



Universidad
Zaragoza



Facultad de
Filosofía y Letras
Universidad Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Grado en Periodismo

LAS RELACIONES AFECTIVO-SEXUALES EN LAS REVISTAS FEMENINAS

Aproximación al discurso periodístico de *Elle* y *Cosmopolitan*

Autora

Rocío Durán Hermosilla

Director

José Luis Aliaga Jiménez

Facultad de Filosofía y Letras /Universidad de Zaragoza

Diciembre 2014

(2)

ÍNDICE

1. <u>Introducción</u>	4
1.1. Objetivos y metodología.....	4
1.2. Justificación.....	6
1.3. Breve estado de la cuestión.....	7
2. <u>Contexto histórico y social</u>	9
3. <u>Teoría de la construcción sociocultural del amor y del sexo (heterosexual)</u>	11
3.1. El mito de la supermujer.....	11
3.2. Una relación de dominio	13
3.3. El amor romántico.....	15
3.4. El ritual del amor	18
3.5. El mito de la monogamia.....	19
3.6. Ideologías sexuales y amorosas alternativas.....	21
3.7. Una verdadera revolución sexual.....	22
4. <u>Teoría de la comunicación y de las revistas femeninas</u>	25
5. <u>Análisis discursivo de las revistas femeninas</u>	29
5.1. Actos de habla imperativos.....	30
5.2. Encuestas, estudios y expertos.....	31
5.3. Decálogos, guías y señales.....	33
6. <u>Análisis semántico</u>	35
6.1. Las relaciones afectivo-sexuales.....	35
6.2. Los modelos de relaciones alternativas.....	38
6.3. La imagen feminista.....	40
7. <u>Conclusiones</u>	44
8. <u>Bibliografía</u>	47
9. <u>Anexo I: Relación de artículos seleccionados</u>	49

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objetivo y metodología

En el siguiente trabajo tratamos de aproximarnos a las estrategias discursivas y la semántica empleadas en los medios de comunicación, en concreto, en las revistas especializadas femeninas (dirigidas a mujeres). El tema nuclear del mismo se organiza en torno a la construcción de las relaciones afectivo-sexuales. El objetivo principal es contribuir a demostrar que estos medios de comunicación transmiten un ideario pernicioso para la liberación de la mujer y que, pese a la imagen de revistas "liberadas", encierran los mismos mecanismos y recursos de la ideología patriarcal.

Cada mes encontramos en el interior de las páginas de estas publicaciones o en sus páginas web artículos que instruyen y aleccionan a las mujeres sobre cómo comportarse durante una cita, sobre cuáles son las técnicas sexuales que más entusiasman o sobre cómo debe ser una relación afectiva saludable. Sin embargo, trataremos de evidenciar que todos sus contenidos responden a una ideología afectiva común, el amor romántico, un ideario organizado en torno a las diferencias de roles de género y consagrado por la fidelidad de la pareja monógama. De esta forma, todos aquellos modelos relationales alternativos contrarios al pensamiento hegémónico del patriarcado, como, pongamos por caso, el movimiento *swinger*, las relaciones abiertas o el amor libre no concurren en el panorama comunicativo.

A través del análisis de los artículos de las revistas especializadas femeninas *Elle* y *Cosmopolitan* constatamos algunos de los mecanismos discursivos y de la semántica empleada para construir un imaginario colectivo de las relaciones sentimentales que margina y esconde la globalidad de la capacidad amorosa y sexual del ser humano. Además, tratamos de demostrar si efectivamente estas revistas han integrado entre sus contenidos las reivindicaciones de la revolución sexual de la que tanto se enorgullecen.

Por lo tanto, el núcleo del trabajo consiste en el estudio de los mecanismos discursivos presente en estos artículos, tales como los actos de habla imperativos, el

manejo de las fuentes de la información, de los estudios y encuestas utilizadas para otorgar rigor, así como la organización de los artículos en forma de enumeraciones o decálogos. También analizamos los núcleos temáticos o semánticos más relevantes en torno a los cuales se organiza la cuestión que es objeto de análisis: el enfoque o punto de vista de las relaciones afectivo-sexuales predominantes; la integración de las citadas ideologías amorosas y sexuales alternativas y, por último, el estado actual del feminismo y sus diferentes ramificaciones teóricas dentro de estas revistas.

Así, contribuiremos a comprender hasta qué punto el periodismo especializado femenino mayoritario ha asimilado las reivindicaciones que la revolución sexual trató de desarrollar o si tan solo continúa reproduciendo la cultura patriarcal a través de los discursos de la modernidad.

Para poder analizar estos discursos es necesario, en primer lugar, realizar una sucinta aproximación a las teorías feministas sobre la revolución sexual y la construcción sociocultural del amor romántico. Nos detenemos en los aspectos que más tarde se analizarán como, por ejemplo, el modo en que este sistema relacional afecta a la mujer a través del mito de la supermujer; la relación de dominio y subordinación; la diferenciación entre la monogamia y la poligamia, así como las tendencias afectivo-sexuales alternativas y su necesaria integración en las expectativas relacionales de las personas para alcanzar una verdadera revolución sexual.

Este trabajo se ha centrado en las revistas especializadas porque son las más leídas por las mujeres, en un 46,9 % respecto de otros medios de comunicación, según la última ola del Estudio General de Medios (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación 2014). En concreto hemos elegido las revistas especializadas femeninas de alta gama, que son las más apropiadas para los temas nucleares del estudio. Además, están destinadas al rango de edad (de 25 a 45 años) que concentra a las mujeres que más revistas especializadas consumen. Hemos elegido las cabeceras de *Elle* y *Cosmopolitan* porque son las revistas especializadas femeninas con mayor penetración en la sociedad española según el Estudio General de Medios, 731 y 699 lectores, respectivamente, sobre un total de 11.337 lectores (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación 2014).

Estas revistas, en su formato en papel, tienen una frecuencia mensual, aunque hemos optado por seleccionar los artículos de la edición digital debido a la facilidad de

búsqueda de los datos en el corpus de trabajo. Asimismo, hemos decidido acotar la selección a los artículos incluidos en las secciones relacionadas con los temas nucleares del estudio y establecer un marco temporal que abarca los tres meses anteriores a la fase de redacción de este trabajo. Se exceptúan los artículos de la sección "Sex coaching" de la página web de *Elle*, cuyos artículos más recientes datan de julio del año 2011, porque caían plenamente dentro del objeto de estudio y debido también a que, a pesar de su distancia temporal, siguen plenamente accesibles.

En definitiva, nuestro análisis se centra en los recursos discursivos y semánticos empleados en determinadas secciones de las revistas especializadas de alta gama orientadas a la población femenina. Todo ello en el contexto de la relevancia de los medios de comunicación como agentes de socialización y difusores de información que median entre la realidad social y los individuos, de tal forma que transmiten, fomentan y priorizan determinadas concepciones del mundo, modelos de comportamiento y estereotipos que organizan la vida de las personas.

1.2 Justificación

En la actualidad, una buena parte de las mujeres occidentales ha asumido las reivindicaciones feministas y la mayoría de ellas se ha liberado de la dependencia económica del hombre. De esta forma, se observa que la mayoría de los universitarios son mujeres¹ y que las tasas de actividad entre sexos cada vez están más cerca², a pesar de la brecha estructural que subsiste entre uno y otro género en este punto, como en otros. Sin embargo, todavía se consideran inherentes a la mujer las responsabilidades relacionadas con la familia, así como la atención a las relaciones sociales, entre ellas, las afectivas. El estereotipo de la mujer como ser sensible en una eterna búsqueda vital por conseguir el amor verdadero sigue muy presente en todos los ámbitos de la cultura occidental.

1 Subdirección General de Coordinación y Seguimiento Universitario. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Curso 2013/2014. *Número total de estudiantes matriculados, por tipo de universidad, tipo de centro, sexo, ciclo y rama de enseñanza*. En http://www.educacion.gob.es/educabase/tabla.do?path=/Universitaria/Alumnado/Avance/2013-2014/CapituloI/I0/&file=AV13_mat_I1.px&type=pcaxis&L=0%3C;font%3E [consultado el 16 de noviembre de 2014].

2 Instituto Nacional de Estadística. *Análisis de la evolución reciente de la población activa en España. (Primer trimestre de 2011 a primer trimestre de 2014)*. En http://www.ine.es/inebaseDYN/epa30308/docs/evolucion_epa.pdf [consultado el 16 de noviembre de 2014].

Los medios de comunicación, por su parte, pueden ser una herramienta del cambio social, son los principales observadores de la realidad y deberían contribuir a mostrar y fomentar la equiparación de géneros, real y efectiva. Sin embargo, podemos observar en sus contenidos e informaciones que están lejos de guiarse por los ideales feministas (nos referimos, ahora en concreto, al tipo de publicaciones analizadas) y por lo tanto, continúan transmitiendo modelos de comportamiento propios del sistema patriarcal.

Por ello, de una parte, es preciso desenmascarar aquellas prácticas y actitudes que las revistas femeninas de alta gama consideran liberadoras y tratan de difundir entre sus lectoras. De otra, hay que abordar críticamente la tendencia a silenciar aquellas teorías sociales y científicas que promueven modelos de comportamiento alternativos que, efectivamente, supondrían un cambio real y un avance en la revolución sexual.

1.3 Breve estado de la cuestión

El trabajo se centrará, como ya se ha señalado más arriba, en tratar de demostrar que las revistas coloquialmente denominadas femeninas utilizan sus contenidos sobre las relaciones afectivas y sexuales para defender un ideario romántico que fomenta conductas próximas a la ideología occidental y patriarcal.

En cuanto a las teorías utilizadas para el análisis, hemos escogido, dentro del panorama bibliográfico feminista radical, aquellas que versan sobre la construcción sociocultural del comportamiento humano y, en concreto, algunos textos de Coral Herrera, Gilles Lipovetsky o Kate Millett. De otra parte, para apoyar la idea de la acción socializadora de los medios de comunicación nos hemos decantado por la teoría de la producción social de la comunicación de Manuel Martín Serrano, así como por algunos trabajos fundamentales sobre las revistas femeninas de autores como Juan F. Plaza, Luisa Martín Rojo, Carmen Rosa Caldas-Coulthard y Encarnación Pérez.

En la actualidad, las teorías feministas parecen otorgarle una especial relevancia al análisis discursivo y a la aproximación lingüística y, por ello, es posible encontrar numerosos trabajos académicos al respecto. Es amplia la bibliografía sobre los roles de género en el ámbito laboral y doméstico o sobre la imagen de la mujer en la literatura, como analizó Kate Millett. En concreto, sobre el discurso empleado en los medios de comunicación hallamos numerosos estudios sobre la información acerca de la violencia

de género³ o las representaciones de la mujer en las secciones de política⁴. En el caso de las revistas femeninas existe una larga tradición de investigaciones relacionadas con la construcción de la feminidad, como es el caso de las llevadas a cabo Caldas-Coulthard y Martín Rojo –a las que nos referimos más abajo– o con el análisis sobre el discurso utilizado para estereotipar las diferencias de género. También encontramos algunos análisis sobre la construcción de lo masculino y el machismo en las revistas para hombres⁵. Sin embargo, parece menos abundante la bibliografía que incida en el núcleo de este trabajo, es decir, en la construcción de las relaciones afectivas y sexuales en las revistas femeninas.

³ A modo de ejemplo, el de M. Bengoechea, “En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre violencia y agencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria”, *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, 5, 2000, pp. 9-22.

⁴ Por ejemplo, M. Bengoechea, “La representación de la agencia femenina en las secciones políticas de cuatro diarios españoles”, *Estudios de Sociolingüística*, 4 (2), 2003, pp. 563-587.

⁵ Veáse F. Navarro, «“Puerquito y sexy, como nos gusta”. La construcción textual de lo masculino en la revista *Hombre*», *Revista electrónica Discurso.org*, 2004 (versión electrónica: <http://www.revista.discurso.org/articulos.htm>).

2. CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIAL

Las relaciones afectivo-sexuales, como construcciones culturales que son, se encuentran siempre en continuo cambio y evolución. Para comprender la situación actual en la que se hallan tanto la sexualidad como el amor en España es necesario acercarse a su evolución en Occidente.

El gran cambio conceptual en las relaciones afectivas se produjo en la década de los 70 del siglo veinte con la llamada revolución sexual. Los avances científicos propiciaron un cambio de paradigma en la relación con el cuerpo, tanto en el caso de las mujeres como de los hombres. Para Gilles Lipovetsky (1999) los dos hechos históricos que hicieron posible este cambio de mentalidad fueron el descubrimiento de los métodos anticonceptivos que separaban el placer y la reproducción y la progresiva erradicación del culto a la virginidad. La repercusión de todo ello en España tardó algunos años en llegar porque la maquinaria feminista no consiguió avances significativos en el empoderamiento de la mujer hasta ya avanzada la llamada Transición a la democracia.

