li>27- A seguir (1)</li> <li>28-Ser flaca (1)</li> <li>29- Mujer (1)</li> </ol> <p><b>{MODELO(36)-MODELAJE(3)-MODA(3) =(42)}</b></p> 	<p><b>MODELO</b> s. m.</p> <p>1-Representación que se sigue como pauta en la realización de algo</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persona que merece ser imitada por sus buenas cualidades</li> <li>2. Prenda de vestir que pertenece a una colección de ropa diseñada por alguien. — s. com.</li> <li>3. Persona que se dedica profesionalmente a exhibir prendas de vestir. maniquí.</li> <li>6 Persona que posa para ser representada en una obra de arte, especialmente en un cuadro, una escultura o una fotografía.</li> </ol> <p><a href="http://es.thefreedictionary.com/modelo">http://es.thefreedictionary.com/modelo</a></p> <p><b>MODELAJE</b></p> <p>En este sentido, la definición amplia de modelaje se la toma como una disciplina teórica y práctica que busca el perfeccionamiento de las relaciones humanas y sociales a través del desarrollo personal de las cualidades y aptitudes físicas y espirituales del hombre, lo cual implica su mejoramiento y perfección constantes. Las personas que logren este objetivo en cualquier plazo, se convierten así en las sociedades en modelos, es decir en prototipo de un símbolo o signo de superación, éxito y desarrollo.</p> <p><a href="http://magaligarcia-modelaje.blogspot.com/2011/04/1-definicion-de-modelaje.html?zx=9b9b6447c1d12014">http://magaligarcia-modelaje.blogspot.com/2011/04/1-definicion-de-modelaje.html?zx=9b9b6447c1d12014</a></p> <p><b>MODA</b> s. f.</p> <p>1 Conjunto de gustos, costumbres y modos de comportarse propios de un periodo de tiempo, de un conjunto de personas o de un país determinado.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>PROTOTIPO:</b> Un <b>prototipo</b> de belleza es aquel modelo que en función de la historia ha ido variando sobre cómo ha debido de ser el cuerpo de las personas, tanto en su forma como en su vestimenta. Éstos permiten testar el objeto antes de que entre en producción, detectar errores, deficiencias, etcétera. Cuando el <b>prototipo</b> está suficientemente perfeccionado en todos los sentidos requeridos y alcanza las metas para las que fue pensado, el objeto puede empezar a producirse.</p>
<p><b>Contextos:</b> Estas palabras están relacionadas en el que todas comparten la idea de modelo, disciplina, gustos y costumbres.</p>	
<p><b>7</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Tener(2)- Todas tiene (1)</li> <li>2- Partes íntimas (2)</li> <li>3- Venden hasta su propio cuerpo (1)- Venderse (1)</li> <li>4- No lo es todo (1)- Es todo en el mundo(1)- No lo</li> </ol>	<p><b>DINERO:</b> (del latín denarius o denario, moneda romana) es todo medio de intercambio común y generalmente aceptado por una sociedad que es usado para el pago de bienes (mercancías), servicios, y de cualquier tipo</p>

<p>es todo en el mundo (1)- Tienen todo (1)</p> <p>5- Piensan (1) 6- Olvidan (1) 7- Quieren (1) 8- Problemas (1) 9- Narcotraficantes (1) 10- Ambición (1) 11- Necesitan (1) 12- Ganar (2) 13- Sea (1) 14- Trabajando (1) 15- No compra la felicidad (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{DINERO(14) – PLATA(9) = (23)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p>de obligaciones (deudas). Actualmente, el tipo de dinero que manejamos en el día a día es dinero fiduciario.<sup>1</sup> <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero">http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero</a></p> <p><b>PLATA:</b> Dinero en general; riqueza: <a href="http://www.wordreference.com/definicion/plata">http://www.wordreference.com/definicion/plata</a></p>
<p><b>Contextos:</b> Dinero plata, palabras relacionadas por sinonimia.</p>	
<p><b>8</b></p> <p>1- Conseguir todo (1)- Conseguir plata (1) 2- Obligadas (1) - La vida se les desgracia 3- Burlas y comentarios feos (1) -Algo muy malo (1) 4- Piensan (1) 5- Lindas (1) 6- Vender (1) 7- Van (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{PROSTITUTA(6)-PROSTITUCIÓN(4)=(10)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>PROSTITUTA</b> <i>f.</i> Mujer que mantiene relaciones sexuales a cambio de dinero.</p> <p>Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>-PROSTITUCIÓN</b> se define como el acto de participar en <u>actividades sexuales</u> a cambio de dinero o bienes. Aunque esta actividad es llevada a cabo por miembros de ambos sexos, es más a menudo por las mujeres, pero también se aplica a los hombres <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Prostituci%C3%B3n">http://es.wikipedia.org/wiki/Prostituci%C3%B3n</a>.</p>
<p><b>Contextos:</b> Palabras relacionadas por derivación; una se deriva de la otra: prostituta-prostitución</p>	
<p><b>9</b></p> <p>1 -Provocativa (1)- Sensuales (1)- Muy marcados (1) 2- Dedo en la boca (1)- Ombligo (1) 3- Ver la cola (1) Vemos (1) 4- Productos (1)- Objeto (1) 5- Así (1)- Tal y como son (1) 6- Uno (1) Uno (2) 7- Estar (1)- Están (1) 8- Incómoda (1) 9- Sin ropa (1) 10- Hacer (1) 11- No le sale (1) 12- Imitar (1) 13- Solamente(1) 14- Rebien (1) 15- Redondas(1) 16- Exigen (1) 17- Exageradamente (1) 18 Perfectos (1) 19- Partes íntimas (1) 20- Pueden (1)</p>	<p><b>POSE</b> <i>s. f.</i></p> <p>1 Postura o posición que adopta una persona que va ser fotografiada, retratada o pintada por otra. 2 Actitud fingida o exagerada que adopta una persona en su comportamiento y con la que intenta producir un efecto determinado.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>GESTO</b> <i>s. m.</i></p> <p>1 Movimiento de la cara, las manos u otra parte del cuerpo, con el que se expresa una cosa, especialmente un estado de ánimo 2 Acción realizada por un impulso o sentimiento, especialmente cuando con ella se muestra educación, delicadeza o cariño 3 Expresión del rostro:</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>EXHIBIR</b> <i>v. tr.</i></p>

<p>21- Mucho (1) 22- Malo (1) 23- Ellas (1) 24- Escándalo (1) 25- Siempre (1) 26- Jean (1)</p> <p><b>{POSE(13)-GESTO(4)-EXHIBIR(6)-MOSTRAR(12) = (35)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>1</b> Mostrar o exponer una cosa de forma que pueda ser vista por un gran número de personas con detenimiento. <b>2</b> Enseñar una persona algo de lo que se siente orgullosa — <i>v. pml.</i> <b>3 exhibirse</b> Mostrarse en público para llamar la atención:</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. <a href="http://es.thefreedictionary.com/exhibir">http://es.thefreedictionary.com/exhibir</a> <b>MOSTRAR</b> <i>v. tr.</i> <b>1</b> Exponer o enseñar una cosa para que pueda ser vista. Ocultar, tapar. <b>2 mostrarse</b> Darse a conocer una persona o comportarse de una determinada manera</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. <a href="http://es.thefreedictionary.com/mostrar">http://es.thefreedictionary.com/mostrar</a></p>
<p><b>Contextos:</b> Palabras que se relacionan porque producen un efecto al mostrar algo, recurriendo a expresiones faciales o corporales.</p>	
<p><b>10</b></p> <p>1 -Para adornar (1)- Complementar (3) 2- Desabrochados (1)- Apretados(1) 3- Llamativos (1) 4- No utilizan ninguno (1) 5- Siempre están ahí (1) 6- Cubriéramos (1) 7- Novias (1) 8- Conjunto (1) 9- Compra (2) 10- Divinas (1) 11- Buen peinado (1 ) 12 -Cola(1)- 13- Tener (1) 14- Gusta (1) 15- Influyen (1) 16- Complemento(1)</p> <p><b>{ACCESORIO(5)-ROPA(5)-MAQUILLAJE(2)-JEAN(4)-VESTUARIO(3)-ZAPATO(2)= (21)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>ACCESORIO, -ria adj.</b> <b>1</b> Que depende de una cosa principal o es menos importante que esta: <b>2</b> Herramienta u objeto auxiliar o de adorno en una cosa, actividad o disciplina: <i>una tienda de accesorios del automóvil.</i></p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>ROPA</b> <i>f.</i> Todo género de tela, con variedad de hechuras, para el uso o adorno de las personas o las cosas. Vestido (conjunto de piezas) <b>MAQUILLAJE</b> <i>s. m.</i> <b>1</b> Acción que consiste en aplicar productos cosméticos sobre la piel, especialmente la del rostro, para darle color, embellecerla, cubrir algún defecto o caracterizar a una persona. <b>2</b> Producto cosmético que se aplica sobre la piel, especialmente diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. <b>JEAN</b> o <b>YIN</b> (voz inglesa) <i>m.</i> Pantalón de tela muy resistente, generalmente de color, con costuras vistas. También <i>jeans</i> o <i>yins</i> para referirse a una sola prenda.</p> <p>Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L. <b>VESTUARIO</b> <i>s. m.</i> <b>1</b> Lugar destinado a cambiarse de ropa <b>2</b> Conjunto de prendas de vestir que posee una persona <b>3</b> Conjunto de prendas de vestir que se usa en un espectáculo</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L. <b>ZAPATO</b> <i>s. m.</i> Calzado que cubre el pie hasta el tobillo y</p>

	<p>que tiene la suela de cuero u otro material más duro que el resto.</p> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras que se relacionan por medio del léxico asociativo. (Bernard Pottier) La palabra que integra a las demás según su significación es vestuario.</p>	
<p><b>11</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Anorexia (1)- Venérea (1)- Soy gorda (1)- Sufrir de (1)- Engordar (1)</li> <li>2- Uno llega a (1)- Llega (1)</li> <li>3- Contraer (2)</li> <li>4- Aparecen (1)</li> <li>5- Mala vida (2)</li> <li>6- Mujer (1) Ella es (1)</li> <li>7- Se vuelven (1)</li> <li>8- Creando (1)</li> <li>9- Meterle (1)</li> <li>10- Acompañamiento (1)</li> <li>11- Caen (1)</li> <li>12- Que hacemos (1)</li> </ol> <p><b>{ENFERMEDAD(7)-ANOREXIA-(6)-SICOLOGIA(3)-DEPRESIÓN(2)-GORDA(2)= (20)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>ENFERMEDAD</b> s. f.</p> <p>Alteración más o menos grave de la salud de un ser vivo.</p> <p><b>ANOREXIA</b> (significa "sin apetito"): Es un trastorno de la conducta con desviaciones en los hábitos alimentarios que se expresa por un rechazo contundente a mantener el peso corporal en los valores mínimos aceptados para una determinada edad o estatura. <a href="http://www.obesidad.net/spanish2002/default.htm">http://www.obesidad.net/spanish2002/default.htm</a></p> <p>LA <b>PSICOLOGÍA</b> es la ciencia que estudia la conducta o comportamiento humano y los procesos mentales.</p> <p>LA <b>DEPRESIÓN</b> se configura por una serie de síntomas o un síndrome, que repercute y afecta los <b>aspectos emocionales</b> del sujeto. <a href="http://www.innatia.com/s/c-combatir-la-depresion/a-definicion-de-depresion.html">http://www.innatia.com/s/c-combatir-la-depresion/a-definicion-de-depresion.html</a></p> <p><b>GORDA:</b> Que es más grande o más importante de lo normal <a href="http://es.thefreedictionary.com/gordas">http://es.thefreedictionary.com/gordas</a></p>
<p><b>Contexto:</b> Estas palabras están relacionadas por asociaciones semánticas, todas confluyen a una palabra principal que es enfermedad.</p>	
<p><b>12</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Algo o alguien tenemos que ser (1)- Somos- (2)- Son (1)</li> <li>2- Olvidan (1)</li> <li>3- Van a tener (1)</li> <li>4- Perdiendo (1)</li> <li>5- Nuestro cuerpo (1)</li> <li>6- Dignidad (1)</li> <li>7- Importa (1)</li> <li>8- Buena actitud (1)</li> <li>9- Insinuanes(1)</li> </ol> <p><b>{DIGNIDAD(2)-RESPETO(3)-PERSONALIDAD(2)-ACEPTAR(3)-PERFECTO(2) = (12)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>DIGNIDAD</b> s. f.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Respeto y estima que una persona tiene de sí misma y merece que se lo tengan las demás personas</li> <li>2 Respeto y estima que merece una cosa o una acción</li> </ol> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>RESPETO</b> s. m.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Consideración y reconocimiento del valor de una persona o de una cosa.</li> <li>2 Temor o recelo que infunde una persona o cosa: <i>volar me da</i></li> </ol> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>PERSONALIDAD</b> s. f.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Conjunto de rasgos y cualidades que configuran la manera de ser de una persona y la diferencian de las demás:</li> </ol> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>ACEPTAR</b> v. tr.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Recibir voluntariamente algo que se ofrece:</li> </ol> <p>Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editorial, S.L.</p> <p><b>PERFECTO, -ta</b> <i>adj.</i> Que tiene todas las cualidades requeridas, que posee el mayor grado posible de excelencia en su línea.</p>

	Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.
<p><b>Contexto:</b> Palabras relacionadas semánticamente, las cuales tiene como término integrador, la palabra personalidad.</p>	
<p>13</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Lleno (1)-Llenarse (1)</li> <li>2- Someten 2)- Mando (1)- Mandado(1)</li> <li>3- Aparentar (1)</li> <li>4- Hacernos (1)-Hacer (1)</li> <li>5- Muerto (1)</li> <li>6- No (1)</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>{De 11 registros quedan 6}</b></p> <p style="text-align: center;"><b>{CIRUGÍA(9)-OPERAR(2) = (11)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>CIRUGÍA</b></p> <p>Se denomina <b>cirugía</b> a la práctica que implica manipulación mecánica de las estructuras anatómicas con un fin médico, bien sea diagnóstico, terapéutico o pronóstico.</p> <p><b>OPERAR</b> <i>v. tr.</i></p> <p>1 Intervenir a un enfermo abriendo y cortando el tejido o el órgano dañado con los instrumentos médicos adecuados.</p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras relacionadas semánticamente</p>	
<p>14</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Actriz-cantante (1)</li> <li>2- No lo es todo (1)</li> <li>3 - Mundo (1)</li> <li>4 -Tener (1)</li> <li>5 -Simplemente (1)</li> <li>6- Quieren ser (1)</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>{FAMA(4)-FAMOSAS(2)= (6)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>FAMA</b> <i>s. f.</i></p> <p>Hecho o circunstancia de ser reconocidas las cualidades de una persona o una cosa por mucha gente</p> <p><b>FAMOSAS</b></p> <p>La celebridad o fama es un atributo de personas ampliamente conocidas y reputadas. Reclaman un alto grado de atención por parte del público y de los medios de comunicación. ...</p> <p><a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Famosas">es.wikipedia.org/wiki/Famosas</a></p>
<p><b>Contexto:</b> Estas palabras se relacionan por derivación. Una se deriva de la otra, tienen un troco común</p>	
<p>15</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Salen (1) -Sale (1)- Aparecen (1)</li> <li>2- Casi (1)</li> <li>3- Está (1)</li> <li>4- Mayoría (1)</li> <li>5- Promocionar (1)</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>{DESNUDA(4)-SEMIDESNUDA(3) = (7)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>DESNUDO</b> es el estado de no estar vestido. A veces se refiere al estado de llevar poca ropa, o menos de lo que las convenciones o reglas de una cierta <u>cultura</u> o situación ha establecido, al estado de exposición de <u>piel</u> o <u>partes íntimas</u>.</p> <p><b>SEMIDESNUDO, DA</b></p> <p>adj. Que no <u>está vestido del todo</u> o se <u>muestra casi desnudo</u>:</p>
<p><b>Contexto:</b> Se relacionan por significado, es decir semánticamente, en donde también tiene un tronco común.</p>	

<p>16</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Olvidan (1)</li> <li>2- Pueden perder (1)</li> <li>3- Valores (1)</li> <li>4- Dejan (1)</li> <li>5- No es el centro de atención (1)</li> <li>6- Interponen (1)</li> <li>7- Hacen (1)</li> <li>8- Ser aceptadas (1)</li> <li>9- Lo que mostramos frente a (1)</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>{FAMILIA(7)-SOCIEDAD(2) = (9)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>FAMILIA</b> s. f. Grupo de personas que tienen lazos de parentesco y viven juntas: <i>me quedé en casa con la familia; en mi casa somos familia numerosa.</i> <a href="http://es.thefreedictionary.com/familia">http://es.thefreedictionary.com/familia</a></p> <p><b>SOCIEDAD</b> s. f. Conjunto de personas o animales que habitan la Tierra y establecen relaciones organizadas.</p>
<p><b>Contexto:</b> Palabras relacionadas semánticamente.</p>	
<p>17</p> <p style="text-align: center;">Demasiado (1) Son tan (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{EXTROVERTIDO}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>EXTROVERTIDO, -DA</b> adj./s. m. y f. Se aplica a la persona que tiene facilidad para manifestar sus sentimientos y para relacionarse con los demás. Extravertido. Introverso. <a href="http://es.thefreedictionary.com/extrovertida">http://es.thefreedictionary.com/extrovertida</a></p>
<p>Contexto:</p>	
<p>18</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Lindos (1)</li> <li>2- Frustran (1)</li> <li>3- Comparando (1)</li> <li>4- Comprar (3)</li> <li>5- Incitando (1)</li> <li>6- Ellas (1)</li> <li>7- Gusta (1)</li> <li>8- Masturban (1)</li> <li>9- Cola (1)</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>{HOMBRE(11)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>HOMBRE</b> s. m. - Persona de sexo masculino, especialmente adulto. <a href="http://es.thefreedictionary.com/hombre">http://es.thefreedictionary.com/hombre</a></p>
<p>Contexto:</p>	
<p>19</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Rutina (1)</li> <li>2- Son otras cosas (1)</li> <li>3- Puede ser (1)</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>{VIDA(3)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>VIDA</b> s. f. - Propiedad de los seres orgánicos por la cual crecen, se reproducen y responden a estímulos: <i>los minerales no tienen vida.</i> - Trabajo en una actividad determinada <a href="http://es.thefreedictionary.com/vida">http://es.thefreedictionary.com/vida</a></p>
<p>Contexto:</p>	

<p><b>20</b></p> <p>1- Mostrando (1) 2- Fotos (1)</p> <p><b>{PENA(2)}</b></p>  <p>VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>	<p><b>PENA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sentimiento de dolor, sufrimiento o tristeza que provoca en una persona un hecho adverso o desgraciado. Lástima.</li><li>- Cosa o hecho que produce estos sentimientos.</li></ul>
---	--

---

### 2.6.7. Nodos triádicos sexta agrupación.

## SEXTA AGRUPACIÓN

En ésta sexta agrupación se reagrupa el dato teniendo en cuenta la afinidad de las palabras según el significado, aplicando el modelo de Bernard Pottier, léxico asociativo.

El modelo permite en este momento de la agrupación ser más subjetivo para agrupar a aquellas palabras que, según el contexto o experiencia social, se pueden concentrar en torno a un significado, aunque no compartan ningún rasgo significativo o distintivo en cada una de las palabras, es decir, que aunque las palabras sean diferentes, si pueden estar relacionadas en cuanto a sus conceptos, lo que permite unir en el mismo grupo, para mi ejemplo, palabras como manos, cabello, cuerpo, cintura, pelo, nalgas... las cuales pertenecen todas a mismo concepto, la palabra cuerpo.

Al finalizar cada una de las agrupaciones aparecen resaltas en color las palabras agrupadas según el léxico asociativo, así:

**{CUERPO (58)-COLA(5)-NALGAS(2)- CARA(3)- CABELLO(2)-CINTURA(2) = (72)}**

1

- 1 -exhibir (5) -lucir (1) - mostrar (3) - Insinuando (1)-poses(1)
- 2- vender-vende (2)
- 3- desnudarse- desnudo -descubierto (3) -partes íntimas (4)
- 4- Falditas (1)- Ropa -maquillan (1)
- 5- Se le ven (1)
- 6-llegar a tener- tenga (2)-no tiene
- 7- Mujer (2) -ellas (2)
- 8-cautiva (1)-Atractiva (1)
- 9-bonito (4) -buen+ tiene buen (2)-muy bacano+ bacano (2) -lindo (4) -así uuffff+ así (2) -perfecto (7)-- Divina (1)
- 10-templo (1) - respetándolo-respetarlo-respeto (3)
- 11-comer (1)
- 12-natural (1)
- 13-inteligencia (1)
- 14-más feitos (1)
- 15-de uno (1)
- 16-cuidar(1)
- 17-le ponen (1)
- 18-hombres (1)
- 19-photo shop (1)
- 20-Voluptuosa (1)
- 21- Suelto (2)
- 21- Libertad (1)
- 22- Utilizan (1)
- 23-cara (1)

**{CUERPO(58)-COLA(5)-NALGAS(2)- CARA(3)- CABELLO(2)-CINTURA(2) = (72)}**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

2

- 1-Cuerpo bonito (1) Cara (4) Cuerpo (2) Cabello(1)
- 2- Lo material y lo físico (1)/ Física(2)
- 3- Reflexión (1) / No lo es todo (1)
- 4- Efímera (1) / Se nos va a acabar (1)
- 5- Mujer 4+ mujeres 2+ mujeres que no (1) Aquella (1) Ellas (1)
- 6- No es nada y no es nadie (1)-No es nadie (1) no soy nadie (1)
- 7- Quedaríamos (1)-Quedar (1)- Esta quedado (2) le quedaba(1)
- 8- Ropa (2) + las ropas (1)
- 9- Modelo perfecta (1) modelo (1)
- 10-Verse (1) + si vemos (1) hacer ver (1) + poder verse (1) Se les ve (1) + se ve muy bien (1) Se ven(2)+siempre se ven(2)
- 11- Ser(1) + hay que ser (1)
- 12- Cuesta (1)
- 13-Tener (1)
- 14- Carrera (1)
- 15- Naturalidad (1)
- 16- Sonrisa (1)
- 17- Yo tan (1)
- 18- Tan (1)
- 19- Fama (1)
- 20- Esta(1)
- 21- Carro (1)
- 22- Arreglado (1)
- 23-Suben
- 24-Son mero plástico (1)

**{BELLEZA(8)-BONITO(35)-HERMOSO(15)-LINDO(9)= (67)}**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

3

- 1-Mato(1)/ Matan (1)
- 2- Vieran(1)- Verse bien(1)- Ve (1) Querer verse así (1)
- 3- No tenemos(1)- No tiene nada (1)
- 4-mostrar su cuerpo (1) Muestran(1) Mostrando (1) Muestra la cola (1) Cola (3)
- 5- Modelos (2) Ser modelo (1)
- 6- Humildad(1) -humilde (1)
- 7- Luciendo ropa corta(1)- Con poca ropa (3)-Empelota(1)-Desnudas (1)
- 8- Objeto (2)- Objeto sexual (1)
- 9- Feas (2) - Fea (1)
- 10- Famosas (1)- Fama (1)- Dinero-fama(1)- Exitosas (1)- Ser mportante (1)- grandes (1) + grandes (1) Famosas (1)
- 11- Hombres (3) Hombre (1)
- 12- Respeto (2) - Dignidad (1)- Pena (1)
- 13- No en cirugías y tratamientos (1)- Sin retoques (1)
- 14- Arreglarlo así (1)- Quedar (1)
- 15- Perfecta (4) Perfectas (1)
- 16- Esta de buena (1)- Tan buena (1)
- 17 -frustra(1)- Frustradas (1)
- 18- Publicidad (1)- Cerveza (2)
- 19- Destruyen la vida (1)- Vida(1)
- 20- Da mucho de qué hablar (1)- Sacudirnos-reflexionar (1)
- 21- Exhibicionista (1)- Posan (1)
- 22- Engañadas(1) -Prostituir (1) Pervertir (1)
- 23- Utilizar (1) -Sirve para todo (1)
- 24- Lindas (2)- Cautiva (1)- Voluptuosa (1)-Bonitas (2)
- 25- Dejar de comer (1)- Flacas (1)
- 26- Imposible (1)
- 27- Usar (1)
- 28- Cuidarse (1)
- 29- Fácil (1)
- 30- Cualquiera (1)
- 31- Gorda (1)
- 32- Tapándose (1)
- 33- Venden (1)
- 34- Envidia (1)
- 35- No es buena (1)
- 36- No sabe (2)
- 37- No van a ser tan bellas(1)
- 38- No importa (1)
- 39- Igual(1)
- 40- Intentamos(1)
- 41- Familia(1)
- 42- Novio(1)
- 43- Libres(1)

{ELLAS(17)-NOSOTRAS(6)-NIÑAS(11)-MUJERES(56)-VIEJA(5)-PERSONA(7)=(102)}



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

4

- 1-Muestran (3)- Exhiben (1)- Pose (1)
- 2- Mujer fea (1) -Mujer (1)
- 3- Incita (1)- Incitando (1)
- 4- Totalmente desnudas(1)- Mitad vestida- mitad-desnuda (1) Empelotas (1)
- 5- Doble moral (1) / Doble sentido (3)- Subliminal (1)
- 6- Hombres (1)- Niñas-mujeres- hombres(1)
- 7- Utilizar(1)+ utilizan (1)=
- 8- Llenar (1)

- 9- Segura (1)
10. Venden (2)
11. Engañarnos (1) Estrategias (1)
- 12- Riesgo (1)
13. Llevar (1)
- 14- Modelos (1)
- 15- Promocionando (1)
- 16- tapándose(1)
- 17- Salir(1)
- 18- Centro de atención (1)
- 19- Lindas(1)
- 20- Algo (1)
- 21-por todo lo que vemos (1)
- 22- Sexo (1)
- 23- Imaginación (1)
- 24- Pena (1)
- 25- Hacer otras cosas (1)
- 26- Adornan (1)
- 27- Siempre (1)
- 28- Son (2)

**{PUBLICIDAD(15)-PROPAGANDA(3)-REVISTA(4)-TELEVISIÓN(3)-IMÁGENES(7)-FOTOS(5)-PRODUCTO(3)-IMÁGENES SUBLIMINALES(5)= (45)}**



VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

**5**

- 1- Es (1) / Si no es (1)
- 2- Viejas (1)- Mujer (4) - mujeres (2)
- 3- Cola (1) / Cara (1)
- 4- Insinuando(1)- Insinuando – incitando (1)
- 5- Pose (4)
- 6- Imágenes (2)- Video (1)- Películas(1)- Computador (1)
- 7- Desnudarse (1)- Mujeres desnudas (1)- Semidesnudas (1)
- 8- Usarte (1) / Explotarlas (1)
- 9- Muestran (1)
- 10- Cautiva (1)
- 11- Se ve (1)
- 12- Tapándose (1)
- 13- Morbosiar (1)
- 14- Cosas (1)
- 15- Viven(1)
- 16- Muy (1)
- 17- Quería (1)

