



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

**LA NOCION DE FEMINIDAD Y BELLEZA PRESENTE EN
LOS CONTENIDOS DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN SUS
EDICIONES ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2009.**

AUTORA: Bra. María R. Benítez P.

ASESORA: Profa. Beatriz Domínguez M.

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para
optar al Título de Licenciada en Sociología

CUMANÁ, ABRIL 2012

APROBADO POR

Asesora:

Beatriz Domínguez M.

Jurados:

Carmen Sequea

Enrique Ortiz

Este trabajo fue calificado con la categoría de:

APROBADO

Cumaná, 18 de Abril de 2012

ÍNDICE GENERAL

<u>AGRADECIMIENTOS</u>	<u>i</u>
<u>DEDICATORIA.....</u>	<u>iii</u>
<u>RESUMEN.....</u>	<u>iv</u>
<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>1</u>
<u>CAPÍTULO I.....</u>	<u>6</u>
<u>LA PERSPECTIVA DE LA FEMINIDAD EN EL CONTENIDO DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN SUS EDICIONES: ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2009.....</u>	<u>6</u>
<u>Corpus Textual. Revista Cosmopolitan, edición enero 2009.</u>	<u>9</u>
<u>2.Estructuras semánticas, revista Cosmopolitan edición enero 2009.</u>	<u>10</u>
<u>Semántica global. revista Cosmopolitan edición enero 2009.....</u>	<u>10</u>
<u>La feminidad asociada a los estereotipos de docilidad.....</u>	<u>14</u>
<u>La feminidad asociada a nuevos roles sociales.....</u>	<u>16</u>
<u>La mujer en el área laboral:</u>	<u>18</u>
<u>Sexualidad femenina:</u>	<u>19</u>
<u>La belleza como aspecto importante en la vida femenina. .</u>	<u>21</u>
<u>Análisis de contenido Revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.....</u>	<u>27</u>
<u>Corpus Textual Revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.</u>	<u>27</u>
<u>Estructuras semánticas revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.....</u>	<u>29</u>
<u>Semántica global revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.....</u>	<u>29</u>

<u>Semántica local revista Cosmopolitan edición febrero 2009.....</u>	<u>31</u>
<u>La feminidad asociada a los estereotipos de docilidad:</u>	<u>32</u>
<u>La feminidad asociada a nuevos roles sociales.....</u>	<u>38</u>
<u>La belleza como aspecto importante en la vida femenina. .</u>	<u>40</u>
<u>Análisis de contenido de la Revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.....</u>	<u>46</u>
<u>Corpus textual revista Cosmopolitan, edición marzo 2009. </u>	<u>46</u>
<u>Estructuras semánticas globales Revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.....</u>	<u>47</u>
<u>Semántica global revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.....</u>	<u>47</u>
<u>Semántica local revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.....</u>	<u>49</u>
<u>La feminidad asociada a los estereotipos de docilidad.</u>	<u>50</u>
<u>La feminidad asociada a nuevos roles sociales.....</u>	<u>53</u>
<u>La belleza como aspecto importante en la vida femenina. .</u>	<u>55</u>
<u>CAPÍTULO II.....</u>	<u>64</u>
<u>MODELOS DE BELLEZA FEMENINA</u>	<u>64</u>
<u>Estereotipos sexistas:</u>	<u>64</u>
<u>La cuestión de la belleza.</u>	<u>67</u>
<u>Categorías físico-corporales:.....</u>	<u>77</u>
<u>Grupo Étnico.....</u>	<u>78</u>
<u>Contextura Corporal.....</u>	<u>78</u>
<u>Tipo de cabello</u>	<u>79</u>
<u>Color de cabello</u>	<u>79</u>
<u>Longitud del cabello.....</u>	<u>80</u>

Tamaño de ojos.....	80
Color de ojos.....	80
Tipo de nariz.....	81
Tamaño de la nariz.....	81
Boca	82
Senos.....	82
Cintura	82
Piel	83
Edad	83
<i>Ideales de belleza.....</i>	<i>84</i>
<i>CAPÍTULO III.....</i>	<i>85</i>
<i>PAPEL DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN LA LEGITIMACIÓN DEL PATRIARCADO.....</i>	<i>85</i>
Contexto general del patriarcado.....	85
Relaciones desiguales de poder.....	88
La feminidad en el patriarcado.....	90
Universalización de la subordinación femenina.....	92
Consumismo del pasatiempo al habitus.....	94
Sexualidad femenina un espacio para la dominación.....	99
El cuerpo femenino y los estereotipos de belleza. El trauma del dominio. _____	104
Medios de comunicación y el patriarcado.....	110
La revista Cosmopolitan espacio para la consolidación y reproducción del patriarcado.	113
<i>CONCLUSIONES.....</i>	<i>117</i>
<i>BIBLIOGRAFÍA.....</i>	<i>125</i>

HOJAS DE METADATOS.....133

AGRADECIMIENTOS

Al término de esta hermosa etapa de mi vida, quiero expresar mis más profundos y sinceros agradecimientos a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a lograr esta hermosa realidad. A mi Universidad de Oriente, Núcleo Sucre, por ofrecer el espacio para mi desarrollo y crecimiento tanto personal como profesional, para amar y comprender a esa gran casa, hay que vivirla y sentirla. A cada uno de mis profesores que contribuyeron en mi formación académica, demostrándome la importancia de la Sociología como ciencia y profesión, con cada enseñanza ratifique que la SOCIOLOGÍA es mi vocación y pasión. A mi querida Profesora “Betty” Domínguez, por brindarme sus invaluable consejos y conocimientos, principal combustible para que hoy este trabajo pueda estar culminado. A mis queridos amigos (a); Mari, Iva y Amigo P. A mi David por estar siempre brindándome su gran apoyo, comprensión y amor.

De manera muy especial agradezco el amor, confianza y apoyo de mi gran y hermosa familia, la mejor con la que me pudo haber premiado Dios y la Virgen, familia donde los tíos (a) se consideran padres y los primos (a) se sienten y quieren como hermanos (a). A mi tía Marita y Julio siempre tendrán una inmensa gratitud de mi parte, por acogerme y hacerme sentir en casa. Existen dos seres que para mi representa la divinidad en la tierra mi MAMI y mi PAPI, siempre presentes en cada éxito y derrota de mi vida, este logro más que mío es de ustedes, quienes son mi ejemplo, mi fuerza y mi guía. A mi hermana quien me incentivó en la realización y culminación de mi Trabajo De Grado.

A Dios, la Virgen del Carmen y del Valle por estar siempre en mi vida protegiéndome y allanando mi camino. A todos mi amor y gratitud.

DEDICATORIA

Muy especialmente dedicado a todas las mujeres, para que identifiquen como el patriarcado se vale de distintos aspectos ideológicos como la concepción de la belleza para mantener a la feminidad subordinada ante la masculinidad. Para que las mujeres entiendan que la seguridad, eficiencia y eficacia en los espacios de poder no deben ser asociadas con aspectos tan superficiales como “Tacones o Accesorios”, las Mujeres valemos por nuestras capacidades mentales e intelectuales, no por adornos corpóreos. No deben ser nuestros rasgos físicos lo importante sino nuestras mentes y acciones.

A Rocío para que nunca olvide a lo largo de la vida que con: dedicación, esfuerzo, trabajo y perseverancia se logran las metas y se alcanzan los sueños. Para que recuerde que no existen imposibles, que los imposibles sólo requieren de un poco mas de esfuerzo para volverlos posibles.

La mejor esclava, no necesitará ser golpeada. Se golpeará a sí misma... con el agudo látigo de su lengua y el golpeteo sutil de su inteligencia. Erica Jong



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

**LA NOCION DE FEMINIDAD Y BELLEZA PRESENTE EN LOS
CONTENIDOS DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN SUS
EDICIONES ENERO, FEBRERO Y MARZO DEL 2009.**

AUTORA: María R. Benítez P.
ASESORA: Beatriz Domínguez M.
AÑO: 2012

RESUMEN

La presente investigación se basó en un análisis de contenido realizado a las ediciones de enero, febrero y marzo de 2009 de la revista Cosmopolitan, para identificar en los mensajes analizados aquellos aspectos vinculados con la cuestión de la belleza femenina y su relación con la legitimación del concepto impuesto y construido por el patriarcado de la feminidad, definición con la cual se oprime y subordina la feminidad ante la masculinidad. Los resultados obtenidos demuestran que la revista Cosmopolitan es un espacio al servicio del patriarcado, la noción de belleza femenina presentada se ajusta cabalmente con los estereotipos y patrones definidos socialmente sobre la feminidad. Según el análisis se demostró que la feminidad es asociada con: a) estereotipos de docilidad presentados como parte natural de las mujeres; b) se hallaron menciones sobre nuevos roles de la feminidad; sin embargo, los mismos fueron asociados con el tema de la belleza, ya que el logro del éxito se asocia con la imagen de la mujer; c) la belleza es presentada como aspecto transcendental en la vida femenina, las mujeres no valen por sus habilidades y capacidades sino por su aspecto físico; desde los contenidos analizados estar al servicio de los hombres es algo natural de las mujeres, así mismo, se ratifican los conceptos donde se aleja la feminidad del conocimiento.

Palabras Claves: feminidad, patriarcado, belleza, patrones corporales, análisis de contenido.

INTRODUCCIÓN

La feminidad es un concepto construido en sociedad; es decir, se constituye en la parte social del sexo femenino. En este sentido, la feminidad no está asociada a las características biológicas y anatómicas de las mujeres; está referida, pues, a un modelo normativo inculcado a los individuos con la socialización como una parte natural e inherente a su persona. Rodríguez (2007) afirma que en la formación de la identidad femenina o masculina intervienen son factores sociales: “en la configuración de identidad femenina o masculina intervienen no sólo factores genéticos sino estrategias de poder, elementos simbólicos, psicológicos, sociales, culturales, etc.” (sp). Ahora bien, entendemos entonces que la feminidad al ser una construcción social ha sido definida según las particularidades y necesidades de la ideología dominante, a fin de evitar contradicciones entre las estructuras y asegurar tanto la sostenibilidad como la reproducción de la misma. La feminidad entonces no es algo íntimo o personal, por el contrario es el producto de los intereses de la cultura hegemónica. En este sentido Rodríguez (2007), menciona de igual manera a Teresa de Lauretis, para quien los cuerpos sexuados son la superficie sobre las cuales el sistema sociocultural va esculpiendo los modelos y representaciones de la feminidad o masculinidad diseñados por la sociedad.

La asimilación de las conductas, roles, actividades y gustos definidas como propias de los hombres o de las mujeres comienza desde la infancia e incluso desde el vientre materno, cuando se conoce el sexo del feto y se inicia una socialización diferenciada en función de las expectativas construidas socialmente sobre el hecho de ser hembra o varón; en consecuencia, la estimulación de los niños y las niñas se da en atención al

sexo para, de esta forma, hacer corresponder su genitalidad con lo establecido culturalmente. Para lograr las estimulaciones diferenciadas, el pensamiento y la lógica de las personas son organizados de una forma dual, donde cada componente tiene su opuesto; por ello, entendemos que el significado social de la feminidad es lo opuesto al de masculinidad, en los cuales se pone de manifiesto una jerarquización de los términos y la relación asimétrica existente entre los sexos. Existen afirmaciones según las cuales la definición de la feminidad se inició con Platón, cuando la mujer fue apartada del logos y se comenzó a relacionarla con la parte emotiva e irracional de los individuos; esto explica el carácter androcéntrico¹ de la sociedad patriarcal.

En las sociedades androcéntricas el concepto de lo feminidad es creado por los hombres y en beneficio de ellos. Según esta concepción la mujer es un ser servil, sumiso, un objeto, etc.; pues al ser los hombres quienes la definieron, ellos se erigieron como los dominantes y los dueños del poder. Para Rodríguez (2007), las mujeres se convirtieron en el espejo de las necesidades de los hombres, encarnando la pasividad, sumisión, servilismo, belleza y capacidad nutricia. Este constructo cultural vinculó a la mujer al cuidado del hogar y la familia y la mantuvo alejada de los espacios públicos de poder. Debido a las particularidades sobre las cuales se ha construido la noción de feminidad, se comprende el carácter de subordinación de las mujeres en las sociedades patriarcales. Ahora, la continuidad de ese esquema normativo que condiciona a las mujeres a espacios de inferioridad se debe a que la diferenciación, estimulación y presión por cumplir con los patrones establecidos comienza aun antes de nacer. De este modo, se limita a las mujeres desde toda perspectiva, porque el entorno sociocultural se

¹ Androcentrismo: Concepción del mundo donde el hombre y la masculinidad son el centro de todo.

encarga de quitarles las herramientas ideológicas necesarias para transformar el orden social imperante.

A través del conjunto de símbolos y normas, las estructuras sociales se encargan de legitimar el orden social existente, logrando implantar en las consciencias de las mujeres los aspectos ideológicos propios de la sociedad androcéntrica. El aspecto simbólico tiene una importancia trascendental a la hora de mantener y reproducir el sistema patriarcal, porque son las estructuras ideológicas el conjunto de elementos empleados por el sistema para reproducir y reafirmar el orden social imperante. En consecuencia, cada individuo con sus prácticas cotidianas, contribuye con la validación del orden imperante, aun cuando el mismo vaya en contra de su propia persona; en este contexto los individuos permiten y ejercen contra ellos mismos una violencia de tipo simbólica. En este orden de ideas, encontramos la cuestión de la belleza corporal como un aspecto de carácter simbólico que es empleado por el patriarcado para mantener la dominación masculina. Si bien es cierto que el concepto o los parámetros de belleza son de carácter subjetivo, el entorno sociocultural se ha encargado de atribuir a este concepto patrones y estereotipos que se encuentran en perfecta concordancia con la definición hecha por el patriarcado de la feminidad.

Aun cuando se han originado transformaciones en las relaciones sociales a favor de las mujeres, dichas alteraciones no significaron una efectiva transformación en las relaciones desiguales de poder, pues el patriarcado, con las diversas estructuras e instituciones que tiene a su servicio, adapta los patrones y estereotipos sexuales en función de las nuevas dinámicas sociales. Por ello se observa que cuando las mujeres

fueron accediendo a los espacios públicos de poder y los estereotipos ligados con la familia y el hogar fueron perdiendo vigencia, aparecieron nuevos estereotipos sexistas femeninos con los cuales mantener oprimidas a las mujeres. Es en este contexto social donde aparece la cuestión de la belleza y la preocupación por la imagen física como una eficaz herramienta de control social sobre las mujeres. Bajo el concepto de la belleza se buscó mantener la dependencia de las mujeres a los juicios y calificaciones de los hombres, pues al ser construido socialmente por el patriarcado es una belleza a favor y al servicio de los hombres.

Ahora bien el objetivo general que guió el estudio fue: "Identificar el modelo ideal de belleza presentado por la revista Cosmopolitan en sus ediciones enero, febrero y marzo del 2009". A su vez este objetivo general fue dividido en tres objetivos específicos.

- Identificar los mensajes relacionados con los patrones físicos de belleza que se encuentran publicados por la revista.
- Identificar los patrones de belleza presentados en Cosmopolitan.
- Relacionar los patrones de belleza femenina presentados por la revista Cosmopolitan con la definición de feminidad impuesta por el sistema patriarcal.

De acuerdo con los objetivos planteados y con el propósito de alcanzar cada uno de ellos la estructura del informe final fue realizada de la siguiente manera: en el Capítulo I fue abordado el primer objetivo específico, razón por la cual se realizó el análisis de contenido de las ediciones estudiadas, para identificar así los mensajes dentro de los textos relacionados con patrones estéticos de belleza. En el Capítulo II es desarrollado el segundo objetivo

específico, en este sentido se identifican los patrones estéticos encontrados en los contenidos de la revista, para así describir los estándares de belleza presentados por cosmopolitan. Finalmente, en el Capítulo III se establecen relaciones entre el ideal de belleza presentado por la revista y el concepto de feminidad impuesto socialmente por el patriarcado, para determinar así el papel del contenido de la revista Cosmopolitan en el patriarcado.

CAPÍTULO I

LA PERSPECTIVA DE LA FEMINIDAD EN EL CONTENIDO DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN SUS EDICIONES: ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2009

El análisis de contenido fue aplicado bajo la perspectiva de la homogeneidad semántica². Porque, aun cuando en la revista confluyen varios autores, todos se ciñen a los mismos tópicos relacionados con la feminidad. Las secciones que integran la revista son fijas, sólo se modifica mensualmente la temática de las mismas; estas características se corresponden con la definición hecha por Delgado y Gutiérrez (1999) sobre la perspectiva de la homogeneidad semántica: "...las mismas expresiones significarían lo mismo, a efectos prácticos, aun siendo producidas por sujetos diversos –pertenecientes, por lo general a un mismo medio sociocultural" (185).

El análisis de contenido fue realizado según la división de las macroestructuras definidas por Van Dijk, para quien estas están relacionadas con el contenido global del texto. Según dicha división en los textos confluyen partes subjetivas como patrones socioculturales, las mismas se constituyen en los aspectos importantes a través de las cuales las personas logran comprender y encontrarle coherencia a los textos. La teoría de Van Dijk se ajustó a los objetivos planteados de la investigación, porque en ella se propone el análisis de los contenidos como una forma de estudiar y comprender las relaciones sociales de dominación en las áreas sexuales. El

² Semántica parte de la lingüística que se ocupa del estudio teórico e histórico del significado de las palabras.

nivel de análisis seguido según la teoría de Van Dijk fue el de las estructuras semánticas.

La comprensión y análisis de las estructuras semánticas del contenido de la revista *Cosmopolitan* fue realizado según la división hecha por Van Dijk (1994-1995), para quien las estructuras semánticas deben ser comprendidas en dos niveles: estructuras semánticas globales y estructuras semánticas locales. Al realizar el análisis de las estructuras semánticas globales nos estamos refiriendo a los tópicos y el tema general del contenido, mientras que las estructuras semánticas locales están asociadas con los principales campos semánticos repetidos en el texto y con los cuales se puede identificar la presencia de una ideología dominante subyacente.

Las ediciones enero, febrero y marzo de 2009 de la revista *Cosmopolitan* se constituyeron como la muestra seleccionada para realizar la investigación. Las secciones escogidas para el estudio fueron aquellas relacionadas directamente con los aspectos de belleza, cuidado personal, dietas y relaciones afectivas. Por otra parte, aquellos aspectos vinculados con eventos sociales, farándula y test de personalidad no formaron parte de los contenidos analizados; pues dichas secciones no aportan a la investigación aspectos relevantes asociados con los objetivos planteados, es decir, los niveles sintácticos³ y semánticos de estas secciones no aportan datos que permitan comprender tanto el contenido textual como subjetivo de los textos que aparecen en la revista asociados al tema de la feminidad.

³ Sintaxis parte de la gramática que trata de la unión de palabras para la formación de oraciones y expresar conceptos

Contextualizadas tanto las áreas del contenido de la revista como la perspectiva aplicada en la realización del estudio, a continuación serán presentados los cuadros sinópticos obtenidos como resultado de la aplicación del análisis de contenido. La sistematización de la muestra se realizó de manera separada, pues de esta forma se logra una comprensión

más exhaustiva de las especificidades de cada edición, logrando así identificar los elementos comunes y particulares que existen en cada una.

Análisis de Contenido Revista Cosmopolitan, edición enero 2009

Corpus Textual. Revista Cosmopolitan, edición enero 2009

NN°	Autor	Título	Página
1	Mercedes Scott	"Nuestro Mundo Cosmo"	6
2	Molly Fahner	"La Hoja Caliente"	14
3		"El Nuevo Hollywood Latino"	24-31
4	Mina Azodi	"De Cosmo para tu chico"	41
5		"Estilo P&R"	43
6		"Beauty News"	48-51
7	Zoë Ruderman	"Parejas"	54-55
8	Paula Leconte	"Éxtasis Oriental"	56-59
9	Bethany Heitman	"¿Qué hace la novia inteligente?"	60-63
10	Deepa Menon	"Citas por catálogo, amores de fin de semana"	64-67
11	Molly Triffin	"Conexiones"	72
12	Bethany Heitman	"Tu fabulosa vida"	73
13	Elibel Atala	"Placeres"	80
14	Glynis Horning	"Si te hace feliz ¡No puede ser tan malo!"	82-85
15		"Guía de estilo"	87
16	Zoë Ruderman	"Cosmo Weekend"	102-106

En el cuadro anterior se observa que el corpus textual seleccionado en la edición enero del 2009 está constituido por dieciséis artículos, de los cuales en cuatro no se especifican los autores o autoras (3, 5, 6, 15); los

mismos fueron presentados como guías donde convergen varias fuentes. De la selección analizada en ocho secciones se habla de forma directa sobre la cuestión de la belleza física: en las ocho restantes se aborda el asunto de la belleza de manera parcial y a su vez asociado a otros aspectos de la feminidad: esto justifica la presencia de los mismos en el estudio. De manera global cada uno de estos aspectos contribuyen a la hora de identificar cuál es el concepto de feminidad presentado en esta revista.

2. Estructuras semánticas, revista Cosmopolitan edición enero 2009.

Semántica global. revista Cosmopolitan edición enero 2009

N°	Tema	Tópico
1	Síntesis sobre el tema y contenidos de la edición del mes de enero 2009. Novedades sobre parejas y mecanismos de atracción masculina.	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos para atraer hombres. • Métodos para la seducción.
2	Conteo de los aspectos más importantes en la vida femenina.	<ul style="list-style-type: none"> • Cirugías plásticas. • Estudios sobre la masculinidad. • Relaciones amorosas. • Modo de vestir.
3	Presentación de la influencia femenina latina en el espacio sociocultural de Hollywood.	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos corporales. • Nuevos patrones de belleza. • Trabajos y ocupación de las latinas reseñadas.
4	Tips para entender, comprender y complacer a los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje gestual masculino. • Sexo.
5	Guía sobre aspectos corporales, de belleza y moda.	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de vestir a la moda. • Mecanismos para mejorar aspectos corporales.
6	Presentación de tips para lograr mejorar aspectos físicos y corporales.	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar defectos físicos. • Atracción masculina.
7	Guía práctica sobre elementos para mantener las relaciones de pareja.	<ul style="list-style-type: none"> • Romance. • Seducción.

		<ul style="list-style-type: none"> • Sexo. • Amistades.