Sin embargo, esta liberación femenina no ha producido un cambio en el paradigma relacional afectivo occidental y, a pesar de que las mujeres liberaron sus cuerpos de la dependencia masculina, el amor se convirtió en el último reducto en el que el poder patriarcal permaneció vigente. Si bien la sociedad y las leyes igualitarias limitan cada vez más el poder político y económico masculino, las mujeres no han abandonado la dependencia emocional respecto del hombre. Una forma más sutil de dominación que la Sociedad Federica Bremer ha sintetizado en uno de sus lemas: “la dominación masculina ahora se sostiene de forma voluntaria” (Herrera 2013: 231). También Kate Millett (1970) describía esta dominación como una forma especial de esclavitud ya que la persona considera que las condiciones en las que vive son las que se merece o en las que le corresponde hacerlo. Esto se debe a la ideología afectivo-sexual

mayoritaria: la monogamia y el amor romántico, como veremos más adelante, ambos particularmente enfocados a la mujer.

Pese a la creencia generalizada de que el modelo afectivo hegemónico es una tendencia universal e, incluso, de que está directamente relacionado con la biología humana, según Coral Herrera (2013: 118), no fue hasta el siglo VIII cuando la poligamia comenzó a perder popularidad en occidente. La difusión de la monogamia está estrechamente ligada a la campaña de endurecimiento de las normas morales por parte de la Iglesia Católica y de las autoridades civiles durante el siglo XV. Sin embargo, estas normas morales fueron mucho más restrictivas para las mujeres. Así, el concubinato femenino perduró y el honor virginal solo era un requisito indispensable para las mujeres. Herrera (2013: 158) añade:

Además, ya hemos visto que la doble moral sexual es característica de las sociedades patriarcales: el adulterio femenino es social y legalmente penalizado con mayor dureza que el masculino, de modo que las mujeres siempre han sido más silenciosas a la hora de cometer adulterio, y los hombres más propensos a jactarse de sus conquistas amatorias, ya que así parecen más viriles.

Por lo que respecta a la construcción social del amor romántico, esta se halla íntimamente ligada a la mujer. Según Simone de Beauvoir (1949), a las mujeres burguesas se las educaba en la cultura patriarcal para que entendieran el amor como su razón para vivir. Como ellas no podían moverse por sí mismas, ni trabajar y, sobre todo, no tenían control sobre sí mismas, organizaban su vida entorno al ser amado.

Hoy en día las mujeres han heredado este modelo amoroso, aunque el contexto social haya cambiado. Como afirmamos al inicio, se han superado muchas barreras ideológicas y las mujeres gozan de una considerable independencia económica pero se han liberado en mucha menor medida de las restricciones amorosas.

3. TEORÍA DE LA CONSTRUCCIÓN SOCIOCULTURAL DEL AMOR Y DEL SEXO (HETEROSEXUAL)

En el siguiente apartado nos aproximamos a algunos elementos del marco conceptual que sirve de sustento a este trabajo: la construcción sociocultural del amor romántico. Dado el enfoque heterocentrado de los medios de comunicación que aquí se analizan, hemos hecho especial hincapié en las relaciones afectivas de parejas compuestas por una mujer y un hombre.

De esta manera, nos aproximamos en este apartado a la situación actual del género femenino a través del mito de la supermujer, así como, a su relación con el hombre a través de las creencias esenciales que organizan el ideario romántico, como la monogamia, el matrimonio, la exclusividad sexual o el amor como destino final de la mujer. Por último, describimos brevemente cuáles son las metas no alcanzadas por la revolución sexual para poder hablar de una verdadera sociedad igualitaria.

3.1 El mito de la supermujer

Nos referimos aquí a la imposibilidad de que las mujeres echen sobre sus espaldas las cargas económicas, antes atribuidas al hombre, y las cargas relacionales de las que siempre se ocuparon y que todavía hoy se consideran inherentes a la mujer.

La población femenina se encuentra sumida en una contradicción debido al choque entre los conservadores valores burgueses heredados y las características más contemporáneas del sistema social, político y económico. Esta combinación se traduce en un modelo de comportamiento que autores como Coral Herrera (2013) denominan el mito de la *superwoman*. Estas mujeres, hijas y nietas de la revolución feminista, están altamente cualificadas desde el punto de vista profesional, se han insertado en el mercado laboral y, pese a las aún existentes diferencias sexistas, han escapado de la dependencia económica del hombre y son autónomas desde el punto de vista material.

Sin embargo, pese a este modelo de vida moderna continúan en gran medida arraigadas en el modelo de relación burgués de la “familia feliz”, es decir, de la pareja o matrimonio heterosexual y monógamo. El objetivo de esta unión es, principalmente, tener una descendencia que herede su legado. Coral Herrera señala que la liberación no concluirá hasta que la mujer no se desamarre de las emociones que la atan al hombre (2013: 356):

Si bien es cierto que la mujer posmoderna es independiente económicamente, a nivel emocional aún no ha acabado por liberarse del todo de la admiración hacia el poder masculino [...]. La revolución sexual, en este sentido, liberó el cuerpo de las mujeres y su sexualidad; pero en los corazones femeninos aún anidan esperanzas de salvación y autorrealización al lado del ser amado.

Una consecuencia directa de esta contradicción es el cansancio que conlleva ocuparse de todos los aspectos de la vida marital. Estas mujeres deben ocuparse de la felicidad y de las necesidades de la familia, tanto del cuidado de sus hijos como de la relación con su marido. Al mismo tiempo, deben luchar por ascender en la jerarquía laboral y demostrar su validez profesional. Un estudio del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (2014c y 2014d) sobre las diferencias en el uso del tiempo confirma que en el año 2013 las mujeres dedicaban unas 4 horas al día al cuidado de la familia y del hogar, mientras que los hombres apenas llegaban a la mitad, 1 hora y 54 minutos. De ese tiempo la tarea más frecuente de los hombres era la jardinería y el cuidado de la casa, es decir, tareas tradicionalmente masculinas. Luego la crianza de los hijos sigue siendo una labor desempeñada mayoritariamente por las mujeres. Sin embargo, la diferencia en el tiempo ocupado para el trabajo remunerado no era tan significativa ni proporcional a la diferencia del trabajo doméstico: frente a las 3 horas y 25 minutos de los hombres, las mujeres dedican unas 2 horas y 9 minutos.

Esta falta de tiempo o, mejor dicho, esta meticulosa dedicación de estas supermujeres solo es posible en la ficción; la realidad nos muestra que es inviable y que, o bien las mujeres deciden reducir su jornada laboral o dejar el trabajo; o bien renuncian a la maternidad o a una vida marital. Según se ha sabido recientemente, las empresas estadounidenses Apple y Facebook ofrecen la “oportunidad” de congelar los óvulos de

sus empleadas con el fin de que estas mujeres se concentren en su vida laboral y retrasen la maternidad⁶.

Hace escasas fechas también, Mónica Oriol, presidenta del Círculo de Empresarios, ofrecía otra alternativa y recomendaba contratar a mujeres menores de 25 años o mayores de 45 años, porque eran grupos de edad que no tenían intención de ser madres y, por lo tanto, el empresario se evitaba el “problema” de las bajas por maternidad⁷.

Estas situaciones se dan porque todavía se mantiene la creencia de que el cuidado de la familia, así como el mantenimiento de las relaciones conyugales son responsabilidad de la mujer. Por lo tanto, podemos afirmar que el último reducto que todavía mantiene atada a la mujer a las viejas costumbres no radica en el aspecto económico, sino más bien en las costumbres y normas que la hacen dependiente emocional del otro. La mujer comprendió las reivindicaciones de la revolución feminista, escapó de las restricciones económicas que la unían al hombre y consiguió una división más igualitaria en las cargas económicas. Pero se olvidó de algo fundamental: las cargas emocionales también debían ser compartidas porque solo una supermujer es capaz ocuparse de todo.

3.2 Una relación de dominio

La situación actual de la mujer deriva de la asunción de unos roles clásicos que la han determinado históricamente. La teoría de la política sexual que se describe seguidamente trata de analizar cómo los individuos dominantes actúan tanto en los saberes populares como en los científicos para que el grupo sumiso asuma como propias unas representaciones sociales creadas artificialmente.

Desde el Mayo de 1968 la liberación sexual ha sido uno de los ejes de la lucha feminista y, como afirma Coral Herrera (2013: 179), “hoy las mujeres occidentales son un poco más dueñas de su cuerpo y de su deseo, y pueden tener relaciones sexuales más

⁶ Véase, por ejemplo, el artículo de Rosa Giménez Cano publicado en *El País* el 15 de octubre de 2014 y titulado "Facebook y Apple ofrecen congelar los óvulos a sus empleadas". En http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/10/15/actualidad/1413333970_087854.html [consultado el 14 de noviembre de 2014].

⁷ Véase el texto aparecido en *El País* el 3 de octubre de 2014 con el título de "Oriol dice que prefiere contratar a mujeres que no queden embarazadas". En http://economia.elpais.com/economia/2014/10/03/actualidad/1412326048_724867.html [consultado el 14 de noviembre de 2014].

libres". Sin embargo, la cultura heteropatriarcal continúa ejerciendo un poder restrictivo y deformador de esta revolución. Para comprender las relaciones sexuales desde un punto de vista cultural y político es imprescindible referirse a la teoría de la política sexual. Kate Millett (1995: 69-70) explica que, aunque el coito es una acción física y biológica, se encuentra arraigado en las actitudes y valores aprobados por la cultura. Según esta autora, en las relaciones afectivo-sexuales se produce el fenómeno *Herrschaft*, es decir, una situación de dominio y subordinación. El dominante, en este caso el hombre, ejerce su autoridad social e impone su voluntad al subordinado, la mujer, que interioriza los intereses del poderoso como suyos. De esta forma se consigue naturalizar el hecho de que las mujeres asuman un papel pasivo en las relaciones afectivo-sexuales.

Una de las consecuencias de este fenómeno es la aparición de numerosas teorías pseudocientíficas favorables al grupo dominante. Sigmund Freud aseguraba que durante la pubertad se produce un cambio en la mujer que traslada la sensación de placer del clítoris hasta la vagina. De hecho, consideraba que las mujeres que eran incapaces de tener orgasmos con la sola penetración, es decir, por estimulación vaginal, padecían frigidez vaginal y debían ser tratadas psiquiátricamente.

En Occidente hubo que esperar a 1961 para desmentir estas teorías que aún hoy día continúan vigentes en muchas culturas. Los estudios llevados a cabo por William H. Masters y Virginia Johnson demostraron no solo la existencia de un solo tipo de orgasmo femenino, producido con la estimulación del clítoris, sino también la gran capacidad erótica de la mujer (1961: 792):

Si una mujer capaz de tener orgasmos con regularidad se halla debidamente estimulada durante un corto espacio de tiempo posterior a su primera respuesta, suele experimentar, en la mayoría de los casos, un segundo, tercero, cuarto e incluso quinto y sexto orgasmos antes de sentirse plenamente satisfecha. En contraste con la incapacidad habitual del varón para tener más de un orgasmo en un breve periodo, muchas mujeres llegan a tener cinco o seis orgasmos completos en unos cuantos minutos, sobre todo cuando la estimulación recae sobre el clítoris.

Como señala Millett, lo más importante de esta investigación fue la demostración de que el destino biológico de la mujer no era la maternidad y que, frente a la creencia generalizada de la independencia del hombre frente a la reproducción, "conviene señalar [...] que el clítoris es el único órgano humano que participa únicamente en la sexualidad y en el placer sexual, puesto que el pene cumple, además, una función excretora y reproductora" (1995: 220).

A pesar de estos hallazgos, en la actualidad se sigue considerando a la mujer como principal responsable de la procreación y de la crianza. De hecho, en 2013, fueron mujeres el 97,77 % de los trabajadores españoles que solicitaron un horario de media jornada debido al cuidado de los hijos, hijas o familiares (Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades 2014a). Además, según la misma fuente, la diferencia de los permisos por maternidad y paternidad es abismal: frente a los casi 300.000 permisos concedidos a la madre, apenas llegan a 5000 los concedidos al padre.

Por lo tanto, afirmamos que la teoría de dominación todavía sigue presente a pesar de que la ciencia ha invalidado aquellas creencias que mantenían a la mujer en los roles clásicos de mantenimiento emocional de la familia. Pese a los avances científicos por erradicar la creencia de la superioridad biológica masculina, ¿por qué las mujeres continúan asumiendo pasivamente los roles de una cultura machista?