**{SEXY(11)-OBJETO SEXUAL(7)-SENSUAL(3)-SEXUAL(8)-PORNO(4)-MORBO(3)= (36)}**



VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

**6**

- 1- Cuerpo(1)- Cola (1)
- 2- Perfectas (1)- Divinas (1)
- 3- Figura (1)- Ese físico (1)
- 4- Prostituyen (1)- Prostitución y exhibición pública (1)
- 5- Mostrando (1)+ no mostramos(1)
- 6- Desnudarse (1)- desnudan (1)- No usar ropa (1)
- 7- Carrera (3)
- 8- Gustaría ser (1)- Ser (2)- debe ser bueno (1)

- 9- Exhibirme(1)+ exhibir (1)
- 10- Hombre (2)
- 11- Engañadas (1)
- 12- Saberse expresar (1)
- 13- Familias (2)
- 14- Meta (1)
- 15- Nacieron (1)
- 16- Es (1) Son (1)
- 17- Estudian (1)
- 18-Pose (1)
- 19- Operaciones (1)
- 20- Ganan más
- 21- Se creen (1)
- 22- Respetarse (1)
- 23- Defectos (1)
- 24- Photo shop (1)
- 25- Agencias (1)
- 26- Atrevidas (2)
- 27- A seguir (1)
- 28-Ser flaca (1)
- 29- Mujer (1)

**{MODELO(36)-MODELAJE(3)-MODA(3) =(42)}**



VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

**7**

- 1- Tener(2)- Todas tiene (1)
- 2- Partes íntimas (2)
- 3- Venden hasta su propio cuerpo (1)- Venderse (1)
- 4- No lo es todo (1)- Es todo en el mundo(1)- No lo es todo en el mundo (1)- Tienen todo (1)
- 5- Piensan (1)
- 6- Olvidan (1)
- 7- Quieren (1)
- 8- Problemas (1)
- 9- Narcotraficantes (1)
- 10- Ambición (1)
- 11- Necesitan (1)
- 12- Ganar (2)
- 13- Sea (1)
- 14- Trabajando (1)
- 15- No compra la felicidad (1)

**{DINERO(14) – PLATA(9) = (23)}**



VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

**8**

- 1- Conseguir todo (1)- Conseguir plata (1)
- 2- Obligadas (1) - La vida se les desgracia
- 3- Burlas y comentarios feos (1) -Algo muy malo (1)
- 4- Piensan (1)
- 5- Lindas (1)
- 6- Vender (1)
- 7- Van (1)

**{PROSTITUTA(6)-PROSTITUCIÓN(4)=(10)}**



VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

9

- 1 -Provocativa (1)- Sensuales (1)- Muy marcados (1)
- 2- Dedo en la boca (1)- Ombligo (1)
- 3- Ver la cola (1) Vemos (1)
- 4- Productos (1)- Objeto (1)
- 5- Así (1)- Tal y como son (1)
- 6- Uno (1) Uno (2)
- 7- Estar (1)- Están (1)
- 8- Incómoda (1)
- 9- Sin ropa (1)
- 10- Hacer (1)
- 11- No le sale (1)
- 12- Imitar (1)
- 13- Solamente(1)
- 14- Rebien (1)
- 15- Redondas(1)
- 16- Exigen (1)
- 17- Exageradamente (1)
- 18 Perfectos (1)
- 19- Partes íntimas (1)
- 20- Pueden (1)
- 21- Mucho (1)
- 22- Malo (1)
- 23- Ellas (1)
- 24- Escándalo (1)
- 25- Siempre (1)
- 26- Jean (1)

**{POSE(13)-GESTO(4)-EXHIBIR(6)-MOSTRAR(12) = (35)}**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

10

- 1 -Para adornar (1)- Complementar (3)
- 2- Desabrochados (1)- Apretados(1)
- 3- Llamativos (1)
- 4- No utilizan ninguno (1)
- 5- Siempre están ahí (1)
- 6- Cubriéramos (1)
- 7- Novias (1)
- 8- Conjunto (1)
- 9- Compra (2)
- 10- Divinas (1)
- 11- Buen peinado (1 )
- 12 -Cola(1)-
- 13- Tener (1)
- 14- Gusta (1)
- 15- Influyen (1)
- 16- Complemento(1)

**{ACCESORIO(5)-ROPA(5)-MAQUILLAJE(2)-JEAN(4)-VESTUARIO(3)-ZAPATO(2)= (21)}**



VALLAS PUBLICITARIAS

ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

11

1. Anorexia (1)- Venérea (1)- Soy gorda (1)- Sufrir de (1)-Engordar (1)
2. Uno llega a (1)- Llega (1)
3. Contraer (2)
4. Aparecen (1)
5. Mala vida (2)
6. Mujer (1) Ella es (1)
7. Se vuelven (1)
8. Creando (1)
9. Meterle (1)
10. Acompañamiento (1)
11. Caen (1)
12. Que hacemos (1)

**{ENFERMEDAD(7)-ANOREXIA-(6)-SICOLOGIA(3)-DEPRESIÓN(2)-GORDA(2)= (20)}**

VALLAS PUBLICITARIAS  ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

12

1. Algo o alguien tenemos que ser (1)-
2. Somos- (2)- Son (1)
3. Olvidan (1)
4. Van a tener (1)
5. Perdiendo (1)
6. Nuestro cuerpo (1)
7. Dignidad (1)
8. Importa (1)
9. Buena actitud (1)
10. Insinuanes(1)

**{DIGNIDAD(2)-RESPETO(3)-PERSONALIDAD(2)-ACEPTAR(3)-PERFECTO(2) = (12)}**

VALLAS PUBLICITARIAS  ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

13

1. Lleno (1 )-Llenarse (1)
2. Someten 2)- Mando (1)- Mandado (1)
3. Aparentar (1)
4. Hacernos (1 )-Hacer (1)
5. Muerto (1)
6. No (1)

**{CIRUGÍA(9)-OPERAR(2) = (11)}**

VALLAS PUBLICITARIAS  ESTUDIANTES QUE OBSERVAN

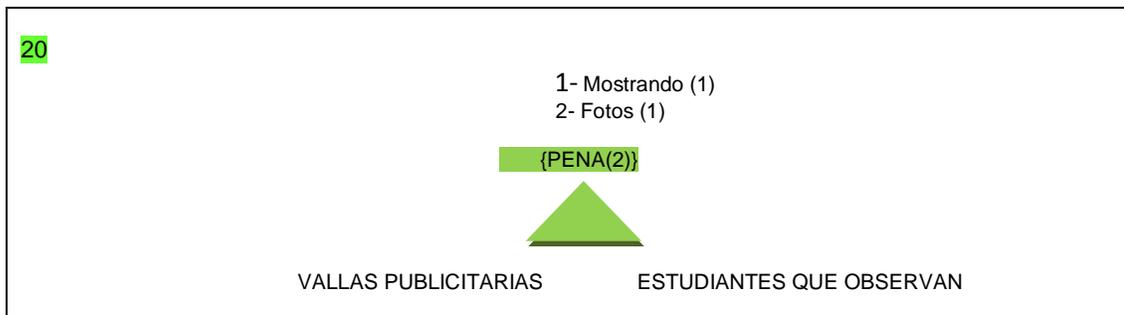
14

- 1- Actriz-cantante (1)
- 2- No lo es todo (1)
- 3 - Mundo (1)
- 4 -Tener (1)
- 5 -Simplemente (1)
- 6- Quieren ser (1)

**{FAMA(4)-FAMOSAS(2)= (6)}**

VALLAS PUBLICITARIAS  ANTES QUE OBSERVAN

15	<p>1. Salen (1) -Sale (1)- Aparecen (1)  2. Casi (1)  3. Está (1)  4. Mayoría (1)Promocionar (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{DESNUDA(4)-SEMIDESNUDA(3) = (7)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
16	<p>1- Olvidan (1)  2-Pueden perder (1)  3-Valores (1)  4-Dejan (1)  5-No es el centro de atención (1)  6-Interponen (1)  7-Hacen (1)  8-Ser aceptadas (1)  9-Lo que mostramos frente a (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{FAMILIA(7)-SOCIEDAD(2) = (9)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
17	<p>1- Demasiado (1)  2- Son tan (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{EXTROVERTIDO}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
18	<p>1-Lindos (1)  2- Frustran (1)  3- Comparando (1)  4- Comprar (3)  5-Incitando (1)  6- Ellas (1)  7- Gusta (1)  8-Masturban (1)  9- Cola (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>HOMBRE { (11)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>
19	<p>1- Rutina (1)  2-Son otras cosas (1)  3-Puede ser (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>{VIDA(3)}</b></p>  <p style="text-align: center;">VALLAS PUBLICITARIAS      ESTUDIANTES QUE OBSERVAN</p>

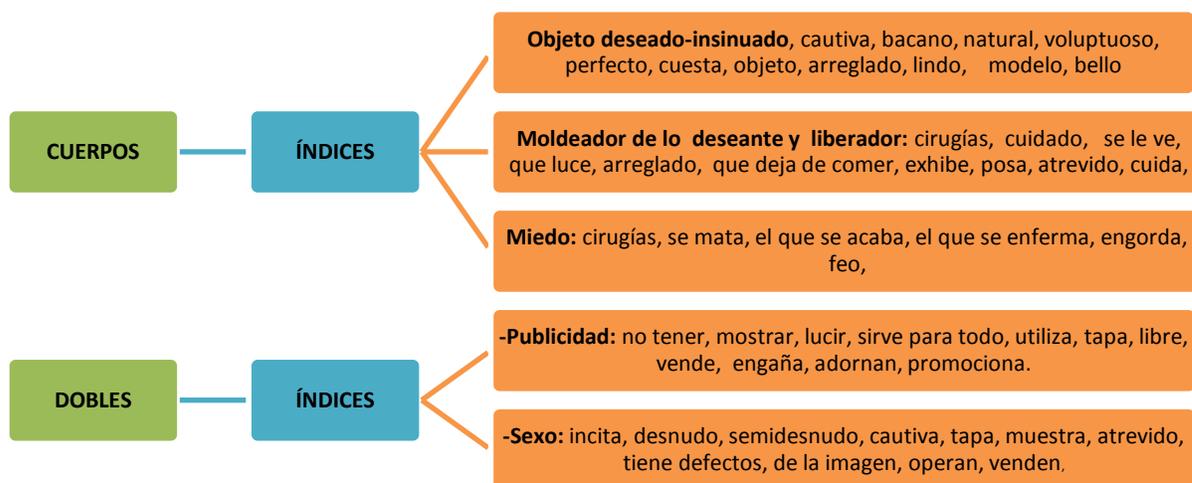


### 2.7. Tercer paso modelo relacional tríada de sentido.

Finalmente para la elaboración de las tríadas de sentido tuve en cuenta el documento de Silva, “Imaginarios globales” cuerpos, miedos dobles, en donde me pare para identificar las categorías conceptuales que propone Silva con respecto al cuerpo y a los dobles, que son finalmente los conceptos que recogen en su totalidad los datos arrojados en la investigación y que de manera global los acopia.

Quedan como tríadas de sentido CUERPOS Y DOBLES. Las cuales ilustro en la siguiente esquema, además de quedar señalados claramente en la gráfica “Y dónde está el cuerpo? El cuerpo junto a su evanescencia actual, se torna se torna unos de los objetos más imaginados del mundo”

Grafico 18: tríadas de sentido



En la siguiente gráfica se compendian en su totalidad, todos los elementos que hacen parte de los imaginarios culturales de mujer desde las vallas publicitarias. En ella observamos el proceso por el cual llegamos a las tríadas de sentido, cuerpos y dobles.

Primero, Armando Silva como el teórico de imaginarios de ciudad; también aparecen los documentos que enseñan las reagrupaciones; la gráfica de barras que muestra claramente el resultado con un gran porcentaje de cuerpos y dobles; el título del documento que me permitió encontrar la relación teoría dato, “cuerpos, miedos y dobles”, y por último y muy significativo, el espejo, el cual muestra como las ideas que se tienen de mujer se han ido incorporando en los imaginarios de las mujeres, las cuales leen ese lenguaje que pronuncia lo que no se ve, pero que se estructura en el pensamiento de las mujeres que obran de acuerdo a ese lenguaje subyacente para indicar que quieren ser o quisieran ser, cuerpos y mujeres imaginadas.

Imagen 1: ¿“Y dónde está el cuerpo? Junto a su evanescencia actual, se torna uno de los objetos más imaginados del mundo”



Fuente: Elaboración propia<sup>16</sup>

<sup>16</sup> : [http://www.taringa.net/posts/femme/13976224/El-espejo-amigo-o-enemigo\\_.html](http://www.taringa.net/posts/femme/13976224/El-espejo-amigo-o-enemigo_.html)  
recuperado el 12 de agosto de 2012

## CAPÍTULO III

Relación teoría dato.

---

¡CUERPO IMAGINADO! Objeto de ensoñaciones y deseos

Y... finalmente, he llegado hasta acá, la configuración de una dinámica, un proceso y un aprendizaje a partir de realidades vistas desde el imaginario, que se encarnan en una concurrencia colectiva. Desde las percepciones y las simbolizaciones, la otra mirada. Asumí este recorrido, que en lo personal, me enfrentó a las múltiples posibilidades de encarnar la ciudad en el ser a través de elementos presentes en ésta, sin importar cual, se constituyó en pieza fundamental para construir ciudad, íconos invisibles que son aprehendidos por nosotros, los habitantes de la ciudad.

Iniciar este recorrido requirió todo de mí, la disciplina, el tiempo, el enfrentar los miedos, para así poder tener un soporte teórico y la rigurosidad de una artesanía intelectual, la cual hubo de llevarme por los caminos del conocimiento, las teorías, la lógica, y de los imaginarios, que son, finalmente, los que me permitieron fortalecer este trabajo que inicialmente, solo me serviría para obtener el título de magister.