8	Guía sexual según las “Tigresas Blancas” antigua comunidad de mujeres chinas dedicadas a las prácticas sexuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexo como mecanismo de atracción. • Sexo como método femenino de dominación. • Sexo como fuente para la belleza física y corporal.
9	Manual sobre las reglas de convivencia para mantener, atender y convivir en pareja.	<ul style="list-style-type: none"> • Vestuario. • Amistad. • Sexo. • Seducción.
10	Exposición de estrategias para encontrar y formar parejas ajustadas a las nuevas particularidades de la sociedad y de la vida femenina.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones amorosas. • Romance. • Sexo.
11	Tips enfocados con facilitar la vida femenina.	<ul style="list-style-type: none"> • Parejas. • Amistad.
12	Distintos puntos que contribuyen en la vida femenina cotidiana.	<ul style="list-style-type: none"> • Profesión. • Compras.
13	Presentación de una lista de aspectos que se constituyen como placeres para las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Dieta. • Higiene personal. • Relajación.
14	Tips para que las mujeres puedan cometer ciertos pecados que van en contra de las actitudes, dieta y relaciones amorosas propias de la feminidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Dieta. • Sentimientos. • Compras. • Relaciones amorosas. • Trabajo.
15	Conjunto de artículos que contribuyen en mejorar el aspecto físico y corporal de las mujeres, para lograr mayor belleza y atractivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Compras. • Higiene personal. • Moda.
16	Guía práctica sobre las actividades más indicadas para realizar por las mujeres durante el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> • Parejas. • Dieta. • Maquillaje.

Como se evidencia en el cuadro anterior los temas con mayor repetición en la estructura textual de la muestra son aquellos relacionados con la belleza física femenina, enfocados principalmente en los aspectos de cuidado corporal, peso, accesorios y ropa: dichos temas aparecen en once artículos de la muestra (2, 3, 5, 6, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16).

Según la repetición de los tópicos en la muestra, las relaciones de parejas se constituyen en el segundo contenido con mayor presencia, pues los mismos aparecen reseñados en nueve artículos de la muestra (2, 7, 9, 10, 11, 14, 16). Continuando con el mismo orden, cinco de los artículos analizados (4, 7, 8, 9, 10) abordan el asunto de la sexualidad. De igual modo la seducción, aparece reseñada por su parte en un total de cuatro artículos (1, 6, 7, 9).

Finalmente, los temas con menor frecuencia de la selección fue: el laboral, el cual aparece en tres secciones (3, 12, 14). Y, aun cuando se trata de una revista femenina, se hace mención a la masculinidad en dos contenidos de la muestra (2, 4). Existe una tendencia generalizada en cada uno de los dieciséis artículos, de asociar a la mujer con los distintos estereotipos sexistas definidos socialmente para la feminidad.

Semántica Local. Revista Cosmopolitan, edición Enero 2009

N°	Campos Semánticos.
1	Métodos de seducción.
2	Moda, Relaciones de pareja, Masculinidad, Modificaciones corporales.

3	Patrones corporales de belleza, Profesiones.
4	Masculinidad, Sexualidad.
5	Moda, Modificaciones corporales.
6	Modos de modificar el cuerpo, Métodos de seducción.
7	Relaciones de pareja, Sexualidad, Amistad.
8	Relaciones de pareja, Sexualidad, Cuidado corporal.
9	Moda, Amistad, Sexualidad, Romance.
10	Relaciones de pareja, Sexo, Romance.
11	Relación de pareja, Amistad.
12	Profesión, Compras.
13	Cuidado corporal, Emotividad femenina, Distracción.
14	Cuidado corporal, Emotividad femenina, Compras, Relaciones de pareja.
15	Compras, Cuidado personal, Moda.
16	Relaciones de pareja, Cuidado corporal, Moda.

En este cuadro se presentan los distintos campos semánticos hallados de forma más recurrente en el corpus textual del contenido de la Revista Cosmopolitan en la edición de enero 2009. Dichos campos semánticos están ajustados perfectamente a los estereotipos sexuales construidos socioculturalmente por el patriarcado (docilidad, servilismo, emotividad, dependencia, etc.), para definir la feminidad. Estos campos semánticos son incluidos en el corpus textual de la revista con el propósito de contribuir en la reproducción y sostenibilidad del patriarcado. En función de los resultados obtenidos serán analizados los siguientes campos: la feminidad asociada a los estereotipos de docilidad; la feminidad asociada a nuevos roles sociales:

la mujer en el campo laboral, y sexualidad femenina y belleza como aspecto importante en la feminidad.

La feminidad asociada a los estereotipos de docilidad.

Según los datos obtenidos se pudo observar la aparición continua de artículos donde es vinculada la feminidad con estereotipos de docilidad. El artículo “De Cosmo para tú chico” es una muestra clara de la feminidad pensada desde la noción de docilidad, ésta sección es dirigida a los hombres, en ella la autora ofrece un listado de los aspectos que molestan a las mujeres durante el sexo, para de este modo brindarles a los hombres información sobre lo que deben hacer o no durante el coito, porque, como afirma el artículo, “tu chica nunca te lo dirá”; es decir, la mujer aunque se encuentre insatisfecha con su vida sexual es considerada incapaz de decir, reclamar y exigir aquello con lo cual se siente realmente complacida y satisfecha. El contenido de la sección demuestra lo esperado socialmente de las mujeres: sumisión y resignación.

En “Qué hace la novia inteligente” es mencionada la cuestión de la docilidad, pues allí la autora ofrece una serie de tips con los cuales mantener a gusto y satisfecha a su pareja, un hombre. Con solo leer el título, “Qué hace la novia inteligente”, es obvio que el mismo, aun cuando está dirigido a las mujeres, se enfoca a dotar a las “novias” de herramientas con las cuales logren complacer con su docilidad, obediencia, sumisión y dulzura al “novio”. Una de estas reglas de oro descritas es: “decirle a tu chico lo fabuloso que es en la cama”: con esto se busca demostrarle al hombre sentirse complacida con la vida sexual llevada, sin que necesariamente esto sea así. Con base

en este tipo de referencias se evidencia una sobrestimulación para mantener la feminidad asociada a patrones de docilidad, servilismo, obediencia y complacencia. Una ejemplificación de estas afirmaciones se observa en los consejos ofrecidos a las novias: ellas deben ver los juegos deportivos para complacer al novio, pero de una forma pasiva “Sin vitorear demasiado alto, beber cervezas o contar chistes verdes”. Aquí, aparte de invitar a realizar actividades sólo por complacer, se condiciona la manera de actuar, para evitar así actitudes que se encuentren en contradicción con la concepción de docilidad, pasividad y sutileza esperada de las mujeres.

Desde este enfoque la revista refuerza la noción de una feminidad pasiva y dócil, con lo cual se le resta la posibilidad a las mujeres de ser asociadas con actividades y aptitudes activas, que les permitan irse desapegando un poco de estos estereotipos que las mantienen oprimidas, al quitarles independencia y dinamismo. Mantener atadas a las mujeres a los estereotipos de docilidad, es continuar reforzando la definición tradicional de dulzura, subordinación, suavidad y resignación con los que desde siempre la sociedad patriarcal ha definido la feminidad, contribuyendo esto de forma activa en la consolidación y reproducción de las relaciones desiguales de dominio y subordinación, pues las mujeres pensadas desde esta posición son consideradas seres sumisos y resignados ante las decisiones, gustos y exigencias de los hombres.

Es necesario resaltar que los estereotipos de docilidad femenina refuerzan la concepción tradicional de la mujer como individuo obediente, dócil y resignado. No se pueden dejar de lado las referencias hechas sobre

la sexualidad y la inclusión de las mujeres en los espacios públicos de poder, aun cuando dichas participaciones se concreten con limitaciones. Estas referencias se constituyen en una demostración de las nuevas posiciones obtenidas por las mujeres en el ingreso a los espacios y actividades pensadas como propias de la masculinidad. Se puede detectar según el análisis que: el hecho de instar a los hombres a satisfacer a las mujeres es una demostración del deseo de la revista Cosmopolitan en convertirse en la voz de las mujeres; en otras palabras, quienes estructuran el contenido de la revista están conscientes de que las mujeres se han ido adueñado de su sexualidad, y es por ello que tratan entonces de constituirse en la voz de las mujeres, para obstaculizar así el logro de mayor poder y participación femenina en nuevos roles y espacios sociales distintos a los tradicionalmente pensados como propios de la feminidad.

La feminidad asociada a nuevos roles sociales.

En la muestra estudiada se observó la presencia de temas asociados a nuevos patrones o roles de la feminidad, los cuales la logran alejar un poco del concepto tradicional construido por la sociedad patriarcal a lo largo de su evolución. Concepto en el cual la mujer se pensaba alejada totalmente de los espacios públicos de poder y se asociaba casi de manera exclusiva con el cuidado del hogar y la maternidad; es decir, los espacios íntimos. Sobre este particular se puede decir que dentro del contenido se obvia el tema de la maternidad y el cuidado del hogar, lo cual sugiere la existencia de una concepción distinta de la feminidad, desligada de los conceptos tradicionales donde las mujeres estaban vinculadas únicamente con el dominio de los espacios íntimos.

El contenido de Cosmopolitan se encuentra ajustado a las nuevas dinámicas sociales. Es por ello, que se observan secciones donde se hace referencia a nuevas formas de relaciones de pareja, en las que las mujeres tienen el poder para decidir el modo de estructurar las relaciones amorosas en función de sus necesidades particulares. Un ejemplo de ello se encuentra en el artículo “Citas por catalogo, amores de fin de semana”; allí, Menon⁴ (Enero, 2009) aborda el tema de las parejas y las nuevas formas de relaciones amorosas. Dichas relaciones se encuentran desvinculadas del concepto tradicional, según el cual su función principal no es más que la consolidación del matrimonio y los hijos. La autora afirma que las relaciones románticas tradicionales han perdido vigencia debido a la dinámica social actual y al ritmo de vida de las mujeres, demostrando el logro en el acceso a los espacios públicos de poder, actividades con las cuales pierden importancia el hogar y las relaciones tradicionales.

En el contenido de “Citas por catálogos, amores de fin de semana”, son desechados varios estereotipos básicos de la concepción tradicional femenina. La autora hace mención a las nuevas exigencias y prioridades de las mujeres: “cada vez nos exigimos más como mujeres, como profesionales y como amantes” (64); en esta cita se exalta el acceso de las mujeres al campo laboral, intelectual y se desecha el asunto del tabú sexual; en pocas palabras, se presenta a la feminidad como parte activa de la vida pública y sexual. Así mismo, en este contenido se aportan cifras con las cuales se demuestra la evolución en los cambios de los distintos paradigmas femeninos tradicionales. Menon (enero, 2009) afirma que a las mujeres no les da miedo vivir solas, porque son independientes y seguras para hacerlo;

⁴ Citas tomadas de la muestra de estudio seleccionada, razón por la cual no se encuentran reseñadas en la bibliografía.

para reforzar esta afirmación la autora señala que “en los últimos 15 años, el número de mujeres que viven solas ha aumentado en casi un 50%” (64).

La aparición en la muestra de temas asociados con la sexualidad y los espacios públicos de poder se constituye en una demostración de la evolución del concepto de feminidad. Con este tipo de contenidos se presenta lo femenino alejada de conceptos altamente discriminantes, como el de Platón, para quien la mujer se encontraba apartada del logos, o el de Rousseau, para quien la mujer estaba destinada únicamente a ser la mujer de un hombre y su educación sólo debía limitarse a ese particular, lo cual evidencia la superación de concepciones altamente discriminantes hacia la feminidad. Lo antes descrito demuestra cómo, a pesar de que las estructuras sociales son orientadas en pro de mantener la superioridad de la masculinidad, la mujer ha logrado acceder y superar las barreras ideológicas que la mantenían totalmente oprimida sin ningún tipo de participación más allá de los espacios íntimos.

La mujer en el área laboral:

El plano laboral es uno de esos nuevos espacios públicos donde las mujeres han incursionado con éxito. El acceso al trabajo fuera del hogar es un nuevo rol que aleja la feminidad de los conceptos tradicionales, pues representa una ruptura con actividades como el cuidado del hogar y la maternidad, tareas propias de los espacios íntimos, y con las cuales durante

mucho tiempo fue asociada por excelencia. Esto demuestra que las referencias hechas sobre el campo laboral en Cosmopolitan constituyen una superación de los patrones femeninos tradicionales, que ubicaban a la mujer

de manera exclusiva en los espacios domésticos. En este sentido en “Tu fabulosa vida” la autora brinda consejos a las mujeres para que tengan más éxitos en los espacios profesionales; así mismo, Heitman (enero, 2009) exalta la importancia del acceso de las mujeres a los espacios públicos, porque a pesar de tener más presión sobre ellas al convivir en un mundo de hombres, logran tener éxito; a su vez, este tipo de afirmaciones demuestran que, si bien es cierto que las mujeres han logrado mayor participación en los espacios públicos, los mismos continúan siendo pensados en función de los hombres y, por consiguiente, es a ellos a quienes se les brinda mayor facilidad para el triunfo.

Igualmente, en “Citas por Catálogo, amores de fin de semana” la autora sostiene que el surgimiento de nuevas relaciones románticas se debe a la modificación en las prioridades y metas femeninas, las cuales se fueron trasladando de los espacios íntimos a los públicos, hecho que impide a las mujeres mantener relaciones amorosas desde un concepto tradicional. Que la mujer no sea asociada de manera exclusiva a la maternidad y el hogar es de gran importancia por el hecho de representar una superación en uno de los principales roles asignados a la feminidad por el patriarcado, como lo fue el confinamiento a los espacios íntimos.

Sexualidad femenina:

La presencia en la selección estudiada de temas asociados con la sexualidad, es otra demostración de las reivindicaciones logradas por las mujeres, pues se constituye como la superación del tabú sexual sobre la feminidad, en tanto en el patriarcado la mujer es considerada solo como un

objeto al servicio de los deseos y necesidades sexuales de los hombres. En consecuencia, el hallazgo de contenidos en la revista *Cosmopolitan* orientados al disfrute de los encuentros sexuales por parte de las mujeres las desliga un poco de esa objetivación de sus cuerpos, que coloca y reduce la sexualidad femenina únicamente al servicio de los hombres, mientras desconocía e incluso descalificaba el disfrute sexual de la mujer.

En “Éxtasis Occidental” es abordada la sexualidad desde un enfoque femenino, allí la autora presenta una serie de elementos con los cuales demuestra que aquellas relaciones sexuales donde las mujeres participan de forma activa resultan más placenteras, tanto para ellas mismas como para los hombres. En este sentido, Leconte (enero, 2009) insta a mantener relaciones sexuales lideradas por las mujeres. Con relación a esto sostiene: “el sexo liderado por las mujeres no sólo era más placentero que el tradicional, sino que también era más enérgico” (56). La mujer aquí es presentada como sujeto activo que busca el disfrute y placer sexual por lo que, el artículo se configura como una clara demostración de la superación de los tabúes sexuales. Sin embargo, que la referencia hecha sobre una sexualidad liderada por las mujeres se constituye en una superación de los estereotipos sexuales, el carácter patriarcal de la revista se devela en el momento de enumerar los beneficios obtenidos con el sexo practicado de este modo, por cuanto estos se asocian principalmente con la cuestión de la belleza física femenina. Este tipo de encuentros, según afirma la autora, contribuyen a alcanzar juventud, firmeza muscular y lozanía en la piel. Sin embargo, Leconte, para incitar la práctica de este tipo de encuentros sexuales no se fundamenta en aspectos como la transformación de los roles femeninos y de las relaciones desiguales de poder: por el contrario, es la

cuestión de la belleza la razón presentada como la más trascendental a la hora de respaldar este tipo de encuentros sexuales.

La belleza como aspecto importante en la vida femenina

No se puede negar que en la muestra se observó la presencia de temas relacionados con una visión de la feminidad menos discriminante; sin embargo, se detectó en el contenido de Cosmopolitan que cada uno de estos temas (transformaciones en las relaciones románticas, el ingreso al campo laboral o la sexualidad) fueron asociados íntegramente con la cuestión de la belleza femenina. Se puede inferir, según lo expresado en los textos de la revista que, la belleza se ha constituido como el estereotipo con el cual las estructuras sociales, de un modo más solapado, buscan la consolidación y perpetuación de las relaciones desiguales de género, para mantener así el poder de la masculinidad sobre la feminidad. Según el análisis de contenido, son los temas relacionados con la belleza femenina los que más se repiten; además, la mayoría de las secciones están enfocadas en promocionar y difundir los patrones y modelos físicos dominantes de la belleza.

La belleza física femenina se presenta en esta revista como un punto de suma importancia en la vida de las mujeres, el logro del éxito, el talento y la aceptación social con la constitución corporal de la mujer. La importancia que representa la belleza para la feminidad se aprecia en el artículo 3 de la muestra, “El nuevo Hollywood Latino”. Aquí se relaciona de forma directa el tener “bellos” rostros con el talento: en otras palabras, tener un rostro bello, según los patrones establecidos, es una señal de poseer talento, lo cual finalmente conducirá a la mujer a tener más éxito. Según la organización del artículo, son los bellos rostros de las latinas lo que les permite demostrar su talento y asegurarse el éxito en la industria del entretenimiento. En este

artículo son presentadas mujeres latinas que han logrado tener éxito e influencia en la cultura estadounidense; dichas mujeres, como es de esperar, encarnan los distintos patrones y modelos existentes sobre la belleza física femenina.

En este mismo sentido en “Beauty News”, se vuelve a relacionar la cuestión de la belleza con el logro del éxito y la aceptación social. En esta oportunidad, se presenta una serie de tratamientos y actividades con los cuales las mujeres puedan lograr cumplir con los modelos y patrones estéticos dominantes, para asegurar de este modo la aceptación y el éxito en la sociedad. En este artículo son presentadas como paradigmas de belleza famosas actrices, modelos y cantantes: Leona Lewis, Heidi Klum, Lynn Sigler, Keira Knightley y Ali Larter, quienes se ajustan de manera perfecta a los patrones de juventud, delgadez y perfección corporal, que definen el modelo de belleza hegemónico.

Mediante este artículo se transmiten a las mujeres, en principio, dos mensajes: uno, sólo siguiendo las herramientas ofrecidas por la revista lograrán el cuerpo perfecto ajustado a los parámetros sociales y, por otra parte, se refuerza la noción de relacionar el éxito femenino con la imagen física. Así mismo, vale resaltar que cada una de las mujeres exitosas presentadas como modelos estéticos se circunscriben únicamente a los espacios artísticos; prevalece la concepción de que es en los medios artísticos donde las mujeres logran mayor éxito y aceptación social gracias a sus características físicas. Bajo este enfoque, la revista mantiene la discriminación laboral hacia la feminidad, porque no se hace referencia a mujeres exitosas en otros espacios públicos de poder.

Dentro del tema de la belleza, el patrón o aspecto que más se repite (exaltación de la delgadez), lo cual sugiere que el asunto de mayor importancia en el estereotipo de belleza femenina actual es la delgadez. En este sentido, en “El nuevo Hollywood Latino”, se hace mención al tema del peso corporal: allí queda expuesta la discriminación existente hacia las mujeres que no se ajustan a los patrones de delgadez. En este artículo, al

En este mismo contexto, la organización del contenido permite confirmar la existencia de discriminación hacia las mujeres con mayor peso, pues aparte del caso de Ferrara, sólo se vuelve a mencionar la cuestión del peso con la actriz Sara Ramírez, quien fue calificada como “La voluptuosa Callie de Gray’s Anatomy” (31). Evidentemente, con este tipo de calificativos se busca resaltar y evocar en la conciencia de cada lectora que Ramírez no se ajusta a los estándares de delgadez impuestos. Al destacar el tema del peso solo en el caso de las dos mujeres que se apartan del patrón, se revelada la intención subyacente de descalificar la imagen corporal de estas actrices entre el público femenino: es una manera gráfica de consolidar en la conciencia femenina los parámetros de delgadez. Mientras la referencia hecha sobre Ramírez y Ferrara se sustenta en el peso, en aquellos casos de actrices con una contextura corporal apegada fielmente a los estándares corporales la referencia se hace sobre la base de calificativos positivos como en los casos de Selena Gómez, a quien se le califica como “Estrella encantada” (28), y Dania Rodríguez, a quien se denomina como “Sexy latina” (27). Este tipo de mensajes sirve de ente reforzador del estereotipo de delgadez para las mujeres; según esta concepción, el ser delgadas es lo positivo.

En este mismo orden, el tema del peso corporal aparece de nuevo en la sección “Estilo P&R”, donde son aclaradas las dudas más frecuentes de las lectoras sobre cómo ajustar sus cuerpos a los patrones de belleza física. Aquí se hace evidente el temor generalizado existente entre las mujeres acerca de la obesidad, debido a que la mayoría de las dudas de las lectoras están enmarcadas en obtener información sobre como adelgazar y parecer menos “gordas”. La inquietud generalizada sobre el no ser “gordas” se ejemplifica en una de las preguntas realizadas por las lectoras; “¿Cómo usar un vestido-suéter sin parecer demasiado gorda?” (43): es decir, las mujeres están tan condicionadas a ser delgadas que aun siendo flacas se preocupan porque ningún tipo de vestimenta o accesorio utilizado incida en un aumento circunstancial de talla.

Finalmente, podemos observar el interés de las mujeres por el peso en la sección “Si te hace feliz ¡No puede ser tan malo!”. En esta oportunidad, la autora hace mención a una serie de actividades y actitudes que, aun cuando a las mujeres les gusten demasiado, contradicen lo esperado de ellas: por esta razón Horning (enero, 2009) ofrece estrategias para que las mujeres logren satisfacer su gusto de cometer algunas infracciones; en este sentido, se concede la licencia para tomar sólo dos copas de vino, pues más de esta cantidad “Añade kilos”. De igual manera, se mencionan estrategias para consumir chocolates sin que sus calorías atenten contra las medidas de las mujeres: se permite comer pequeñas cantidades del que “contenga menos grasa”, dejando expuesta de esta manera la importancia que desde los artículos de la revista se le da a la textura corporal femenina. Vale resaltar, que dicha preocupación por el cuidado corporal está asociado con los aspectos estéticos dominantes y no salud.

Si bien es cierto que la cuestión del peso es el asunto con mayor repetición dentro de los artículos vinculados con la belleza, no se puede dejar de lado que, según los resultados obtenidos, la belleza femenina está compuesta por otras características, como la talla del busto. En el artículo “Estilo P&R” se hace mención a estrategias con las cuales lograr la imagen y medida perfectas del busto, para ello se recomienda el uso de realzadores, con los cuales lograr senos firmes, simétricos y grandes. Así mismo, en “Beauty News” se hace referencia a otros aspectos que integran el concepto de belleza femenina, como es el caso de la lozanía y firmeza de la piel, cuidado del cabello y el deseo de la eterna juventud. Aquí se les ofrece a las lectoras herramientas con las cuales mejorar su aspecto físico y ajustarse a los patrones estéticos impuestos.