3.3 El amor romántico

Este efecto *Herrschaft* tiene su representación en las relaciones entre las personas en lo que los diferentes autores denominan la construcción sociocultural del amor romántico. Esta teoría describe que el comportamiento, tanto de hombres como de mujeres, en las relaciones afectivo-sexuales se encuentra mediado por una cultura patriarcal. Luego reproduce normas orientadas a la subordinación femenina.

Resulta necesario describir unas nociones básicas de la construcción de las emociones para comprender su nexo con los dogmas culturales sobre esta relación de dominio entre sexos y, asimismo, para poder demostrar la posibilidad de un cambio de perspectiva hacia relaciones amorosas más igualitarias.

En general, existen dos corrientes teóricas que explican la creación de relaciones afectivas, una sociobiológica y otro sociocultural. La sociobiología considera que las relaciones afectivas son un mecanismo evolutivo que favorece la reproducción y el mantenimiento de la especie. Sin embargo, Coral Herrera afirma que estas teorías no explican la situación del acaparamiento de cargas (2013:107), “de modo que el misterio realmente consiste en saber por qué las mujeres se casan, si son ellas las que mantienen a sus bebés y a sus maridos”.

Aquí entra la parte cultural de las emociones, que está influenciada y determinada por las circunstancias políticas y económicas. La cultura occidental

patriarcal trabaja para que, entre otros muchos roles de género, las niñas jueguen con muñecos y, como afirma Herrera, se les pregunte desde una edad temprana si *ya* tienen novio. Todas estas actividades y actitudes conforman un proceso de socialización que los individuos asumen como el orden social y las normas de comportamiento “lógicos”. Gilles Lipovetsky considera que, a pesar de los avances de la revolución sexual, las mujeres siguen más arraigadas en el sentimentalismo (1999: 27):

En la vida en pareja, las mujeres son más sensibles que los hombres a las palabras y las demostraciones de afecto, expresan más a menudo que ellos la necesidad de amor, así como sus decepciones y frustraciones engendradas por la rutina de la vida cotidiana. [...]. Dado que éstos no son socializados en lo romántico, se acomodan con mayor facilidad a las relaciones más “rutinarias”, que conllevan menor teatralización de los sentimientos.

Las actuales teorías socioculturales afirman que el amor es un sentimiento transversal en todas las culturas y esta experiencia se observa en todos los territorios del mundo. Sin embargo, existen sensibles diferencias de comportamiento entre unas y otras culturas. De otro lado, en un mismo territorio también han podido desarrollarse diferentes formas de expresión amorosa a lo largo de la historia. Todo el ritual amoroso de cortejo y los patrones de convivencia se enmarcan en una construcción sociocultural y, por ende, no son inamovibles. Como cualquier otro valor o norma social, cambian y se transforman a lo largo de la historia. Según Coral Herrera (2013: 252):

La realidad se justifica, se transmite y se crea en el seno de las narraciones y la teoría filosófica y científica; su correlato es la adaptación de las normas legales y jurídicas a los cambios culturales, y viceversa. [...]. Desde mi perspectiva teórica coincido con el constructivismo en la idea de que las narraciones, más que reflejar, crean el sentido de “lo que es verdad”.

La cultura del amor ha sido un mecanismo muy eficaz para mantener el *status quo* social, ya que pese al progresivo aumento de poder adquisitivo, la mujer todavía siente la necesidad emocional de encontrar el amor eterno y, sobre todo, la responsabilidad de mantenerlo. Estas normas de comportamiento social se traducen en Occidente en lo que los diferentes autores denominan el amor romántico. Existe un debate abierto sobre su origen. Para unos autores comenzó en el siglo XII con los trovadores provenzales; para otros son los intelectuales románticos del siglo XIX los que toman el amor pasional del Renacimiento como modelo para la ideología liberal. Es innegable que este modelo relacional fue decisivo para las mujeres románticas. Como afirma Gilles Lipovetsky, la mujer burguesa del siglo XIX lo tomó como instrumento de salvación psicológica y emocional (1999:40):

Al menos durante la época de cortejo, la mujer adquiere el estatus de soberana del hombre; ya no es tomada ni ofrecida, sino que es ella quien elige darse, quien recibe los homenajes del amante, quien dirige el juego y concede, cuando quiere, sus favores, y el pretendiente sólo puede tomar lo que la mujer decide ceder.

Es solo en este momento cuando la mujer ejerce dominio sobre los hombres o, al menos, tiene poder de decisión sobre ello. Parece conveniente aclarar que, históricamente, la mujer nunca ha poseído control económico sobre sí misma y estas mujeres de las clases altas descubrieron que gracias a estas formalidades de cortejo era posible que ellas asumieran cierto control sobre sus actos. Esto supuso que la mujer asumiera un rol que la ha determinado hasta la actualidad: dentro de la pareja, son ellas las responsables de cuidar la relación amorosa, los hijos y el hogar. La gran diferencia entre estas mujeres románticas y las mujeres contemporáneas es que en el siglo XIX solo podían ser responsables de la vida doméstica, mientras que ahora han asumido también las responsabilidades antes atribuidas al hombre. Kate Millett (1995: 91) explica que al ir quedando asimilada la clase obrera por la burguesía o las clases medias, aquella ha ido adoptando algunas de las costumbres y actitudes sexuales de estas últimas. De esta forma, esta cultura del amor se ha extendido a la mayoría de la población.

En la actualidad, estos rituales de la burguesía se han relajado y está socialmente admitido que las mujeres también participen de manera activa durante el cortejo, pero siguen suponiendo la base de las relaciones afectivas. Coral Herrera explica cuáles son las características principales de la ideología amorosa occidental (2013: 259):

La principal característica de la ideología amorosa hegemónica en la actualidad occidental es la institucionalización de los sentimientos y las relaciones afectivas bajo una ideología patriarcal en forma de sistema monogámico, heterosexual, regulado, entre adultos y bendecido por la Iglesia y el Estado, y orientado a la procreación [...]. Otra característica de la ideología amorosa occidental es la libertad de elección de pareja.

En definitiva, el paradigma afectivo occidental se organiza a través del denominado amor romántico. Una construcción sociocultural que elabora, transmite y alienta unas normas de comportamiento determinadas para que el correcto funcionamiento social. Sin embargo, estas pautas, organizadas por el sistema patriarcal, mantienen oprimidos a todos aquellos modelos afectivos que lo contradicen. Así, se establece un sistema basado en el amor como único destino vital femenino.

3.4 El ritual del amor

El sistema hegemónico actual se perpetúa debido a que se encuentra protegido por las dos instituciones elementales de Occidente, el Estado y la Iglesia, que través del ritual del matrimonio deslegitima cualquier otra conducta que difiera en alguna de sus características básicas. A continuación trataremos de deconstruir la percepción de este ritual como la consecuencia final del amor y, sobre todo, de la mujer.

El ritual que legitima este modelo afectivo es, sin duda, el matrimonio. Al principio solo estaba reservado para las clases poderosas ya que era un contrato entre dos familias con el fin de asegurar un futuro económico y político más próspero. No fue hasta la Edad Media cuando la Iglesia Católica comenzó una campaña destinada a toda la población en defensa del matrimonio, frente a conductas rechazadas por esa institución, como la poligamia y el concubinato. Esta campaña ideológica solo terminó de cuajar en el siglo XIX, cuando se mitificó el matrimonio como la máxima expresión del amor romántico y un seguro de la fidelidad de los cónyuges.

Sin embargo, esta institución esconde una doble moral que establece diferentes responsabilidades para cada sexo. David Barash y Judith Eve Lipton (2003) han demostrado que la infidelidad está tolerada para los hombres en un 75 % de las sociedades y, sin embargo, tan solo en un 10 % para las mujeres. Es decir, esta gran diferencia nos conduce una vez más a que esta pauta, este acto amoroso, está condicionado por la cultura patriarcal, donde si bien es cierto que ambos sexos se ven abocados al matrimonio, las normas son mucho más laxas para el hombre que para la mujer y la responsabilidad suele recaer siempre en ella. Además, los citados autores aportan un dato más: esta tendencia al adulterio demuestra la incapacidad del ser humano para asumir la exigencia religiosa de fidelidad conyugal (2003: 318):

La prohibición persistente y explícita del adulterio en las tradiciones occidentales (y en otras) confirma, de modo similar, la argumentación biológica presentada en este libro; a saber; que la monogamia estricta no se produce automáticamente. Ha de ser impuesta y reforzada. De lo contrario, se produce el adulterio.

Este ritual, no obstante, continúa vigente en la actualidad y la ceremonia de la boda se presenta como el final feliz de las historias románticas, la demostración pública del amor entre dos personas, y, concretamente para la mujer, como el día más importante de su vida, el momento en el que se siente autorrealizada. Por ello, todas las normas de comportamiento se organizan para la consecución de este último acto de

amor. El matrimonio ha pasado del mero contrato político-económico a la máxima expresión del amor y fidelidad. Un proceso de cambio cultural que no parece encajar con la tendencia natural del ser humano.

3.5 El mito de la monogamia

La característica fundamental que define el amor romántico es la unión de la población en parejas heterosexuales, es decir, el modelo relacional monógamo. El patriarcado avala estas conductas a través de su institucionalización, como ya hemos observado anteriormente. Y como trataremos de mostrar seguidamente, también recurre a la supuesta evidencia natural de que, desde su perspectiva, el hombre solo necesita una mujer para culminar sus deseos.

Tanto hombres como mujeres buscan encontrar la persona ideal, la persona que les complemente o, en términos populares, su media naranja. El sistema del patriarcado, junto con sus estructuras sociales, se ha encargado de legitimar la consideración de que el ser humano es biológicamente monógamo. La Real Academia Española nos brinda dos definiciones bastante significativas de qué significa concretamente ser monógamo en Occidente. En la primera acepción del adjetivo *monógamo*, *ma*, dice lo siguiente el diccionario de la RAE: “casado con una sola mujer”; y en la tercera acepción, “dicho de un animal: que solo se aparea con un individuo del otro sexo”. Lo más llamativo de estas acepciones es que ninguna admite la existencia de otra monogamia que no sea la heterosexual; y la primera de ellas, en concreto, nos muestra una vez más al hombre como el único sujeto activo, el que realiza la acción, y a la mujer como el sujeto pasivo que la recibe.

Aún resulta mucho más esclarecedora la definición de *polígamo*, *ma* que ofrece la misma obra académica. La primera acepción apela a las costumbres sociales del ser humano: “dicho de una persona: Que está casada a la vez con varias personas del otro sexo. Ú. más para referirse al hombre que tiene a un tiempo varias esposas”. Nos interesa también otra acepción: “Se dice del animal que se junta con varias hembras, y de la especie a que pertenece”. Esta institución se olvida de todas aquellas alternativas donde la hembra es el sujeto activo o, al menos, posee la misma capacidad que el macho. Además, para la hembra humana solo parece posible el comportamiento monógamo. Pero, ¿se trata de una cuestión biológica o, una vez más, de un comportamiento modelado por las costumbres sociales?

Los estudios de Barash y Lipton (2003: 314) tratan de desmitificar la monogamia y afirman precisamente que

La especie humana es preferente y biológicamente poligínica, pero también mayoritariamente monógama y –cuando las condiciones lo permiten– ávidamente adultera... y todo ello a la vez. No hay ningún modelo animal sencillo que abarque la totalidad de la condición “natural” humana. Así, en algunas especies, los machos buscan CFP [cópulas fuera de la pareja]; en otras, las buscan las hembras. ¿Cuál es el modelo aplicable a los humanos? Probablemente los dos.

Por lo tanto, el ser humano está en continua lucha contra sí mismo, a pesar de ser biológicamente polígamo, se relaciona culturalmente de forma monógama. Además, aunque la población de Occidente es preferentemente monógama, no es un patrón de comportamiento generalizado en todas las culturas. A pesar de los intentos de la globalización, Barash y Lipton (2003) recogen el dato de que de 185 sociedades humanas analizadas solo 29 restringían formalmente a sus miembros la monogamia.

El sistema se reafirma en la consideración de que el ser humano es monógamo, porque parece la forma más eficiente para la reproducción y la producción de individuos, es decir, para el cuidado de los hijos. Sin embargo, un estudio sobre la etnia de los bari, de Colombia y Venezuela –en cuya cultura estaba permitida la “paternidad compartida”– demostraba que un 80 % de los niños con varios padres sobrevivía hasta los 15 años, mientras que solo un 64 % de los hijos lo hacía con un solo parente. Probablemente la crianza compartida sería más beneficiosa para los descendientes pero añade cierta dificultad a las relaciones sentimentales y, concretamente, al sistema económico, como señala Herrera (2013: 263):

La necesidad de parejas heterosexuales que formen familias normales posee una explicación económica muy obvia. El sistema social y político necesita de una estructura básica que está basada en el trabajo en pareja para sacar adelante nuevos trabajadores y trabajadoras que produzcan y consuman.