Enfrentarme ante las voces de autores como Charles Sanders Peirce, Armando Silva Téllez, Mariluz Restrepo, Marc Augé, Andrés Ortiz-osés, y otros que sin ser menos importantes están allí para soportar las ideas y cuestionamientos que nacen en diferentes investigaciones.

Asumí de cada uno, las luces o discernimientos teóricos para poder aprehender de ellos las diferentes propuestas de ciudad; las cuales, sin mayores pretensiones se encarnan en la comunicación, están presentes en la colectividad y pasan a ser reconocidas en el cotejo del imaginario y su doble naturaleza: "La del pensar y la del querer, la del conocimiento y la de la emoción" (Silva, 2008, 18) con esta relación entre el ser, la razón y la emoción, se vive y se construye el imaginario colectivo, el imaginario de ciudad.

Cada momento es determinante para pensar que lo que mostramos como ciudad, es lo que queremos ser, o pensar que el conocimiento de la misma, genere en cada individuo emociones, márgenes de cultura que a la postre emergen como colectivas para presentarse a modo de imaginarios, pulsiones que lleven a ser uno más de los constructores de la ciudad imaginada.

En adelante se leerá en el documento, cómo la idea de imaginario urbano, como plataforma del mismo, es el concepto que relaciona las significaciones de los imaginarios globales, cuerpos, miedos y dobles, propuestos por Silva a través de su recorrido investigativo por veintidós ciudades imaginadas, y que en su artículo "Imaginarios globales: cuerpos, miedos dobles",<sup>17</sup> expresa en forma clara las conexiones de estos como fenómenos de la sociedad contemporánea. De dos de ellos, *cuerpos y dobles*, hablo para permearme de la emoción del ser, del reflejo de sí mismo, reflejo que se manifiesta en el deseo, la necesidad, y el sueño ante objetos ciudadanos que se han incorporado, en habitantes casuales que transitan por la ciudad, los cuales diferencian, viven y construyen percepciones originadas desde las vallas publicitarias de mujer.

Hecho el recorrido a través de las percepciones que emergieron en los grupos de discusión, resultaron como categorías conceptuales abstraídas a partir de la artesanía intelectual con el dato (tríadas- nodos tríadicos- tríadas de sentido) y, la conexión con la propuesta de imaginario globales las siguientes dos categorías; cuerpos / dobles.

---

Grafico 19: intersección triad “Imaginario cultural de mujer desde las vallas publicitarias”



Partiendo de las categorías enunciadas –cuerpos/dobles-, retome el punto de partida inicial, al distinguir aquellos índices de imaginarios culturales que producen las imágenes de mujer en vallas publicitarias, para las estudiantes del grupo de edades entre 12 y 16 años del colegio Héctor Ángel Arcila.

Para empezar esta discusión, tomo el concepto de lo cultural. El hombre habla de su propia realidad, sus vivencias y experiencias particulares, y que según Andrés Ortiz-Osés “de aquí que el acceso a la realidad sea siempre ya, cultural, comparece como interpretada, mediada, trabajada”

( Ortiz-Osés, 1989,147)

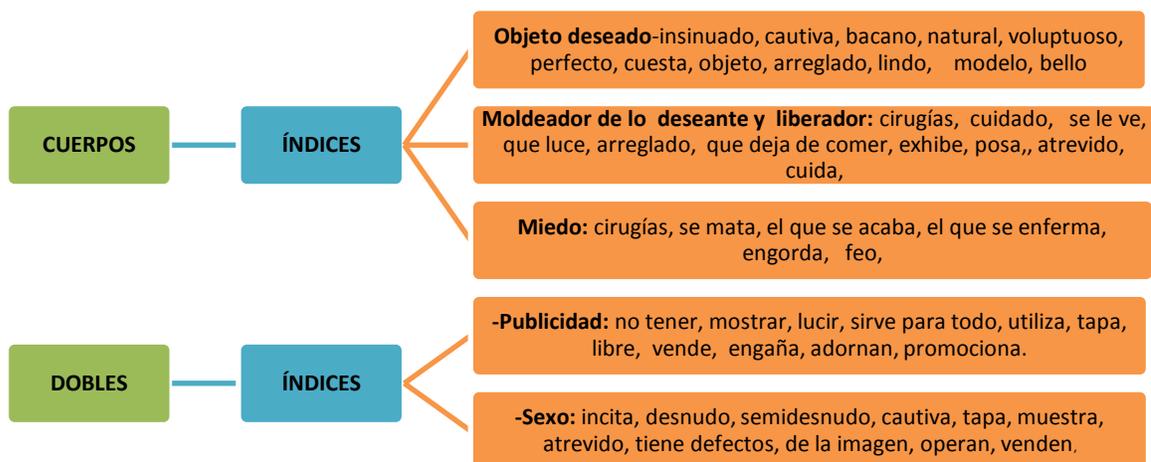
Al hablar de nuestra cultura estamos hablando de nosotros, y de la manera como la asumimos, la trabajamos y nos inmiscuimos en ella a través de un lenguaje que yace oculto, un lenguaje sedimentado y revelado a través de las interpretaciones que se tienen del mundo en un momento dado, y, a esa relación trabajada es a lo que Ortiz-Osés se refiere cuando dice: “llamamos cultura precisamente a esa mediación: la cultura que especifica al hombre, se instala en ese *hiatus*, entre la realidad y nosotros –*hiatus*, hueco, distancia en libertad como liberación del atenuamiento a la inmediatez que caracteriza al animal” (Ortiz-Osés, 1989,147). Lo cultural lo construimos en la medida que se requiera, en un momento dado, una situación propuesta y desde la mirada detenida, pensada, que solo los seres humanos somos capaces de manifestar.

De esta manera, es como en la cotidianidad de las estudiantes, entre sus ires y venires, van construyendo el imaginario de mujer. Sus diferentes contextos se convierten en posibles vallas desde donde observan lo que hay que imitar, son diferentes mujeres que son compañía, como en aquellas que aparecen desde en una revista que me ofrece ropa, una valla o simplemente la vecina hoy luce más bonita o con una nueva moda que le gustaría tener.

La cotidianidad de las estudiantes y ellas mismas son las que construyen ese yo cultural del cual no se pueden separar, ese algo inherente en ellas que desde la observación, la mirada ciudadana, es lo que las impulsa a actuar en la construcción de su propio imaginario de mujer.

Ahora, todas estas manifestaciones de lo cultural, todas estas definiciones, se leen en los índices, y la manera como éstos se relacionan con el cuerpo y con el doble, son ellos, desde las categorías conceptuales que propone Silva, los datos más relevantes para considerar al cuerpo el objeto más anhelado del deseo, el moldeador de lo deseante, el cuerpo con miedos, el cuerpo que se publicita, que se expone y es sexual, ellas son las ideas claramente identificadas en las estudiantes y que son el motivo de la investigación, son las que consolidan la teoría de Silva de imaginarios urbanos.

Grafico 20: tríada de sentido – cuerpos y dobles



La razón de ser de los imaginarios, visto desde la construcción en colectivo, desde lo cultural y en la observación, desde la mirada curiosa de los habitantes, basada en experiencias de prácticas ciudadanas, es lo que hace que la presente propuesta conciba al imaginario de mujer desde las vallas publicitarias, como una realidad, una posibilidad encarnada en sueños, deseos, frustraciones, necesidades; son la mediación entre lo que proponen los medios y sus experiencias, como las miradas ciudadanas, que según Silva: “se refiere a los análisis de imágenes visuales urbanas donde el sujeto de emociones se proyecta y se encuadra en lo que mira” (Silva, 2007, p.58), es decir, sus proyecciones construidas a partir del ver en la valla, se traduce una proyección de deseo al considerarse como esa mujer proyectada.

Se observa cuando cada una de estas estudiantes, dirigen sus miradas detenidas y contemplativas, en sus compañeras, en la otra que cruza la calle, en las mujeres que son protagonistas en las vallas que tienen como modelos a mujeres arregladas y adornadas para ser bonitas, allí es cuando se manifiesta en ellas el deseo, el deseo de querer ser, el querer tener, esa mirada es justo lo que se llama la “mirada ciudadana” mirada que impulsa a comprar, a tener, a imaginar ser la

mujer de la valla publicitaria y que finalmente termina imitando modas, poses o mujeres.

A partir de lo anterior, es obligado hablar del otro, ese otro cuya presencia, tiene su origen en la necesidad de relacionarse con los demás, tener o pertenecer a ese sentido social que enmarca a los individuos y los hace pertenecientes a sus diferentes espacios sociales y culturales, al respecto afirma Marc Augé

El sentido de lo social, se ordena pues alrededor de dos ejes. El primero (que podría llamar eje de la pertinencia o de la identidad) se miden los sucesivos tipos de pertenencia que definen las diversas identidades de clase de un individuo. El sentido social va de lo más individual a lo más colectivo y de lo menos a lo más englobante. El segundo (que se podría llamar eje de la relación o de la alteridad) pone en juego las categorías más abstractas y más relativas de si mismo y del otro que pueden ser individuales y colectivas. (Augé, M, 1996, 36)

En este sentido, el usted y el yo, desde el sentido más abstracto, cuando se relacionan forman el otro, la alteridad, que gracias a las muchas posibilidades de ser, en cuanto a los antecedentes hereditarios, a las costumbres de la época, a los gustos y la necesidades del momento, a los sueños de ser otro, en otro momento; son las muchas expectativas que se encargan de definir y construir a ese otro, enlazado tan sutilmente por la empatía que tiene con el otro, cuando se ve reflejado en él. Esa mirada particular, que se da por la necesidad de ser el otro, en el caso de las estudiantes, desde el dato, se muestran cuando se quieren parecer a ese otro, “pero es que buscamos la forma de llegar a tener esos cuerpos como las modelos y todas esas mujeres que muestran a diario en la publicidad y en la televisión” (G2CB-E4-2); por la necesidad de ser reconocidas, no solo por los mismos sino por la sociedad a la que pertenecen, en el batallar permanente entre el yo individual y el yo social, que es al que quieren alcanzar, el reflejo del espejo.

Así cuando se exteriorizan las frustraciones: “tenemos un cuerpo un poquito más feito” (G6AME6-2); cuando sienten envidia: esas modelos, a todas las arreglan con photo shop” (G6AM-E2-3)); cuando critican: “ellas no son perfectas, pero igual se ven hermosas”(G6AM-E2-4); “lo que tiene es postizo, no es de ellas” (G4PG-E4-

5); cuando desean: “uno siempre es buscando quedar igual que ellas” (G6AM-E3-13). Cada una de estas apreciaciones manifiesta la empatía que se logra con la mirada del otro. En donde el yo y el usted constituyen el eje central, de una hechura frágil consolidada en las rutinas y modos de percepción que constituyen la relación entre los unos y los otros, estas pensamientos, corroboran la existencia de los imaginarios de mujer, que evoca el urbanismo ciudadano, ver la ciudad de un modo diferente, en colectivo.

Gráfica 21: tríada base “Imaginarios culturales de mujer desde las vallas publicitarias” - tríada de sentido cuerpos y dobles



<sup>18</sup> Los colores señalan: en negro la tríada de las categorías del ser de Charles Sanders Peirce; en color rojo la tríada base de ciudad de Armando Silva; y en color naranja la tríada base de la investigación.

Las diferentes valoraciones que se le da al cuerpo como la moda, “No todas las modas son atrevidas” (G6AM-E1-9); las marcas, “siempre las escogen es prácticamente como para promover supuestamente una marca” (G2CBE1-3); lo que se exhibe como los senos, las nalgas, las sonrisas; “están mostrando ahí una sonrisa bonita y... todo...” (G2CB-E2-6); “las ponen así con esos culotes para que uno piense que así le va a quedar a uno” (G4PG-E2-8), son los referentes para la construcción de las distintas inspiraciones y funciones, “será que para eso nacimos, para mostrar ¿Qué opinan? (G4PG-E3-6). El cuerpo como objeto se muestra como la materia prima para la definición de gustos y necesidades del momento. Como lo enuncia Silva, “Hoy el cuerpo aparece como objeto de distintas inspiraciones y manipulaciones científicas y tecnológicas, pero también es meta de nuevas prácticas de comunicación”. (Silva, 2008).

La percepción colectiva sobre el cuerpo, es esa mirada ciudadana en la que la emoción, de quien mira, se inserta en el objeto mirado, la valla, es lo que permite el encuentro entre el sentir del ser (cuerpo), con la necesidad dibujada para ella, y se convierte justamente es eso, en necesidad, de expresar el deseo encarnado, su sentir, en la imitación para hacer parte del colectivo, todo ello permite que haya satisfacción en la imitación de algo que sabe quiere, pero que no sabe que ya lo actúa en medio de la colectividad. La relación de todas estas manifestaciones emotivas desde las vallas publicitarias hace posible el tejido fino entre el inconsciente de la mujer sobre su cuerpo y la manera como lo expresa ante la sociedad.

Se trata entonces de reconocer en todos aquellos hechos estéticos, lo moldeado; el deseo que se convierte en asombro, porque hechiza, anestesia y se convierten en una proyección de ellos en sus cuerpos; con ellos se puede pensar en las afectaciones con respecto al ser, al pensar y al sentir. Lo manifiesta Silva en su teoría, en la que lo concluye y define así “una definición de *imaginario*: es un proceso psíquico perceptivo cuando lo entendemos motivado por el deseo y cuando lo que atendemos no es su representación ni su descarga satisfactoria sino una forma de aprehender el mundo”. (Silva, 2007, 91).