Aún cuando “Éxtasis Occidental” es una guía sobre relaciones sexuales, en el desarrollo, la autora sostiene que con el sexo la mujer recibe beneficios físicos asociados a la belleza corporal. Leconte (enero, 2009), a través del coito afirma lograr un aspecto juvenil pues sostiene que: “... canalizar en forma adecuada tu energía erótica, literalmente se dispara un proceso de rejuvenecimiento único...” (58): es decir con las relaciones sexuales la mujer, aparte de recibir placer erótico, también logra rejuvenecerse. Por otro lado, el sexo además de servir como rejuvenecedor contribuye con la firmeza y elasticidad de la piel tal como aparece en el texto, el sexo “... estimula el flujo sanguíneo en la zona de la cola y, como resultado, mejora la salud de la piel. ¿Convencida?” (59). Con esta frase se observa que se presenta como mayor incentivo para tener relaciones

sexuales el hecho de mejorar el aspecto físico y no la búsqueda de placer o satisfacción sexual y emocional.

Análisis de contenido Revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.

Corpus Textual Revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.

N°	Autor	Título	Pág.
1	Mercedes Scott	"Nuestro mundo cosmo"	08
2	Johanna Díaz	"La hoja caliente"	14
3	Molly Fahner	"Por qué no les gustan las que exigen mucha atención"	16
4		"Ellas hablan"	18
5	Chris Connolly	"Palabra de hombre"	38
6		"Muestra un escote sexy"	44-45
7	Heather Muir	"14 maneras de lucir superhot"	48-51
8	Victoria Lowe	"Parejas"	54-55
9	Myatt Murphy	"Su mapa sexual"	56-59
10	Stephanie Booth	"Haz el sexo aun más sexy"	60-61
11	Prinya Chowdhury	"9 cosas tuyas que en secreto lo encienden"	62-65
12	Esther Crain	"Lo que él piensa de tu rostro durante el orgasmo"	66
13	Cathy Lund	"Perdón pero no entiendo"	68-70
14	Bethany Heitman	"Tu fabulosa vida"	76
15	Elibel Atala	"Placeres"	77
16		"Guía de estilo"	89
17	Ashley Buford	"Luce divina hasta en el invierno"	98-101
18	Johanna Díaz	"Cosmo weekend"	104-105

En este cuadro se especifican los dieciocho artículos de la revista Cosmopolitan, en su edición de febrero 2009, que conforman la muestra de estudio empleada en la realización del análisis de contenido. Tres de los artículos seleccionados (4, 6, 16) el autor o autora se mantiene en el anónimo, los mismos son presentados como recopilaciones de diversos autores. La cuestión de la belleza es mencionada de forma sistemática en las dieciocho secciones de la muestra, demostrando la importancia del tema en la revista; vale resaltar que las menciones hechas sobre la belleza física femenina se encuentra tanto de forma explícita como implícita, es decir, asociada a otras temáticas. Así mismo, observamos la presencia de otros temas asociadas con la feminidad como la sexualidad, las relaciones amorosas, compras y el trabajo.

Estructuras semánticas revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.

Semántica global revista Cosmopolitan, edición febrero 2009.

N°	Tema.	Tópico.
1	Resumen editorial sobre cada uno de los aspectos que serán tocados en la edición de la revista.	<ul style="list-style-type: none"> • Tips sexuales para lograr placer y complacer al hombre. • Cuidado personal. • Guía de vestuarios para ser más sexys.
2	Conteo de aspectos de importancia en la vida femenina.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de Parejas. • Amistad. • Promoción de accesorios y artículos electrónicos.
3	Consejos emocionales para mejorar las relaciones de pareja en su inicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de pareja. • Análisis de conducta femenina.
4	Recuento de frases dichas por distintas artistas sobre la vida femenina.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de pareja. • Formas de vestir. • Sexualidad. • Belleza corporal.
5	Listado de actitudes tanto negativas como positivas para atraer a los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Vestimenta. • Lenguaje corporal. • Sexo. • Comida y bebida.
6	Presentación de modelos de vestidos para resaltar de forma correcta el escote.	<ul style="list-style-type: none"> • Estilos de vestido. • Proporciones corporales.
7	Guía de estilo corporal para mejorar la apariencia física.	<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje. • Cabellos y peinados. • Escotes y senos.
8	Elementos románticos para mantener las relaciones afectivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexo. • Seducción. • Conductas femeninas. • Comunicación de pareja.
9	Guía sexual sobre puntos erógenos del cuerpo masculino.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexualidad. • Relaciones de pareja. • Erotismo.
10	Listado de aspectos para mejorar las relaciones sexuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexualidad. • Erotismo.
11	Elementos físicos, emocionales y de conductas que atraen a los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Personalidad femenina. • Contextura corporal. • Gustos.

12	Aspectos relacionados con el lenguaje y las expresiones corporales durante el sexo que desean los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexo. • Contextura corporal. • Expresión corporal y facial.
13	Serie de elementos novedosos relacionados con moda y las relaciones afectivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Contextura corporal. • Accesorios. • Cirugías cosméticas. • Conductas masculinas. • Expresiones corporales.
14	Consejos para mejorar la vida de las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Accesorios. • Compras. • Dinero. • Aspectos para el éxito laboral.
15	Métodos para asegurar una vida femenina más placentera.	<ul style="list-style-type: none"> • Accesorios. • Comida. • Conducta. • Higiene corporal.
11 6	Elementos materiales para mantener las tendencias de belleza.	<ul style="list-style-type: none"> • Accesorios. • Maquillaje. • Ropas. • Perfumes.
17	Consejos para mantener la belleza física y corporal durante los días de invierno.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel. • Cuidado del cabello. • Maquillaje. • Higiene personal.
18	Guía de actividades a realizar por las mujeres durante el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> • Dieta. • Cuidado de la piel. • Parejas. • Seducción. • Ropa.

Como se evidencia en el anterior cuadro, los temas con mayor presencia en la muestra son los relacionados con la cuestión de la belleza femenina, enfocados en los aspectos de la estética, el cuidado corporal, los accesorios y la ropa. Estos temas se hallan en doce artículos (1, 4, 5, 6, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18) de la muestra.

El sexo se constituye como la segunda temática con mayor repetición entre los artículos seleccionados; en este sentido siete artículos (1, 4, 5, 8, 9, 10, 12) abordan desde distintas perspectivas la sexualidad. En función de la repetición, los tópicos relacionados con parejas y seducción son los que continúan: en seis artículos se hallan referencias sobre al tema de las parejas (2, 3, 4, 8, 9, 18), mientras que, en cinco secciones aparece el tema de la seducción (5, 8, 12, 13, 18). Así mismo, en esta edición se hace referencia en cuatro oportunidades (3, 8, 11, 15) a temas emocionales de la feminidad. Los temas con menor aparición fueron erotismo y compras, abordado sólo dos veces; erotismo en las secciones (9, 10) y compras (2, 14); finalmente los temas con una sola repetición fueron; la vida profesional (14), dinero (14), amistad (2) y masculinidad (13).

Semántica local revista Cosmopolitan edición febrero 2009.

N°	Campos Semánticos.
1	Sexo, cuidado corporal, moda.
2	Relaciones de pareja, amistad, compras.
3	Parejas, emotividad femenina.
4	Relaciones de parejas, sexo, moda, proporciones corporales.
5	Vestimenta, seducción, sexualidad, comida., ejercicios.
6	Moda, ropa, proporciones corporales.
7	Moda, contextura corporal.
8	Emotividad femenina, sexo, seducción, relaciones de pareja.
9	Sexualidad, erotismo, masculinidad.
10	Sexo, erotismo.

11	Emotividad femenina, contextura corporal, ejercicios.
12	Sexo, relaciones de pareja.
13	Proporciones corporales, compras, moda, masculinidad, transformaciones corporales.
14	Modas, compras, dinero, profesión.
15	Moda, comida, compras, cuidado corporal, emotividad femenina.
16	Moda, cuidado corporal, compras.
17	Moda, cuidado corporal, compras.
18	Moda, parejas, dieta, seducción.

En el cuadro anterior se observan los campos semánticos con mayor repetición según los datos obtenidos luego del análisis de contenido de Cosmopolitan en su edición de febrero 2009. En este sentido, el análisis fue realizado en atención a los siguientes campos semánticos: la feminidad asociada a los estereotipos de docilidad, la feminidad asociada a nuevos roles sociales, la belleza como aspecto importante en la feminidad.

La feminidad asociada a los estereotipos de docilidad:

Según el análisis de contenido realizado se pudo determinar que en el contenido general de la revista Cosmopolitan febrero 2009, existe una fuerte tendencia a asociar la feminidad con estereotipos de docilidad. En la muestra se hizo evidente una continua vinculación entre la feminidad y elementos ligados a la docilidad; reforzando así la concepción de las mujeres como

vulnerables, dependientes y sumisas ante los hombres. En el artículo “Palabra de hombre” podemos observar cómo la mujer es relacionada con actitudes dóciles, en este artículo los hombres señalan en función de sus necesidades y deseos particulares los detalles que esperan y más les atraen de las mujeres; evidentemente lo esperado por los hombres de las mujeres es atención, cuidado y servilismo, tal como se evidencia en una de las sugerencias hechas “... Cuando me trae el café por la mañana mientras aun permanezco en la cama” (38), o sea, estar al servicio de los hombres es la mejor estrategia para satisfacer, complacer y mantener enamorado al hombre. En este tipo de deseos masculinos se encuentra subyacente la aspiración de los hombres por mantener a las mujeres atadas a las relaciones desiguales de poder, donde ellas deben tener como principal ocupación las labores domésticas y el cuidado del esposo.

Así mismo, en la sección “Parejas”, la autora aporta a las mujeres una serie de datos a fin de mantener las relaciones amorosas. Evidentemente, estos datos están asociados con la docilidad. Tal como se dijo, los hombres esperan de las mujeres sumisión, dulzura, suavidad, dependencia, etc., y en consecuencia los consejos aportados están en consonancia con estos patrones. Una de las herramientas ofrecidas está relacionada con las deudas acumuladas por lo hombres; en este sentido la mujer debe abordar a la pareja para informarle del error cometido, pero no debe hacerlo de manera “acusatoria”. Se insta a la mujer a realizar el llamado de atención de una manera dulce y sumisa a fin de evitar confrontaciones con el hombre. De igual modo, en este artículo son presentadas las mujeres como emotivas y dulces, y los hombres como rudos que rechazan todo tipo de demostraciones de afecto: por ello se ofrece a las mujeres unas herramientas con las cuales

demostrar la emotividad y dulzura sin molestar a los hombres, como asegura Lowe (febrero, 2009) “Algunos cariñitos si le gustan” (54), es decir, el deseo de demostrar cariño y afecto es según esta apreciación propia de las

mujeres, por consiguiente, se aportan estrategias para que ellas puedan exteriorizar estos impulsos sin molestar y desagradar a los hombres.

En este deseo de mantener a los hombres satisfechos y complacidos, se desarrolla el contenido de, "9 cosas tuyas que en secreto lo encienden", Chowdhury (Febrero, 2009) ofrece a las mujeres una guía de elementos con los cuales mantener atraídos física y sexualmente a los hombres, cada uno de los elementos con los que se "encienden" a los hombres están apegados a los estereotipos de docilidad femenina. Según este artículo, los hombres esperan de la mujer: "Que sea amable" "Que no sea demasiado exigente", "Que sea atenta" "Que respete su espacio y su tiempo"; o sea, la mujer debe ser flexible, sumisa, obediente, fiel y subordinada a los deseos y necesidades de los hombres, no debe exigir tiempo o dedicación, debe conformarse y sentirse satisfecha con la distribución del tiempo realizada por el hombre. En consecuencia, las mujeres amadas y deseadas por los hombres son aquellas que se ajustan a los patrones de feminidad impuestos por la sociedad patriarcal: en otras palabras, una mujer dócil y subordinada a los deseos y necesidades del hombre.

Por lo tanto, las mujeres rechazadas y detestadas por los hombres, según el artículo 11, son aquellas que no se circunscriben a los estereotipos propios de la feminidad; en este sentido son mencionados los aspectos de las mujeres rechazados por los hombres. La autora entonces ofrece detalles sobre las "chicas que le matan la pasión", con esto Chowdhury se asegura de ofrecerles a las lectoras los elementos esperados por los hombres de las mujeres, para que se ajusten fielmente a las expectativas masculinas. Las

mujeres que “matan la pasión” son en consecuencia: “la desorganizada crónica”; “la dama en apuros” y “la quejona”, cada una de las referencias hechas están en contradicción con los estereotipos de feminidad; por una parte una mujer desorganizada es asociada con la desatención del hogar y de las tareas domésticas: así como se espera cuidado y dedicación por parte de las mujeres, una dama que exija demasiados cuidados y dedicación tampoco gusta a los hombres porque es función de las mujeres atender y cuidar, no de los hombres.

En el contenido de “Su mapa sexual” de nuevo se hace mención al tema de la docilidad femenina pero desde otra perspectiva, en este caso la autora aporta una serie de consejos sexuales; sin embargo, estos consejos están enfocados en generar y asegurar la satisfacción y el placer masculino. Aquí son enumeradas e identificadas las distintas áreas erógenas del hombre, con el propósito de convertir a la mujer en “una amante increíble”. En esta guía es ignorado totalmente el placer femenino, algo contradictorio, ya que, a pesar de ser una revista dirigida a las mujeres, es la satisfacción y el placer del hombre lo primordial, mientras la satisfacción femenina es dejada de lado: o sea, el papel sexual de la mujer se circunscribe, según esta percepción, en generarle satisfacción al hombre. Asociar la sexualidad femenina con los estereotipos de docilidad no sólo se encuentra en el artículo 9, de igual modo en “Lo que él piensa de tu rostro durante el orgasmo”, se hace mención al tema. En esta ocasión la autora insta a las mujeres a ajustar sus expresiones faciales, corporales y gestuales según los gustos masculinos para garantizar así el placer de los hombres. La necesidad de mostrar durante el sexo determinadas expresiones faciales se hace en el marco de consentir los gustos del hombre, por consiguiente esto

se constituye en otra manera de subordinar a las mujeres a los deseos masculinos. Tal como señala Crain (febrero, 2009), a los hombres les gusta "... cómo luce la cara de su pareja en el orgasmo" (66), se exhorta a las mujeres a no reprimir sus expresiones corporales, no porque sea algo positivo para la sexualidad femenina, sino porque esos "sonidos" o "contorsiones faciales" les brinda a los hombres mayor placer y satisfacción sexual.

Como se observa en cada uno de los artículos citados, podemos ver que se presiona a las mujeres a cumplir con determinadas actitudes, actividades, expresiones corporales, etc. con el único fin de agradar, complacer, acatar y cumplir fielmente con los deseos masculinos, se busca adaptar cada espacio de la vida de las mujeres para hacer sentir complacidos a los hombres. Es indudable, según lo visto en el contenido de la revista *Cosmopolitan*, la vigencia de los estereotipos de docilidad en la vida femenina actual: esto se demuestra en los textos de diversos artículos donde se continúan reforzando en las mujeres comportamientos complacientes, sumisos y resignados ante los deseos y gustos de los hombres como condición para ser aceptadas y queridas. Pero así como es indudable la vigencia de los estereotipos de docilidad en la vida femenina, es necesario resaltar que en el contenido general de la revista se hallan temas asociados con una percepción distinta de la mujer; desligada de viejos estereotipos que la mantenían prisionera de los espacios íntimos y alejada de los espacios públicos de poder.

La feminidad asociada a nuevos roles sociales.

Como se ha dicho, es innegable la presencia en el contenido de la revista *Cosmopolitan* de estereotipos sexistas sobre la feminidad, fundamentados en las relaciones desiguales de género, pero es necesario señalar que en el contenido general de los artículos también se encontró la feminidad asociada a nuevos roles y espacios de poder, con lo cual se hace evidente el logro de las mujeres en acceder a espacios y roles distintos a los tradicionalmente pensados como propios de la feminidad, esto pone de manifiesto las transformaciones en la actitud y prioridades de la vida femenina actual. En el artículo “Por qué no les gustan las que exigen demasiada atención” es presentada una mujer independiente tanto a nivel económico como emocional, lo cual pone de manifiesto los cambios en los paradigmas tradicionales de la feminidad: ya no se espera dependencia femenina sino independencia. Mujeres que no sólo trabajan sino que logran mayor éxito, tal como aparece en el contenido del artículo sobre la realidad económica de las mujeres que, “ganan más que los hombres”. Con tales afirmaciones, se muestran mujeres independientes con grandes logros, tanto en el acceso como en el triunfo del manejo de los espacios públicos de poder, y así mismo queda manifiesta la capacidad para autosustentarse sin necesidad de recurrir al hombre. El aspecto de la independencia como atractivo en las mujeres es abordado en “9 cosas tuyas que en secreto lo encienden”; allí “La independencia femenina” se enumera como uno de los atributos con los cuales se encienden los hombres. Bajo esta perspectiva no es la fragilidad o debilidad el aspecto que enamora a los hombres.

En este orden de ideas sobre cambios en las actitudes y comportamientos de las mujeres en la sección “Placeres” es planteada una nueva forma de comportamiento femenino, contrario a los estereotipos de disponibilidad. En este caso Atala (Febrero, 2009) insta a las mujeres a “aprender a decir no”, afirma que las mujeres deben expresar libremente sus opiniones sin tener remordimientos de conciencia o sentimientos de culpa: este tipo de artículos busca generar comportamientos femeninos egoístas, a que la mujer piense en función de sus gustos y apreciaciones, sin sentirse obligada a estar siempre disponible y complacer los gustos de los demás. Esta sección se constituye en una herramienta eficaz para difundir una noción de feminidad distinta, asociada a nuevos aspectos como independencia, profesión y éxito laboral.

Enmarcados dentro de una concepción distinta de la feminidad es necesario resaltar que en esta revista no se habla de una mujer relacionada únicamente con el cuidado del hogar y la familia; de hecho, la feminidad asociada a estos roles se encuentra muy poco en el contenido de la revista. En Cosmopolitan las mujeres son relacionadas principalmente con actividades realizadas fuera de los espacios íntimos. En el contenido de “9 cosas tuyas que en secreto lo encienden” aparece como un aspecto altamente atractivo en las mujeres el éxito femenino en el área laboral; es más, es exaltado el éxito de las mujeres en el área corporativa, demostrando la superioridad femenina en el área laboral y económica, en relación a algunos hombres. Aun cuando se hace referencia al aspecto laboral y éxito profesional de las mujeres, este tema aparece en muy pocos artículos de forma explícita, en otras secciones se menciona la cuestión laboral pero de una forma más imprecisa, lo cual impide hacer una correcta vinculación con este particular. En este sentido, los datos obtenidos con la aplicación del análisis de contenido, demuestran que el campo semántico con mayor

presencia es el relacionado con la belleza física femenina, esta temática es abordada desde diversas perspectivas, demostrando así la importancia de este aspecto para la vida femenina.

La belleza como aspecto importante en la vida femenina

La cuestión de la belleza femenina para Cosmopolitan se constituye en un aspecto de indudable importancia en la vida de la mujer, tal afirmación se debe a la frecuencia con la cual se hallan temas afines a este particular. La noción de la belleza se encuentra de forma implícita y explícita en cada uno de los textos que componen la muestra. De manera reiterada se observó en diversos artículos, aun cuando estos no estuvieran relacionados directamente con el tema de la belleza física, cómo las distintas autoras buscan la manera de relacionar los contenidos de sus artículos con los

patrones y estereotipos de belleza femenina, confiriéndole de esta manera a la belleza una importancia desproporcionada. Así mismo, la revista se constituye en una eficaz herramienta de difusión y promoción de los patrones y estereotipos físicos de la belleza, haciendo evidente la doble función que cumple la revista en torno al tema: por una parte, refuerza en la conciencia de las mujeres la importancia de ser bellas para ser aceptadas y queridas; y por otra, sirve de mecanismo para difundir y asegurar la reproducción de los modelos y patrones estéticos definidos como característicos de la belleza femenina.

La función de ente reproductor y difusor de los distintos estereotipos de belleza se hace evidente con el contenido de "14 maneras de lucir superhot".

Este artículo está orientado a ofrecer a las lectoras una guía de belleza, donde a través de diversos tips estéticos se les explica a las mujeres las distintas estrategias a utilizar para ajustar sus cuerpos según los patrones de belleza establecidos para la cara y el cabello. Esta guía aborda dos aspectos estéticos: por una parte, se hace referencia al maquillaje, ofreciéndoles a las mujeres el conjunto de cremas, labiales, polvos, etc., con los cuales conseguir una piel joven y perfecta, consolidando el estereotipo de belleza física asociada a la idea de perfección y juventud; las mujeres empleadas como modelos se ajustan a estas características de perfección y juventud. Las reglas y patrones estéticos presentados aquí se hacen en compañía de famosas actrices como; Michelle Williams, Lindsay Lohan, Hayden Panattiere, Becki Newton, Lucy Liu y Ashanty, todas con pieles tersas, jóvenes y perfectas donde los calificativos usados al referirse son positivos como “Piel y pómulos preciosos”, “Labios sensuales”. El otro aspecto abordado está referido al cuidado del cabello: aquí también se ofrecen a las mujeres reglas tanto para el cuidado del cabello, como para su apariencia, asegurando de esta manera la reproducción de los patrones estéticos femeninos dominantes. Las melenas con calificativos positivos como “Melena sexy” o “Cabello Hot” son aquellas con características muy particulares como cabello lacio, amarillo y con brillo, igualmente este aspecto está reforzado con las imágenes de actrices ajustadas perfectamente a los modelos y patrones estéticos presentados. Para la difusión de los patrones hegemónicos de belleza, la revista se apoya en dos niveles: uno textual, con los calificativos positivos, y el otro visual, con las imágenes de las modelos. Estas imágenes vienen a reforzar en la conciencia femenina la necesidad de cumplir con los patrones estéticos establecidos por la revista.

En este orden de ofrecer reglas estéticas sobre el cuidado corporal está organizado el artículo “Luce divina hasta en el invierno”. En esta oportunidad Buford (febrero, 2009) presenta sus consejos estéticos acompañados de imágenes de mujeres exhibidas como modelos de perfección estética femenina, estas modelos se constituyen en ejemplificaciones de cómo incide el cumplimiento de las normas estéticas ofrecidas por la revista en el logro de la perfección corporal. La modelo presentada en esta oportunidad a pesar de no ser una reconocida mujer del mundo del entretenimiento, se ajusta perfectamente a los patrones corporales dominantes de las mujeres exitosas en este ámbito: en este caso se trata de una mujer delgada, de rasgos físicos finos, cabellos largos y de tez clara. Aquí, se brinda a las lectoras un listado de cuidados físicos y corporales, con los cuales ajustar su piel y cabello a los patrones de belleza establecidos, aun cuando se encuentren en condiciones climáticas adversas, como el frío, pues las bajas temperaturas inciden en la aparición de rasgos físicos no acordes con los estereotipos de belleza, los rasgos presentados como negativos son; “piel escamosa”, “piel seca como una cobra”, “palidez”. Para contrarrestar estas características contrarias a los ideales de juventud, lozanía y brillo, se aportan herramientas de cuidado corporal con las cuales “Recuperar tu sex appeal”: es decir, una mujer con características similares a las descritas como negativas, no es lo suficientemente bella: debe ajustarse a los patrones impuestos como positivos para que sea reconocida como tal.