Por último, es oportuno matizar que las restricciones amorosas, y concretamente, las sexuales, se regulan en base a la doble moral. En un 83 % de las sociedades, a los varones sí se les permite la poliginia o concubinas socialmente aprobadas, mientras que tan solo en un 10 % se le permite a la mujer. Por lo tanto, la monogamia no es inherente al hombre como ya se ha comprobado pero, retomando las definiciones de la Real Academia Española, parece que es mucho más acusada y estricta para la mujer.

3.6 Ideologías sexuales y amorosas alternativas

Como ya hemos explicado anteriormente, en Occidente la monogamia se traduce en una relación basada en la sujeción de los individuos y, de manera mucho más evidente, de la mujer en núcleos familiares cerrados. No obstante, describiremos dos modelos afectivos que tratan de escapar de esta tendencia amorosa como son los del amor libre y del movimiento *swinger*, todavía considerados tabúes por la sociedad patriarcal. Esta situación de marginación se debe a que las relaciones afectivo-sexuales mayoritarias mantienen una estrecha relación con los conceptos fundamental del sistema capitalista.

Las relaciones amorosas y sexuales –ya se ha dicho– forman parte del sistema económico y político y son reflejo del mismo. El ejemplo más obvio es el concepto de la propiedad privada: las relaciones monógamas hegemónicas se cimentan en la posesión del otro y la exclusividad de la pareja. Con solo echar un vistazo a la cultura popular podemos observar numerosos ejemplos. La música es sin duda una de las artes más ricas en el ideario romántico y es común oír a célebres cantantes exigir que su amada vuelva porque le pertenece (así lo hace, por ejemplo, Bob Dylan en “You belong to me”). Por su parte, ellas asumen que su papel es despojarse de todo para entregárselo al otro (así, la cantante India Martínez retoma en la actualidad, catorce años después, una versión de “Cómo hablar”, de Amaral, para explicar sus sentimientos: “Cómo hablar, si cada parte de mi mente es tuya”). No obstante, la modernidad está cambiando y ahora parece que las cantantes están asumiendo roles más activos; no solo son objeto de posesión, sino que ahora también son agentes poseedores (por ejemplo, Katy Perry con su “Dark Horse”: “Because once you’re mine, once you’re mine, There’s no going”). Podría parecer que esta nueva tendencia empodera a la mujer pero simplemente repite las mismas estructuras capitalistas y, por supuesto, no escapa de la dependencia del otro, ya que sigue necesitándolo para completar su felicidad.

En definitiva, la posesividad y la exclusividad en las relaciones están íntimamente ligadas a este concepto universal y característico de la cultura capitalista. Sin embargo, existen otras alternativas a este modelo que intentan resolver los problemas que acarrean las relaciones monógamas hegemónicas, a pesar de la constante represión. De nuevo, echamos mano de Coral Herrera (2013: 186-187) para ilustrar este punto:

Heterosexualidad, monogamia, exclusividad sexual, propiedad privada, y un sinfín de condicionamientos de carácter cultural siguen influyendo y constrinviendo nuestras formas de relacionarnos. Sigue siendo muy común el comentario: “no es lo mismo la libertad que el libertinaje” para condenar las actitudes amorosas y sexuales alejadas de la norma, como el intercambio de parejas, el sexo en grupo, las prácticas sadomasoquistas, las prácticas incestuosas, etc.

La alternativa más radical es el “amor libre”, donde las personas se unen en un compromiso meramente sentimental, por lo que la libertad sexual se mantiene intacta. La mayor diferencia con el amor romántico reside precisamente en la inexistencia de cualquier contrato de exclusividad sexual sobre el cuerpo de otra persona. De esta forma, se elimina el fenómeno *Herrschaft*, de dominación y subordinación, ya que no existe ninguna jerarquía de poder que obligue o admita una dependencia de uno sobre otro.

En época reciente, uno de los intentos de liberación sexual en Occidente ha sido el llamado movimiento *swinger*, que busca elevar la sexualidad al placer y alejarla del fin último del concepto de relación del patriarcado, la reproducción. Son espacios, lugares de encuentro como discotecas o bares donde, bajo la sencilla norma de “No significa siempre no”, las personas tienen relaciones sexuales en total libertad. Cada vez es más común el concepto de intercambio de pareja, de esta manera, se separa la relacional emocional de la sexual.

No obstante, pese a que estas son prácticas definidas y organizadas, es importante señalar que cada individuo es único y cada uno tiene una manera diferente tanto de sentir como de poner en práctica distintas experiencias sexuales. En suma, existen multitud de modelos relationales entre la monogamia y la poligamia que tratan de disociar la imagen del amor como un comportamiento basado en la posesión y la exclusividad típicas de la cultura patriarcal.

3.7 Una verdadera revolución sexual

Según diferentes autores resulta complicado escapar de un sistema de valores y de un modelo relacional tan arraigado a los valores fundamentales del sistema como el actual. A continuación realizaremos una revisión aproximada de cuál es la situación actual de la revolución sexual a través de las demandas elementales que Kate Millett describía en su obra *Política sexual* para una sociedad igualitaria, así como de la división patriarcal de responsabilidades entre géneros.

En primer lugar, para que las relaciones entre seres humanos fueran más abiertas y se eliminara la dependencia emocional de la mujer respecto del hombre, debería ser erradicado, en primer lugar, la estructura que organiza la relación de dominio, el sistema patriarcal.

Kate Millett describió cuáles deben ser las acciones para que exista una revolución sexual real que rompa con la subordinación emocional de la mujer. En la actualidad, muchas de sus propuestas ya se han llevado a la práctica –considerada la cuestión en términos generales–. Por ejemplo, ya es posible, sin mayor censura social (en Occidente) mantener relaciones sexuales prematrimoniales. Incluso, como es sabido, a día de hoy no resulta una deshonra no contraer matrimonio con la pareja sexual habitual. Además, se puede afirmar que la mujer actual ha conseguido la independencia económica y en muchas ocasiones es cabeza de familia, es decir, tiene poder de decisión sobre ella misma y sobre los que dependen de ella.

Otras de propuestas de Millett, sin embargo, continúan sin concretarse y no parece que el sistema esté dispuesto a ceder. Por supuesto, como se ha señalado más arriba, es fundamental eliminar la institución del patriarcado y con ello, la ideología de la supremacía masculina, tanto política y económica. Como hemos observado anteriormente, todavía se le atribuye a la mujer la mayor parte de la responsabilidad en la crianza de los hijos y el cuidado de la familia; y al hombre, aunque cada vez menos acusadamente, en lo referido al trabajo y en las actividades públicas (Millett 1995: 128 y ss.). En lo referido a la liberación sexual (1995: 128): “el objetivo de la revolución consistiría en establecer un código moral único y permisivo basado en la libertad sexual y ajeno a la corrupción que representan las alianzas sexuales tradicionales, fundadas sobre la tosca explotación económica”. Este código moral único eliminaría el doble rasero sobre el que se asientan cada una de las normas de comportamiento afectivo-sexual que conllevan los diferentes roles y responsabilidades.

A través de los conceptos seleccionados de la corriente feminista de la construcción sociocultural del amor romántico queda reflejado que, pese a que la revolución sexual introdujo numerosos cambios en el sistema patriarcal, la situación afectiva y, en menor medida, la sexual todavía se mantienen arraigadas a normas de comportamiento tradicionales. Asimismo, la inviabilidad de la cohesión del modelo del amor romántico con la situación económica, política y social actual. Un modelo

relacional que asienta en una doble moral, que diferencia diferentes responsabilidades para cada género.

Por último, pese a ser una de las demandas fundamentales para una revolución sexual completa y eficaz, todavía queda mucho camino en la integración de las subculturas sexuales, ya que todavía son consideradas como marginales y apenas admitidas e interiorizadas por los agentes sociales como la familia, la educación y los medios de comunicación.

4. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LAS REVISTAS FEMENINAS

El sistema social utiliza los diferentes agentes de socialización, como la familia, la escuela y los medios de comunicación, para transmitir sus ideas y normas de comportamiento. De esta forma, los individuos interiorizan la información y adquieren, entre otros, los roles sociales correspondientes a su género. Para comprender esta capacidad de enculturación y de socialización, se tomarán como referencia las propuestas de Manuel Martín Serrano sobre teoría de la comunicación. Por ejemplo, señala lo siguiente (1986: 38):

La comunicación pública provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se les propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece. Tales narraciones ponen en relación los sucesos que ocurren con los fines y con las creencias en cuya preservación están interesados determinados grupos sociales. Por eso sugieren representaciones del mundo o se vinculan a ellas.

Para este autor el sistema comunicativo funciona como mediador entre el sistema social, que conforma todos los productos culturales consolidados –como por ejemplo, los valores o roles de género– y el sistema cognitivo, es decir, la actividad mental del individuo que crea conceptos a partir de la información que recibe. Y las personas asumen estas representaciones para sentirse aceptadas en el sistema cultural en el que se desenvuelven. Martín Serrano lo ejemplifica con el rol social de madre y esposa: la mujer escoge ese destino porque desea encontrar un sentido entre sus creencias occidentales y sus actos (1986: 39):

Cuando el rol social se asume como autoimagen, el Actor ha buscado y encontrado alguna congruencia entre sus actos y sus creencias. Esas actividades cognitivas de interiorización le permiten adecuar la visión subjetiva que tiene del mundo y de sí mismo a la posición que ocupa en la organización.

No obstante, esta relación entre el sistema social y el sistema cognitivo es interdependiente, es decir, que de la misma forma que el individuo interioriza las representaciones sociales, también puede transmitir información a través de los

mediadores para provocar un cambio en la estructura social. Por ejemplo, la revolución sexual supuso un cambio en la percepción de la sexualidad de la mujer dentro del sistema social occidental, en parte, gracias a los medios de comunicación. En concreto, por ejemplo, con la aparición de secciones sobre el tema en las revistas femeninas.

Juan F. Plaza describe las acciones de los medios de comunicación en cuanto mediadores (2005: 61-62): “difunden modelos de comportamiento, enseñanzas sobre la vida que relacionan con la propia experiencia, roles ocupacionales y sexuales; comunican normas que la sociedad comprende de alguna manera”. A pesar de esta capacidad para cambiar el sistema social y transmitir ideas más igualitarias entre los roles de género, continúan transmitiendo los valores tradicionales de dominación masculina. Encarnación Pérez (2002), por su parte, reivindica que los medios de comunicación deben responsabilizarse de estimular los cambios sociales: “el largo proceso en la equiparación de los roles sexuales se enfrenta de continuo a los referentes que, desde los medios de comunicación, se ofrecen a la mujer y que pueden imponerse con facilidad sobre aquellos ofrecidos desde la propia sociedad”.

Se puede afirmar que el medio de comunicación que debería adquirir una mayor responsabilidad en el empoderamiento de la mujer debe ser aquel que mayor penetración tenga en la población femenina. En lo que a prensa escrita se refiere, el medio de comunicación más leído por las mujeres son las revistas, un 46,9 % (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación 2014). Y, precisamente, las lectoras de revistas femeninas de alta gama, mujeres entre 25 y 44 años, son las más ávidas lectoras: el porcentaje señalado alcanza un 47'6 % para las más jóvenes y un 45'8 % para las mujeres entre treinta y cinco y cuarenta y cuatro años. Juan F. Plaza explica que este tipo de revistas están dirigidas a mujeres profesionales y económicamente independientes y el patrón de comportamiento propuesto desde los años 80 y 90 es el anteriormente explicado mito de la supermujer. Además, sus ejes fundamentales son los temas de belleza, hogar, amor y, por último, el sexo (2005: 101):

El amor es otro de los objetivos destacados por las publicaciones femeninas, puesto que la consecución de la felicidad suele vincularse al amor. Las publicaciones se explotan en los temas, aunque algunas revistas han logrado en parte deshacerse de las historias románticas y sensibleras de los inicios.