Esta forma de aprehender el mundo, ese hecho atrayente que permite que todavía nos asombremos con la realidad que aún no entendemos, pero que si se capta en las visiones particulares, no es otra cosa que la relación entre el pensamiento y la emoción, encarnada en el ser como lo subjetivo y en el conocimiento como lo concreto, bien lo relaciona Silva: “No es que yo piense el mundo distinto a como lo siento, sino que lo pienso como lo siento y lo siento como lo pienso”.<sup>19</sup>

El sentido del imaginario está incorporado en la representación, en el pensamiento, al cual le corresponde hacerse manifiesto a partir de los modos de ver del ciudadano. Son modos de ver que encarnan los deseos expresados en sus pensamientos, las cuales están expuestas en un abanico de posibilidades y de emociones dentro de la lógica de sus realidades.

“¿Y dónde está el cuerpo? El cuerpo junto a su evanescencia actual, se torna uno de los objetos más imaginados del mundo” (Silva, 2008:160) El cuerpo es sustituido cuando se observan los grandes anhelos existente sobre él, cuando se convierte en objeto deseado, y, que como tal, representa la proyección de una necesidad cuya finalidad es la de satisfacer, ejecutando todo aquello que le permita ser leído de acuerdo con las posibilidades de exposición, impuestas o no de cada ser, gracias a las nuevas tecnologías que en la actualidad, erigen esas realidades y esas necesidades concebidas y manifestadas en colectivo y en una construcción cultural, en las ideas y pensamientos de los ciudadanos, en este caso en las estudiantes.

---

<sup>19</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Ee9SefhdHes&feature=related> Tomado de video.

Gráfica 22: lo que soy, lo que veo, lo que deseo: la retórica del ser

LO QUE SOY, LO QUE VEO, LO QUE DESEO:

LA RETÓRICA DEL SER



Infograma que presenta el proyecto de investigación desde su comienzo, hasta la construcción de la tríada de sentido: cuerpos y dobles como los grandes imaginarios de mujer. Armando Silva como el teórico base de la investigación

Fuente: [http://www.taringa.net/posts/femme/13976224/El-espejo-amigo-o-enemigo\\_.html](http://www.taringa.net/posts/femme/13976224/El-espejo-amigo-o-enemigo_.html)

Teniendo en cuenta el estilo, la forma de actuar, el pensamiento, las formas de vida, y los escenarios de los habitantes, en los hallazgos de la investigación están inscritos en la interacción entre, el objeto y las vallas publicitarias, el ser de emoción. En los escenarios particulares, sean calles, centros comerciales o vitrinas, se recrean las ilusiones y necesidades insatisfechas de los habitantes.

Las vallas son consideradas como los lugares de deseos inconscientes, en las que reconocen sus símbolos, y a las que han de enfrentarse en la materialización de lo que piensan, lo que sienten y lo que son: “si yo tuviera un cuerpo así, uuffff...” (G4PG-E3-2); “siempre venden la ropa para la mujer de cuerpo perfecto” (G3CB-E6-7); “Pero pa’ que si uno no tiene el cuerpo de ellas” (G4PG-E1-15), son la manifestación de las ideas, de la construcción de sus realidades evidenciadas, que se expresan y son conducidas por los grandes mercados económicos, cuya pauta es la de generar nuevas formas de comunicación, que son también, el resultado de sus prácticas sociales.

Estas prácticas sociales son la derivación de las diferentes formas de construir ciudadanía, de la necesidad de identificarse creando en el colectivo las diferentes formas estéticas, las diferentes imágenes que representan su condición de pertenecer a la urbe, plasmando en sus acciones todas aquellos deseos, anhelos imaginarios inherentes al ser humano cuando se enfrenta al devenir de una sociedad seducida por los grandes emporios de comunicación, los cuales son el alimento y el pretexto para la construcción de ciudad, bien lo relaciona Silva,

En los archivos de los imaginarios se entiende de este modo, que el ser ciudadano se alimenta de saberes comprobados y referenciales, pero también de ilusiones, recuerdos, olvidos y quimeras (de ahí sus objetos imposibles), con los cuales, sin embargo, genera objetos y representaciones.” (Silva, 2007, P.40).

Representaciones que en el actuar del individuo, pasan a ser la encarnación del deseo, en sus diferentes formas de representación; en sus iras: “Piensan que por su belleza, su cuerpo bonito, siempre van a obtener lo que quieren” (G1CB-E-5); sus odios: “que se gana con tener un cuerpo bonito”(G4PG-E5-8); sus anhelos: “ A nosotras nos gustaría ser modelos” (G4PG-3-12), son las

representaciones de sus impresiones y diferentes expresiones de lo que hoy quieren ser, en un mañana.

Una de las formas privilegiadas por su condición visual, para la construcción de sus representaciones, son las vallas publicitarias, pues desde allí se mueven las diferentes miradas de los individuos buscando la representación de sus deseos y anhelos.

Cuando cualquier observador comunitario posa su mirada sobre el anuncio provocador y la desliza por lo prohibido, se genera un encuentro entre la representación (enunciación) y el “encuadre” del observador que hace coincidir la focalización enunciativa con el punto de vista del observador, y así se impregna un grupo social territorial de este registro: lo representado se vuelve objeto de goce o saber con el cual se identifica la mirada ciudadana comunitaria (Silva, 2007; 45).

Es claro entonces, que se observa no sólo la mirada deseante e inquisidora de cada ser, sino que también tendremos que prestar atención a aquella mirada evidente y sugerente que se encarga de argumentar que sus posturas sólo son parte de un paisaje que corresponde a la lectura de ciudad, ciudad imaginada.

Públicamente se crea una imagen tránsito entre una realidad social y el deseo encarnado del ser, como cuerpos y figuras evanescentes que muchas veces reaparecen como espejos móviles en la ciudad llena de ciudadanos espectadores inmersos en la necesidad del consumismo, y la cual permite que todas aquellas imaginerías se puedan hacer realidad. Estas habitantes, lo ven así: “Pero es que buscamos la forma de llegar a tener esos cuerpos como las modelos y todas esas mujeres que muestran a diario en la publicidad y en la televisión” (G2CBE-4-2)

Es así como, tomando a la realidad como el cuerpo, el cuerpo expuesto, y según Silva “como el más anhelado objeto del deseo, representado tanto en modos de agresión y exclusión como en cuanto a ser moldeador de lo deseante y liberador...” (Silva, p. 145, 2008), vemos como se construye bajo su propia invisibilidad y se convierte en la acotación perfecta para revelar el cuerpo real, el de todos los días. El nuestro.

Cuerpos contruidos según gustos y necesidades para desafiar, así lo refieren: “ se hacen muchas cirugías para aparentar más de lo que no son” (C1CB-E3), para conquistar: “y todos miran es a esa, y que hermosura, ay uno quiere llegar a ser como ella” (G2CBE2-4); producir sensaciones y cómodos status de poder, “creen que con el dinero van a arreglar todos sus problemas” (G1CB-E4); cuerpos saludables, “la belleza cuesta, hay que llevar una rutina dura” (G4PG-E4-7); y sexys: “siempre se ven insinuando, mostrando, sexys” (G5PG-E6-8). Todos ellos están ahí, para desatar deseos y liberar a esos fantasmas que permiten trascender el umbral de lo imaginado, de lo deseado, porque el hecho de que no se tenga lo que se desea no significa que no sea imaginado, la paradoja está en que el deseo, para que sea deseo, es que siga insatisfecho, y así lograr su objetivo frente a su imaginario, el cuerpo deseado.

Los ciudadanos hoy asisten a este gran performance<sup>20</sup> en el que se evidencia en todas sus manifestaciones, las necesidades personales, la construcción de una imagen deseada, y por la cual asumen lenguajes corporales como segundas pieles, incorporan a sus cuerpos todo aquello que las haga sentir mujeres deseadas, mujeres actuales y modernas, la silicona, el gimnasio, así lo ven y así lo manifiestan: “...no sé, cirugía,... lo que sea que haya que hacer” (C2CB-E2-4), o cualquier otro elementos que las haga sentir en un mundo deseado y en el cual han hecho que sus imaginarios existan en el mundo de la realidad. “y el photo shop, si porque... a menos que se haya mandado operar” (G3PG-E5-12).

El cuerpo se asume como, bien lo refiere Silva, “una página en blanco”, desconcertante, desafiante, en el cual no se sabe por dónde empezar a tallar, cuando son muchas las representaciones de deseo, con respecto a la línea de sus cuerpos, la moda y múltiples posibilidades más, como expresión de sus realidades de cuerpos deseados y en el cual se recrean en toda su dimensión, al lado de lo bello, bonito o hermoso que pueda llegar a ser: “con un cuerpo así,... una cara así,...o sea tener tanta belleza” (G4PG-E1-17); de lo voluptuoso o lo perfecto que pueda quedar, sin importar cuánto cueste, que tan arreglado quede como modelo

---

<sup>20</sup> **performance** [se pronuncia aproximadamente 'perfórmans'] s. f. Espectáculo representado en directo ante un público, en el que se combinan diferentes formas de expresión, como la danza, el teatro, la música, el cine y las artes plásticas; se realiza con espontaneidad e improvisación, y pretende provocar

perfecto: “Después de que uno tenga un cuerpo así, como esas viejas, que más...” (G4PG-E1-8), “ellas dejan de comer para poder tener ese cuerpo” (G4PG-E1-12), los imaginarios y miradas son los que se comportan como la articulación entre ese deseo encarnando y las muchas posibilidades que se presentan para dibujar sus terceridades, sus imaginarios.

Presenciamos en ocasiones que la realidad de cuerpo de mujer, se construye en un entorno de ciudad ostentado desde las vallas publicitarias, cuerpos “moldeados por lo deseante y liberador” (Silva, 2008), proyectados y modificados permanentemente de acuerdo a las exaltaciones de mujer, que en ese momento esté permeando el pensamiento de mujer imaginada, mujer ciudad, o mujer deseada expuesta y considerada dentro de sus manifestaciones figuradas (simbólicas), imágenes o facsímiles de ellas, modelos perfectos, expuestas ante la mirada de los transeúntes y que quedan atrapadas en las percepciones de los otros, como deseo inconsciente, que permanentemente mueve a la necesidad de ser igual para sentirse libre: “Pero no en si ellas, sino lo que quieren mostrar, sintiéndose libres” (G4PG\_E2-13), “La cara de ellas es parecida a la libertad” (G4PG\_E2-13), es por eso que lo arregla y cuida, lo moldea, deja de comer: “Muchas van a los gimnasios a hacer ejercicios para tener una figura esbelta” (G4PG-E2-15), “se vuelven anoréxicas, prácticamente por cuidarse la figura” (G4PG-E3-15), lo exhibe, posa, se atreve: “y ni hablar de las poses son prácticamente sin ropa, son atrevidas” (G3PG-E4-1), “Sí, ... uno trata de hacer la misma pose” (G3PG-E4-8).

En el mismo sentido y con la intención de ser libres es como se trabaja con la inmediatez, el obrar en libertad, el hueco, según Ortiz-Osés, el *hiasus*, sutil fondo que nunca revela que estamos inmersos en construcciones sociales, mediaciones, la cultura, que se manifiesta en ese obrar impulsivo y apasionado de querer ser otra.

Junto al fenómeno de lo moldeador y lo deseante, surgen los miedos también como punto de vista urbano necesario, por representar aquellas percepciones inherentes al ser, que insinúan temores de lo que puede suceder al querer

concretar sus deseos. Las cirugías, lo que enferma, lo que mata, lo que engorda o lo feo sencillamente, son las representaciones fantasmagóricas presentes en la obtención del cuerpo perfecto. Estos como categoría urbana, están presentes en cada referente de cuerpo y sus representaciones no dejaron de ser encarnados en el temor de enfrentarse a esas amenazas, que son y seguirán siendo construcciones sociales. Sin embargo en los registros del dato, no se presenta suficiente información como para incluir dentro del imaginario de miedos. Sólo uno en el que se manifiesta lo siguiente: “sin darse cuenta que es un peligro, se someten a cirugías” (C2CB-E5-1). El dato no es relevante.

Pero se puede apreciar la envergadura del problema, cuando a diario se reportan a través de los medios de comunicación, gran cantidad de casos de mujeres que se han visto afectadas por cirugías estéticas mal hechas, y aún más delicado todavía, cirugías realizadas por personas que no están autorizadas para realizar este tipo de trabajo. “Luis Fernando Botero Gutiérrez, presidente de la Sociedad Antioqueña de Cirugía Plástica, pidió que se realizara un seguimiento a las prácticas irregulares en este campo, especialmente a la Seccional de Salud de Antioquia, aplicar las medidas de control necesarias y hacer seguimiento a los casos que en repetidas ocasiones han sido denunciados”. Todos estos referentes pueden aplicar para entender el porqué en algunos casos se manifiesta el miedo, con respecto a la hechura que se puede hacer del cuerpo por medio de una cirugía plástica.

Todas estas manifestaciones sobre el cuerpo se convierten en razones sociales inconscientes de lo liberador, prácticas repetidas en una exposición permanente del cuerpo, sirviendo estas como sujeción entre lo deseado y lo explícito, parámetros generales, que se leen como ejemplos de libertad, de seguridad, en individuos tentados por el comercio y la exigencia de imágenes seductoras con extremados conceptos de libertad, de liberación de espíritus y de seres; ésta, una apariencia aplicada por muchos con el ánimo de sentir la libertad que ellas manifiestan.

Y... esta exposición permanente del cuerpo se observa en el doble, grandes máquinas que fabrican productos inmateriales que prometen cambios hacia el futuro, que permiten seguir soñando gracias a su gran dimensión.