Así mismo, la importancia de la juventud y perfección de la piel se vuelve a hallar en el artículo 18, donde Díaz (febrero, 2009) afirma que el cuidado de la piel es un aspecto importante para asegurar la atracción hacia ellas y la detección de sus rasgos físicos favorecedores, como se puede

observar en una de las oraciones del texto; “Las manchas en la piel distraen la atención e impiden reparar en otros rasgos favorecedores de tu rostro...”, tratando de consolidar de este modo en la conciencia femenina la necesidad de mantener una piel joven, tersa y lozana, para lograr así ser aceptadas y queridas. Enmarcado dentro de la función de la revista como agente reproductor de los estereotipos dominantes de belleza, encontramos el contenido de “Muestra un escote sexy”. En esta oportunidad se presenta a las lectoras una serie de ejemplos y datos sobre cómo vestirse y mostrar el pecho para asegurar “un escote sexy”. Así, nuevamente se muestra a un conjunto de mujeres ligadas al mundo del entretenimiento con distintos atuendos, donde los aprobados o “correctos” son aquellos que le dan mayor vistosidad y “volumen” a los senos. Las modelos presentadas en el artículo son; Lauren Conrad, Jennifer Hudson, Ellen Pompeo, Kate Hudson, Eva Longoria y Sara Michelle Gellar: cada una de ellas tiene aspecto físico similar; delgadas, blancas y mayoritariamente de cabellos rubios, demostrando la existencia de una tendencia a ignorar a las mujeres de mayor peso y morenas. De estas mujeres, sólo una Jennifer Hudson, es morena y con un peso significativamente mayor al de las demás. Al hacerse referencia a ella son empleados términos muy despectivos, como: “Los pechos de Jennifer parecen a punto de estallar y desbordarse”, haciendo indudable el rechazo hacia la gordura en esta revista. Según lo presentado en los artículos se pudo observar una tendencia implícita a asociar la aceptación social y el éxito de las mujeres con las características estéticas y corporales de las mismas.

Un ejemplo de esta necesidad de relacionar el aspecto físico con el logro del éxito y la aceptación social se ve en el contenido de “Perdón, pero

no entiendo”, donde se menciona el éxito logrado por la modelo Agyness Denyn, quien no se ajusta fielmente a los patrones estéticos de belleza femenina. Para la autora, este éxito de Denyn despierta curiosidad, porque según lo expuesto en el texto no es normal, ni lo esperado que una mujer aun sin cumplir con los patrones estéticos de belleza logre el éxito y aceptación social. Si bien es cierto Denyn no se ajusta totalmente a los patrones estéticos hegemónicos de belleza, sí cumple con algunos, como ser flaca y blanca, pero en esta oportunidad es rechazada por aspectos relacionados con el vestuario y la forma de llevar el cabello, tal como señala Lund (febrero, 2009): “exhibe las raíces oscuras bien visibles, apenas usa maquillaje y se viste barato” (68), demostrando así que no es necesario solo cumplir con los patrones corporales. Las mujeres deben ajustar sus cuerpos y gustos a lo establecido como patrón de belleza, pues un *look* desarreglado y abandonado en las mujeres no se ajusta a la definición impuesta de la belleza femenina.

En el mismo artículo, Lund menciona a mujeres exitosas dentro del mundo de la farándula, pero en esta oportunidad hace mención a la cuestión de la modificación corporal a través de las cirugías plásticas. Afirma que esta es una práctica muy común, pero las mujeres del mundo del entretenimiento a fin de transmitir una imagen de perfección física se niegan a admitirlo abiertamente. La autora mantiene que esto es una estrategia publicitaria y comercial, pues las mujeres del ámbito del entretenimiento deben su éxito comercial y laboral a su imagen corporal. Bajo esta noción de perfección logran vender su imagen por precios más altos. Como señala Lund “su carrera depende de su belleza”; es decir, el aspecto físico es el principal medio que asegura el ascenso al éxito de las mujeres en el ámbito del entretenimiento: aunque una mujer no tenga ningún tipo de talentos o aptitudes artísticas, el solo hecho de tener un cuerpo y una apariencia física

perfectas, ajustada a los patrones de belleza, le garantizará el éxito. El artículo cumple de esta manera con el fin de consolidar en la conciencia de las mujeres la idea de que sólo ajustando el aspecto físico a los patrones establecidos lograrán aceptación, amor y éxito en el campo laboral.

La función de servir de ente reforzador en la conciencia femenina de la importancia social de la belleza lo observamos en “Ellas hablan. Frases inteligentes”, donde es presentada una pequeña reseña sobre distintos comentarios realizados por diversas actrices sobre su percepción de la inteligencia. En este caso resalta la afirmación de la actriz Meg Ryan, quien considera que: “Cuando me pongo tacones altos, automáticamente mi vocabulario aumenta y hablo en párrafos completos” (18); o sea, para Ryan es el atuendo lo que le proporciona seguridad e incluso inteligencia. Con estas secciones se acentúa entre las lectoras el principio de que al seguir los patrones estéticos la mujer tendrá más seguridad en sí misma, con lo cual demuestra sus capacidades intelectuales, logrando así mayor éxito y aceptación social. Así mismo, el texto del artículo viene acompañado de imágenes de actrices como; Salma Hayek, Meg Ryan, Megan Fox, Drew Barrymore y Elisa Cuthbert, cuyas imágenes se ajustan a los parámetros estéticos de delgadez, pechos grandes, juventud, cabellos arreglados y piel muy cuidada sin imperfecciones visibles.

Análisis de contenido de la Revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.

Corpus textual revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.

N°	Autor	Titulo	Pagina
1	Mercedes Scott	"Nuestro Mundo Cosmo"	10
2	Molly Fahner	"La hoja caliente"	14
3	Mina Azodi	"Una espía entre ellos"	27-28
4	Ashley Buford	"Piel a prueba de acné"	40-42
5		"Beauty news"	44-45
6		"Beauty p&r"	46-47
7	Johanna Díaz	"Tu cuerpo"	48-49
8	Victoria P Lowe	"Parejas"	54-55
9	Jennifer Benjamín	"Las 7 sensaciones que él más disfruta"	56-59
10	Holly Eagleson	"¿Qué tan loca eres en la cama?"	66
11	Bethany Heitman	"¿Es normal que...? Tus dudas sexuales aclaradas"	68-71
12	Bethany Heitman	"Tu fabulosa vida"	72
13	Debbie Magids	"La biblia de las solteras"	74-75
14	Stacey Colino	"Modos fáciles (y divertidos) de quemar grasa rápido"	76-79
15	Penélope Lanus	"Contraté a un investigador privado para que siguiera a mi chico"	82-85
16		"Guía de estilo"	87
17	Kari Molvar	"De lo que ellos sí se dan cuenta cuando te ven"	96-99
18	Johanna Díaz	"Cosmo Weekend"	100-104

En el cuadro anterior se presenta la muestra general sobre la cual fue realizada el análisis de contenido; en total fueron estudiadas dieciocho secciones del contenido general de la revista. Tres de estos artículos (5, 6, 16) no son mencionados el autor o autora, ya que son presentados como compilaciones hechas sobre opiniones y sugerencias de varias personas. En diez de los dieciocho artículos sobre los que fue realizado el análisis de contenido se trata de manera directa el asunto de la belleza, en los ocho restantes, aunque no se hace referencia al tema de la misma forma, se hace mención a actividades y roles que contribuyen a identificar el concepto de feminidad manejado por esta revista, lo cual justifica su presencia en el estudio.

Estructuras semánticas globales Revista Cosmopolitan, edición marzo 2009

Semántica global revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.

N°	Tema.	Tópico.
1	Síntesis sobre las secciones más relevantes que conforman las secciones de la edición.	<ul style="list-style-type: none"> • Masculinidad. • Sexualidad. • Dieta.
2	Aspectos importantes en la vida cotidiana de las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Dietas. • Cirugías. • Relaciones afectivas. • Vestuario.
3	Personalidad y conductas que esperan los hombres de las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de pareja. • Personalidad femenina. • Gustos masculinos. • Amistad.
4	Conjunto de herramientas para mejorar el aspecto de la piel.	<ul style="list-style-type: none"> • Cosméticos. • Maquillaje • Higiene personal
5	Tips para mantener un estilo corporal y físico ideal.	<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje. • Higiene personal.

		<ul style="list-style-type: none"> • Cosméticos.
6	Dudas sobre aspectos relacionados con el cuidado corporal.	<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje. • Higiene personal. • Cosméticos. • Cabello.
7	Elementos relacionados con cuidados médicos particulares para las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Dieta. • Ejercicios. • Descanso.
8	Guía romántica para mantener las relaciones de pareja.	<ul style="list-style-type: none"> • Amistad. • Parejas. • Comida. • Sexualidad.
9	Guía de aspectos eróticos para satisfacer sexualmente a los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexualidad. • Seducción. • Parejas. • Conductas masculinas.
10	Limites dentro de las relaciones sexuales para complacer a los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexualidad. • Seducción. • Ropa interior. • Gustos masculinos. • Parejas.
11	Dudas sexuales frecuente de las mujeres aclaradas.	<ul style="list-style-type: none"> • Parejas. • Sexo.
12	Mecanismos para adquirir accesorios y tener un control económico.	<ul style="list-style-type: none"> • Compras. • Ropa. • Profesión. • Ahorro.
13	Conjunto de aspectos útiles para aquellas mujeres que se encuentran sin pareja.	<ul style="list-style-type: none"> • Amistad. • Conductas femeninas. • Cenas. • Cabello.
14	Hábitos alimenticios para perder peso de forma rápida.	<ul style="list-style-type: none"> • Comida. • Ejercicios. • Hidratación. • Dieta.
15	Historias relatadas por mujeres sobre sus relaciones de pareja y las inseguridades.	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad femenina. • Parejas.
16	Presentación de accesorios y cosméticos según la tendencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Accesorios. • Cosméticos. • Vestuario.
17	Aspectos que resultan resaltantes a la vista de los hombres.	<ul style="list-style-type: none"> • Higiene personal. • Maquillaje. • Gustos masculinos.
18	Guía de actividades para que las mujeres realicen durante los fines de semana.	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios.

	<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje. • Actividades en parejas. • Conductas masculinas.
--	---

Según los resultados anteriores, los temas con mayor frecuencia fueron los relacionados con la noción de belleza corporal femenina, ya que aparece en doce de los dieciocho artículos que componen la muestra (1, 2, 4, 5, 6, 7, 12, 13, 14, 16, 17, 18). El segundo aspecto con mayor repetición fue el asociado con las relaciones de pareja, este particular aparece en un total de ocho secciones (2, 3, 8, 9, 10, 11, 15, 18). El asunto de la masculinidad es el que sigue en función de la frecuencia, hallándose en seis de los artículos analizados (1, 3, 9, 10, 17, 18).

Así mismo, en relación con el sexo se hallaron cinco artículos asociados (1, 8, 9, 10, 11). El tema de la amistad, por su parte, aparece en tres artículos (3, 8, 13). Los temas relacionados con la feminidad son hallados en tres secciones de la revista (3, 13, 15). La seducción apareció reseñada en dos artículos (9 y 10). Los temas con menor repetición en el contenido general, pues aparecen solo en un artículo son: profesión (12) y dinero (12).

Semántica local revista Cosmopolitan, edición marzo 2009.

N°	Campos Semánticos.
1	Masculinidad, Sexo, Cuidado Corporal.
2	Cuidado Corporal, Parejas, Modificaciones Corporales, Dieta, Moda.
3	Emotividad Femenina, Parejas, Amistad.
4	Cuidado Corporal, Moda.
5	Cuidado Corporal, Moda, Compras.

6	Moda, Cuidado Corporal, Moda, Compras
7	Cuidado Corporal, Dieta, Esparcimiento.
8	Amistad, Parejas, Ropa, Dieta, Cuidado Corporal.
9	Sexo, Parejas, Erotismo, Masculinidad.
10	Parejas, Sexo.
11	Parejas, Sexo.
12	Compras, Moda, Dinero.
13	Amistad, Distracción, Cuidado Corporal, Moda,
14	Cuidado Corporal, Dieta.
15	Parejas, Emotividad Femenina, Contextura Corporal.
16	Compras, Moda.
17	Cuidado Corporal, Parejas, Moda.
18	Cuidado Corporal, Parejas, Moda, Seducción.

En el cuadro anterior son presentadas las distintas estructuras semánticas con mayor presencia en la muestra estudiada de Cosmopolitan. Según la frecuencia de los temas, el análisis se hace en atención a los siguientes campos semánticos: la feminidad asociada a los estereotipos de docilidad, la feminidad asociada a nuevos roles sociales y la belleza como aspecto importante en la feminidad.

La feminidad asociada a los estereotipos de docilidad.

En esta edición, se pudo constatar la presencia significativa de artículos que establecen vínculos entre la feminidad y estereotipos ligados a la docilidad. En el contenido de “Una espía entre ellos” aparece claramente esta relación entre feminidad y docilidad. Esta sección se constituye en una

guía de herramientas dirigidas a las mujeres para que logren convertirse, según la autora, en “una novia excelente”. Las estrategias ofrecidas en esta oportunidad están orientadas primordialmente a hacer sentir seguros e importantes a los hombres. En este artículo se insta a las mujeres a corresponder sus gustos y expectativas con las del hombre, tal como afirma Azodi (marzo, 2009): “Los hombres quieren una chica que se entusiasme con lo que es importante para ellos” (27). En pocas palabras, en las relaciones de pareja, importan los gustos, exigencias y necesidades de los hombres, y las mujeres deben mostrarse dóciles y subordinadas ante los deseos, gustos y necesidades masculinas, ya que de esta manera lograrán mantener al hombre y hacerlo comprometerse con ellas.

El asunto de la docilidad, subordinación y complacencia como mecanismo para mantener a los hombres satisfechos y atraídos va más allá del condicionamiento de los gustos y expectativas. En el artículo “Parejas”, Lowe (marzo, 2009) sostiene que la mujer, a fin de mantener atado al hombre en la relación, debe ajustar hasta sus círculos de amistades con el propósito de evitar así inseguridades y desconfianzas en el hombre; es decir, la mujer debe complacer y ser flexible ante todas las demandas masculinas. Así mismo, es considerada como una obligación femenina eliminar las inseguridades del hombre. El carácter androcéntrico en las relaciones de pareja presentadas por la revista *Cosmopolitan* queda develado con el excesivo interés demostrado por procurar la seguridad y complacencia masculina; preocupación que no se ve en el caso contrario: cuando es la mujer quien siente inseguridades, ella misma debe buscar las maneras de contrarrestarlas. En este sentido, Lowe ofrece estrategias para que las mujeres se sientan más seguras. Uno de los consejos aportados es que la

mujer recuerde de forma constante a través de diversas señales su existencia en la vida del hombre; para ello debe guardar ropa interior entre sus cosas cuando no estén juntos, de esta manera la mujer asegura que al pensar en sexo la evocará a ella, pues es “la dueña” de la ropa interior. Se hace evidente con este tipo de estrategias el trabajo sumiso de las mujeres dentro de las relaciones amorosas; en ninguno de los escenarios se aconseja a las mujeres afrontar las situaciones que le desagraden y con las

Bajo esta concepción de subordinar a las mujeres a los deseos de los hombres en las relaciones de pareja, es necesario mencionar “Cosmo Weekend”. En este caso se exhorta a las mujeres a complacer los gustos de los hombres, con el firme propósito de mejorar la relación amorosa. Díaz (marzo, 2009) califica la complacencia de los gustos del hombre como un método con el cual la mujer “gana muchos puntos”. En este artículo es presentado el sexo como otra técnica con la cual las mujeres logran atraer el interés masculino hacia ellas. Desde este enfoque, se convida a las mujeres a emplear sus cuerpos como objetos sexuales para lograr mantener atraídos a los hombres. Los consejos sexuales presentados por la revista para mantener el interés de los hombres son, por ejemplo, mientras ven un juego, “quitar una prenda de ropa por cada gol”, de este modo se busca generar más interés en el cuerpo femenino que en el juego. La noción de sumisión y subordinación ligada al sexo también se hace evidente con el contenido de “Las 7 sensaciones que él más disfruta”. Este artículo es una guía sexual orientada a ofrecerle información a las mujeres sobre las sensaciones más disfrutadas por los hombres durante las relaciones sexuales. Cada lección ofrecida en este artículo tiene como único propósito complacer y satisfacer sexualmente al hombre, es una herramienta enfocada a aumentar en la

mujer sus “habilidades como amante”, por consiguiente, es evidente que se trata de una guía destinada únicamente al placer y la satisfacción sexual masculina. En el contenido general del texto estudiado no se hace alusión en ningún momento a la satisfacción o la búsqueda del placer femenino durante el sexo.

Otro asunto relevante en la cuestión sexual asociado con aspectos dóciles se observa en el texto de “¿Es normal que...? Tus dudas sexuales aclaradas”, en el cual menciona primeramente a una concepción de la sexualidad desde una perspectiva femenina. Esto es algo importante porque, aun cuando sea con una menor frecuencia, existe un interés en tratar de asegurar el placer y la satisfacción sexual de las mujeres. Sin embargo, en este caso llama la atención la forma como es abordado el tema. Se observa de manera constante una tendencia de la autora a afirmar que las mujeres sienten pena o vergüenza al hablar de su sexualidad con la pareja o grupos de amigos. La afirmación de que las mujeres sienten vergüenza sobre su sexualidad reafirma la concepción tradicional de la feminidad; una feminidad, donde las relaciones sexuales son dominadas por los hombres, donde las mujeres sólo se limitan a aportar el cuerpo sexuado para el disfrute y placer masculino; o sea, un cuerpo sumiso al servicio de los hombres. De igual modo, queda en evidencia la tendencia a mantener la sexualidad femenina como un tabú.

La feminidad asociada a nuevos roles sociales.

Si bien es cierto que la tendencia en Cosmopolitan es la de asociar la feminidad con los estereotipos sexistas según las relaciones desiguales de género. Sin embargo, es necesario señalar que en la revista aparecen temas

relacionados con una nueva concepción de la feminidad, donde se hace mención a nuevos roles sociales de la mujer, lo cual contribuye de alguna manera con la transformación del concepto tradicional de la feminidad. En la sección “La hoja caliente” existe una referencia en el cambio de roles tradicionales de la feminidad dentro del hogar: en esta oportunidad se hace referencia a los cambios de paradigmas en los matrimonios jóvenes. Según lo expuesto allí, la participación de los hombres en las tareas domésticas ha aumentando considerablemente, debido al mayor poder de decisión y exigencia de las mujeres en las relaciones matrimoniales actuales. Dentro de las modificaciones en la concepción tradicional de la feminidad se encuentran referencias sobre el éxito e independencia de las mujeres. En “Una espía entre ellos”, son descritas las características consideradas como atractivas de las mujeres por los hombres y una de estas características es la “independencia”; los hombres, según lo descrito por Azodi (marzo, 2009), consideran a las mujeres ocupadas y con compromisos laborales como atractivas.

Los comentarios hechos sobre el ingreso de las mujeres al campo laboral se constituyen como otro aspecto importante en la transformación de la concepción tradicional de la feminidad según las relaciones desiguales de género. Un ejemplo de las referencias hechas sobre el ingreso de las mujeres al campo laboral lo encontramos en “Tu fabulosa vida”, donde se le ofrecen a las mujeres estrategias con las cuales asegurar el triunfo en el ámbito laboral. De igual modo, se hace referencia a la participación e ingreso de las mujeres en espacios pensados tradicionalmente como propios de la masculinidad; tal es el caso de las “Carreras de Nascar”. Si bien es cierto que es importante la referencia hecha sobre la participación femenina en

nuevos espacios y roles sociales, es necesario resaltar que el logro del éxito y la seguridad dentro del campo laboral es relacionado de manera constante con el factor estético. Según lo presentado en este el artículo, la mujer no puede aparecer desarreglada al trabajo porque de esta manera envía la señal de no ser suficiente para ese espacio: o sea, la eficacia y eficiencia de la mujer en el trabajo es medida por su aspecto físico, así como lo señala Heitman (marzo, 2009), para quien “llegar tarde con la blusa arrugada da la impresión de que no puedes con el trabajo” (72).

La belleza como aspecto importante en la vida femenina

Como se ha hecho evidente, aun cuando en la revista *Cosmopolitan* se hace mención a nuevos roles y espacios ocupados por las mujeres, el tema de la belleza se presenta casi de manera hegemónica como unidad de calificación de las aptitudes y actitudes de las mujeres en todos los espacios de su vida. En la edición de marzo del 2009, el asunto de la belleza es el abordado con mayor frecuencia en los distintos artículos, lo cual es una demostración de la importancia que tiene el asunto para la revista. Vale señalar que la presencia de los patrones de belleza se encuentra tanto de manera implícita como explícita en el contenido general de la muestra seleccionada. La belleza se presenta entonces como un espacio para ejercer presión y coerción social sobre las mujeres, pues en esta publicación se ejerce una gran presión sobre las mujeres para que ajusten sus cuerpos y aspecto corporal a los patrones estéticos dominantes. Bajo este esquema, la revista contribuye con la consolidación entre las mujeres de que la belleza es lo que les permitirá alcanzar seguridad, aceptación y éxito.

Esta presión ejercida por Cosmopolitan para convencer a las mujeres a adaptarse a los patrones estéticos de belleza física se observa, por ejemplo en el artículo “La hoja caliente” allí se asocian aspectos tradicionales como las bodas con modificaciones corporales a través de procedimientos médicos, tanto para las novias como para las damas del cortejo. La actividad señalada por la autora son las “inyecciones de botox”; con este procedimiento son alteradas las expresiones del rostro y el aspecto de la piel; este procedimiento se emplea con la finalidad de lograr un aspecto juvenil. Vale señalar que el artículo está dirigido a “mujeres treintañeras”; es decir, se transmite la noción de ser edades durante las cuales se necesita la intervención médica para obtener un aspecto juvenil y de perfección. Así mismo, dentro de la necesidad de alcanzar una piel perfecta, joven y lozana se encuentran organizados los consejos brindados en el contenido de “Una piel a prueba de acné”. Buford ofrece a las lectoras un conjunto de herramientas estéticas con las cuales mejorar, cuidar y proteger la cara del acné. Estos consejos son presentados en función de las edades, la autora invita a cumplir con los hábitos allí nombrados porque asegura que las técnicas presentadas son las indicadas para tener “un cutis deslumbrante”. Las estrategias presentadas van desde el uso de medicamentos que controlen la producción de grasa hasta cómo comer y qué tipo de alimentos ingerir; en pocas palabras, se busca generar un condicionamiento general de los hábitos femeninos a fin de que estos estén en correspondencia con el logro de una piel perfecta

Como se observa, los contenidos estudiados de la revista son organizados de la siguiente manera: primeramente se establecen los patrones y estilos estéticos que conforman el ideal de belleza femenino, y luego se ofrecen a las mujeres un sinnúmero de herramientas cosméticas y estéticas con las cuales ajustarse a tales patrones. Bajo esta perspectiva, la

revista contribuye con el patriarcado en tres niveles: implantar en el inconsciente femenino los modelos estéticos, contribuir con la modificación de las rutinas y actividades de las mujeres y, finalmente, transformar el cuerpo femenino, logrando así mujeres seriadas acordes a los patrones estéticos impuestos por el sistema patriarcal. Siguiendo esta misma intención de ofrecer estrategias para cumplir con los patrones estéticos, está organizado el artículo 5 “Beauty news”. Aquí se presenta a las lectoras una serie de consejos orientados únicamente a alcanzar los patrones estéticos impuestos a la feminidad. Así, por ejemplo, allí se hace mención al aspecto de los labios, que deben ser humectados, pues de lo contrario son “horribles”. En este contenido se ofrecen primeramente los aspectos calificados como negativos en la imagen física de la mujer, para así luego brindar las herramientas y estrategias mediante las cuales lograr una imagen física perfectamente ajustada los patrones de belleza dominantes.