En la actualidad, las revistas de alta gama dirigidas a mujeres han conseguido desligarse de la asociación con las revistas del corazón o de hogar y han asumido una

posición más moderna y liberadora de las estrictas normas tradicionales. Pero, como afirma Encarnación Pérez (2002), esta es la mayor trampa para las mujeres: necesitadas de unos referentes más modernos e igualitarios, acuden en su búsqueda a estas revistas donde aquellos apenas se vislumbran, perdidos entre los infinitos consejos, recomendaciones y test que solo las conducen al modelo emocional patriarcal:

Y es que se trata tan sólo de una versión modernizada del mismo lenguaje inmovilista que caracteriza a cualquier prensa de mujer. Nada ha cambiado aunque lo parezca. El nuevo lenguaje se adapta a los nuevos tiempos, sólo eso, tras él, la mujer sigue sumida en la misma alienación que sus abuelas.

Incluso la liberación sexual aparece mutilada en sus páginas, ya que a pesar de ser consideradas como las abanderadas en el cambio por hablar abiertamente de la sexualidad femenina, la mayoría de las informaciones se concentran en analizar las relaciones sexuales con el otro y en torno al otro. Coral Herrera analiza la posición del misionero, la más corriente y la más representada simbólicamente en la actualidad, como el ejemplo más claro de la situación de la sexualidad femenina. Siguiendo a Pierre Bourdieu, afirma que el acto sexual en sí mismo está pensado en función del principio de la primacía de la masculinidad (2013: 146):

El deseo masculino como deseo de posesión, como dominación erótica, y el deseo femenino como deseo de la dominación masculina, como subordinación erotizada, o incluso, en su límite, reconocimiento erotizado de la dominación. Un ejemplo de ello es la penetración [...]. La peor humillación para un hombre consiste ser penetrado, en verse tratado como una mujer, en verse cuestionada su virilidad.

Por lo tanto, las revistas femeninas y, cada vez más, las versiones electrónicas de estas son el principal objeto de consumo femenino y la gran mayoría de los relatos que contienen representaciones, modelos de comportamiento e interpretaciones de todo aquello que rodea al mundo femenino suelen estar orientados a perpetuar el sistema patriarcal heredado.

A modo de síntesis, puede decirse que los medios de comunicación deben comprender su especial responsabilidad como agentes de socialización ya que en sus manos está la posibilidad de contribuir a cambiar el sistema social tal como lo conocemos. En concreto, las revistas femeninas eminentemente dirigidas a las mujeres deberían hacerse eco de manera mucho más decidida a los ideales feministas para que las mujeres adquieran conciencia de su situación y de la necesidad del cambio social. Sin embargo, estas revistas suelen limitarse a transmitir la ideología patriarcal del

sistema sociocultural y difunden roles y conductas perpetuadoras de las diferencias de género.

5. ANÁLISIS DISCURSIVO DE LAS REVISTAS FEMENINAS

Las investigaciones feministas contemporáneas confieren un lugar central al lenguaje y los actos comunicativos, ya que estos permiten la codificación y la transmisión de valores y de construcciones sociales, por lo que son fundamentales para la creación y evolución de la cultura. Según Carmen Caldas-Coulthard y Luisa Martín Rojo (1999: 3):

Las lenguas, los usos lingüísticos, las prácticas y las formaciones discursivas, en tanto que sistemas simbólicos y prácticas profundamente arraigadas y que se inscriben en estructuras sociales patriarcales y de poder, no sólo reflejan sino que también construyen las diferencias jerárquicas y de poder, las cuales se imbrican con diferencias étnicas, de edad y, por supuesto, de sexo.

Por ello, a continuación analizaremos las estrategias discursivas utilizadas por las revistas femeninas *Elle* y *Cosmopolitan* en los artículos recogidos en las secciones relacionadas con los temas nucleares de este trabajo: el amor y el sexo. En concreto, en la edición digital de la primera revista, los artículos incluidos en la sección "Love" y sus subapartados, "Sexo y pareja", "Flechazos", "Psico" y "Sex coach". En el caso de la segunda, "Amor y +" en la que se pueden encontrar la distinción entre las subsecciones, "Sexo" y "Pareja". Los usos analizados son los actos de habla para transmitir consejos y recomendaciones a las lectoras y el empleo de fuentes, estudios y encuestas para otorgar a estos consejos de mayor credibilidad. También hemos hecho especial hincapié en la estructura más frecuente de estos artículos, las enumeraciones en forma de guías o decálogos, un patrón de escritura que facilita la comprensión y absorción de normas y conductas.

5.1 Actos de habla imperativos

El empleo del imperativo es uno de los rasgos fundamentales en los artículos de las revistas femeninas. Pese a que la función básica de un acto imperativo remite a un mandato, como veremos seguidamente las revistas femeninas utilizan este acto de habla para establecer una complicidad con la lectora aunque en realidad se trate de órdenes encaminadas a cambiar y modelar el comportamiento humano.

Esta modalidad gramatical y discursiva suele utilizarse cuando hay una relación de poder entre el emisor y el receptor. Sin embargo, las exhortaciones también se emplean en lugar de fórmulas corteses en las relaciones de amistad. Por lo tanto, su uso en las revistas femeninas se debe a que esta es la intención de las redactoras: que las lectoras se sientan como si tratasesen con unas amigas de confianza. Así, por ejemplo, en el artículo de *Elle* "No! En la primera cita" podemos encontrar que cada párrafo viene acompañado de afirmaciones y negaciones en imperativo: "Sé todoterreno", "No cotillees en las redes", "No le aburras", "Deja el teléfono", "No pierdas el control", etc.

Además, estos imperativos son actos de habla no impositivos porque se transmiten en un supuesto beneficio del lector, es decir, son consejos y recomendaciones. Feliu *et aliae* (1999: 185) afirman al respecto que

Los imperativos que encontramos a lo largo de las revistas femeninas pueden considerarse actos exhortativos no impositivos, ya que a través de ellos la redacción trata de modificar el comportamiento de las lectoras con el fin de que ellas mismas resulten beneficiadas.

Muchas otras veces estos consejos vienen expresados mediante reformulaciones indirectas con el verbo "deber" o con expresiones impersonales como "hay que tener...". Por ejemplo, en la revista *Cosmopolitan* encontramos con frecuencia formulaciones como las siguientes:

- a. No se deben dejar puestas y continuar con nuestra vida normal.
- b. Hay que tener cuidado con no provocar más daños en la zona pélvica.
- c. Lo que, ahora en adelante, deberías hacer es pedir claramente lo que te gusta.

A modo de síntesis podemos afirmar que las revistas femeninas utilizan estos imperativos para transmitir y modelar el comportamiento a través de actos de habla que infunden una sensación artificial de cercanía, una relación de amistad propia de las relaciones sociales cotidianas.

5.2 Encuestas, estudios y expertos

Las revistas femeninas se valen de diferentes fuentes para que estas recomendaciones, "de amiga a amiga", adquieran consistencia y aporten rigor a la información. De esta manera, se valen de estudios, encuestas y diversos expertos que tratan de aportar objetividad a estos consejos. No obstante, como analizamos a continuación estos estudios, encuestas y expertos carecen de fiabilidad debido a su carácter dudoso e impreciso. Por lo que, en muchas ocasiones son estos mismos los que carecen de la supuesta objetividad con que se los presenta.

Por ejemplo, en la revista *Elle*, en el artículo "Qué excita a los españoles", se explica a las lectoras las conclusiones de un estudio realizado por la empresa "Durex". Este estudio realiza un examen de cuáles son los juguetes y accesorios sexuales preferidos por los españoles, así como sobre qué tipo de medidas utilizarían para mejorar su vida sexual. Evidentemente, tanto el examen como las conclusiones del mismo están orientados a los productos que esta empresa comercializa:

- a. El 89,1 % se muestra totalmente dispuesto a probar accesorios como lubricantes o geles para ayudarles a descubrir nuevas sensaciones.
- b. Pueden ser perfectos los nuevos geles lubricantes de Durex con sabores a fresa, cereza o exóticos y sensaciones excitantes o de cosquilleo, lo que aumentará el placer.

En muchas otras ocasiones ni siquiera mencionan cuál es el estudio o cómo se ha realizado, eliminando todo rigor e información que otorgue seriedad al artículo. Sin embargo, al mencionar la existencia de un estudio incierto se crea la sensación de que los consejos que ofrece la redactora se apoyan en un hecho científico. Así, *Cosmopolitan*, en artículos como "Consejos para llegar al orgasmo" o "¿Qué nos hace ser más atractivas?", apenas aportan detalles de las afirmaciones con carácter científico:

- a. Verás, se ha comprobado que se necesitan unos veinte minutos de excitación para que el cuerpo femenino esté preparado para el orgasmo.

b. Estudios recientes demuestran que al final de la noche se percibe a las personas mucho más atractivas (aunque se cree que también pueden influir las cervezas que os hayáis podido tomar).

La lectora debe creer esta afirmación ya que no aporta ningún dato acerca de quién realizó esa comprobación o cuáles fueron las circunstancias, por lo que no puede contrastar la información o buscar una ampliación de datos sobre el estudio.

No obstante, también hay artículos que mencionan las investigaciones y cómo fue elaborado. Así, en el caso de *Elle*, en su artículo "Piropos 2.0", se explica perfectamente que el estudio es de "Control" –una empresa del sector, una vez más–, y cómo se desarrolló la encuesta: "En su tercera edición, el "Barómetro Control 14" ha entrevistado vía online a una muestra de 2.000 jóvenes españoles, hombres y mujeres, de entre 18 y 35 años, cuyos resultados cuentan con representatividad en todas las comunidades autónomas". Como se aprecia, la validez de esta encuesta tiende a cero ya que, a pesar de que la propia redactora se reafirma en la solidez de los datos, la metodología online no ofrece garantías y la muestra de población encuestada es insuficiente, comparada con la población representada (más de nueve millones de personas).

Otra de las fuentes utilizadas para otorgar fiabilidad a la información consiste en el empleo de relatos de experiencias o testimonios de los involucrados en el asunto. Por ejemplo, en *Cosmopolitan* es muy recurrente el uso de las opiniones del "otro bando" en lo que a relaciones se refiere, esto es, de los testimonios de hombres. Por eso, es muy frecuente que artículos comiencen con afirmaciones del tipo "un chico nos lo cuenta", "hemos querido preguntarles a ellos", "según ellos", etc. Estas (presuntas) opiniones individuales y subjetivas pretenden aportar consistencia a la narración ya que consisten en vivencias o intereses reales; sin embargo, la consecuencia indirecta es la normalización y generalización de aspectos puramente personales. En suma, se ofrecen estereotipos masculinos y también femeninos, ya que la mayoría de los consejos son modelos de comportamiento afectivo y relacional:

a. 8 cosas que nunca deberías decirle a un hombre. Fran Kobolo, editor de *Cosmopolitan.com*, nos confiesa las cosas que a un hombre no le gusta escuchar.

b. 10 consejos sexuales que nos dan los hombres.

En resumen, las revistas se valen de estudios, encuestas y expertos poco rigurosos para convertir estos consejos, o mejor dicho, exigencias es datos objetivos y veraces. Se trata de empresas con intereses únicamente comerciales, estudios con metodologías poco fundamentadas y experiencias o reflexiones subjetivas y personales que generalizan comportamientos propios de las conductas afectivo-sexuales predominantes. Mientras, estudios serios, encuestas realizadas por organismos que tratan de mostrar una visión más ajustada de la realidad permanecen ocultos y a la espera del cambio de línea editorial de ciertos medios de comunicación.

5.3 Decálogos, guías y señales

La modalidad de redacción más común en estas revistas femeninas es, sin duda alguna, la enumeración denominada guía, señal, regla de “estilo” e, incluso, problema. Según Juan F. Plaza (2005), es a través de esta organización donde las revistas demuestran su vocación básica de instruir ya que a través de esta estructura sencilla y clara describen un conjunto de normas básicas de comportamiento para cualquier situación.

De esta forma, en estas publicaciones aparecen guías para comportarse durante una cita, sobre cómo usar *Whatsapp* con la pareja, consejos para sobrevivir a una relación o, incluso, decálogos sobre los gustos de los hombres. Además, estas enumeraciones suelen venir acompañadas de actos de habla imperativos y, de esta forma, “cada punto del decálogo consiste en una frase lapidaria acompañada por una explicación o una glosa” (Feliu *et aliae* 1999: 188). Esto sucede en las dos revistas objeto de estudio, pero *Cosmopolitan* es más prolífica en este aspecto ya que, en muchas ocasiones, la explicación apenas supone dos líneas. Así, en el artículo “10 razones por las que él no te invita a salir”: “5. No tiene claro qué siente por ti. Sabe perfectamente que te mueres por él, pero él no está seguro de lo que siente por ti. Te está dejando claro que no quiere nada serio contigo”.