Los imaginarios del doble provienen de un mundo cada vez más hecho de recintos mentales, espacio donde convergen la inteligencia colectiva y la economía del conocimiento, donde los productos de la inteligencia en una sociedad dominada por el conocimiento como derechos de autor, licencias y patentes representan grandes flujos de capital en ascenso y así el trabajo cambia de naturaleza al hacerse cada vez más creativo, intelectual, relacional y virtual y por lo tanto más implicado en la máquina como su más poderoso doble<sup>21</sup>

En él se encarnan los deseos y los fantasmas de los ciudadanos, son grandes sistemas de comunicación, revistas, televisión, vallas publicitarias; lo mediático, los cuales confieren sus espacios para permitir las imágenes de la globalización, en las cuales hacen manifiesta la desmitificación del cuerpo, permitiendo dibujar, según Silva, “cuerpos de mujer desde el sexo y para él”. Imitaciones de cuerpos de mujer imaginada y deseada. Sus dobles”.

Esta transformación del cuerpo permite ser el gran terreno abonado y facilitado para convertirse en enriquecida mercancía de consumo. Se tornan cuerpos desafiantes ataviados de belleza gracias al cuidado que les permite el gran eje comercial, sólo es apostar a lo que se necesita para que el comercio lo brinde. Cuerpos moldeados meticulosamente por un bisturí, maquillajes con productos de belleza que logran cubrir o modificar lo tenido por lo deseado, cuerpos asistidos y adornados que sirven para todo; destapan, lucen, venden, adornan y promocionan, todos son cuerpos inventados. “Muchas mujeres para tener ese cuerpo se someten a cirugías” (G2CB5-1), “No sé por qué pero siempre a las mujeres las cogen como objeto sexual” (G2CB-E2-2), “Siempre llevan manillas grandes, grandes accesorios para adornar lo que están mostrando” (G6AM-E1-10), “Y no solamente cintura, la

---

<sup>21</sup> Recuperado el 6 de agosto de 2012: <http://www.revistalambre.com/ArticulosMuestra.asp?Id=8>.

ropa, las poses, como las maquillan...” (G4PG-E1-11). Ese doble inventado y que se representa en las vallas publicitarias, tan hermosamente elaborados, desarrollan otro lenguaje, un lenguaje producto de la excitación de los sentidos, del deseo, de lo anhelado, un estado que produce un desorden de ideas que son convertidas en necesidad. El delirio se manifiesta entonces, “como la expansión controlada de lo imaginario que invade y somete la realidad”

Además el sexo, también se ha convertido en la excusa para satisfacer necesidades y construir fantasías, se encuentran cuerpos etéreos carentes de sentimientos, pero que si se desea a la medida, a la medida se tienen: “ellas son muy lindas y todo, pero algo deben tener arreglado, porque perfecto no hay nadie” (G3PG-E2-13), bien lo refiere Silva, “No obstante ser el sexo lo más publicitado y constituirse en el principal estímulo para iniciar una vida de sacrificios corporales para estar siempre seductores, es el mismo sexo el órgano más excluido de este conjunto urbano por una civilización limpia y productiva” (Silva 2008; 99). Estos cuerpos sexuales, semi-desnudos, que cautivan se han convertido en las vitrinas aprobadas como espectáculos públicos, que permiten la construcción de realidades, que incitan y desafían a ganar cuerpos que las muestran como mujeres, no atrevidas, sino modernas; mujeres encarnadas en las modelos de las vallas publicitarias, en donde estarán siempre como la pantalla que es observada y a la que se le mira como al espejo, en donde se ve a sí misma como el reflejo de lo que quiere ser.

Siendo consecuente con los resultados encontrados en la presente investigación, y aplicando las categorías conceptuales; los cuerpos como el objeto deseado, como el objeto modelador de lo deseante, así como constructor de miedos, siguen siendo el imaginario real en el tiempo indeterminado de los imaginarios de las estudiantes, es, y será el objeto de deseo, de inspiración y de aspiración, el que se somete, se excluye y se concluye, el sensual y el sexual, centro de cada mirada, de cada ser que en su errar por el mundo va asumiendo y subjetivando para así nuevamente exteriorizar, cuando sea necesario, como deseo en el colectivo, en la ciudad, obedeciendo a sus percepciones como seres

sociales, presente en una colectividad en donde los deseos, los anhelos y las frustraciones son las construcciones estéticas de lo siempre imaginado. El cuerpo.

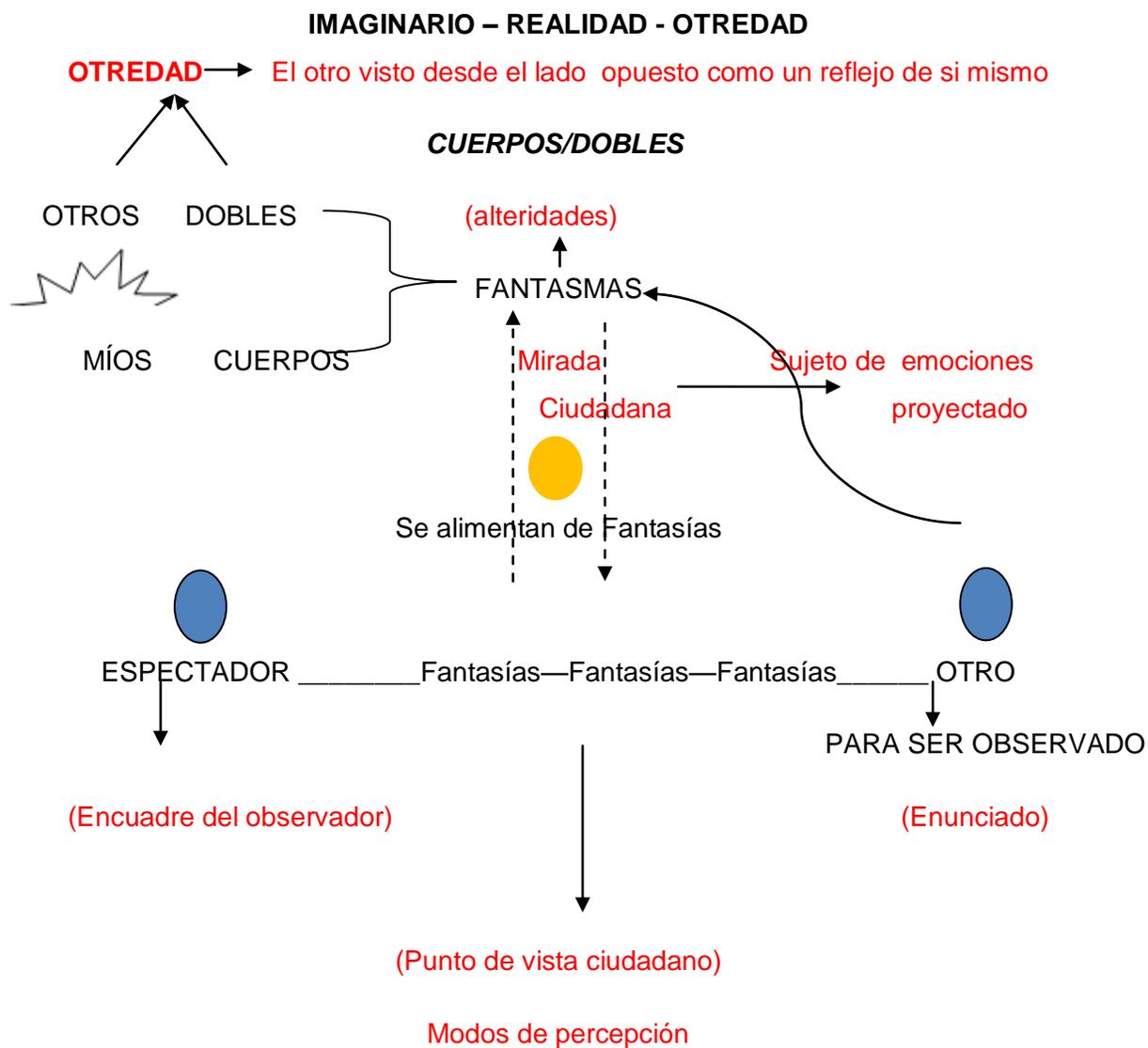
Confrontar los resultados arrojados en la investigación, con las realidades circundantes de los ciudadanos, con su devenir en el espacio y el tiempo, con sus sueños y sus realidades, con el descubrimiento de que en lo que ve, visualiza una amplia gama de posibilidades de poder ser, en donde se identifica con las muchas, sin desconocer que dentro de esa existe el yo particular, y desde el cual emerge nuevamente la posibilidad de ser él, inmerso en un colectivo en donde nunca dejará de pertenecer a la alteridad; su propio yo.

No importan cuan inmersos o evadidos estemos en la sociedad, somos seres humanos que asistimos a la construcción permanente de la misma, somos seres sociales convividos por el devenir de las formas y los deseos de ciudad, piloteados estos por grandes maestros que se encargan de alimentar esos deseos y esas necesidades, son sujetos constructores de nuevos signos de lo público, en el trasegar de un colectivo que establece, de acuerdo a sus necesidades e intereses sociales, en dónde y en qué momento, la misma sociedad puede librar sus propias luchas éticas y educativas.

Las vallas publicitarias son entonces los lugares de la contemporaneidad, y de lo mediático, desde donde se produce asombro, asombro introyectado en deseo encarnado, en imaginario de cuerpo de mujer, como categoría de asombro social, como hecho presente en acciones a favor de aparatos de interés público. Aparatos que pueden tomar parte en la construcción de un colectivo que favorezca, no solo la imagen de mujer como mujer, sino como ser social formado en intereses que favorezcan lo individual, lo público, lo urbano, lo social.

Desde las vallas publicitarias y desde el cuerpo de la mujer y su reflejo, su doble, se pueden construir signos de ciudad que hablen de una conciencia social enriquecida, que impresione a los seres sociales, y que ese nuevo imaginario o realidad construida, impregne los espacios de ciudades reales, aportando sólidos cimientos educativos como tácticas para la construcción de la ciudad imaginada.

Gráfico 23: estructura de la Tríada de sentido:

**EVOCA – ENCUADRA - CONSTRUYE**

Fuente: creación propia

Concluyendo esta trayectoria, y con el afán por abordar la realidad social, desde lo intangible, objetivo de las ciencias sociales, hoy se ha logrado concretar, luego de un largo camino, que empezó en un lugar de encuentros y desencuentros, de

intenciones y de expectativas cifradas en las propuestas teóricas de Charles Sanders Peirce, Armando Silva, Marc Augé, y Andrés Ortiz-Osés, en una búsqueda laboriosa por revelar el espejo de las percepciones, de lo experimentado, de lo representado, y con la pretensión de crear cultura, el imaginario.

Hoy ésta forma de crear cultura también se construye en un acontecer de nuevas dimensiones fundamentadas en el ser, en el ser de emoción, de acción y de deseo, dimensiones que son cimentadas en la construcción de un fenómeno urbano.

La clave está en las muchas miradas que se tienen sobre la ciudad, sobre lo urbano, todas cifradas en los muchos componentes que hacen parte del espacio. La fundamentación de éstas miradas ciudadanas articula el material social, simbólico urbano, en los imaginarios que se consolidan a partir de las diferentes circunscripciones que se hace de cada uno de los instantes que hacen parte del devenir urbano en un tiempo sin tiempo, es decir estuvo, está y estará presente en cada acontecer desde las muchas y diferentes miradas ciudadanas.

Cada una de ellas se sitúa en lugares señalados, en la búsqueda del otro y, este imaginario urbano, con el tema como excusa “Imaginario de mujer desde las vallas publicitarias” logra concretar esa simbiosis entre lo urbano y la ciudad para ratificar ese imaginario de mujer.

Con los resultados arrojados por las estudiantes, la manifestación de sus pensamientos, dan cuenta de un imaginario cultural que se puede condensar en una gran tríada de sentido: los cuerpos y los dobles, datos condensados en la propuesta teórica de Armando Silva, cuando habla de cuerpos, como el objeto deseado, como el cuerpo moldeador de lo deseante, en sus múltiples posibilidades desde lo hermoso y bello hasta lo feo que puede llegar a ser, como el objeto arreglado inspirador de muchas necesidades y deseos y, con el cual se atreve a lucir, a mostrar a cuidar, y hasta llegar a tener miedo, el miedo a quedar feas, a la muerte o sencillamente al hecho de que se engorde o se enferme, todos estos pensamientos viven la ciudad y permiten dar respuesta al porqué de las acciones de los sujetos sociales, las estudiantes en este caso.

Estos pensamientos no se cuestiona solo existen, se suponen naturales y por supuesto integrados en el sentido común de las estudiantes, que actúan bajo formas y situaciones distintas, pero siempre construidas en el colectivo social. En este sentido, Silva afirma que: “En este caso hablaríamos con legitimidad de las imágenes imaginadas que no poseen tanto un soporte físico, sino que obedecen a una construcción social” (Silva, 1992, p. 284)

Asimismo se descubre al doble, como el segundo gran imaginario que arrojo el resultado de la investigación, haciendo este referencia a lo mediático, a la respuesta social del momento, a lo contemporáneo, en donde el cuerpo se constituye en objeto de exhibición, de deseo, el que es utilizado para engañar, para vender, mostrar y promocionar, es el espacio por excelencia utilizado para que los demás miren. Estas imágenes mentales que se adquieren a través de las vallas se constituyen en lo real en el individuo, son sociales y se interponen en la vida práctica social constitutiva de lo cultural y de la vida de las estudiantes.

De igual manera el concepto sexo, arrojado por las estudiantes y, presente en las vallas publicitarias cumple la función de persuadir, de construir imágenes que invitan a la exhibición, presente en el cuerpo que excita, que tapa, que cautiva, el atrevido, el desnudo o semidesnudo, se presenta como imágenes que seducen y tienen la capacidad de influir sobre las prácticas sociales que sirven para crear guías para la acción. Cada una de las imágenes mentales de las estudiantes se leen de esa forma, como el imaginario que se mantiene y las invita a actuar de formas similares a las presentes en las vallas, las cuales crean un tejido de complicidad entre ésta y el usuario estudiante.