Este tipo de guías fundamentadas en métodos para alcanzar los patrones estéticos tienen como propósito ajustar cada uno de los hábitos de las mujeres, desde cómo comer hasta cómo manejar las emociones. De igual modo, volvemos a ver este tipo de artículos en “Beauty P&R”, donde se ofrece un conjunto de consejos aportados a las mujeres para que alcancen el aspecto físico ideal. Así mismo, cada una de estas guías vienen reforzadas con la presencia de reconocidas actrices del mundo de la farándula, como Leighton Meester, Megan Fox, Milla Jovovich y Rachel Bilson, quienes fungen como modelos estéticos. Estas mujeres tienen una constitución física similar, ajustada a los patrones de belleza hegemónicos: de manera general, son delgadas, jóvenes, blancas, de pieles perfectas, cabellos cuidados y vestidas según las tendencias de la moda.

A fin de asegurar el cumplimiento de los patrones físicos impuestos, el tema de la belleza es vinculado con otros elementos importantes de la vida de las mujeres; por ello se observa la belleza asociada al logro del éxito profesional y económico, la atracción masculina, la seguridad personal y la aceptación social. En el texto de “De lo que ellos si se dan cuenta cuando te ven” es obvia la vinculación establecida por la revista entre la noción de belleza y la atracción masculina. Este es un artículo basado en un estudio científico realizado por la antropóloga Helen Fisher “Why we love”, donde son presentados los aspectos físicos que más atraen a los hombres. Según los resultados obtenidos, la autora presenta un conjunto de técnicas mediante las cuales las mujeres puedan adaptar sus cuerpos a los deseos masculinos. Los temas exaltados como los más importantes para los hombres son el cabello y la piel: en consecuencia se estimula el cuidado extremo de estas

De igual manera en el contenido “La biblia de las solteras” se relaciona la belleza con las emotividades femeninas. En esta oportunidad se reseñan distintas recomendaciones para mejorar y disfrutar de ese período sentimental. Los consejos aportados están orientados principalmente a exaltar la necesidad de mantenerse siempre acorde a los estereotipos de belleza femenina, pues al cumplir con los patrones de belleza establecidos las mujeres se mantendrán seguras y complacidas con ellas mismas. Por otra parte, al mantenerse atractivas es más seguro hallar una nueva pareja. El contenido del artículo es organizado de tal manera que es evidente la exaltación del mantenerse “bonita y elegante”; así mismo, con el propósito de captar la atención de las mujeres afirma, Magids (marzo, 2009) que los consejos estéticos ofrecidos son los elementos necesarios para las mujeres

“sentirse hermosas”. Este tipo de artículos busca consolidar entre las lectoras la convicción de que para sentirse hermosas y seguras deben seguir los modelos estéticos dominantes.

Por otra parte, encontramos en el contenido de “Las 7 sensaciones que él más disfruta” una vinculación entre el sexo y la belleza. En esta oportunidad, Benjamín sostiene que el uso de cierta ropa y zapatos estimulan a los hombres visualmente; o sea, emplear correctamente las prendas de vestir asegura el éxito en las relaciones sexuales. La incitación a cumplir con los patrones estéticos no sólo se limita a las prendas de vestir, dado que la autora hace énfasis en el tema del cuidado dermatológico, esto porque los hombres esperan sentir una piel sedosa, reforzando esta frase la noción de que de la mujer se espera suavidad. Luego, en el artículo 12, se asocia la belleza con el éxito profesional. Según lo expuesto en el contenido, el éxito laboral femenino se encuentra condicionado por la imagen física proyectada por la mujer. Es la ropa y la constitución corporal con lo que la mujer logra seguridad y aceptación en el ámbito laboral; es decir, no son las capacidades y conocimientos de las mujeres lo importante, es la imagen de perfección proyectada lo que juega un papel trascendental en la manera como socialmente se percibe a la mujer. El respeto por las facultades técnicas e intelectuales de las mujeres en el ámbito laboral viene condicionado por el aspecto físico.

Finalmente, según la repetición en los contenidos de la revista se detectó como el estereotipo de belleza femenina más importante la cuestión del peso corporal. Hemos observado en la muestra que todas las mujeres

presentadas como modelos son delgadas. En el contenido de la revista se eliminó de forma general la presencia de mujeres gordas, se tiende a presentar mujeres corporalmente perfectas, sin un ápice de grasa, con musculaturas firmes y ligeras. Esa exaltación de la delgadez se observa en el contenido de “Modos fáciles (y divertidos) de quemar grasa rápido”. En esta oportunidad se ofrecen a las mujeres rutinas de ejercicios y hábitos alimenticios, todo ello enfocado en quemar grasas más rápidamente. De hecho, la autora afirma que aplicando fielmente tales consejos las mujeres lograrán convertirse en “una incineradora de grasa”. En esta oportunidad sólo se hace referencia a la importancia de mantener un bajo peso: no solamente se busca condicionar la forma de realizar ejercicio, sino que también los alimentos la forma de comerlos, todo con el firme propósito de tener o mantener una constitución corporal delgada.

En este artículo las referencias hechas sobre las comidas se realizan de manera negativa, incitando enfáticamente a consumir pequeñas raciones

y a no disfrutar de los alimentos. Así, Colino (marzo, 2009) invita a las mujeres a consumir comidas picantes por dos razones: “quemar más calorías” y “la sensación que causa el picante, quizás te ayude a no excederte” (77); quedando clara entonces la razón por la cual se considera como positivo el consumo de picantes: porque, en primer lugar, ayuda en la quema de las calorías, luego se espera que el sabor evite el disfrute de las comidas, lo que finalmente resulta en reducción del apetito, conduciendo a las mujeres a comer solo pequeñas porciones que no incidan en un aumento de peso.

Este deseo por evitar en las mujeres el disfrute de la comida se vuelve a percibir en “Cosmo Weekend”, donde la autora aporta una serie de datos sobre hábitos alimenticios con los cuales evitar subidas de peso. En esta oportunidad, se hace mención a estilos de comida con los cuales ganar menos calorías y se condicionan los hábitos alimenticios para ganar el menor peso posible. De igual forma, se invita al consumo de vitaminas con las cuales acelerar el metabolismo, reduciendo así la posibilidad de un aumento de peso. Estas secciones tienen como propósito condicionar a las mujeres para que eviten el rechazado sobrepeso, debido a que ser “gordas” es una condición corporal rechazada.

Luego de analizar las tres ediciones seleccionadas, pudimos observar en los resultados obtenidos una tendencia sistemática a asociar los temas y contenidos con los estereotipos sexuales construidos sobre la feminidad en el patriarcado, resaltando que dichos estereotipos están acordes con una nueva dinámica social en la cual la feminidad ha logrado mayor poder y libertad. En este sentido, observamos entonces cómo los temas que más se

repiten son los relacionados con la belleza física femenina y las relaciones amorosas. Estas son áreas desde donde el patriarcado persuade y ejercer control sobre los cuerpos y las mentes de las mujeres, en tanto opera en un nivel simbólico ejerciendo represión y violencia en contra de las mujeres. Con la cuestión de la belleza el patriarcado encontró el vehículo más apropiado para generar inseguridades en las mujeres. La aparición de inseguridades corporales, tienen como único propósito evitar la ascensión total de las mujeres a los espacios públicos de poder. Tal como sostiene Blanco (2008), con la cuestión de la belleza se busca:

“Evitar que las mujeres retomen el poder sobre sus propios cuerpos, su placer y a fin de cuenta su libertad de elección y posibilidad de transformación social y queden confinadas ya no a la prisión doméstica, sino a la prisión cosmética, hace de nuestros cuerpos un nuevo lugar para la opresión”. (sp)

Por otra parte, con la belleza física el patriarcado logra posicionar nuevamente a los hombres como los dominantes, porque bajo la óptica de la belleza corporal son ellos quienes tienen el poder y facultad de calificar los cuerpos de las mujeres. Con su noción de belleza, el patriarcado coloca a las mujeres al servicio de los hombres, ya que estas, a fin de ser calificadas de forma positiva, emplearán todos los recursos que tengan a su alcance para cumplir con los estándares de belleza impuestos socialmente. Por otra parte, esta concepción de valorar a la mujer sólo por su apariencia física, desestima los logros y las reivindicaciones económicas, sociales, políticas e intelectuales de las mujeres, porque supone que las mujeres ingresan a los espacios de poder no por sus capacidades y habilidades, sino por sus características físicas; el tamaño del busto o el color del cabello son más importantes, según esta concepción, que las calificaciones académicas y técnicas de las mujeres.

Así como se presenta la cuestión de la estética como un nuevo espacio para la dominación masculina, las relaciones amorosas y sexuales en el contenido de *Cosmopolitan*, son también estructuradas de este modo. Esto es evidente por los ejes temáticos de los contenidos relacionados con las parejas y las relaciones sexuales. En estos contextos se invita a las mujeres a complacer y satisfacer las necesidades y gustos de los hombres. La satisfacción y complacencia de los hombres se presenta como una prioridad en la vida de las mujeres, por ello se observa una alta repetición de artículos donde se les ofrecen estrategias a las mujeres para mantener a gusto a los hombres. Este tipo de artículos de forma implícita invita a las mujeres a mantener posiciones de servilismo hacia los hombres, ya no enfocadas en las tareas del hogar, sino en otros espacios como las relaciones amorosas y sexuales. El contenido de esta revista colabora en la difusión de un concepto de feminidad subordinado, dócil y complaciente.

Finalmente, no podemos dejar de hacer mención a las referencias sobre cambios en los paradigmas de la feminidad. No se deben dejar de lado aquellos artículos donde la feminidad se asocia con nuevos espacios de poder y roles sociales, lo cual demuestra un cambio en la forma de percibir socialmente a la feminidad. Esta transformación en la concepción de la feminidad se percibe en contenidos relacionados con asuntos laborales y el acceso de las mujeres a los espacios de poder. Es por ello que, a manera de contención, el patriarcado emplea la belleza y las relaciones amorosas y sexuales como garante de las relaciones desiguales de poder.

CAPÍTULO II MODELOS DE BELLEZA FEMENINA

El presente capítulo consiste en la interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación del Análisis de Contenido a las ediciones de enero, febrero y marzo de 2009 de la revista Cosmopolitan. El propósito fundamental es identificar los estereotipos físicos y corporales que componen el modelo de belleza femenina presentado por esta publicación. A partir de los resultados obtenidos se identificarán aquellos elementos estéticos y corporales que tienen mayor repetición en la muestra, con la finalidad de determinar así los modelos estéticos presentados como ideales de belleza por esta revista. Vale resaltar que antes de identificar los estereotipos físicos y estéticos presentados con mayor frecuencia, es necesario realizar primero una conceptualización general sobre los temas: estereotipo y belleza, con la finalidad de ofrecer un marco referencial que brinde un soporte teórico de los resultados obtenidos.

Estereotipos sexistas:

Los estereotipos sexuales son ese conjunto de imágenes y normas culturales definidos en función de organizar socialmente a los sexos. Los estereotipos se constituyen como puntos de referencias según los cuales son definidos el carácter y la identidad de cada individuo en atención únicamente a su sexo. Caricote (2006) se refiere a ellos al decir: “Los estereotipos se establecen en los individuos de acuerdo a la división de conductas que se dan en función de cada sexo, generando expectativas y exigencias que, una vez asumidas, su entorno social exigirá que sean cumplidas” (sp); en pocas

palabras, los estereotipos se constituyen como el marco referencial impuesto por la sociedad para restringir y limitar el comportamiento de los individuos y asegurar de este modo que exista una correspondencia entre las expectativas creadas por la sociedad y lo esperado del sexo de la persona. Para Sabarots (2002) “Los estereotipos sociales se refieren a las imágenes simplificadas y generalizadoras que se construyen alrededor de determinados colectivos y se generan mediante la dinámica de los prejuicios” (sp).

Los estereotipos se constituyen como la vía más idónea a partir de la cual el conjunto de normas y reglas socioculturales son aprehendidos por los individuos; en este sentido, son los mecanismos encargados de transmitir y reproducir, en el plano simbólico, todos los códigos y normas sociales. En la sociedad patriarcal, los estereotipos permiten mantener la división de roles entre el sexo masculino y femenino. Así mismo, permiten la reproducción de las relaciones desiguales de poder en tanto el sistema sociocultural los emplea como mecanismos de control social, pues son los elementos encargados de imponer restricciones sociales en función del sexo. Por ello Simancas (2004) afirma que “las imágenes sociales y los estereotipos que los constituyen, son un arma poderosa de control social y de organización de los sexos” (sp).

Para Bourdieu (1998) la importancia del aspecto simbólico y de los estereotipos creados en función del género, radica en que “el orden social funciona como una inmensa máquina simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya” (sp). Al hablar de esta máquina

simbólica se está refiriendo al conjunto de normas y estereotipos definidos por la cultura según el sexo. En su libro *La Dominación Masculina*, el autor señala algunos de los estereotipos construidos para cada sexo por la sociedad patriarcal; habla del amor romántico, lo detallista, la discreción, el cuerpo para atraer, la pasividad, las tareas domésticas, amabilidad, disponibilidad, simpatía, sumisión, docilidad, entre otros, como los estereotipos más importantes del sexo femenino y sobre los cuales la sociedad androcéntrica ha definido la feminidad; mientras que, la autoridad, la astucia, lo activo, la protección, entre otros, serán asociados a los estereotipos de la masculinidad.

La inculcación de los estereotipos sexistas se realiza a partir de la cultura y de las relaciones sociales. En este orden de ideas, la familia se constituye en una de las instituciones más importantes a la hora de enseñar y reproducir los estereotipos, pues es en el núcleo familiar donde se inicia el proceso de socialización diferenciada. De igual manera, es el contexto en el cual los infantes copian las características del entorno familiar y se identifican con las particularidades del padre con el cual comparten sexo. La escuela es el segundo espacio de mayor importancia a la hora de legitimar en el inconsciente de los niños y niñas las prácticas propias de su sexo. En este caso, el proceso mismo de enseñanza está cargado de paradigmas en función de las diferencias sexuales; en el marco de estas diferencias genéricas se condiciona a los niños y niñas desde la forma de llorar hasta las formas de jugar. En consecuencia, son las estructuras sociales las encargadas de legitimar las diferencias sexuales a través de sus instituciones, lo cual permite entender por qué los estereotipos van siendo asimilados como un aspecto natural de la persona, pues todas las relaciones

sociales están fundamentadas y se encargan de legitimar dichas diferencias. Las diferencias en función del sexo abarcan todos los espacios de la vida en sociedad y condicionan, de igual manera, aquellos aspectos relacionados con la estética y la noción de belleza.

La cuestión de la belleza.

El concepto de belleza es algo difícil de definir debido al carácter subjetivo y abstracto que rodea al tema, pues la belleza como ha sido definida por diversos autores depende principalmente de la percepción de los individuos. Sin embargo, es evidente que cada cultura se encarga de brindarles a las personas un conjunto de normas y patrones que, de cierta manera, condicionan la percepción y el gusto de los individuos pertenecientes al entorno sociocultural. El conjunto de normas, valores o patrones empleados como unidades de medida para establecer los parámetros de belleza pueden variar significativamente entre un contexto sociocultural y otro por lo cual no se puede hablar de un concepto o una apreciación global y única sobre el tema de la belleza. La percepción de lo que es bello, o no, depende de aspectos individuales y del entorno sociocultural donde se desenvuelve el individuo. Ahora bien, diversos autores coinciden en que el asunto del estudio o el interés por la belleza surgen en la antigua Grecia, pues en esta sociedad es donde se inician los estudios sobre filosofía, corriente de pensamiento orientada a entender el mundo, la ética, la estética y a las personas. Según Pérez (sf) para los griegos “la belleza se concebía como el resultado de cálculos matemáticos, medidas, proporciones y cuidado por la simetría” (sp). Así mismo, con los griegos surge el pensamiento en binomio de que lo bello es igual a lo bueno, principio

fundamentado en el pensamiento dual ontológico de Platón, según el cual cada categoría tiene su opuesto negativo. Como dice Rodríguez (2007):

La consecuencia del dualismo platónico es la estructuración de nuestro sistema de pensamiento de una forma dual, de modo que cada componente de ese ordenamiento dimórfico tiene su opuesto, con lo que se constituye una organización bipolar, tal y como se puede observar en las siguientes bivalencias: espíritu/naturaleza, mente/cuerpo... (sp)

Es a partir de filósofos griegos como Platón y Policleto cuando en la antigua Grecia se inicia un movimiento filosófico enfocado en tratar de entender y definir lo que es la belleza. Policleto, tal como afirma Pérez (sf) en su tratado "El Canon", asociaba la belleza, al igual que los demás filósofos griegos, con las matemáticas. Por ello, para él la belleza consistía, tanto para hombres como para mujeres, en correctas proporciones entre todas las partes del cuerpo. Por su parte, Platón transcendía el tema meramente corpóreo y aseguraba que la belleza era una idea. Como afirma Vartabedian (sf), para Platón "La belleza verdadera es la que reside en el espíritu" (sp). Aun cuando para Platón la cuestión de las ideas y del espíritu era lo más importante, también hizo referencia a la cuestión de la belleza corporal, enfocándose igualmente en que debía existir simetría en el cuerpo de los hombres. Es necesario resaltar que Platón al referirse al tema de la belleza corporal obvió a la mujer. Los filósofos griegos con sus definiciones sobre la belleza y las correctas proporciones incidieron en la aparición del llamado "Clásico de Belleza" occidental, porque las nociones sobre la belleza surgidas en Grecia se fueron extendiendo poco a poco a lo largo de toda Europa.

Vale resaltar que la cuestión de la belleza no solo representó un aspecto de interés para los filósofos griegos. Desde el cristianismo, Santo Tomás de Aquino también realizó una conceptualización de la belleza. En su definición se mencionan dos tipos de belleza: una material (física), que está sujeta a una correcta proporción de los miembros, y una espiritual. Si bien es cierto que cada autor aporta al concepto de belleza sus apreciaciones particulares, existe un aspecto que se repite de forma sistemática, tanto en las conceptualizaciones de los filósofos griegos como en la de Santo Tomás, lo cual no es más que la insistencia en una correcta proporción corporal como medida para calificar la belleza física, o sea: para ser bello, un cuerpo debe ser simétrico.

La sensibilidad estética y la noción sobre lo que es bello o no, son contruidos con base en patrones y estereotipos socioculturales, los cuales son los encargados de definir los gustos, estilos y formas de representar y presentar la belleza. Aun cuando, el cuerpo para ser bello debe tener simetría, serán los estereotipos estéticos y físicos los que desempeñaran un papel preponderante a la hora de definir un modelo de belleza física, porque son estos estereotipos los encargados de orientar a las personas en cómo se deben vestir, comer, peinar, maquillarse, etc., para estar acordes al ideal de belleza corporal definido por la sociedad. En la definición de tales estereotipos confluyen numerosas variables, como la economía, la religión, la cultura, etc., lo cual incide en que a lo largo de la historia hayan existido diversos modelos de belleza corporal, todos ajustados a las particularidades de cada sociedad. Por otra parte, dichos estereotipos se construyen a partir de las diferencias de género existentes entre la feminidad y la masculinidad; es decir, la belleza es otro espacio desde donde la sociedad se encarga de

reproducir y mantener las relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres.

El tema de la belleza generalmente está asociado a la feminidad. Tomás y Núñez (2007), consideran que la belleza “en nuestra sociedad se espera que sea personificada por las mujeres, mientras que los hombres deben aspirar a poseer mujeres que la personifiquen” (sp). La belleza se presenta en la vida femenina como la cualidad más importante en una mujer. La inculcación de la belleza como el aspecto fundamental dentro de la feminidad se inicia desde la niñez: una clara demostración de esta afirmación se puede encontrar en la literatura infantil, pues los cuentos de hadas son redactados con el firme propósito de demostrarle a las niñas que siendo bellas lograrán tener el príncipe y ser felices. Se presenta a Blancanieves, Cenicienta, Bella Durmiente, etc., como los modelos femeninos ideales que, gracias a su aspecto físico, logran conseguir una vida plena y feliz. Sobre la feminidad se ha construido, por consiguiente, un estereotipo de mujer-belleza; esto significa que las mujeres, para ser mujeres, deben ser bellas y ajustarse a las proporciones corporales definidas por el sistema sociocultural como significantes de belleza. En este sentido, Belotti (1976) dice de las niñas se espera:

...Sean más afectuosas (Los padres esperan ser más amados, ya que los varones no son afectuosos). Monas y coquetas (un objeto una cosa con la que se juega). Da satisfacción vestirlas (no valen por ellas mismas, sino por su aspecto; no es su inteligencia lo que se aprecia, sino su belleza). (26-27)

En el patriarcado la definición de la belleza femenina ha sido construida desde la masculinidad, como lo sostienen Tomás y Núñez (2007): “la belleza

femenina es la que el hombre ha deseado a lo largo de la historia, una visión androcéntrica, desde la óptica del pintor, del fotógrafo, del esposo, del amante, del hijo.” (sp). Se entiende entonces que los patrones de belleza femenina son construidos en atención a los deseos y exigencias de la masculinidad. La belleza femenina, por consiguiente, se constituye en un aspecto de carácter simbólico empleado por la sociedad androcéntrica para mantener las relaciones desiguales de poder y atar a las mujeres a las relaciones de dominio-subordinación propias de las sociedades patriarcales. Con la cuestión de la belleza, socialmente se le confiere poder a la masculinidad sobre la feminidad, debido a que son los hombres los encargados de calificar la estética femenina. Por otra parte, las mujeres, con el fin de agradar, complacer y convertirse en el objeto del deseo masculino, ajustarán sus cuerpos a las exigencias masculinas sin ningún tipo de oposición. La belleza, desde esta perspectiva, está asociada a un concepto cargado de estereotipos sexistas muy limitados y restringidos, donde no se toma en consideración las características y necesidades particulares de la mujer. Con este concepto se ha logrado que la feminidad sea valorada como un simple objeto; es decir, bajo esta noción la mujer es aceptada y apreciada únicamente sobre la base de su aspecto físico: mientras más se ajuste a los patrones y estereotipos de belleza, mejor será su calificación y aceptación dentro del entorno social. El fin último de este concepto de belleza es el de lograr hacer a las mujeres más agradables a la vista de los hombres; no es una belleza libre, es una belleza condicionada por la satisfacción masculina.