La revista *Elle*, en cambio, es más proclive a realizar estas enumeraciones después del artículo redactado, a modo de resumen del cuerpo del artículo, para facilitar la comprensión. De esta manera, se orienta a la lectora hacia unas conclusiones concretas. Siguiendo a Caldas-Coulthard y Martín Rojo (1999: 5), “la lectora que estas publicaciones necesitan y que construyen en sus textos parece insegura y poco hábil,

puesto que siempre ha de ser guiada, tanto para integrarse en el mercado laboral como para desenvolverse en la cama”.

Así nos lo muestra la revista *Elle* en artículos como "Tienes un WPP". Este típico modelo de redacción, así como los consejos, derivan de la combinación de dos tradiciones narrativas: por un lado, los manuales de autoayuda (de origen estadounidense), y por otro, de la literatura de ejemplos tradicional de Europa (Plaza 2005: 114).

Estos manuales de instrucciones son una herramienta muy eficaz para emitir órdenes sin la necesidad de ahondar en explicaciones que fomenten actitudes críticas o la posibilidad de un análisis más exhaustivo. Además, se suelen apoyar en estadísticas o afirmaciones científicas (o con aspecto de serlo) próximas a las creencias elaboradas por la cultura dominante. Así, esta vocación de instruir demuestra que estas revistas, antes que tratar de hacer más comprensible el mundo de las relaciones sentimentales, fomentan modelos de comportamiento únicos y generalizables a una población femenina a la que estima poco competente.

6. ANÁLISIS SEMÁNTICO

Las representaciones sociales que se transmiten a través de los medios de comunicación pueden reforzar o bien cuestionar posiciones sexistas o las estructuras del patriarcado. Por ello es imprescindible analizar los temas y las palabras utilizadas en las informaciones que nos brindan, en este caso, las revistas femeninas. Caldas-Coulthard y Martín Rojo (1999: 6) afirman que es necesario revisar estos medios de comunicación ya que pueden contribuir a modificar las relaciones entre los géneros:

Esta labor de guía que se atribuyen las revistas en todas las dimensiones de la vida recurre y se asienta en algunas de las reivindicaciones y postulados de los movimientos feministas, pero, al mismo tiempo, ignora otras cuestiones tan importantes para ellos como el señalamiento y el rechazo de las situaciones de discriminación de las mujeres.

En este apartado examinaremos algunos conceptos esenciales sobre los modelos afectivos que se proporcionan en las revistas *Elle* y *Cosmopolitan*, tanto en las relaciones afectivo-sexuales mayoritarias como en las alternativas, así como su grado de integración en el ideario cultural femenino. Además, se pondrá el acento en el enfoque que las redactoras asumen en los artículos escogidos para comprobar así cuál es la realidad feminista o la visión liberadora que estas revistas proponen a sus lectoras.

6.1 Las relaciones afectivo-sexuales

A continuación analizaremos el tratamiento de las relaciones afectivo-sexuales a través de los conceptos más frecuentes en los artículos seleccionados y, con ello, si continúan fomentando mitos y comportamientos que inciden en la diferencia de género. De esta manera, ofreceremos una visión general de cuáles son las principales preocupaciones de estos medios de comunicación.

En primer lugar, es necesario destacar que la revista *Elle* utiliza de forma masiva la palabra “pareja” para referirse al compañero sentimental y siempre desde una perspectiva femenina:

a. Mi pareja está obsesionado con el tamaño, pero es algo que a mi realmente no me importa.

b. Romper con la pareja nunca es fácil, en la mayoría de las ocasiones se trata de un proceso doloroso que necesita de un tiempo de recuperación.

Además, es la palabra más utilizada de los artículos analizados, seguida de sinónimos como “amante” o, de manera más genérica, “relación”. Sin embargo, para la revista *Cosmopolitan*, la palabra más utilizada para denominar al compañero sentimental –además de la más frecuente del léxico específico empleado en la publicación– es “chico” o concretamente la expresión, “tu chico”. Se trata de un término más informal pero que denota un mayor afán de posesión y exclusividad sentimental. Podemos encontrar, aquí y allá, numerosos ejemplos de ello:

a. Descubre si tu chico es el mejor amante que has tenido con estas 10 claves.

b. Convence a tu chico para que se deje barba.

Esta reiteración demuestra que, a pesar de ser revistas de mujeres para mujeres, continúan prevaleciendo los temas tradicionales acerca de las relaciones monógamas y heterosexuales y, sobre todo, inciden en las normas de comportamiento de la mujer respecto al hombre. Aunque apenas encontramos menciones de lo que supone la otra parte de la pareja, podemos encontrar artículos que aconsejan a las lectoras sobre cómo comportarse en las citas, durante la relación, incluso para concluir una relación satisfactoriamente. Por ejemplo, el artículo "Tienes un wpp" de *Elle* explica a las mujeres cómo deben utilizar la aplicación de mensajería para que no resulte un obstáculo en la relación y dentro de la guía de uso recomiendan lo siguiente: “no seas cargante, un par de wpp divertidos están bien, acribillarle a wpp hará que le resultes pesada y acabe por no contestarte”.

También en *Elle*, en "No! En la primera cita", se trata de fomentar la autoestima a través del gusto ajeno y, además, propiciar la trampa del cortejo romántico: “algo que no debes olvidar es que, por muy guapo, atractivo o inteligente que sea, él ha querido quedar contigo, eres la elegida y tienes que creértelo”.

Una vez más se considera que la parte activa de esa cita es el varón, quien escoge a la mujer, la cual debe sentirse orgullosa de ser una privilegiada. Por último, las

recomendaciones recogidas en el artículo son el reflejo del mito de la supermujer: debes “resultar agradable a la vista”, ser divertida, comedida e inteligente pero no intelectual:

Comienza hablando de cosas sencillas: a qué se dedica, cuáles son sus aficiones, si ya conocía el restaurante, si ha hecho algún viaje recientemente... Evita hablar de temas conflictivos, como política, y, absolutamente prohibido, preguntarle por su ex o hablar del tuyo.

Cosmopolitan también incurre en estas prácticas discursivas y fomenta los estereotipos. No obstante, a través de un lenguaje más informal e, incluso, burlón trata de convencer a las lectoras de que los mitos de ambos sexos han desaparecido. Así, en “11 Cosas del sexo que a los chicos en realidad no les preocupan. ¿De verdad no les preocupan?”, la revista trata de darle una vuelta de tuerca a las preocupaciones masculinas en torno al sexo y nos describe un decálogo de creencias femeninas acerca de lo que esperan los hombres: “Lo húmeda que estés (o no estés) no es motivo de preocupación para ellos durante el sexo [...]. Además, es difícil que presten atención en ese momento porque están demasiado ocupados en otras cosas”.

Este intento por modernizar y relajar las relaciones sexuales solo demuestra que a pesar de que existe un mínimo cambio de concepción, el hombre continúa siendo el principal sujeto en una relación y, por lo tanto, solo se rompen los mitos sobre aquellas preocupaciones que ya no lo son para el sector masculino. Además, la afirmación elegida como ejemplo apela a la cultura del egoísmo patriarcal, donde el placer de la mujer, y en este caso, la excitación de la mujer (que comienza con la lubricación de la vagina), solo resulta pertinente en el caso de resultar estéticamente desgradable. Retomando las palabras de Encarnación Pérez (2002), las formalidades del discurso cambian pero los conceptos permanecen y no solo se fomentan estereotipos tradicionales femeninos: los hombres también tienen normas de comportamiento ligadas, sobre todo, al amor y al romanticismo. Por ejemplo, el artículo de *Cosmopolitan* titulado “7 hombres describen las cosas más románticas que han hecho en su vida” alienta a las lectoras a no perder la esperanza de encontrar a un “príncipe azul”:

Si eres de las que piensan que no existe ni un hombre en el planeta que sea romántico, estás equivocada. Así que atenta, porque todavía quedan caballeros que nos hacen creer en el amor perfecto, y podemos verlo reflejado en las ocho historias que traemos a continuación.

No obstante, parece que, en los esquemas de estas publicaciones, está en trance de desaparición el concepto de matrimonio: en ningún momento se nombra al compañero sentimental como “marido” y tampoco merece especial atención el tema.

Solo en la revista *Cosmopolitan* aparece un artículo sobre el compromiso matrimonial ("9 claves para saber si ella quiere casarse contigo") y alguna mención anecdótica sobre el tema, siempre desde un punto de vista tradicional. De esta manera, el sujeto activo continúa siendo el hombre y la que recibe o recibiría la proposición es la mujer, como se aprecia en "10 cosas que los hombres quieren que sepamos sobre ellos":

No tenemos miedo al compromiso. No todo el mundo quiere pasearse de la mano por el parque o ir al cine los sábados, pero eso no quiere decir que tu chico no quiera compromiso contigo. Puede ser que ahora no quiera casarse, pero cuando pasen los años te lo acabará pidiendo.

Pero esta tendencia a focalizar las relaciones afectivas por y para el otro, lejos de ayudar a las mujeres a ser más independientes o más seguras de sí mismas, provocan el efecto contrario: que sientan la necesidad de organizar su vida y sus necesidades en torno a la pareja. Asimismo, parece que el destino de toda mujer sea encontrar una pareja estable, un amor para toda la vida, un final feliz.

6.2 Los modelos de relaciones alternativas

En lo que respecta a las evidencias de una apertura de pensamiento, es decir, como afirmaba Kate Millett respecto a la revolución sexual, una supresión de los tabúes sobre las prácticas sexuales y modelos de relación afectiva alternativos, se puede afirmar que las revistas femeninas todavía no han integrado estas conductas dentro de sus informaciones. De esta manera todas las prácticas sexuales recogidas en los artículos analizados aparecen irremediablemente unidas al modelo tradicional de pareja monógama. Son excepción un puñado de textos donde se aborda la relación sexual desde un punto de vista diferente o se citan actos sexuales distintos del tradicional.

La revista *Elle* tiene un cierto interés en lo relativo a la alternativa del sexo BDSM (*Bondage*, disciplina, dominación, sumisión, sadismo y masoquismo) pero, a pesar de que, efectivamente, se diferencia de la tónica general de los artículos, siempre aparece en aquellos que promocionan o publicitan artículos de consumo, en muchas ocasiones de lujo: "si eres aficionada al *bondage* y ya estás en otro nivel en cuanto a tus prácticas y tu *outfit*, te encantará este lujoso conjunto del diseñador Paul Seville para Lily Blossom (184 €)."

A pesar de que *Cosmopolitan* es mucho más cauta en lo que a estas prácticas se refiere, aparece mencionado el *bondage* en dos ocasiones: en un artículo escrito en tono

de burla sobre experiencia de un hombre ("¿Qué piensan los hombres cuando les pides sexo salvaje?") y en un texto donde se cita como un método para evitar el aburrimiento sexual de la pareja tradicional: "quizá siempre hayas querido probar el sexo anal o un ligero *bondage*, pero nunca quisiste tocar ese tema con un novio ocasional".

Por lo tanto, continúa la tendencia de focalizar el placer y el sexo en la pareja monógama tradicional. Además, esta "nueva" alternativa puede deberse más bien a modas tales como el éxito comercial de la obra "50 sombras de Grey", que ha popularizado el interés por las prácticas BDSM, y no tanto a un cambio o una apertura de mentalidad de estas revistas. Así parecen confirmarlo afirmaciones como las que hallamos en *Elle*:

- a. El *bondage* y el sexo intenso siguen estando muy de moda.
- b. Los juguetes oficiales de Grey. El regalo de esta Navidad.

De hecho, la citada obra literaria ha sido criticada por diferentes voces feministas debido a que fomenta actitudes clásicas de sumisión femenina. Beatriz Gimeno (2012) describe la novela en un artículo para *Pikara Online Magazine*:

Juegos excitantes a los que puedan entregarse las mujeres casadas sin salirse un milímetro de sus roles de género; porno conservador y moralista que se ofrece "con excusa" incorporada: el protagonista de la novela, el hombre dominador, es así no porque sea un perverso, no porque se lo pase bien sin más, sino porque tiene una infancia desgraciada. Y ella no se convierte en una sumisa porque lo encuentre excitante, sino que lo hace por... ¿adivináis? Sí, por amor, para curarle a él de su perversión.

Todas estas menciones están dirigidas a prácticas sexuales con la pareja monógama, por lo que el universo del amor romántico permanece intacto. Las revistas femeninas apenas logran ni siquiera imaginar una relación afectiva que no suponga una exclusividad en la pareja y tan solo aparece una mención al respecto en el artículo dirigido a los hombres "9 claves para saber si ella quiere casarse contigo", en *Cosmopolitan*: "no cree en la monogamia, y además piensa que el matrimonio abierto podría ser vuestra opción". No obstante, es imprescindible mencionar la entradilla para entender el tono negativo de esta última afirmación: "si estás deseando unirte en matrimonio con la mujer de tu vida, pero sospechas que ella no quiere lo mismo, presta atención a su forma de actuar en vuestra relación y descubre si realmente quiere casarse contigo".