Ahora, con respecto a la mirada que se dirige al otro, las mismas estudiantes crean esa imagen reflejo de sus propias emociones y angustias, en ellas ven el deseo de ser, reflejado en esas mamparas que se constituyen en el medio perfecto para pensar en ellas mismas y la imagen que se hacen de esa otra mujer deseada. Construcciones que se transforman para convertirse en mujeres fantasmas, en un mundo social, en el espacio urbano que las edifica y por las cuales los comportamientos y formas de actuar que se ven modificados.

En consecuencia las estudiantes descubren en el otro, las múltiples imágenes que ve de ella, en la otra. Observa una composición variada de las múltiples visiones de ella misma, en ese otro en el cual ella misma está incluida para llamar, el nosotras. Ese otro se encarna en las estudiantes y desde ellas se pueden leer las muy diversas actitudes para manifestar sus emociones, sus deseos, odios e ilusiones. Podemos verlo en las palabras de Silva cuando se refiere a la vitrina, que para este caso sería la valla publicitaria:

La vitrina es una ventana. En ella construimos un espacio para que los demás nos miren, pero también miramos a través de ella. Y aún más, de la manera como nos miran podemos comprender cómo nos proyectamos, y de la forma como la vitrina se proyecta podemos entender cómo dispone ser vista. De la manera como la vitrina se constituye en un juego de miradas, unos que muestran, otros que ven, unos que miran como los ven, otros que se ven sin saber que son vistos. (Silva, 1992, p. 64 y ss.)

Cuando se observa en las estudiantes el deseo por verse como ellas...ponerse lo que se ponen ellas, comprar la ropa que usan ellas para verse igual que ellas, el tener el sentimiento de libertad y de poder al tener el dinero que las hace tan famosas, son algunas de las muchas reflexiones que se convierten en lo cultural y que emergen de los discursos, que a diario y en momento dado dejan ver esos fenómenos superpuestos que dependen de un momento histórico, de un momento mediático, para la construcción de un símbolo social, a diario construido por las vallas publicitarias, desde donde se construye la ciudad imaginada entre el observador y el objeto observado, en donde esa relación permite que se cree la alteridad entre lo social, lo urbano y el otro, la otra mirada; la mirada entre el individuo, el colectivo y la mirada de sí mismo en la que encuentra la apariencia del otro.

La afinidad conceptual entre los teóricos presentes en la investigación, permiten reconocer a través del sutil velo de la retórica el concepto de la otredad en los siguientes términos: “Lacan” Yo estoy allá donde yo no pienso, yo pienso donde no estoy, en donde se refiere al inconsciente, pero visto de manera cercana lo podemos ver como la otredad, en el otro lugar, el inconsciente; para “Silva” No es

que piense el mundo distinto a como lo siento, sino que lo pienso como lo siento y lo siento como lo pienso, fácilmente refiriéndose al espejo, al reflejo de si, y que es tan difícil de reconocer en el otro proyectado; para Augé, El si mismo y el otro (algún otro y el mismo) o que no es ni el sí mismo ni ningún otro; refiriéndose a la otredad. Respuestas similares para llama a las contestaciones innatas en el ser, presente en los comportamientos reflejos de que a diario simbolizan en lo social, lo cultural, en los cuerpos imaginados, **objeto de ensoñaciones y deseos** en las ciudades imaginadas.

---

## CONCLUSIONES

---

La pregunta de investigación ¿Qué índices de imaginarios culturales de la mujer, consumen las niñas entre 12 y 16 años de edad del colegio Héctor Ángel Arcila, desde las vallas publicitarias?, fue la plataforma para desarrollar un proceso investigativo, en donde se dio respuesta a hallazgos sugestivos a cerca del imaginario cultural de mujer desde las vallas publicitarias.

La pregunta delimita perfectamente el objeto y alcance del estudio. Vallas publicitarias e imaginario cultural de mujer. De esta manera se avanzó hacia el imaginario de mujer encarnado en las ciudadanas, estudiantes, en este caso las niñas entre 12 y 16 años de edad del Héctor Ángel Arcila.

Los conceptos utilizados para este estudio; categorías del ser; Primeridad, Segundidad y Terceridad de Peirce; Los imaginarios de ciudad, desde el punto de vista ciudadano y la mirada ciudadana de Silva; el concepto de otredad de Augé y el concepto de lo cultural por Ortiz-Osés, constituyeron el pilar fundamental para encontrar el imaginario cultural de mujer. Cada uno de ellos participó con el hilo conductor necesario para trenzar este imaginario, cada concepto teórico es inherente en esta construcción. No hay ciudad sin miradas, no hay miradas sin el otro y el otro no esta, sino hay cultura.

El haber estudiado estos fundamentos teóricos, permitieron revelar que el imaginario de mujer se construye día a día, según el contexto y las necesidades particulares de cada una de las mujeres que observa una valla publicitaria. Esta imagen cultural es pensada, trabajada, elaborada, a través o por medio de un lenguaje nacido en lo profundo del ser, y que se exterioriza por medio de las

muchas interpretaciones que se tengan del mundo, que es a lo que llama Ortiz-Osés, “la cultura que especifica al hombre, que se instala en el Hiatus, entre la realidad y nosotras, el hueco” (Ortiz-Osés, 1989, 147).

Siendo así, si hay un imaginario cultural de mujer desde las vallas publicitarias, que solo es encarnado en el momento que ella, la mujer lo quiera hacer suyo, y lo haga evidente a través de sus gustos y necesidades. Llámese esta, moda, cuerpos, cirugías, modelos. Es constatado perfectamente en el dato cuando ellas, las estudiantes lo refieren así con respecto al cuerpo: “incitando a uno a tener el cuerpo perfecto” (G3CB-E1-6), “si yo tuviera un cuerpo así uuufff” (G4PG-E3-2), “al hombre lo cautiva por su cuerpo y su belleza; o si hablamos de belleza: “la belleza cuesta, hay que llevar una rutina dura” (G4PG-E4-7), con un cuerpo así, una cara así,...o sea tener tanta belleza...(G4PG-E1-17), porque le vio la cola a aquella muy bonita (G2CB-E2-8), “ellas son muy lindas, pero algo deben tener arreglado, porque perfecto ni hay nadie” (G3PG-E2-13), “siempre tratamos de imitar las poses” (G3PG-E6-9), “las modelos de hoy en día cuidan mucho su cuerpo” (G1CB-E2-10).

Y... cuando hablamos de los dobles, siempre presentes en la interactividad, los medios de comunicación nos venden una mujer perfecta; lo refieren de esta manera: “la publicidad, los medios de comunicación nos venden siempre una mujer perfecta, divina 90-60-90” (G2CB-E1-4), “o para abrir más publicidad, para utilizar tus fotos, tu cara, tu cuerpo, tu rostro en cosas que uno, no piensan que van...” (G1CB-E2-5), “uno nunca va a ver en una propaganda a una mujer fea” (G2CB-E1-4), “en las revistas salen totalmente desnudas” (G4PG-E4-2), “exhiben todos los productos que salen a la venta” (G1CB-E2).

Cuando se habla de cuerpo necesariamente se involucra el adjetivo sexy, y ellas lo refieren así: “ven a la mujer como un objeto sexual” (G2CB-E3-7), “las mujeres son tan... somos tan sexys” (G3CB-E5-6), “tiene una pose muy sensual” (G5PG-E5-3), “las llevan a prostituirse a vender su cuerpo” (G1CB-E3).

Son apreciaciones de mujer cuando se refieren a: “A parte de mostrarnos a una mujer perfecta en una revista o televisión, siempre nos muestran esa vida como

algo inalcanzable” (G2CB-E2-5), “tipo, o sea, tipo mujer perfecta, la mujer que todas quisiéramos ser” (G2CB-E1), “a la mujer nos va a cautivar exactamente por lo mismo o sea, vemos la mujer que queremos ser, a la que esta cautivando al hombre” (G3PG-E1-13), “ estas cosas nos llevan sss... a como decíamos, al prototipo de mujer que uno tiene que ser” (G3PG-E1-18).

Cada uno de estos hallazgos, nos permite ver como el imaginario cultural se va estableciendo en la medida que se van posicionando las representaciones de mujer, de modas, o necesidades de consumismo en momentos puntuales, esta es la manera como se va creando cultura, en donde cada sujeto, con cada mirada ciudadana, va creando las imágenes visuales que alimentan a ese sujeto de emociones, el cual se ve proyectado en el otro, la valla objeto de construcciones culturales y sociales. Todos modos de percepción de ciudad, de ser, de mujer imaginada, mujer hecha a la medida, con sus formas perfectas, ya sea logrado por medio de cirugías, o como lo hace la publicidad con photo shop, maquillaje, accesorios, poses, modas y otros recursos que inventan a esa mujer perfecta.

El haber estudiado las propuestas de Silva, facilitó la lectura de los imaginarios de las estudiantes, se pudo observar que desde las vallas publicitarias, las miradas escudriñadoras se convierten en colectivo de ciudad; miradas evocadoras como puntos de vista ciudadano, colectivos desde los cuales se puede apreciar que desde allí se eligen comportamientos y asumen gustos, para marcar y hacer evidente el velo sutil que subyace en el ser y, que finamente se convierte en actos culturales, hechos a la medida en la forma, en el tiempo y en el espacio. Los contextualizan, los convierten en esas segundas pieles (Silva 2008), miradas ciudadanas que son llevadas en sus propios cuerpos como si fueran la valla misma. Lo asumen, es decir, la comunicabilidad presente en las vallas publicitarias es un canal de acceso efectivo para modificar conductas y afectos, por lo mismo, deben ser aprovechadas para la construcción de ciudad desde el contexto educativo.

El documento de Silva, Imaginarios globales: cuerpos, miedos y dobles permitió una aproximación cultural de los dos grandes conceptos que se manejan no solo en lo local, sino también en lo internacional, pues su recorrido a través de los estudios

realizados en Ciudades imaginadas, así lo registran, es decir el lugar común entre muchas son los cuerpos y los dobles, siendo estas construcciones ocasionadas gracias a la tecnología, los medios, la ciencia, visiones particulares de mujer creada en sus inconscientes y que son exteriorizados gracias a las necesidades o propuestas de los grandes entes económicos cuya única preocupación es vender, y vender sobre la vitrina mujer.

El gran aporte y fortaleza que me permitieron los teóricos abordados en la investigación, fueron los que me permitieron tener una visión general del camino que debía recorrer, para lograr el análisis de los hallazgos y los resultados de los mismos.

Este primer recorrido en cuanto al imaginario cultural de mujer, es un primer paso, se puede continuar investigando sobre este tema, ya con bases sólidas, nuevas sendas que permitan seguir construyendo los imaginarios culturales de mujer en la historia. Cada una de estas mujeres es intérprete, y solo ella exteriorizando ese submundo que hay al interior de su ser, permitirá seguir construyendo los imaginarios culturales de mujer, es decir, leer en un pasado y construir en un presente a las mujeres deseadas, e imaginadas, en el continuo devenir del tiempo en la ciudad y los ciudadanos.

En este punto nace una nueva propuesta, recuperarse la mirada ciudadana de la mujer desde la mujer y durante un lapso largo de tiempo, para reconocer en cada generación cual es la construcción de mujer que se tuvo, poder observar que tan disímiles u homogéneas pueden ser las imágenes de mujer, saber si la mirada llega a ser inmutable; develar los imaginarios pasados de mujer como una línea en el tiempo con sus gustos y necesidades, voluptuosidades, gordas deseadas y copiadas, o delgadeces, sin la silicona que hoy día marca la pauta para hacer de la mujer, una mujer deseada, la mujer imaginada durante la historia.

Ahora, abordando la comunicación y la educación como procesos de transformación de cultura, se atiende en ellas el interés por buscar nuevas formas dinámicas de educar, que en la cotidianidad, produzcan cambios en las

estructuras sociales y económicas, destacando de estas, lo realmente significativo, y es la posibilidad de manipularlas cuando se concretan y se producen.

Todas estas formas dinámicas de producir cultura, crean nuevos entornos, nuevos usuarios, nuevas formas de interacción entre quienes producen mensajes y quienes reciben esos mensajes, como comunicación interactiva, en este caso particular, la que nos interesa son las vallas publicitarias.

Estas siguen siendo las pantallas desde las cuales se puede crear cultura, y desde donde se pueden observar nuevas formas de comportamientos sociales, de transformación cultural y de modernización, todas características de la contemporaneidad.

Asumiendo esta posibilidad como herramienta o canal de acceso a la información se pueden convertir en nuevas estructuras y canales para dar forma, registrar y difundir contenidos. Vallas diseñadas con características bien definidas como la interactividad, la innovación, la permanencia, la calidad de imágenes, la interconexión y las múltiples posibilidades de manejar información adecuada, con contenidos definidos y transmitidos en un tiempo real. La posibilidad de crear mensajes con contenido educativo desde estas pantallas solo tendría un fin último, el de educar.

Educar en la lectura de las imágenes, de los íconos, signos y símbolos, que en la cotidianidad interactúan, ellos, sujetos y pantallas, revelan, muestran, informan, se leen mensajes diseñados por autores con fines propios. Debemos aprovechar, para que este tipo de comunicación, desde las pantallas, se convierta en comunicación educativa, más aún si es la mujer quien lleva el mensaje, que se rescaten en ella valores que han sido ocultados detrás del consumismo, del escaparate en que ha convertido para la seducción en formas de mujer objeto, hablo de valores como la dulzura, la ternura, la real feminidad, la cultura y la mujer, mujer trabajadora, mujer femenina, mujer hermosa.