El asunto de la belleza se constituye en la actualidad como uno de los principales elementos con el cual se oprime y se ejerce violencia simbólica contra la mujer y su cuerpo. Las mujeres, con el fin de ajustarse a los

patrones estéticos de belleza, condicionan sus actividades, gustos, estilos, hábitos alimenticios, etc., con el propósito de tener una apariencia física perfecta según los patrones estéticos vigentes. Con la belleza, el patriarcado limita y hasta les roba a las mujeres la libertad de decidir sobre sus propios cuerpos. Además, se vuelven víctimas de una violencia simbólica, que, aunque atenta contra ellas mismas, es aceptada sin resistencia. La esclavitud de la mujer a los estereotipos de belleza y corporales, aunque siempre han existido, cobró mayor relevancia luego del ingreso del sexo femenino a los espacios públicos de poder, los cuales estuvieron durante mucho tiempo reservados al sexo masculino. Diversos teóricos de las corrientes feministas, como el caso de Blanco 2008, relacionan el “culto a la belleza” con la factura pasada a las mujeres por ingresar a los espacios socialmente pensados para los hombres. En fin, es el precio impuesto por haber exigido y luchado una posición en el mundo distinta a la de criar hijos, atender al hogar y al marido.

Si bien es cierto que la presión por cumplir con determinados patrones de belleza afecta tanto a mujeres como a hombres, porque igualmente existen firmes patrones de belleza para la masculinidad, el problema de la belleza en la feminidad se debe a que es un concepto organizado de una forma donde es el hombre quien tiene el poder de calificar a las mujeres y las mujeres ajustan sus cuerpos para atraer a los hombres. Con esta concepción se reafirma el carácter de docilidad y subordinación de las mujeres ante los hombres, mientras los patrones de belleza masculina son distintos: están conformados por una serie de patrones que refuerzan la concepción de poder, fuerza y virilidad masculina, con lo que se refuerza la concepción del hombre como dominante y poderoso. De esta forma, lo que es una característica de belleza en los hombres no lo es en las mujeres, un ejemplo de ello es: la mujer es considerada más atractiva siempre y cuando sus

rasgos físicos sean delicados; mientras por el contrario, de los hombres se esperan rasgos físicos más toscos. Dichos patrones se asocian con los principios empleados para definir la masculinidad y la feminidad, las mujeres con su delicadeza demuestran docilidad y pasividad y los hombres siendo toscos demuestran fuerza y dureza.

La sociedad patriarcal según las necesidades económicas, religiosas, culturales, guerreristas, etc., ha ido modificando a lo largo de la historia los modelos o ideales físicos de belleza femenina. Como la noción de belleza varía dependiendo del contexto cultural e histórico, se observan, entonces, diferencias en los patrones de belleza dependiendo del momento histórico. Durante la prehistoria, la percepción de belleza femenina estaba asociada con la fertilidad, razón por la cual la redondez aseguraba la posibilidad de tener hijos; esta incipiente preocupación por un estereotipo o patrón de belleza se evidencia con la escultura de la Venus de Grimaldi, ésta es una escultura femenina de proporciones corporales grandes; obesa y de caderas anchas, lo cual aseguraba fertilidad y la reproducción de la especie. En la sociedad griega, la percepción de belleza era algo muy importante; para los griegos no eran aceptables ni el exceso de grasa y tampoco los senos voluminosos, le prestaban especial atención a las correctas proporciones del cuerpo. En la actualidad, la cuestión de la belleza es un aspecto de suma importancia, el mismo se encuentra condicionado por diversas particularidades; con el uso de los medios de comunicación, los mensajes con los patrones y estereotipos de belleza son masificados; esto ha incidido en la aparición de unos patrones de belleza cada vez más generalizados y homogéneos, con lo cual han ido desapareciendo las diferencias entre un sistema sociocultural y otro; de esta forma, es ejercida sobre las mujeres

mayor presión para lograr alcanzar y corresponderse con el modelo globalizado.

Para Blanco (2008), el ideal de belleza actual es similar para todas las culturas y no ha cambiado significativamente desde hace 50 años; define el ideal de belleza actual como: el modelo "Barbie". Así mismo, sostiene que, este modelo se ha reproducido de forma hegemónica en todas las sociedades sin excepción; de igual modo, exalta las funciones ideológicas que cumple este modelo para mantener tanto al sistema capitalista como al patriarcado. Para ella, la relación capitalismo-patriarcado y belleza ocurre porque el capitalismo emplea a la mujer y su cuerpo como mercancías y dichas mercancías, en consecuencia, tienen como fin ser expuestas ante los hombres. Para obtener de ellos la aprobación correspondiente; es decir, tanto la mujer como la belleza femenina son tomadas por la sociedad actual como objetos carentes de personalidad e incluso humanidad; según los patrones de belleza actual, la mente femenina no es importante; sólo las características corporales son las importantes.

La presión por cumplir o ajustarse al modelo o ideal de belleza femenino aumentó a mediados del siglo XX, esto debido a la aparición de los medios masivos de comunicación (TV, revistas, periódicos, etc.), en ellos la cultura encontró un medio eficaz para difundir y reproducir los modelos de belleza necesitados por el entorno social con el fin de mantener el equilibrio en sus estructuras. Sobre el surgimiento del modelo de belleza actual se puede establecer el momento de su aparición, a mediados del siglo XX, el cual inicialmente fue representado por modelos y actrices, quienes, por aparecer en los medios masivos de comunicación, llegaban de igual forma a

todos los espacios sociales. Desde este momento histórico, también se inicia la aparición de diferencias sociales entre dos patrones o modelos de belleza; en este sentido, aparecen dos figuras: por una parte, Marilyn Monroe; rubia, flaca pero con curvas, que incita a la sexualidad y por tanto se comenzó a asociar con lo vulgar; en contraparte, está el modelo o estilo Grace Kelly, quien igualmente, siendo blanca, su cuerpo tiende a la extrema delgadez y es un modelo asociado con lo aristocrático. Según Pérez (sf) al referirse al patrón de belleza actual sostiene que:

Se trata de una figura esbelta, altura superior a la media, apariencia deportiva sin incurrir en lo atlético ni excesivamente musculoso, piel tersa y bronceada, ojos grandes, nariz pequeña, boca grande y labios gruesos, medidas publicitarias (90-60-90), senos firmes, simétricos y sólidos, vientre liso, pelo largo, piernas largas y torneadas y, sobre todo, tener menos de treinta años. La eterna juventud se ha impuesto en la estética: la figura firme, la forma intacta y el resto de la vida por delante. (sp)

Hoy en día, aparte de los medios de comunicación, los certámenes de belleza se han constituido en otro espacio desde donde se difunden y reproducen los distintos patrones que componen el ideal de belleza femenino. En estos certámenes es calificada la belleza física de las mujeres; por tanto, las mujeres presentadas comparten rasgos físicos similares, todos ajustados a los estereotipos de belleza vigente, medidas corporales perfectas

(90-60-90), altas, de facciones delicadas, y ante todo, joven; o sea, el concurso consiste en calificar cuerpos femeninos seriados. Este tipo de certámenes han contribuido significativamente en la aparición del culto a la belleza, debido al fuerte impacto mediático que estos tienen en la sociedad, los mismos tienen incidencia tanto en los niveles locales como internacionales. Los concursos de carácter internacional como; el “Miss Universo”, han contribuido en la aparición y consolidación de un modelo de belleza hegemónico y globalizado, el hecho de escoger una reina de belleza universal, permite concluir que existe a nivel mundial un único estándar corporal femenino, al que todas las mujeres se ajustan sin problema. Otro asunto interesante en estos concursos, es la condición de objeto que se le da al cuerpo femenino, pues las mujeres son calificadas del mismo modo que se haría con carros u otro objeto inanimado, lo importante es el aspecto físico y constitución corporal.

Ahora bien, al momento de identificar el modelo o los modelos ideales de belleza presentados en las ediciones de Enero, Febrero y Marzo del 2009 de la revista Cosmopolitan serán empleadas las siguientes categorías a fin de identificar cuáles son las características con mayor presencia, a través de los cuales lograr identificar el modelo ideal de belleza físico presentado en las ediciones estudiadas

Categorías físico-corporales:

N °	CARACTERÍSTICAS FÍSICA	
1	Origen étnico	Rubias. Morenas. Negras. Asiáticas Pelirrojas.
2	Contextura corporal	Delgada Obesa
3	Tipo cabello	Liso Rizado
4	Color del cabello	Amarillo Negro Castaño Rojizo
5	Longitud del cabello	Corto Largo
6	Tamaño de ojos	Grandes Pequeños
7	Color de ojos	Azules Verdes Negros Marrones
8	Tipo nariz	Perfilada Aplanada
9	Tamaño de la nariz	Grande Pequeña
10	Boca	Grande Pequeña
12	Senos	Pequeños Grandes
13	Cintura	Estrecha Amplia
14	Piel	Joven Arrugada
15	Edad	Juventud Vejez

Una vez definidas las categorías físicas relacionadas con los patrones de belleza se procederá a identificar cuál es la frecuencia con que aparecen dichas categorías en la muestra seleccionada de la revista sobre la cual se

ha realizado el estudio, para posteriormente identificar si en la muestra es presentado un modelo o distintos modelos de belleza física.

Grupo Étnico

Grupo étnico	Repetición	%
Rubias	126	44%
Morenas	133	46%
Negras	19	7%
Asiáticas	5	2%
Pelirrojas	3	1%
Total	286	100%

En el cuadro anterior se puede apreciar una distribución general de las mujeres que aparecen en la revista, de un total de 286 mujeres que se encuentran dentro del contenido de Cosmopolitan, se observa que el grupo étnico con mayor repetición fueron las mujeres morenas, pues 46% de las mujeres encontradas tienen este aspecto, así mismo el siguiente grupo con mayor frecuencia fue el de las rubias, con un 44% de presencia. Los resultados demuestran que existe una fuerte tendencia asociar a las mujeres con dos grupos étnicos muy específicos; blancas y rubias.

Contextura Corporal

Contextura Corporal	Repetición	%
Delgada	283	99%
Obesa	3	1%
Total	286	100%

Los resultados obtenidos en la categoría contextura corporal demuestran claramente que desde Cosmopolitan se busca difundir un patrón corporal único asociado a la delgadez, debido a que el 99% de mujeres

presentadas tienen cuerpos delgados; o sea, según esta revista son los cuerpos perfectamente delgados sin un ápice de grasa ni celulitis, el estándar entre las mujeres.

Tipo de cabello

Cabello	Repetición	%
Liso	200	70%
Rizado	86	30%
Total	286	100%

En esta oportunidad se ubicaron las características del cabello de las mujeres presentadas dando como resultado que la categoría con mayor frecuencia es la relacionada con cabellos lisos, pues un 70% de las mujeres encontradas en la muestra tienen ese estilo de cabello.

Color de cabello

Color de cabello	Frecuencia	%
Amarillo	139	49%
Marrón	101	35%
Negro	42	15%
Rojizo	4	1%
Total	286	100

En el cuadro anterior están registrados los resultados obtenidos en relación al color de cabello de las mujeres que se encuentran en la revista Cosmopolitan en sus ediciones enero, febrero y marzo del 2009, según los datos obtenidos se observa que la tendencia es cabellos con tonalidades amarillas, 49% de las mujeres en la muestra se corresponden con estas características, así mismo la tendencia que sigue en función de la frecuencia es la de cabellos marrones, con 35% de la muestra.

Longitud del cabello

Longitud del cabello	Frecuencia	%
Largo	242	15%
Corto	44	85%
Total	286	100

Continuando en el aspecto del cabello ahora son presentados los resultados obtenidos en relación a la longitud del mismo, aquí los resultados son bastante evidentes pues en la muestra seleccionada encontramos que el 85% de las mujeres tienen un cabello largo, o sea, el cabello largo es la tendencia entre las mujeres.

Tamaño de ojos

Tamaño de ojos	Frecuencia	%
Grandes	229	80%
Pequeños	57	20%
Total	286	100%

En este cuadro se hace referencia a las características de los ojos de las mujeres encontradas en la revista Cosmopolitan, según los resultados observamos que la tendencia sobre el tamaño de los ojos es tenerlos grandes; ya que, un 80% de las mujeres encontradas como modelos de belleza en la revista tienen este aspecto en común.

Color de ojos

Ojos	Frecuencia	%
Azules	80	28%
Verdes	86	30%
Negros	11	4%
Marrones	109	38%
Total	286	100%

En esta categoría observamos la existencia de cierta similitud entre los ojos de color azules, verdes y marrones, pues la diferencia entre las categorías es pequeña; sin embargo, es el color marrón en función de los resultados obtenidos los que se hayan con más frecuencia en la muestra, ya que, un 38% de las mujeres que se encuentran en la revista Cosmopolitan tienen este tipo de color de ojos.

Tipo de nariz

Tipo de Nariz	Frecuencia	%
Perfilada	260	91%
Aplanada	26	9%
Total	286	100%

Con relación a la existencia de patrones sobre el tipo de la nariz se pudo observar en las distintas ediciones estudiadas de la revista Cosmopolitan que la tendencia que existe es hacia narices perfiladas, porque 91% de la muestra se corresponde con esta apariencia.

Tamaño de la nariz

Tipo de Nariz	Frecuencia	%
Grande	23	8%
Pequeña	263	92%
Total	286	100%

En esta oportunidad se hace mención al tamaño de la nariz de las mujeres presentes en el contenido de la revista Cosmopolitan, en esta categoría también es evidente que existe una fuerte tendencia a presentar

mujeres con narices pequeñas, 92% de las mujeres observadas en la muestra se corresponden con estas características.

Boca

Características	Frecuencia	%
Grande	232	81%
Pequeña	54	12%
Total	286	100%

En la categoría relacionada con la boca se demuestra que el patrón que existe es el de una mujer de boca grande, 81% de la frecuencia así lo demuestra.

Senos

Características	Frecuencia	%
Grandes	215	75%
Pequeños	71	25%
Total	286	100%

Según la muestra estudiada en las ediciones de enero, febrero y marzo del 2009 de la revista Cosmopolitan se observó que de las imágenes de mujeres encontradas el 75% de las mismas tienen un tamaño de senos grandes, haciendo evidente la tendencia de la revista a exaltar las imágenes de mujeres de busto grande.

Cintura

Características	Frecuencia	%
Estrecha	283	98%
Amplia	3	2%

Total	286	100%
--------------	------------	-------------

En este cuadro se hace referencia a la forma de la cintura, pues esta es una característica que interviene en la creación de los ideales de belleza femenina. Ahora bien en atención de los resultados observamos que 98% mujeres tienen una cintura de características estrechas, correspondiéndose esta categoría con el principio de delgadez.

Piel

Características	Frecuencia	%
Joven	285	99,7%
Arrugada	1	0,3%
Total	286	100%

En cuadro anterior se analizó las características visibles de la imagen de la piel de las mujeres presentadas en el contenido de la Revista Cosmopolitan, estos resultados demuestran que en la revista existe un único parámetro en torno a las características de la piel, pues 99,6% de las mujeres tienen aspecto juvenil.

Edad

Edad	Frecuencia	%
Joven	286	100%
Vejez	0	0
Total	286	100%

Sin duda la categoría con un parámetro hegemónico es el relacionado con el de la juventud pues 100% de las mujeres presentes en la revista son jóvenes, consolidando entre las mujeres el ideal de eterna juventud.

En atención a cada una de las categorías analizadas por su repetición en el contenido de la revista Cosmopolitan, se logró precisar que desde la revista se envía a las mujeres, de forma continua, mensajes donde se refuerzan patrones físicos que en conjunto inciden en la aparición de un ideal de belleza homogéneo, según los resultados obtenidos se logra concluir que existen principalmente dos modelos generales de belleza femenina:

Ideales de belleza

- Ideal de belleza: Mujer joven; blanca; ojos grandes y marrones; cabello liso, largo y amarillo; nariz perfilada y pequeña; boca grande; senos grandes; cintura estrecha y piel joven.
- Ideal de belleza: Mujer joven; rubia; ojos grandes, verdes o azules, cabello liso, largo y amarillo, nariz perfilada y pequeña, boca grande, senos grandes, cintura estrecha y piel joven.

CAPÍTULO III

PAPEL DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN LA LEGITIMACIÓN DEL PATRIARCADO

Los resultados obtenidos a través de la muestra estudiada en la revista Cosmopolitan serán entrelazados con el concepto particular de la feminidad manejado en el patriarcado, buscando de esta manera lograr un análisis exhaustivo con el cual demostrar la relación de reciprocidad existente entre los contenidos de la Revista Cosmopolitan con la reproducción y consolidación del patriarcado. Con el fin de encontrar la conexión entre patriarcado y el contenido de la Revista Cosmopolitan son analizados aspectos como: la belleza, la estética corporal, la sexualidad y pasatiempos descritos como propios de la feminidad según el contenido de la revista.

Contexto general del patriarcado.

El patriarcado es una organización social donde el poder se encuentra en manos de los hombres. Son los hombres, entonces, los llamados a dominar la sociedad. El patriarcado es de carácter arbitrario y funciona gracias a la existencia de una ideología dominante particular que es arraigada en la conciencia y subconsciencia de cada persona. El patriarcado supone una desigualdad fundamentada en los sexos, donde los hombres en palabras de Facio (sf), "... se erigieron en el modelo de lo humano" (sp). Evidentemente, ello explica la subordinación a la cual está sometida la feminidad en esta organización social. Los hombres, según el patriarcado, son la unidad de medida; en este sentido, la lógica del pensamiento

dicotómico dual contribuye eficazmente en la consolidación de la dominación masculina, pues se condiciona la lógica de las personas a relacionar lo masculino con lo positivo, mientras lo femenino queda siendo la parte negativa. En las sociedades de carácter patriarcal las mujeres son pensadas como seres inferiores, con relación a los hombres. Ahora bien, los aspectos o características a través de las cuales se califica a las mujeres como sujetos inferiores a los hombres varían en función del entorno sociocultural.

Si bien es cierto que, cada contexto sociocultural emplea patrones y categorías particulares con las cuales definir y condicionar el comportamiento de los individuos en función de las relaciones de género, es necesario, resaltar que a nivel general existen categorías y patrones similares en todas las culturas de carácter patriarcal, debido a que, esos elementos son los encargados de reproducir, mantener y sostener al patriarcado. La existencia de categorías y patrones similares en todas las sociedades patriarcales se debe, a que cada una de estas sociedades están condicionadas por una superestructura ideológica en común: el patriarcado. En este sentido citamos a Facio (sf), pues ella ofrece un listado de cuatro aspectos que se repiten de forma similar en todas las culturas patriarcales:

- 1) una ideología y su expresión en el lenguaje que explícitamente devalúa a las mujeres dándoles a ellas, a sus roles, a sus labores, a sus productos y su entorno social menos prestigio y/o poder que el que le da a los hombres; 2) significados negativos atribuidos a las mujeres y sus actividades a través de hechos simbólicos o mitos (que no siempre se expresan de forma explícita); 3) estructuras que excluyen a las mujeres de la participación en, o el contacto con los espacios de los más altos poderes, o donde se cree que están los espacios de mayor poder tanto en lo económico y lo político como en lo cultural; 4) el pensamiento dicotómico, jerarquizado y sexualizado, que lo divide todo en cosas o hechos de la naturaleza o de la cultura, y que al situar al hombre y lo masculino bajo la segunda categoría, y a la mujer y lo

femenino bajo la primera, erige al hombre en parámetro o paradigma de lo humano al tiempo que justifica la subordinación de las mujeres en función de sus pretendidos roles naturales. (sp)

Aparte de los aspectos socioculturales que son similares en cada cultura patriarcal, el patriarcado, con la finalidad de asegurar su continuidad y vigencia, se vale de ciertas instituciones sociales como la familia, la educación androcéntrica, la política, la economía, entre otras, como mecanismos para transmitir el sistema de valores y creencias definitorias que le son propios. Es decir, el patriarcado es una superestructura mantenida por el conjunto de instituciones de la sociedad política y civil. Cada una de las instituciones del patriarcado están organizadas de una forma en la cual primeramente, el poder y la dominación sólo puede y debe ser ejercido por los hombres, mientras las mujeres y todo aquello relacionado con la feminidad es ubicado en un plano de inferioridad y subordinación. Las creencias transmitidas por las instituciones patriarcales brindan las herramientas cognitivas a partir de las cuales las personas logran hallar su lugar dentro del entorno social; así mismo, sugieren cuáles son las conductas y respuestas propias para cada persona dependiendo del sexo.

El papel de las instituciones patriarcales es de suma importancia en la reproducción y continuidad del sistema patriarcal, por el hecho de que son estas instituciones las que con sus herramientas ideológicas logran condicionar la lógica, el pensamiento y el comportamiento tanto social como individual de las personas. Entonces, a partir de esa ideología dominante reproducida por cada institución se entiende cómo las personas van asumiendo como algo “natural” o “biológico” las relaciones sociales de

carácter patriarcal, tornándose entonces la inferioridad femenina como algo “natural” inherente a las mujeres. Se entiende que el patriarcado al ser una organización social donde el poder se encuentra en manos de la masculinidad, se sustenta sobre la base de relaciones desiguales de poder, dichas relaciones basadas únicamente en las construcciones sociales hechas a partir del sexo; en consecuencia, el ser hombre o mujer es el carácter determinante a la hora de organizar y estructurar las relaciones de poder en la sociedad patriarcal.

Relaciones desiguales de poder.

Al estar el poder en manos de los hombres, las mujeres dentro del patriarcado quedan supeditadas a ser la parte dominada de la sociedad, conduciendo esto a la presencia de relaciones desiguales de poder. Para el patriarcado las relaciones de poder se dan de la siguiente forma: Hombre Dominante-Mujer Dominada. A fin de mantener esta organización todas las estructuras de la sociedad se ajustan a estos principios, con el propósito de evitar contradicciones y, de esta manera, no alterar el orden social que permita mantener el patriarcado. En este sentido, es evidente que las prácticas sociales tanto públicas como privadas, sencillas o complejas, son organizadas de tal forma que subyace el principio de poder y dominación masculina. Las relaciones desiguales de poder entonces están presentes en todos los espacios de la vida en sociedad, desde los íntimos hasta los públicos.