También de manera anecdótica podemos encontrar un artículo en *Elle*, "Tríos con dos hombres", donde la redactora aconseja a una lectora sobre cómo comportarse frente a la petición de la pareja de realizar un trío. La lectora está preocupada acerca de la orientación sexual de su compañero sentimental ya que está interesado en un trío con otro hombre. En este, como en muchos otros artículos, se abre la posibilidad de hablar sobre otros modelos afectivo-sexuales aunque la respuesta, además de incluir las rutinarias recomendaciones sobre cómo practicar la relación a tres bandas, ofrece argumentos para "tranquilizarla": "tal vez lo que tu pareja quiere es verte hacer el amor con otro hombre y adoptar un papel de voyeur (solo mirar)". En suma, la redactora no contempla la posibilidad de que la orientación sexual sea diferente a la heteronormativa.

Como mencionábamos al inicio del apartado, la apertura de pensamiento y una integración de las subculturas amorosas y sexuales todavía no se han visto ejecutadas. Asimismo, podemos afirmar que todas aquellas alternativas recogidas en la selección de artículos están orientadas a la perpetuación de la exclusividad monógama tradicional.

6.3 La imagen feminista

Las lectoras de estas revistas son, sobre todo, mujeres insertadas en la vida moderna que buscan referentes actuales en los que se puedan ver reconocidas. La lucha feminista ha provocado que la mayoría de las mujeres occidentales no se vean reflejadas en el rol de ama de casa sumisa; y las revistas femeninas, como agentes de socialización específicos, se han renovado en este punto, como cabía esperar. La imagen que nos proyectan estas publicaciones es la de una mujer moderna e independiente que no se avergüenza de tener relaciones sexuales. Sin embargo, bajo estas apariencias, los contenidos feministas son inexistentes y las contadas menciones a actitudes más liberadoras son, en realidad, contenidos de la vieja tradición patriarcal detrás de una máscara de modernidad. Un ejemplo es el artículo "Piropos 2.0", de *Elle*: "la mujer que la firma catalana [Desigual] propone para la primavera-verano 2015 sale a la calle para deslumbrar y ser piropeada sin avergonzarse".

La citada revista y Desigual (la marca de prendas de vestir) le dan una vuelta de tuerca a uno de los estigmas machistas de la mujer: el problema de los piropos residía en que las mujeres se avergonzaban y agachaban la cabeza al recibir una de estas aprobaciones masculinas; pero ahora que la mujer se ha liberado ya puede salir a la calle orgullosa de recibir halagos sobre su físico.

Los piropos son un ejemplo más de los micromachismos imperantes en esta época donde predomina una engañosa percepción de igualdad de género. María Teresa López de la Vieja definía el concepto para *Eldiario.es*⁸: “un micromachismo es una forma menos visible que presenta al patriarcado a partir de una conducta verbal o física indeseada con el fin de provocar una situación de control sobre las mujeres”. Debe recordarse que numerosas asociaciones feministas de todo el mundo, como “No quiero tu piropo, quiero tu respeto” en México o “Hollaback” en Nueva York, luchan por erradicar esta costumbre que solo fomenta la cosificación de la mujer y supone una forma más de control masculino sobre la mujer.

La revista *Cosmopolitan* también se considera abanderada de la liberación femenina e, incluso, llega a juzgar ciertos comportamientos masculinos como machistas. Así lo hace en el artículo "17 problemas de las citas que solo las mujeres entendemos":

- a. Cuando descubres que es supermachista. Cuando empieza la frase diciendo, “No odio a las mujeres ni nada por el estilo pero...”.
- b. “Cuando él te sujetta la puerta y no sabes si es por caballerosidad o misoginia. ¿Lo está haciendo porque es algo educado con todo el mundo, sea del sexo que sea, o porque quiere un ama de casa de los años 50?

La simple afirmación de que los hombres no son capaces de entender qué es machista y qué no lo es significa que la propia redactora no comprende que la lucha feminista no es solo una cuestión femenina. Además, reduce a contrarios la caballerosidad y la misoginia, cuando la caballerosidad no puede ser el antónimo de la misoginia dado que se trata de una actitud sexista que deriva del romanticismo burgués, del origen del modelo relacional de amor romántico, criticado en este trabajo precisamente por reproducir las estructuras patriarcales.

En la misma revista podemos encontrar un ejemplo sobre el tipo de planteamientos ¿feministas? que se manejan en estas publicaciones, en "12 cosas de una cita que ponen nervioso a un hombre". Con un tono burlón, describe una de las supuestas experiencias típicas que le suceden a un hombre en una cita con una mujer:

⁸ Puede leerse en Alejandro Navarro, "Los micromachismos son menos visibles pero reproducen mecanismos de violencia muy peligrosos", en *El diario.es* (30 de octubre de 2014). En http://www.eldiario.es/sociedad/VIDEO_0_319168427.html [Consultado el 11 de noviembre de 2014].

Darte cuenta de que el restaurante es más caro de lo que pensaba. Estoy seguro de que pagaremos a medias la cena. Y si crees que el menú es más barato, te equivocabas. Al leer la carta he visto que cuesta un ojo de la cara. La igualdad de género será el tema de conversación de la noche si no quiero acabar en bancarrota.

Si bien es cierto que el tono de todo el artículo es bastante informal, son precisamente aquellas informaciones de entretenimiento las que nos descubren la verdadera faz de estas revistas. Según Juan F. Plaza (2005: 62), "el conjunto de contenidos denominado “entretenimiento” no es menos potente como fuerza cultural. El contenido se configura por tanto como una manifestación de la cultura en la que están inmersos los media, pero también éstos son fuente de cultura". Por esta razón consideramos que, precisamente, aquellas informaciones que resultan menos ofensivas deberían cuidar más los mensajes que transmiten. En el caso anterior, se describe el feminismo como una herramienta más al servicio del varón, quien decide emplearlo a conveniencia y en su propio beneficio.

Por último, es reseñable que, como afirmaba Encarnación Pérez (2002), la realidad de estas revistas es que no han asumido los ideales feministas, por lo que evitan cuidadosamente la mención de la palabra “feminismo” o cualquiera de sus variantes formales o semánticas. Es significativo el ¿desliz? de *Cosmopolitan* en el artículo "Lo más hot de la literatura erótica". Parece que la revista siente aversión a escribir en sus informaciones la palabra “feminista” y cuando define el cine de la directora feminista Erika Lust se refiere a él en estos términos: “*La canción de Nora*, de Erika Lust (Espasa). El debut literario de la precursora del porno femenino”.

Sin embargo, la propia directora se define como feminista, centró sus estudios universitarios en Ciencias Políticas y Feminismo y considera su cine como una herramienta más de la revolución sexual. Además, afirma que su cine no está dirigido solo a las mujeres, como describe la revista a través del adjetivo “femenino”, sino que es una alternativa a la industria pornográfica actual (Lust 2013):

No hay ninguna duda que ahora los jóvenes adolescentes, navegan por Internet y tienen la posibilidad de acceder a contenido sexualmente explícito, son influenciados por contenidos sexuales e ideas, respecto a lo masculino y lo femenino en la sexualidad que son en su mayoría interpretados por hombres. Nos hacen creer que las mujeres son solo sexualmente atractivas cuando interpretan ciertos personajes. Papeles que limitan a las mujeres y niñas en la actualidad, mis propias niñas incluidas, que son las mujeres del futuro.

El análisis llevado a cabo en este capítulo ha pretendido ofrecer un cierto diagnóstico feminista de las revistas dirigidas a mujeres, en lo tocante a la cuestión de

las relaciones afectivas y sexuales. Estas publicaciones, por la muestra analizada, siguen considerando que es necesario instruir reiteradamente sobre los mismos aspectos del ideal romántico a las mujeres y, frente a ello, evitar los problemas reales a los que se enfrentan día a día. Para Coral Herrera (2013: 42), la insistencia en fomentar estos roles de género y sus respectivos modelos afectivos se debe a que la socialización del ser humano nunca se completa, siempre se encuentra en permanente proceso de construcción, y por lo tanto:

La ideología dominante o hegemónica en una sociedad ha de estar siempre reforzando el sistema de creencias compartido, estableciendo mecanismos de control y cohesión social, luchando contra otras ideologías alternativas y críticas, e integrándolas en su seno para neutralizarlas.

De esta forma, las revistas femeninas, como agentes de socialización, siguen perpetuando los mismos roles de género tradicionales, incluso en sus manifestaciones supuestamente más “liberadas” o “avanzadas”. Luego continúan instruyendo a sus lectoras sobre su comportamiento para con los hombres o modelando y reproduciendo los mitos románticos. Además, en vez de integrar otros modelos para asegurar una mayor diversidad, los aglutinan y neutralizan bajo la misma creencia de la pareja tradicional. Por último, podemos afirmar que las revistas analizadas no han asumido la necesidad de una perspectiva feminista por lo que o bien confunden términos, o bien evitan mencionarlos.

7. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo podemos concluir que las revistas femeninas analizadas, *Elle* y *Cosmopolitan*, están lejos de incorporar en su línea editorial las reivindicaciones feministas de la revolución sexual acerca de la liberación e integración de todos los modelos afectivos y sexuales. Si observamos los artículos relacionados con los temas nucleares del trabajo apreciamos que, por un lado, sus contenidos utilizan mecanismos discursivos orientados a una mayor socialización e interiorización de comportamientos y, por otro lado, que los textos seleccionados se enfocan en el modelo amoroso apoyado por el sistema patriarcal: el amor romántico, las relaciones sexuales heteronormativas y el mito de la supermujer.

Puede afirmarse, por lo tanto, que estas revistas no cumplen, ni de lejos, con la responsabilidad de los medios de comunicación como agentes del cambio social. El uso de mecanismos discursivos orientados a la instrucción y educación de sus lectoras parecen íntimamente ligados a la función de transmisoras de creencias acordes con los intereses del grupo dominante. Luego, estos discursos sencillos, directos y organizados en enumeraciones refuerzan ciertas conductas que en la mayoría de las ocasiones están dirigidas hacia el otro, pero que solo en contadas ocasiones –y siempre con el mismo enfoque–, no tratan de consolidar esas creencias generalizadas. Asimismo, emplean estudios y teorías pseudocientíficas para justificar determinadas consideraciones culturales, de la misma forma que lo ha hecho el sistema patriarcal repetidamente a lo largo de la historia. No obstante, en lo referente a las relaciones sexuales, parece que las publicaciones en cuestión aquí se han comprometido con las evidencias sobre los tipos de respuesta sexual humana. En cambio, en lo referido a las relaciones únicamente afectivas continúan apoyando y favoreciendo estudios que naturalizan los sentimientos de posesión y exclusividad.

Tras analizar algunos ámbitos temáticos o semánticos del corpus parece pertinente señalar que se organizan mayoritariamente en torno a un único modelo de comportamiento afectivo-sexual, la pareja heterosexual monógama. La consecuencia de este limitado tratamiento de las conductas afectivas es que se percibe como el patrón característico de comportamiento humano, de tal manera que todas aquellas prácticas que difieren de alguna de sus particularidades quedan excluidas de la consideración de lo normal o natural. Además, en las escasas ocasiones en las que los artículos seleccionados mencionan algún ejemplo de prácticas alternativas se acaban neutralizando sus posibles consecuencias y se hace prevalecer la ideología amorosa dominante, sobre todo, en lo relativo a la exclusividad sexual y afectiva. No obstante, la limitada presencia –nula en el caso de *Elle*– de términos referidos al campo semántico del matrimonio y de las relaciones conyugales tradicionales, podemos confirmar que las revistas analizadas han desterrado de su línea editorial la creencia en la necesidad del matrimonio para ratificar (o santificar, en su caso) socialmente el amor o las relaciones sexuales. Sin embargo, consideramos que las revistas no contemplan ofrecer a sus lectoras una revisión de los valores afectivos tradicionales, encarnados en el amor romántico, que no se compaginan con los ritmos vitales de las mujeres contemporáneas.