---

## REFLEXIONES FINALES

---

Y... que me queda de esta dedicada tarea, las experiencias, que en el acontecer de la vida se viven, pocas son las que imprimen marcas sutiles que permanecen en el tiempo como sellos imborrables, una de ellas, en mi vida académica, fue el paso por la maestría en Comunicación Educativa.

Las nuevas perspectivas, los nuevos conocimientos, las nuevas visiones que frente a la vida hoy tengo, han hecho de mi un ser humano fortalecido en conocimientos que me permite crecer en el ámbito laboral, social y académico.

La mirada vista desde tres, permite que los imaginarios hoy en mi vida sean las directrices para enfocar las diferentes miradas, puntos de vista ciudadanos, esos puntos de vista que en un antes, eran posiciones arraigadas y centradas en argumentos errados y amañados, hoy se han convertido en miradas holísticas, alimentadas de pensamientos analizados desde la mirada crítica.

La estructura diseñada o diseño curricular de la maestría, rica en pedagogía, lúdica, didáctica y ética, permite que todos aquellos que asumimos el reto de formarnos como investigadores, crezcamos en fortalezas como la capacidad de liderazgo, de asumir retos, de orientar procesos y sobre todo en la satisfacción de ser mejores profesionales.

El haber encontrado a grandes personas en mi camino, como lo fueron mis asesoras, mis profesores, siempre interesados en dejar la mejor huella en cada uno de sus pupilos; mis compañeros, en este cruce de caminos cada uno con sus fortalezas y sus valiosos aportes, conformamos un equipo de trabajo rico en

diversidad de pensamientos, **todos**, le dieron la coloratura necesaria para hacer de este grupo un rico pentagrama de totalidades.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

1. Augé, Marc. (1996). *El sentido de los otros*. Barcelona: Editorial Paidós.
2. Bedoya, Olga. y Leal T, C. (2008). Los sentidos de la comunicación educativa *Modos de ver II*. Centro de recursos informáticos y educativos.
3. Canales, M y Peinado, A. (1994). *Métodos y técnicas cualitativas de Investigación en ciencias sociales. Parte II*. Síntesis psicología. Capítulo II grupos de discusión.
4. Lévi-strauss, Claude. (1979). *Antropología estructural. Mito, sociedad, humanidades*: Siglo veintiuno editores.
5. López Cuétara José Miguel, «*Algunos conceptos filosóficos en Guillermo de Ockham*», *Verdad y vida*, Nº 232, 2001. Vol. 59.
6. Luhmann, N. (2000). La realidad de los medios de masas/*Die realitat der massen medien. La publicidad, capitulo 7.pp 66-64*. España: Arthropos.
7. Mayr, Franz, K. (1989). *La mitología occidental, Edición preparada por Andrés Ortiz-Osés*: Editorial del hombre Anthropos.
8. Merino J. A. *Historia de la filosofía franciscana*, Madrid. BAC 525, 1993, pp. 285-369].
9. Peirce, Charles Sanders. (1893). "El Icono, el Índice y el Símbolo". Traducción castellana de Sara Barrena. 2005 Fuente textual en CP2.274-308.

10. Platón. (2005). *Apología de Sócrates*. Traducción de Alejandro G. Vigo. Ed. 5: Ed. Universitaria los Clásicos.
11. Restrepo, Mariluz. (1993). "Ser Signo Interpretante, Filosofía de la Representación" de Charles S. Peirce.. Santa Fe de Bogotá. Pág. 147: Significantes de Papel.
12. Restrepo, Mariluz. (2010). "Representación, Relación Trádica", en el pensamiento de Charles S. Peirce. Pág. 272.
13. Silva, Armando. (1992). *Imaginarios Urbanos Bogotá y São Paulo: Cultura y comunicación urbana en América Latina*. Bogotá: Tercer mundo editores.
14. Silva, Armando. (1992). *Imaginarios Urbanos*. Bogotá D.C, Colombia: Arango Editores.
15. Silva, Armando. (2008). *Los imaginarios nos habitan*. Olacchi, Quito: Textos urbanos Volumen I, Impresión .
16. Silva, A. (2007). *Imaginarios Urbanos en América Latina: Urbanismos Ciudadanos*. Barcelona, España: Fundación Antoni Tàpies.
17. Silva, A. (2006). *Imaginarios urbanos, hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos*. Bogotá Colombia.
18. Silva, A. 2004. *Imaginarios urbanos, hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología*. Bogotá D. C, Colombia. : Convenio Andrés bello & universidad nacional de Colombia.

## BIBLIOGRAFÍA

---

1. Aravena, R. A. (2010). Sexualidad juvenil y explosión a riesgos sanitarios. *Una aproximación de los imaginarios sociales y el enfoque de género*. Revista observatorio de juventud nº 27 septiembre 2010. ISSN: 0718-3119.
2. Burgués, L. X y Suárez, R.M. (2009). Juventud y los imaginarios sexuales y reproductivos. *Revista Methodos* Nº9 agosto. ISSN: 1692-2875. Pp- 98-100.
3. Codeluppi, V. 2007. El papel social de la publicidad1/The social role of advertising. *Pensar la Publicidad*. 1(1), 149-155. Retrieved May 7, 2011, from ABI/INFORM Global. (Document ID: 1943626601).
4. Deslauries. J. P. (2004). *Investigación cualitativa*, guía práctica. Pereira Colombia: Editorial papiro.
5. García Canclini. (1989) *Culturas Híbridas*. México: Editorial Grijalbo.
6. García, N. 1995. Consumidores y ciudadanos. *Conflictos multiculturales de la globalización*. México D.F: Grijalbo S.A.
7. García, H. (1998). La publicidad como escenario educativo. *Revista Complutense de Educación*, volumen 9. Núm. 2, pp. 191-202. ISSN: 1130-2496.
8. Weeks, J. (1998). Sexualidad. Citado en la *revista observatorio de juventud nº 27 septiembre 2010*. ISSN: 0718-3119 México D.F: Editorial Paidós.

## WEB GRAFÍA

---

1. Por qué educar para la sexualidad.  
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-172105.html>. Recuperado el Septiembre 8 de 2011
2. Concepto de idea. - <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/idea>. Recuperado el día 5 de agosto de 2012.
3. Biografía de Descartes.  
[http://www.webdianoia.com/moderna/descartes/desc\\_bio.htm](http://www.webdianoia.com/moderna/descartes/desc_bio.htm) Recuperado el 25 de octubre de 2011.
4. Enciclopedia Americana / Encyclopedia Center.com.<http://www.e-torredebabel.com/Enciclopedia-Hispano-Americana/V3/Jorge-Berkeley-biografia-D-E-H-A.htm> Recuperado el 25 de octubre de 2011.
5. Immanuel Kant – Los filósofos – Tripod - <http://tanasartel.tripod.com/id9.html>  
Recuperado el 26 de octubre de 2011.
6. Georg Wilhelm Friedrich Hegel –  
<http://www.monografias.com/trabajos10/geor/geor.shtm> | Monografías  
Recuperado en octubre de 2011.
7. Biografía de Martín Heidegger – Biografía y vidas.  
- <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/h/heidegger.htm> . Recuperado el 25 de octubre de 2011

8. Entre la explosión informativa y la sombra digital.  
<http://www.revistaalambre.com/ArticulosMuestra.asp?id=8>. Recuperado en agosto de 2011

## FIGURAS

---

1. Lamentablemente ahora, igual que los grafitis, la mega-vallas publicitarias.  
<http://www.google.com.co/imgres?q=mujer+objeto&num=10&hl=es&biw=1163&bih=635&tbm=isch&tbnid=U8qwACPth05GaM:&imgrefurl=http://blogdelespeculiars.blogspot.com/2008/02/mujer-objeto.ht> Recuperado el 25 de julio de 2011.
2. [http://www.google.com.co/imgres?q=mujeres+en+vallas+publicitarias&start=155&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=OuF5OYVKIGxT\\_M:&imgrefurl=http](http://www.google.com.co/imgres?q=mujeres+en+vallas+publicitarias&start=155&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=OuF5OYVKIGxT_M:&imgrefurl=http)
3. [http://www.google.com.co/imgres?q=mujeres+en+vallas+publicitarias&start=155&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=OuF5OYVKIGxT\\_M:&imgrefurl=http](http://www.google.com.co/imgres?q=mujeres+en+vallas+publicitarias&start=155&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=OuF5OYVKIGxT_M:&imgrefurl=http) Recuperado el agosto de 2011
4. Victoria beckham for Roca Wear (taken eith instagram  
<http://www.google.com.co/imgres?q=roca+%26+wear&start=288&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=sr8HxJ3Fq5WCKM:&imgrefurl=http://v-magazine.tumblr.com/post/20595545167/victoria-beckham-for->  
 Recuperado en Julio de 2011
5. Tour de sloggi.  
[http://www.google.com.co/search?num=10&hl=es&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1280&bih=699&q=tour+de+sloggi&oq=tour+de+sloggi&gs\\_l=i](http://www.google.com.co/search?num=10&hl=es&site=imghp&tbm=isch&source=hp&biw=1280&bih=699&q=tour+de+sloggi&oq=tour+de+sloggi&gs_l=i)

mg.3...695994.702359.0.703354.14.9.0.5.5.0.238.1258.2j6j1.9.0...0.0...1ac.1.  
\_hT2KX9r0wA. Recuperado en julio de 2011.

6. TecnoEducaAst.

[http://www.google.com.co/imgres?q=VALLAS+publicitarias+de+mujeres+con+cerveza&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=FeH3z1Vf\\_jNIQM:&imgrefurl=http://tecnoeducaast.blogspot.com/2011\\_05\\_01\\_archive.html&docid=CEoNa4gxkR4dDM&imgurl=http://dawarg.blogab](http://www.google.com.co/imgres?q=VALLAS+publicitarias+de+mujeres+con+cerveza&num=10&hl=es&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbnid=FeH3z1Vf_jNIQM:&imgrefurl=http://tecnoeducaast.blogspot.com/2011_05_01_archive.html&docid=CEoNa4gxkR4dDM&imgurl=http://dawarg.blogab). Recuperado en julio de 2011.

7. Imágenes de grupos de discusión,

[http://www.google.com.co/search?hl=es&cp=31&gs\\_id=4f&xhr=t&q=imagenes+de+grupos+de+discusión&bav=on.2,or.r\\_gc.r\\_pw.r\\_qf.&biw=1280&bih=699&um=1&ie=UTF-8&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&](http://www.google.com.co/search?hl=es&cp=31&gs_id=4f&xhr=t&q=imagenes+de+grupos+de+discusión&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.r_qf.&biw=1280&bih=699&um=1&ie=UTF-8&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&). Recuperado el 6 de agosto de 2012.

8. Mujer frente al espejo. [alsurinforma.com/23/04/2010/sexoterapia-frente-al-espejo/](http://alsurinforma.com/23/04/2010/sexoterapia-frente-al-espejo/) (mujer frente al espejo). Recuperado el 12 de mayo de 2012, pág 232.

9. [http://www.elmundo.com/portal/vida/salud/concejo\\_de\\_medellin\\_alerto\\_sobre\\_los\\_casos\\_de\\_cirugias\\_esteticas\\_mal\\_realizadas\\_en\\_la\\_ciudad.php](http://www.elmundo.com/portal/vida/salud/concejo_de_medellin_alerto_sobre_los_casos_de_cirugias_esteticas_mal_realizadas_en_la_ciudad.php) recuperado el 28 de agosto de 2012

10. <http://www.revistaalambre.com/ArticulosMuestra.asp?id=8>. Recuperado el 12 de mayo de 2012

11. <http://www.revistaalambre.com/ArticulosMuestra.asp?id=8>. Recuperado 12 de mayo de 2012

12. [http://www.elmundo.com/portal/vida/salud/concejo\\_de\\_medellin\\_alerto\\_sobre\\_los\\_casos\\_de\\_cirugias\\_esteticas\\_mal\\_realizadas\\_en\\_la\\_ciudad.php](http://www.elmundo.com/portal/vida/salud/concejo_de_medellin_alerto_sobre_los_casos_de_cirugias_esteticas_mal_realizadas_en_la_ciudad.php) recuperado el 28 de agosto de 2012

13. Entre la explosión informativa y la sombra digital.  
<http://www.revistaalambre.com/ArticulosMuestra.asp?Id=8..> Recuperado el 12 de mayo de 2012
  
14. Base de datos ProQuest, en <http://search.proquest.com/>
  
15. Las figuras que fueron recuperadas por medio de fotografía en algunos centros comerciales Pereira, las relaciono con el número de pie de página respectivo, refiriéndome a la figura identificada con un número en específico.  
  
Pie de página No. 7  
Figura 2: centro comercial victoria  
Figura 4: Carrera 6ta con calle 14  
Figura 6: terminal Megabus, “El viajero”  
Figura 7: Avenida circunvalar  
  
Pie de página No. 8  
Figura 1: centro comercial Unicentro  
Figura 2: centro comercial Unicentro  
Figura 3: centro comercial Unicentro  
Figura 5: Centro comercial Victoria  
Figura 6: Centro comercial Victoria  
Figura 7: pasaje comercial Carrera 6 con calle 18  
Figura 9: Avenida sur  
  
Pie de página No.9  
Figura 1: centro comercial Unicentro  
Figura 2: Centro comercial Único – Dosquebradas  
Figura 3: Pasaje comercial carrera 6 con calle 18  
Figura 4: centro comercial Unicentro  
Figura 5: centro comercial Unicentro  
Figura 6: Pasaje comercial carrera 6 con calle 18  
Figura 7: Pasaje comercial carrera 6 con calle 18  
Figura 8: Centro comercial Único Dosquebradas  
Figura 9: Carrera 8va con calle 18.  
Figura 10: pasaje comercial Carrera 6 con calle 18  
Figura 11: centro comercial Único Dosquebradas  
Figura 12: Avenida 30 de agosto con carrera 50