Al ser los hombres quienes detentan el poder, las mujeres quedan en planos de inferioridad, subordinación y discriminación. Entendemos, por

tanto, que los distintos espacios sociales son estructurados en función de mantener este orden. Para los hombres están destinados los espacios públicos de poder: políticos, económicos, etc., mientras las mujeres son destinadas como dueñas de los espacios íntimos. De esta manera, la estructura desigual del poder hace del patriarcado una organización altamente restrictiva y discriminante. Las discriminaciones y restricciones propias del patriarcado no sólo afectan a las mujeres; por el contrario, los hombres desde su posición de “paradigma de lo humano” son también víctimas de ellas, tal como afirma Facio (sf):

... al asignar a las mujeres un conjunto de características, comportamientos y roles propios de su sexo, los hombres quedan obligados a prescindir de estos roles, comportamientos y características y a tensar al máximo sus diferencias con ellas. (sp)

El lenguaje es uno de los espacios donde se puede palpar de una manera más clara y sencilla la superioridad y el poder masculino. De forma específica, podemos hacer referencia al caso de cómo el patriarcado a través del lenguaje logró establecer la voz de “Hombre” para denominar tanto al varón de la especie como a la hembra, negando y haciendo invisible a las mujeres dentro del lenguaje humano. El dominio y discriminación sobre las mujeres y la feminidad va desde hechos concretos, hasta los elementos más intangibles. Esta organización de oposición binaria del poder legitima y contribuye con la aparición de la violencia, pues al aceptarse la dominación y discriminación hacia un grupo, en este caso el femenino, se acepta de forma implícita el ejercicio de la violencia hacia ellos. La violencia ejercida hacia la feminidad no necesariamente está referida a una violencia visible, sobre los cuerpos de las mujeres y sobre aquello relacionado con la feminidad; por el

contrario, es la violencia simbólica, de la cual habla Pierre Bourdieu, la ejercida con mayor fuerza en el patriarcado.

La definición de Pierre Bourdieu sobre la violencia simbólica explica la razón por la cual este tipo de violencia es ejercida con mayor presión en el patriarcado, pues según Fernández (2005), Bourdieu la define como: “esa violencia que arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas «expectativas colectivas», en unas creencias socialmente inculcadas” (sp), entonces es una violencia apoyada en una ideología dominante que no necesita ejercer represión y coerción directa sobre las personas, pues son las estructuras e instituciones sociales quienes se encargan de ejercer un control y poder simbólico sobre cada una de las personas.

La feminidad en el patriarcado.

Para entender la conceptualización de la feminidad en el patriarcado es necesario hacer referencia a la categoría del género. Esto porque, es la herramienta conceptual más indicada para entender y comprender la definición hecha por el patriarcado sobre la feminidad. Desde este concepto separamos dos cuestiones que son de vital importancia entender, para una correcta comprensión sobre cómo actúa el patriarcado; estos dos aspectos no son más que la noción de “género” y el “sexo”, entendiendo que el género es esa parte construida socialmente sobre el significado de ser hombre o mujer, y el sexo evidentemente está referido a aquellos aspectos biológicos y anatómicos asociados con el hecho natural de ser varón o hembra. La noción de género permite entender de forma clara como el patriarcado condiciona

socialmente a los hombres y mujeres a fin de mantenerlos encadenados a los principios y normas con los cuales esta superestructura asegura su continuidad y vigencia.

Entendemos cómo entonces se ha asociado a la mujer con estereotipos ligados a la docilidad, disponibilidad, cuidado, fragilidad, etc., al ser estas características propias de los sujetos dominados. El patriarcado, de una forma muy hábil organizó las estructuras e instituciones sociales para consolidar en la mente de las mujeres esa inferioridad y subordinación. Entonces la definición social de la feminidad, es una definición sesgada, construida socialmente para asegurar la continuidad del dominio masculino. Partiendo de estos principios el patriarcado logró definir a la feminidad como un ser inferior al hombre, pero no sólo se logró consolidar esta definición en la sociedad, sino que se fue más allá y se condicionó a las mujeres para que aceptaran esta conceptualización como parte inherente y natural de su sexo. La mujer, para el patriarcado, debe ser dócil, frágil, obediente, subordinada y tener un dominio de las labores domésticas, porque de esta forma internaliza y se ajusta a la posición de inferioridad asignada para ella. En pocas palabras, la mujer está para servir y esconderse detrás de la figura pública del hombre.

Con la finalidad de difundir esa subordinación e inferioridad femenina las instituciones sociales al servicio del patriarcado se encargaron de restarle espacios y participación a la mujer, limitando su mundo, como se dijo, a mantenerse atadas a las decisiones y deseos de los hombres. Para lograr esa inferioridad de las mujeres todas las actividades, características y roles

asociadas con la feminidad fueron y han sido desprestigiadas, esto con el propósito de restarles la posibilidad de superar esa condición de subordinación. La dominación sobre lo femenino se encuentra presente en diferentes culturas e instituciones de la sociedad, en este sentido Facio afirma (sf): “En todas partes y en la mayoría abrumadora de las culturas conocidas, las mujeres somos consideradas de alguna manera o en algún grado, inferiores a los hombres” (sp).

Universalización de la subordinación femenina.

Debido a que la ideología dominante es de carácter patriarcal, en la mayoría de los sistemas socioculturales conocidos, la feminidad es dominada por la masculinidad. Esta universalización de la dominación femenina se debe a una concepción ideológica dominante compartida por los sistemas socioculturales conocidos. No se puede asegurar que la condición de inferioridad y subordinación femenina está superada por el ingreso de las mujeres a espacios públicos de poder: políticos, económicos, laborales, educativos, etc., porque mientras la feminidad continúe siendo pensada en función de igualar al “Hombre” dentro de la sociedad, se está revalidando la concepción androcéntrica del mundo, donde son los hombres quienes tienen la superioridad y las mujeres como seres inferiores deben ajustarse para lograr la aceptación masculina, con lo cual la mujer logre convertirse en sujeto superior al igual que los hombres.

La universalización de la dominación femenina entonces está asociada con la ideología patriarcal, porque son las estructuras e instituciones patriarcales las cuales trabajan incansablemente con la finalidad de difundir y

reproducir la dominación masculina entre todas las sociedades. Entre los aspectos más importantes de esa difusión de la subordinación femenina tenemos el lenguaje, tal como se ha dicho con anterioridad, con la definición de palabras y reglas gramaticales del lenguaje, se excluye a la mujer y se le confiere mayor poder simbólico a los hombres, es un lenguaje donde lo femenino y la mujer no tienen el mismo valor que los hombres. Igualmente, la educación está organizada según el carácter androcéntrico de la sociedad patriarcal; si bien es cierto que las mujeres han ingresado a la educación, la educación continua sobrevalorando a los hombres, así mismo se hayan distinción en los gustos y tendencias de las carreras universitarias, entre hombres y mujeres, tal es el caso de carreras como: enfermería y docencia las cuales son asociadas por excelencia con la feminidad.

En otro sentido, los medios de comunicación de masas, que envían el mismo mensaje de forma simultánea a distintas culturas, contribuyen en la consolidación de una ideología dominante donde la mujer se constituye en un ser subordinado e inferior a los hombres. La estructura de la familia, es también, una institución donde el poder y la jefatura está en manos del hombre. Aun cuando se ha creado la falsa concepción de que las mujeres dominan y tienen el poder en la familia, socialmente quien está al mando y es mejor valorado es el hombre; por otra parte, la estructura de la familia se continúa soportando en que el padre debe proveer y la madre es la parte emocional. Así podemos continuar nombrando diversas instituciones y

estructuras sociales que coadyuvan en la universalización de la dominación masculina.

Ahora bien, en atención a los resultados obtenidos con la aplicación del análisis de contenido a la muestra estudiada de la Revista Cosmopolitan, se pudo identificar que esta revista, se constituye en un espacio desde donde se contribuye con la universalización de la subordinación femenina. La revista Cosmopolitan colabora con la difusión de mensajes asociados a espacios y roles particulares de la feminidad donde se exalta el carácter de inferioridad femenina. La cuestión de la subordinación en esta revista es tratada de una manera implícita, pues los contenidos de la misma son organizados de una forma donde es exaltada una falsa noción de independencia y superioridad femenina, se dice falsa porque, aun cuando es una revista orientada al público femenino según los resultados obtenidos se constató la presencia de contenidos enfocados a mantener a las mujeres atadas a los estereotipos propios del patriarcado. Para justificar esto se asociaron los temas de mayor repetición en el contenido de la revista Cosmopolitan como: la sexualidad, el consumismo y el cuerpo femenino, con la noción de feminidad impuesta por el patriarcado.

Consumismo del pasatiempo al *habitus*.

El reciente y creciente interés por desarrollar el consumismo en las mujeres se constituye como otro espacio desde donde se busca condicionar y mantener la feminidad atada a las concepciones del patriarcado. El patriarcado, con el fin de mantener su vigencia dentro de la sociedad, debe

operar y condicionar la vida de las personas desde todos los espacios, tanto íntimos como públicos. De forma muy hábil se ha logrado disimular el papel del consumismo como otro espacio para la dominación de lo femenino, debido a que el mismo es asociado con aspectos como la exaltación de la independencia adquisitiva y económica lograda por las mujeres. Decimos que el consumismo estimulado por las instituciones patriarcales está asociado con una falsa noción de independencia económica femenina, al observar las áreas de consumo pensadas para las mujeres, dichas áreas de consumo se ajustan perfectamente con la concepción tradicional de la feminidad según el patriarcado.

Vemos entonces como a las mujeres se les estimula a consumir en aquellas áreas como: el cuidado del hogar, higiene personal, ropa, accesorios, etc., actividades catalogadas como propias de la feminidad según el patriarcado. El condicionamiento del consumo femenino se logra haciendo uso de la publicidad; sobre todo, mediante publicidades particulares dirigidas de forma especial al público femenino. Con relación al papel de la publicidad como condicionante del consumo femenino Montero (2009) afirma; “La publicidad va dirigida fundamentalmente a las mujeres, a las que refuerza en su papel de encargadas del trabajo doméstico y de objetos sexuales” (sp). En este sentido, es evidente la importancia del consumo para la consolidación y reproducción de una noción de feminidad subordinada y discriminada. Observamos entonces como es empleado el consumismo para la dominación femenina, porque, aun cuando la mujer se constituye como un sujeto con capacidad adquisitiva, se condiciona ese poder adquisitivo con espacios y actividades de consumo definidas socialmente como propias de la feminidad.

Montero (2009) hace una clasificación del consumo femenino en el patriarcado, sostiene que el consumo es enfocado en cuatro espacios: “la mujer ama de casa, mujer madre, mujer esposa y mujer compradora para sí misma” (sp); esta clasificación es una clara ejemplificación de la utilización del consumismo para la dominación y discriminación femenina. En la Revista Cosmopolitan, en sus ediciones de enero, febrero y marzo del 2009, se observa una tendencia a servir de canal para la estimulación del consumo femenino; así mismo, se encontró que las referencias sobre el consumo femenino se encuentran apegadas a la concepción patriarcal de la feminidad. Podemos decir que en la Revista Cosmopolitan existe una tendencia a estimular, principalmente, el consumo de la “mujer compradora para sí misma”, pero también es necesario resaltar que se encontraron aspectos que estimulaban las compras para “mujer ama de casa”.

Ahora bien, en el contenido se hallaron cinco artículos, de un total de 52 que componen la muestra, relacionados de manera explícita con la temática del consumo, pero cada una de las secciones estudiadas incitan al consumo femenino, porque se ofrecen tratamientos, accesorios, ropas, etc., que buscan estimular el consumo de las mujeres en estas áreas. Las áreas de consumo estimuladas de forma explícita en estos cinco artículos se encuentran apegadas a la noción de; “mujer compradora para sí misma” y “mujer ama de casa”. Ahora bien la estimulación del consumo más evidente es en la categoría de “compras para sí misma”, ya que en cada uno de los 52 artículos de forma implícita se invita al consumo de productos estéticos, ropa, accesorios, etc., o sea, aquellos productos con los cuales las mujeres logren mejorar y cuidar la imagen corporal. La estimulación de las “compras para sí mismas” se hace enmarcada en la exaltación de lograr cuerpos y apariencias

perfectamente ajustadas a los ideales de belleza imperantes en la sociedad. Se observó de forma reiterada en el contenido de la revista Cosmopolitan en sus distintos artículos una sobre estimulación a la adquisición de productos de cuidado corporal, accesorios, ropa y artículos de moda, con los cuales mejorar y mantener la apariencia física. Si bien es cierto, también se hace mención a las compras destinadas para “mujer ama de casa” dicha estimulación está relacionada con la compra de alimentos “sanos” cuyo fin último es contribuir con el cuidado corporal.

Según los resultados obtenidos con la realización del análisis de contenido a la revista Cosmopolitan, se pudo detectar que, en un total de 30 secciones se hace referencia explícita a una estimulación del consumo de la “mujer para sí misma”. En este sentido se estimula la compra principalmente de artículos de belleza y cuidado corporal. Observando que en la sección “La hoja caliente”, constante en las tres ediciones, se incita la compra de productos asociados con la moda como: ropa, zapatos y accesorios, con lo cual conseguir el estilo estético impuesto socialmente para las mujeres. Ese misma estimulación por la compra de accesorias y ropa, se observó en “Estilo P&R”, “Si te hace feliz, ¡No puede ser tan malo!”, “Guía de estilo” (constante en las tres ediciones), “Perdón pero no entiendo” y “Tú fabulosa vida” (en las ediciones febrero y marzo); en cada una de estas secciones se incita el consumo de ropa, zapatos y accesorios con los cuales las mujeres logren ajustarse a los dictámenes de la moda en relación a la imagen corporal.

Así como se estimula el consumo en “compras para sí” de ropa, accesorios y calzados, en esta categoría se incita a la compra de cosméticos; cremas, maquillajes y alimentos con los cuales las mujeres lograr mantener, cuidar y mejorar el cuerpo. En relación a esta temática encontramos en los artículos; “Estilo P&R” (edición enero y marzo), “Beauty News” (edición enero y marzo); “Tú fabulosa vida” (edición enero), “Placeres” (edición enero y febrero), “Guía de estilo” (constante en las tres ediciones), “Luce divina hasta en invierno” y “Piel a prueba de acné”; en cada artículo mencionado se estimula la compra de productos de belleza con los cuales mejorar el cuerpo y la estética femenina. Con la estimulación de compras de artículos de cuidados estéticos se busca consolidar y reproducir entre las mujeres el ideal corporal femenino definido socialmente. Desde la noción “compras para sí misma” se condicionan tres aspectos; el consumo, la mente y el cuerpo femenino. Enmarcados dentro del condicionamiento corporal femenino, podemos citar como parte de “Compras para sí” la incitación a adquirir procedimientos quirúrgicos con los cuales modificar el cuerpo, este tipo de consumo lo podemos encontrar en las siguientes secciones; “La hoja caliente” (edición enero y marzo) y “Perdón pero no entiendo”; aquí la estimulación a adquirir productos para modificar la imagen corporal y tener un cuerpo para atraer, supera el tema de la moda y los cosméticos para adentrarse en temas más complejos como las cirugías estéticas.

También se hizo referencia a la presencia de la categoría de compras “para ama de casa” en los artículos analizados de la publicación. Las “compras para ama de casa” aparecen solo en 2 de las secciones analizadas; “Tú fabulosa vida” (edición febrero) y “Cosmo Weekend” (edición febrero); en el artículo “Tú Fabulosa vida” se estimula la compra de

accesorios para mejorar la decoración del hogar, mientras en “Cosmo weekend” se aportan estrategias para adquirir alimentos de mejor calidad. Desde la perspectiva del consumo se ejerce doble discriminación y violencia en contra de las mujeres, por una parte, se restringe la capacidad de compra femenina sólo a aquellos espacios concedidos por el patriarcado como propios de la feminidad y, por otra parte, el cuerpo femenino es transgredido por los patrones estéticos y cosméticos impuestos socialmente.

Sexualidad femenina un espacio para la dominación.

La sexualidad practicada desde la concepción patriarcal, se constituye como un acto donde el poder se encuentra en manos del hombre, bajo esta percepción la mujer y su cuerpo están condicionados a servir al hombre en el plano sexual. La mujer debe asegurar la satisfacción sexual del hombre inclusive por encima de su propia satisfacción. La esclavitud sexual de las mujeres se ha podido observar a lo largo de la historia con la variedad de prácticas y costumbres abusivas en contra de las mujeres y sus cuerpos; ejemplo de ello fue: el uso de cinturones de castidad, la ablación genital, etc., prácticas atroces que se cometieron y cometen en contra del cuerpo de la mujer, con el único propósito de asegurar el dominio sexual del hombre. En la actualidad, sin embargo se habla de una libertad sexual lograda por las mujeres; ésta sería una libertad aparente, porque la concepción de la libertad sexual es de carácter androcéntrica, las mujeres sólo pudieron igualar a los hombres en la práctica sexual, son prácticas sexuales condicionadas según la ideología patriarcal, no es una libertad sexual realmente neutra, tal como afirma Facio (sf): “... libertad sexual, denoten su sesgo androcéntrico al ser compatibles con el modelo de masculinidad en el sistema patriarcal” (sp).

La sexualidad desde la perspectiva androcéntrica ubica el cuerpo de la mujer como algo dócil y siempre a la disposición del deseo y de las necesidades del hombre, es un cuerpo que posee el hombre para asegurar su satisfacción y el logro del placer. En este caso, el cuerpo de la mujer es pensado como un objeto al servicio del deseo masculino, como también se considera el cuerpo de la mujer una propiedad del hombre que la posee, en este sentido Trujillo (2006) afirma: “Al ser el cuerpo de las mujeres una propiedad masculina es ocupado a gusto o cuando es conveniente” (sp). En la revista *Cosmopolitan* en las ediciones estudiadas de enero, febrero y marzo del año 2009 se pudo detectar la presencia reiterada de una concepción de la sexualidad femenina, definida y acorde con el patriarcado, ya que, es asociada la sexualidad femenina con aspectos pasivos, dóciles, serviles y resignados. Según la lógica patriarcal la concepción social de la feminidad es trasladada al acto sexual, ubicando entonces a la mujer en una situación de servilismo y subordinación sexual ante los hombres.

Inmersos en la cuestión de la sexualidad encontramos en la Revista *Cosmopolitan* un total de diecisiete artículos relacionados con el tema de la sexualidad. En este sentido primero haremos referencia aquellos artículos donde el poder en las relaciones sexuales lo tienen los hombres, en este caso en los artículos: “De Cosmo para tú chico”, “Palabra de hombre”, “Parejas (ediciones enero, febrero y marzo)” y “¿Qué tan loca eres en la cama?”. En cada uno de estos artículos es presentado el acto sexual como un espacio donde dominan los hombres y las mujeres son sujetos pasivos. Según esta perspectiva, las mujeres sólo aportan el cuerpo para que los hombres logren la satisfacción sexual. Tal es el caso de “Palabra de hombre”; en este contenido los hombres ofrecen al público femenino

aspectos sexuales que esperan de las mujeres; entonces, los hombres sexualmente esperan de las mujeres que deben permanecer lo más “virginal” posible. Esto para permitirles a los hombres que sean ellos quienes descubran la sexualidad de la mujer, aunque no hablan de manera concreta sobre la cuestión de la virginidad de forma implícita se encuentra presente esta noción.

En el texto de “¿Qué tan loca eres en la cama?”, se hace de nuevo mención al poder de los hombres en los encuentros sexuales, porque, son ellos quienes tienen la potestad y el poder a la hora de decidir la forma y estilo del acto sexual; la mujer, por consiguiente, debe esperar de forma paciente y complacida a que el hombre defina la forma en la cual invadirá su cuerpo. Aparte, de las referencias hechas sobre la distribución del poder en las relaciones sexuales, en el contenido general de la revista también se hallaron secciones donde las mujeres son colocadas en un plano de servilismo sexual. Dentro de esta perspectiva de esclavitud sexual es necesario hacer referencia al contenido de: “Qué hace la novia inteligente”, “Nuestro mundo Cosmo”, “Su mapa sexual”, “Lo que él piensa de tu cara durante el sexo”, “Las siete sensaciones que él más disfruta”, “¿Es normal qué? tus dudas sexuales aclaradas”, “Parejas” (enero, febrero y marzo). En cada uno de estos artículos la sexualidad es presentada como un espacio donde las mujeres deben agrandar, complacer y generar la satisfacción sexual masculina, incluso por encima de su propia satisfacción. La mujer, según lo analizado, es un objeto sexual a disposición de las necesidades y gustos de los hombres. Así mismo, en la noción de servilismo sexual aparecen inmersas otras categorías empleadas también por el patriarcado para mantener atadas a las mujeres en las relaciones de subordinación y

dependencia masculina. En consecuencia en estos artículos encontramos mensajes enfocados a transmitir de forma implícita nociones de docilidad, complacencia y disponibilidad.

La mujer pensada desde este enfoque es considerada verdaderamente como una esclava sexual que tiene el deber de ser dócil, complaciente y mantenerse disponible al hombre para las prácticas sexuales. Así, vemos como en el artículo “Su mapa sexual”, se hace referencia únicamente aquellos aspectos o técnicas eróticas con las cuales asegurar el placer sexual masculino. Sorprende como a pesar de ser una revista dirigida a las mujeres se presentan este tipo de contenidos altamente androcéntricos, donde las mujeres son pensadas como esclavas al servicio y la disposición del hombre. En “Su mapa sexual” son presentadas las distintas zonas erógenas del hombre y se instruye a las mujeres para que sepan excitar dichas zonas, asegurando de esta forma la mayor satisfacción del hombre. En este artículo por ninguna parte se hace mención al placer y satisfacción sexual de la mujer, quedando implícito entonces que lo importante en las relaciones sexuales es lograr satisfacer y agradar al hombre.

Ahora en el contenido de: “¿Es normal qué? tus dudas sexuales aclaradas”, se presentan dudas de las mujeres sobre el sexo, dichas dudas son presentadas por mujeres avergonzadas y con sentimientos de culpa, las mujeres en esta oportunidad, hace mención a aspectos o necesidades que tienen a nivel sexual, pero que por estar en contradicción con el esquema sexual imperante les genera dudas y culpabilidad. La mujer en este contenido textual es presentada como un ser dócil a la espera de estrategias

o herramientas con las cuales condicionar sus necesidades e intereses sexuales con los establecido socialmente, como propio de la sexualidad femenina. Las preocupaciones descritas se constituyen en incipientes negaciones de las mujeres a aceptar tratos hostiles o la imposición del hombre sobre ellas y sus cuerpos. Ante este tipo de inquietudes desde la revista se invita a exigir mayor respeto pero desde formas “sutiles”; es decir, manteniendo una actitud pasiva y dócil hacia los hombres, consolidando el poder masculino en el plano sexual.