El uso de los actos de habla imperativos no impositivos, así como el tono conversacional informal –incluso en muchas ocasiones coloquial– que aparecen entre las páginas de los textos seleccionados confieren una sensación de cercanía e intimidad con las lectoras. Asimismo, las publicaciones examinadas se reafirman en la convicción de representar un tipo de revista “liberada” en comparación con otros medios especializados, como las revistas del corazón, ya que transmiten un modelo de comportamiento femenino moderno, activo y competente, tanto en el mundo laboral como en el doméstico. Sin embargo, hemos comprobado que esta imagen, en lo que respecta a los sentimientos y emociones afectivas, se encuentra vacía de significados feministas o próximos a la liberación efectiva de las mujeres. Hemos comprobado que en los artículos analizados transmiten ideas confusas, inciertas y simplistas de la igualdad de género e, incluso, en ocasiones evitan mencionar referencias o términos dentro de este campo semántico. Por ello, consideramos que deben asumir una mayor responsabilidad y rigor que otros medios de comunicación ya que, además de eludir el cambio hacia una sociedad más igualitaria, manipulan y tergiversan los significados de ciertas propuestas feministas.

A lo largo de los artículos de las revistas seleccionadas, *Elle* y *Cosmopolitan*, las mujeres reciben concretas instrucciones sobre cómo comportarse en el terreno sexual y afectivo, trabajando contra la posibilidad de emancipación sentimental respecto de los valores tradicionales. Así, el mensaje subyacente niega a las mujeres la capacidad de que sean ellas mismas las que decidan cómo sentir o cómo vivir las experiencias amorosas. Luego, en vez de facilitar las relaciones, como afirman, las oprimen y las instan a tomar ciertas decisiones que las abocan a la insatisfacción o al fracaso de sus relaciones. Los contenidos de estas revistas femeninas no tratan de dar voz a las mujeres, no buscan liberar sus relaciones sexuales y, mucho menos, sus relaciones afectivas: tratan de reducir el amor y el sexo a una lista de condiciones inseparables de la opinión y subordinación de las creencias propias del patriarcado. Las mujeres occidentales han conseguido liberarse en buena medida de las cadenas de la política económica tradicional; sin embargo, todavía están condicionadas por unas políticas más sutiles que indirectamente construyen representaciones sociales propias del capitalismo patriarcal. En definitiva, las relaciones afectivo-sexuales no son solo biología evolutiva, también están cargadas de valores y costumbres arraigados en la cultura de una sociedad porque, como reivindicó Kate Millett, lo personal es político.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. 2014. *Resumen General de Resultados EGM. Octubre de 2013 a Mayo de 2014.* En file:///C:/Users/duran/Downloads/resumegm214%20(1).pdf
- Barash, David P. y Judith E. Lipton. 2003. *El mito de la monogamia: La fidelidad y la infidelidad en los animales y en las personas*, Madrid, Siglo XXI.
- Caldas-Coulthard, C. y L. Martín Rojo, 1999. “Las revistas femeninas y la construcción de la feminidad”, *Revista Iberoamericana Discurso y Sociedad*, 1 (3): 3-9.
- De Beauvoir, Simone. 1949. *El segundo sexo. La experiencia vivida*, Buenos Aires, Ediciones Siglo XX.
- Feliu, Elena *et aliae*. 1999: “¿Cómo comunicarse en el hogar y en el trabajo? Las “recetas” comunicativas de las revistas femeninas”, en M.^a D. Fernández de la Torre *et aliae* (eds.), *El sexism en el lenguaje*, I, Málaga, CEDMA-Diputación de Málaga: 145-202.
- Gimeno, Beatriz. 2012. “Porno para mamás y porno sin más”, *Píkara Online Magazine* (18 de diciembre de 2012). En <http://www.pikaramagazine.com/2012/12/porno-para-mamas-y-porno-sin-masbeatriz-gimeno-habla-de-que-fantasias-y-roles-representa-la-pornografia-hegemonica-al-hilo-del-exito-de-cincuenta-sombras-de-grey/> [Consultado el 11 de noviembre de 2014].
- Herrera, Coral. 2013. *La construcción sociocultural del amor romántico*, Madrid, Editorial Fundamentos.
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. 2014a. *Personas ocupadas a tiempo parcial según motivo de la jornada parcial*. En <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/consulta.do?area=6> [Consultado el 5 de noviembre de 2014].
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. 2014b. *Permisos y prestaciones por maternidad según comunidad autónoma*. En <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/consulta.do?area=6> [Consultado el 5 de noviembre de 2014].
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. 2014c. *Diferencias en el uso del tiempo*. En <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/consulta.do?area=6> [Consultado el 5 de noviembre de 2014].
- Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. 2014d. *Tiempo dedicado al hogar y familia, según tipo de actividad*. En <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/consulta.do?area=6> [Consultado el 5 de noviembre de 2014].
- Lust, Erika. 2013. “La historia de cómo una sueca licenciada en política se trasladó al Sur para desafiar a la industria del cine para adultos”. En <http://erikalust.com/es/about/> [Consultado el 11 de noviembre de 2014].

- Lipovetsky, Gilles. 1999. *La tercera mujer: Permanencia y revolución de lo femenino*, Barcelona, Anagrama.
- Millett, Kate. 1995. *Política sexual*. Madrid, Cátedra-Instituto de la Mujer.
- Martín Serrano, Manuel. 1986. *La producción social de la comunicación*, Madrid, Alianza.
- Masters, William H. y Virginia Johnson. 1961. “Orgasm, anatomy of the female”, en Albert Ellis y Albert Abarbanel (eds.), *Encyclopedia of Sexual Behavior*, 2, Nueva York, Hawthorne: 788-793.
- Pérez Salicio, Encarnación. 2002. “La revista femenina: falso emblema de la mujer liberada”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 49. En <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina49abril/491salicio.htm> [Consultado el 2 de septiembre de 2014].
- Plaza, Juan F. 2005. *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes. La representación de los famosos*, Madrid, Editorial Fundamentos.
- Real Academia Española. 2014. *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). Versión en línea en <http://www.rae.es/rae.html>

9. ANEXO I: RELACIÓN DE ARTÍCULOS SELECCIONADOS

Elle

Tríos con dos hombres. 4 de julio de 2011:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/consultorio-de-sexo/trios-con-dos-hombres>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Las posturas más fáciles. 4 de julio de 2011:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/consultorio-de-sexo/que-posturas-son-mas-faciles-de-practicar-ademas-del-misionero>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

No me gusta mi pecho. 7 de julio de 2011:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/consultorio-de-sexo/no-me-gusta-mi-pecho>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Salir con un hombre más experimentado. 16 de agosto de 2011:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/consultorio-de-sexo/consulta-sexo>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Formas de romper. 8 de julio de 2011:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/consultorio-de-sexo/formas-de-romper>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Mi pareja está obsesionado con el tamaño. 16 de agosto de 2011:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/consultorio-de-sexo/sexo-obsesion-por-el-tamano>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Piropos 2.0. 9 de septiembre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sexo-elle/los-piropos-vuelven-a-estar-de-moda-con-adriana-lima>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Los juguetes oficiales de grey. 1 de septiembre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sex-shopping/juguetes-oficiales-de-grey-fifty-shades-of-grey-official-pleasure-collection>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

No! en la primera cita. 18 de septiembre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sexo-elle/que-no-hacer-en-la-primera-cita-errores-comunes>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Todo sobre las bolas chinas. 26 de septiembre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sexo-elle/todo-lo-que-querias-saber-sobre-las-bolas-chinas>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Caprichos hot. 2 de octubre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sex-shopping/juguetes-eroticos-y-lenceria-de-lujo-y-de-capricho>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Cosmética hot para tu baño. 10 de octubre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sex-shopping/cosmetica-erotica-productos-eroticos-lubricantes-polvos-corporales-velas-de-masaje-neceser-erotico>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Juguetes de otoño. 16 de octubre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sex-shopping/juguetes-eroticos-para-el-otono-las-novedades-hot>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Tienes un wpp. 27 de octubre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sexo-elle/pros-y-contras-del-whatsapp>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Qué excita a los españoles. 9 de noviembre de 2014:

<http://www.elle.es/pareja-sexo/sexo-elle/estudio-que-les-pone-a-los-espanoles>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Cosmopolitan

Consejos para llegar al orgasmo. 15 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/consejos-llegar-orgasmo>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Consejos antes de quedarte embarazada. 23 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/consejos-antes-de-quedarte-embarazada-601411470634>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

7 consejos para disfrutar recibiendo sexo oral. 25 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/7-consejos-para-disfrutar-recibiendo-sexo-oral-641411644798>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

¿Cada cuánto tengo que visitar al ginecólogo? 25 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/cada-cuanto-tengo-que-visitar-al-ginecologo-171411644185>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

23 cosas que los hombres creen que nos gustan en la cama. 26 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/23-cosas-que-los-hombres-creen-que-nos-gusta-en-la-cama-721411722852>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

8 cosas que nunca deberías decirle a un hombre. 29 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/8-cosas-que-nunca-deberias-decirle-a-un-hombre-131411991797>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

12 consejos sexuales que nos dan los hombres. 30 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/12-consejos-sexuales-que-nos-dan-los-hombres-831412078524>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Vientre de alquiler, ¿sí o no? 31 de septiembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/vientre-de-alquiler-si-o-no-141414749662>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

17 problemas de las citas que solo las mujeres entendemos. 1 de octubre de 2014:
<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/17-problemas-de-las-citas-que-solo-las-mujeres-entendemos-421412162617>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

13 cosas en las que se fijan los hombres cuando te conocen. 7 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/13-cosas-en-las-que-se-fijan-los-hombres-cuando-te-conocen-411412676447>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

16 problemas sobre el orgasmo que solo las mujeres pueden entender. 8 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/16-problemas-sobre-el-orgasmo-que-solo-las-mujeres-pueden-entender-491412848313>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Lo más hot de la literatura erótica. 9 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/fotos/lo-mas-hot-de-la-literatura-erotica/clasicos>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Convence a tu chico para que se deje barba. 9 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/hombres/articulo/convence-a-tu-chico-para-que-se-deje-barba-501412846981>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Dudas gine: ¿Es la menstruación? 10 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/dudas-gine-es-la-menstruacion-761412930002>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

12 cosas de una cita que ponen nervioso a un hombre. 13 de octubre:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/12-cosas-de-una-cita-que-ponen-nervioso-a-un-hombre-661413191902>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

7 hombres describen las cosas más románticas que han hecho en su vida. 15 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/7-hombres-describen-las-cosas-mas-romanticas-que-han-hecho-en-su-vida-841413358283>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

¿Qué nos hace ser más atractivas? 16 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/que-nos-hace-ser-mas-atractivas-911413451059>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

9 claves para saber si ella quiere casarse contigo. 17 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/9-claves-para-saber-si-ella-quiere-casarse-contigo-781413542735>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

¿Qué piensan los hombres cuando les pides sexo salvaje? 20 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/que-piensan-los-hombres-cuando-les-pides-sexo-salvaje-161413801638>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

10 Razones por las que él no te invita a salir. 23 de octubre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/10-razones-por-las-que-el-no-te-invita-a-salir-911414064758>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

Bolas chinas: todo lo que necesitas saber. 29 de octubre de 2014:
<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/bolas-chinas-todo-lo-que-necesitas-saber>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

¿Engordan las discusiones de pareja? 3 de noviembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/engordan-las-discusiones-de-pareja-981415028595>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

10 cosas que los hombres quieren que sepamos sobre ellos. 3 de noviembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/10-cosas-que-los-hombres-quieren-que-sepamos-sobre-ellos-341415015917>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

16 consejos para sobrevivir al primer año de relación. 3 de noviembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/16-consejos-para-sobrevivir-al-primer-ano-de-relacion-541415005755>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

12 señales que indican que tu novio es perfecto para ti. 5 de noviembre de 2014:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/articulo/13-senales-que-indican-que-tu-novio-es-perfecto-para-ti-601415181628>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

10 señales que indican que tu novio es tu mejor amigo:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/pareja/fotos/10-senales-que-indican-que-tu-novio-es-tu-mejor-amigo/mejoramigo1>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

9 señales que indican que tu novio es bueno en la cama:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/articulo/9-senales-que-indican-que-tu-novio-es-bueno-en-la-cama-351412768940>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

El modelo que nació en instagram:

<http://www.cosmohispano.com/hombres/tios-buenos/fotos/el-modelo-que-nacio-en-instagram/modelo-1>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

11 Cosas del sexo que a los chicos en realidad no les preocupan. ¿De verdad no les preocupan?:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/fotos/11-sexo-cosas-del-sexo-por-las-que-los-hombres-no-se-preocupan/de-verdad-no-les-importa>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

10 Cosas que a las mujeres no nos importan tanto como pensáis:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/fotos/10-cosas-sexuales-que-a-las-mujeres-no-nos-importan-tanto-como-pensais-1/sexo1>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

¿En qué nos afecta el consumo de la píldora?:

<http://www.cosmohispano.com/amor-y-sexo/sexualidad/fotos/en-que-nos-afecta-el-consumo-de-la-pildora/pildora0>. Consultado el 9 de noviembre de 2014.