“Lo que él piensa de tu rostro durante el sexo”, en esta ocasión se insta a las mujeres a demostrar libremente sus expresiones faciales y/o contorsiones corporales durante el orgasmo. Sin embargo, este permiso para actuar libremente está condicionado por la necesidad que sienten los hombres de observar en el rostro femenino el alcance del placer. De esta manera, se constituye este aspecto, como otro espacio desde donde se invita a la mujer a agradar y complacer los gustos sexuales del hombre. Así mismo esto contribuye a elevar la autoestima masculina; esto porque en el patriarcado la sexualidad está asociada principalmente con la genitalidad y el logro del orgasmo, entonces, que las mujeres logren el orgasmo es una demostración del poder y del dominio de la sexualidad por parte del hombre. Según lo observado en los distintos artículos, es obvia la tendencia existente en el contenido de la revista Cosmopolitan en sus ediciones de enero, febrero y marzo del 2009, de transmitir a las mujeres mensajes desde donde se legitima la concepción de la feminidad según el patriarcado, una feminidad subordinada, pasiva, disponible y violentada.

Finalmente, podemos hacer referencia a un único artículo donde la cuestión de la sexualidad es abordada desde la concepción femenina este es el caso de “Éxtasis oriental”; aquí se apoya y se insta a actos sexuales dirigidos y dominados por las mujeres, estableciendo la posibilidad de tener sexo desde una perspectiva no androcéntrica. En este contenido se hace énfasis en la cuestión de que a través de encuentros sexuales dominados por las mujeres se alcanza mayor placer tanto para los hombres como para las mujeres; este tipo de afirmaciones subvierte el esquema de la sexualidad según el patriarcado. Es necesario resaltar como aparte de la invitación al sexo dominado por las mujeres, también se hace referencia a encuentros sexuales más abiertos donde la cuestión genital no se constituye en lo más importante. Es contradictorio como al ser una revista femenina sólo en un artículo de los diecisiete citados se hace mención a una modificación o alteración en las relaciones sexuales en favor de las mujeres, quedando de esta manera en evidencia el papel de la Revista Cosmopolitan como ente al servicio del patriarcado para la reproducción de una noción de la sexualidad dominada por los hombres.

El cuerpo femenino y los estereotipos de belleza. El trauma del dominio.

Como hemos visto el cuerpo de la mujer es el espacio desde donde se ejerce mayor represión y violencia sobre las mujeres. El patriarcado ha colocado el cuerpo femenino al servicio y calificación de los hombres, esto se observa tanto a nivel sexual como cosmético, el cuerpo femenino es pensado como un objeto empleado para la atracción y aceptación del hombre. Desde toda perspectiva se busca condicionar la corporeidad femenina, en beneficio del hombre. El cuerpo femenino se constituye en el espacio para la dominación y discriminación; el patriarcado a través de sus distintas

instituciones ha logrado manejar, condicionar y ajustar el cuerpo femenino a las necesidades y gustos de los hombres. Sexualmente, el cuerpo de la mujer se constituye en un espacio al servicio del placer y la satisfacción masculina, y desde la perspectiva de la belleza corporal, la feminidad se presenta como un espacio para la calificación masculina, ya que son los hombres quienes tienen el poder de calificar al cuerpo femenino, mientras las mujeres aspiran a tener un cuerpo perfecto con el cual lograr convertirse en el objeto del deseo masculino.

Para Bourdieu el cuerpo, es el espacio por excelencia desde donde se construye las conceptualizaciones de feminidad y masculinidad. En este sentido, entendemos que el sistema patriarcal se haya esforzado tanto en dominar y condicionar el cuerpo femenino desde todas las áreas posibles. Entendemos que la objetivación del cuerpo femenino busca entonces mantener a la mujer en situación de dependencia y resignación ante los hombres, coincidiendo de esta manera con la conceptualización de la feminidad impuesta por el patriarcado. El cuerpo femenino se encuentra en las manos de los hombres tanto en el plano sexual como en el estético.

La cuestión de la belleza es un aspecto importante de destacar en el asunto de la dominación femenina, al ser definidos los estereotipos de belleza por los hombres, dichos estereotipos serán una reproducción fiel de las relaciones desiguales de poder características de las sociedades patriarcales. La función de la belleza como agente reproductor de las relaciones desiguales de poder se debe a que los estilos, patrones y estereotipos empleados para definirla, son construidos en atención a las

características socialmente definidas para la feminidad donde se le confiere poder a la masculinidad. Razón por la cual, se observa una exaltación de características físicas asociadas con debilidad e inactividad; siendo los cuerpos delgados y el uso de accesorios que obstaculicen los movimientos femeninos, una de las características que integran y sobresalen en la definición de los patrones de belleza femenina. Por otra parte en relación a la cuestión de la belleza Tomás y Núñez (2007) afirman que:

La cualidad de la belleza en nuestra sociedad se espera que sea personificada por las mujeres, mientras que los hombres deben aspirar a poseer mujeres que la personifiquen. Por tanto, es posible afirmar que la belleza femenina es la que el hombre ha deseado a lo largo de la historia. (sp).

Las mujeres y sus cuerpos, con la noción de la belleza, se constituyen en mercancías al servicio de la calificación y el deseo masculino, dado que son los hombres quienes tienen el poder de calificar y juzgar el cuerpo de las mujeres. A fin de mantener las relaciones desiguales de poder, contener y evitar la ascensión total de las mujeres a los espacios de poder, aparece la cuestión de la belleza femenina como otra área desde donde dominar y condicionar el cuerpo y la mente de las mujeres, se ha inculcado que más allá de la capacidad intelectual, fuerza y dinamismo femenino, es el cumplimiento de los parámetros de belleza lo que asegura la aceptación social de las mujeres. Se entiende, entonces, la presión a la cual son sometidas las mujeres para que ajusten sus cuerpos y apariencia física a los patrones y estereotipos corporales de belleza femenina. Actualmente, la mujer siente la discriminación sexual de forma más evidente en su cuerpo, porque ahora, cuando las mujeres se han podido desligar un poco de la prisión doméstica, aparece una nueva prisión corporal mediante la cual la mujer es presentada como un ser carente de pensamiento, hueca que sólo

puede ser calificada en función de su atractivo corporal. Según Blanco (2008), el fin de esto es:

Evitar que las mujeres retomen el poder sobre sus propios cuerpos, su placer y a fin de cuenta su libertad de elección y posibilidad de transformación social y queden confinadas ya no a la prisión doméstica, sino a la prisión cosmética, que hace de nuestros cuerpos un nuevo lugar para la opresión." (sp).

En la revista *Cosmopolitan*, en sus ediciones de enero, febrero y marzo del 2009, la referencia sobre la cuestión del cuerpo y los estereotipos de belleza es abordada de forma repetida. La repetición en las secciones de *Cosmopolitan* asociadas con patrones corporales de belleza, manifiesta la tendencia de esta revista a contribuir con la reproducción y legitimación de la concepción patriarcal de la feminidad.

Se afirma que la revista *Cosmopolitan* sirve de ente o institución al servicio del patriarcado porque como se pudo observar en los resultados del análisis de contenido aplicado a las ediciones de enero, febrero y marzo del 2009 en un total de veintiocho artículos se aborda de manera explícita el tema de la corporeidad femenina. El tema de la corporeidad femenina es planteado en esta revista desde tres grandes perspectivas: establecimiento de los patrones corporales de belleza, invitación al consumo de productos cosméticos con los cuales alterar, mejorar y cuidar el cuerpo a fin de mantenerlo ajustado a los estándares de belleza y, finalmente, la perspectiva más radical, la estimulación a la realización de prácticas quirúrgicas con las cuales modificar totalmente la constitución corporal. En cada uno de los artículos citados, la perfección del cuerpo femenino se presenta, tanto explícita como implícitamente, como una condición obligatoria para el logro

del éxito y la aceptación social. Ajustándose esta noción a la concepción patriarcal de una feminidad valiosa en función de sus rasgos corporales, que más allá de la inteligencia, habilidades y aptitudes, lo importante en las mujeres es la talla y la forma del cuerpo.

En este orden de ideas observamos en los artículos “El nuevo Hollywood latino”, “Estilo P&R”, “Muestra un escote sexi”, “9 cosas tuyas que en secreto lo encienden” y “Perdón pero no entiendo”, el establecimiento de manera explícita de los diversos patrones corporales que conforman el ideal de belleza femenina. En cada una de estas secciones se hace referencia al peso corporal, se aborda la cuestión de la juventud, lozanía y perfección de la piel, en pocas palabras se describen de manera detallada cada una de las tendencias o patrones corporales empleadas a la hora de establecer el ideal corporal de belleza femenina. Cada una de las secciones nombradas son reforzadas con imágenes de mujeres jóvenes con cuerpos delgados, esbeltos, las cuales evidentemente se constituyen en modelos de la belleza femenina. Por otra parte, es necesario hacer referencia al caso del texto de “9 cosas tuyas que en secreto lo encienden”, en esta oportunidad a parte de exponer los parámetros de belleza corporal femenina, también se hace hincapié en que sólo alcanzando la perfección corporal es que la mujer logra agradar y atraer a los hombres.

Así como desde la revista Cosmopolitan son presentados de manera explícita los patrones corporales de belleza femenina, también son presentados, como es de esperar, diversas estrategias cosméticas a fin de alcanzar, cuidar y mantener el cuerpo amoldado a los estándares de belleza.

Las estrategias cosméticas referidas van desde la compra de cremas faciales hasta el condicionamiento de la ingesta alimenticia, de esta manera, con el asunto de la corporeidad se condicionan una gran gama de aspectos y espacios de la vida femenina. Ahora bien, este condicionamiento de las estrategias cosméticas por parte de la revista se encontraron en las siguientes secciones: “Estilo P&R (edición enero, marzo)”, “Placeres”, “Guía de estilo”, “Cosmo weekend (edición enero y febrero)”, “14 maneras de lucir súperhot”, “Luce divina hasta en invierno”, “Piel a prueba de acné”, “Beauty P&R”, “Tú cuerpo” y “10 modos fáciles (y divertidos) de quemar grasa rápido”; en cada uno de estos artículos se les ofrecen a las mujeres dietas, rutinas de ejercicios y diversas estrategias cosméticas con las cuales alcanzar la tan anhelada perfección corporal. De cierto, modo estas guías cosméticas tienen la finalidad de constituirse en un manual femenino para, de este modo, condicionar la vida de las mujeres de acuerdo a las imposiciones patriarcales.

En la actualidad, el condicionamiento e invasión al cuerpo femenino trasciende los métodos de cuidado corporal, ya que desde esta revista se estimula la realización de procedimientos radicales, como cirugías cosméticas, para así lograr modificar y cambiar de forma permanente el cuerpo. Con la realización de las cirugías cosméticas se logra seriar el cuerpo femenino, intensificándose de esta manera entre las mujeres la necesidad de ajustarse a los cánones de belleza establecidos socialmente. El asunto de las modificaciones corporales a través de cirugías cosméticas se halla de forma explícita en tres artículos de la muestra seleccionada de la Revista Cosmopolitan, las referencias se hallan en las secciones “La hoja caliente (edición enero y marzo)” y “Perdón pero no entiendo”, en estas

secciones se insta a las mujeres a realizarse cirugías con las cuales mejorar y alterar sus cuerpos, para lograr de esta manera juventud y perfección física. Estas insinuaciones a modificar el cuerpo a través de procedimientos médicos donde inclusive se pone en riesgo la salud de las mujeres se justifica amparado en el ideal de alcanzar la perfección física y corporal.

Medios de comunicación y el patriarcado.

Los medios de comunicación son aquellos métodos empleados por las personas para comunicarse entre sí; los medios de comunicación, en consecuencia, abarcan todos aquellos espacios según los cuales se logra transmitir y difundir un mensaje. Cuando hablamos de medios de comunicación nos referimos a todos aquellos vehículos artificiales usados por las personas para comunicarse, tales como la tv, periódicos, revistas, radio, teléfonos, etc. En la actualidad, los medios de comunicación se han constituido en un punto de indudable importancia para la sociedad; por el hecho de que su impacto e incidencia sobre las personas se ha masificado. Según Pascuali (1990), los medios de comunicación se han convertido en medios de masas en tanto que son pocas las personas dueñas de los medios de comunicación y muy extenso el ámbito social donde inciden. Esto coincide con la afirmación de Freire (2000), para quien, con la masificación de los mensajes, los medios ayudan en la producción y reproducción de una ideología dominante y de relaciones de poder específicas.

La masificación de los mensajes aparece de forma contundente a mediados del siglo XX cuando hacen su aparición medios como la TV, el cine, la radio, entre otros; los cuales, con sus particularidades, permitieron

homogenizar los mensajes y enviarlos, de manera simultánea, a un mayor número de personas y así contribuir a mejorar la capacidad para difundir los patrones y estereotipos que hacen posible mantener el equilibrio y estabilidad en las estructuras sociales. En este contexto, los medios se constituyen en un nuevo mecanismo para ejercer control social. En la actualidad las relaciones sociales son profundamente influenciadas por los medios de comunicación porque, tanto ellos como sus mensajes, forman parte de la vida cotidiana de hombres y mujeres, logrando generar así una transformación de la dimensión simbólica del mundo social, debido a que permite organizar las estructuras sociales de forma acorde con los intereses del sistema dominante. Por el gran impacto de los medios sobre las personas se entiende entonces la razón por la cual el patriarcado emplea los medios de comunicación como la tv, la prensa, las revistas, internet, etc., para transmitir y difundir los conceptos y estereotipos necesarios para la sostenibilidad y reproducción del sistema patriarcal.

Para Aguirre y Bisbal (1980), el sistema dominante se vale de los medios de comunicación para mantener su hegemonía; al respecto afirman que: “la ideología dominante encubierta bajo un código, que tiene pasión por la forma, es el verdadero mensaje aplicado por los medios de las clases hegemónicas a todas las clases subalternas” (9); es decir, para estos autores, los mensajes transmitidos por los medios de comunicación son otra forma de ejercer violencia simbólica sobre las personas, porque, de manera encubierta, se bombardea a los individuos con mensajes, los cuales, de forma implícita, están orientados a conseguir que estos acepten los mensajes creados por los dominantes y no opongan resistencia.

La incidencia de los medios sobre cada individuo abarca todos los espacios de la vida en sociedad; así como contribuyen en la conformación de los gustos artísticos, también lo hace con las tendencias políticas. El significado de la feminidad y los estereotipos propios de la feminidad por consiguiente, son también transmitidos y difundidos por los medios de comunicación; pues, de esta manera se logra condicionar e influenciar de modo general un gran número de personas. En cada uno de los diversos medios de comunicación las representaciones hechas sobre lo masculino y lo femenino se encuentran apegadas a los distintos estereotipos y patrones construidos socialmente sobre el significado de la masculinidad y la feminidad. Los medios son en la actualidad una de las instituciones más importantes en el patriarcado, debido a la gran influencia que tienen sobre millones de personas; con sus textos e imágenes éstos legitiman al patriarcado y su distribución desigual de poder.

Blanco (2008), ejemplifica la función de los medios para reproducir los estereotipos sexistas mediante la publicidad de la cerveza Regional, donde se emplea la imagen de una mujer descabezada y sólo con el hecho de ser bella ya cumple con lo socialmente esperado de las mujeres ser “Bellas”, “Cuerpo sin rostro, de espalda, mujer blanca de pelo liso rubio y a su lado una botella de cerveza con un slogan que dice “Tienes el mundo por delante ¿vas a arrugar?”. Para Blanco, esta publicidad, en específico, representa el verdadero significado de la mujer en el patriarcado y el capitalismo, donde la mujer no es más que un objeto mercantil al servicio de los hombres, un objeto donde su cuerpo se constituye en la expresión máxima de la opresión y la violencia.

La revista *Cosmopolitan* espacio para la consolidación y reproducción del patriarcado.

Las revistas femeninas aparecen como un medio de comunicación cuyo contenido está enfocado en temas relacionados con la feminidad, por supuesto, estos temas son los inculcados socialmente como los de interés para las mujeres. Según Blanco (2008), las revistas femeninas ayudan a mantener y reproducir tanto al capitalismo como al patriarcado porque funcionan como una vía de difusión y legitimación del concepto de feminidad actual, el cual, como se ha dicho, está signado de estereotipos sexistas donde se coloca a la mujer y a su cuerpo como objetos al servicio de los hombres. Así mismo, la aparición del actual estilo de las revistas femeninas surge como respuesta del sistema sociocultural a los cambios en las relaciones de poder, los cuales amenazaban con alterar el orden social imperante. En este contexto, Blanco (2008) resalta la función ideológica de estas revistas para reproducir y mantener los esquemas de dominación-subordinación propios del patriarcado, al afirmar que:

Las revistas dirigidas al target femenino, como lo han demostrado otros autores y autoras reflejan los cambios en la condición de la mujer y muchas veces lo asimilan para hacerlos vendibles y banalizarlos, como una forma de restarle el poder a los hechos que precisamente los cuestionan. (sp)

El segundo cambio de mayor trascendencia en el estilo y contenido de las revistas femeninas, que contribuyó a la aparición de las actuales, ocurre alrededor de 1960, cuando la segunda oleada del feminismo logró mayores reivindicaciones sociales para las mujeres, cuando, las mujeres comienzan a abandonar sus puestos dentro del ámbito privado para incursionar, de forma masiva, en el espacio público. Estos hechos le permitieron a las mujeres

pensarse desligadas de los paradigmas sociales impuestos a la feminidad por el patriarcado; en consecuencia, dichos cambios no sólo amenazaban con el desequilibrio de las estructuras sociales, sino también con la rentabilidad de las revistas. Este fue el motivo para generar cambios en pro de recuperar la influencia y poder entre las mujeres. Como consecuencia de los cambios en los gustos de las mujeres, las revistas femeninas dirigieron su contenido hacia el cuidado corporal como mecanismo para atraer de nuevo a las mujeres. Al respecto, Blanco (2008) señala, “las revistas inventaron un nuevo recurso: la imagen del cuerpo de las mujeres, la dieta, el cuidado disfrazado de salud y el manejo de la culpa y sus malestares corporales a través de una nueva forma de esclavitud” (sp).

Una de las revistas de mayor aceptación a nivel mundial entre las mujeres es *Cosmopolitan*, revista dirigida únicamente al público femenino, donde el contenido es presentado de forma amena y ligera, lo cual asegura la asimilación y aceptación de su contenido por amplios y diversos grupos femeninos; así mismo, el estilo editorial se presenta como un manual para llevar un estilo de vida. Para Torres (2007), este no fue el primer estilo presentado por la revista; ella afirma que, en un principio, fue una revista de corte literario donde convergían artículos de interés general y ficción; establece como punto de partida del nuevo corte literario el año 1965, con Helen Gurley Brown, quien logra constituir a la *Revista Cosmopolitan* como una de las más importantes al cambiar su estilo hacia los temas de belleza y moda. Torres (2007) sostiene que con Helen, en el contenido de *Cosmopolitan* “la moda se presenta más bien como un infalible vehículo de belleza, convertida así en un bien tangible y adquirible; resultar atractiva se suele priorizar sobre funcionalidad o comodidad” (sp).

El contenido de la revista *Cosmopolitan*, según los resultados obtenidos con el análisis de contenido a la selección de las ediciones de enero, febrero y marzo del 2009, es un espacio al servicio del sistema patriarcal, donde se continua reafirmando y reproduciendo el papel dominante del hombre. En la revista se presentan contenidos desde los cuales se insta a las mujeres para que cumplan con cada uno de los estereotipos sexistas, empleados para definir la feminidad según el patriarcado. Vale resaltar la tendencia de esta revista en abordar temas relacionados principalmente con cuestiones estéticas, de belleza y de moda. *Cosmopolitan* es una revista ajustada a las nuevas realidades socioeconómicas de la sociedad. Una sociedad donde la mujer ha logrado acceder a los espacios públicos de poder, donde se logró apartar la feminidad un poco de la cocina y la maternidad; pero una nueva realidad socioeconómica donde aun con todas las “libertades” alcanzadas por las mujeres, gracias al reacomodo de las instituciones patriarcales, aparecen nuevos estereotipos como la cuestión de la belleza corporal, con lo que se busca mantener oprimidas y dominadas a las mujeres.

Con la cuestión de la belleza femenina se ejerce violencia sobre las mentes y los cuerpos de las mujeres; se juega con los sentimientos de inseguridad de ellas, debido a que se les inculca que sólo teniendo cuerpos perfectos, acordes a los patrones de belleza, logran aceptación, respeto y amor. El contenido analizado de la revista *Cosmopolitan*, evidencia esa tendencia existente a exaltar las “virtudes” corporales y estéticas como las más importantes en la vida femenina. La belleza corporal se ha constituido en una nueva herramienta del patriarcado para mantenerse vigente, por el hecho de que la belleza a la cual se insta, es una belleza condicionada para el gusto placer y satisfacción del hombre, manteniendo las relaciones

desiguales de poder aun cuando sea en otras áreas. También se observa como el cuerpo de la mujer es transgredido y violentado desde diversos ámbitos, porque por una parte se estimula la modificación corporal a través de rituales cosméticos y quirúrgicos todo con el fin de ajustarse a los patrones de belleza y, por otra parte, ese cuerpo “perfecto” es un objeto al servicio de los deseos y necesidades del hombre. Con ese “bello cuerpo” la mujer alcanza convertirse en el objeto del deseo masculino.

Si bien es cierto que el tema de la belleza y cuidado corporal es el más nombrado en el contenido de la revista *Cosmopolitan*, también aparece otro tema, con el cual se comprueba que es un espacio al servicio del patriarcado. El tema al cual nos referimos, no es otro que el relacionado con las técnicas y métodos necesarios para satisfacer y complacer las demandas sexuales de los hombres. En la revista *Cosmopolitan* la sexualidad femenina así como su cuerpo se encuentra a merced de los hombres, en este sentido, Torres (2007) sostiene que las revistas buscan preparar a las mujeres, para saber “...cómo atraer, retener y comprender al género masculino” (sp). Así mismo, el hogar y las labores domésticas no son dejadas de lado; pero, aparecen en menor proporción que los temas anteriores. Como se ha visto, la revista *Cosmopolitan* y sus contenidos se encuentran fielmente apegados a los nuevos conceptos adoptados por el patriarcado sobre la feminidad; esto con el fin de evitar más modificaciones en las relaciones de poder que pusieran en riesgo su continuidad en la estructura de poder de las sociedades actuales.

CONCLUSIONES

La condición de inferioridad y subordinación a la cual está sometida la feminidad en el patriarcado, está soportada en la organización social en función del género, el patriarcado, se apoya en la noción del género para asegurar su consolidación, reproducción y sostenibilidad en el tiempo. Con la asignación de tareas, espacios, roles y aptitudes, se limita y condiciona la vida social de las personas; por supuesto, este condicionamiento está en sintonía con las relaciones desiguales de poder propias del patriarcado. Es por ello, que se observa la asignación de roles, tareas, espacios, etc., secundarios, serviles y subordinados a las mujeres; mientras, para los hombres están reservados los espacios importantes de la sociedad. Ahora bien, toda esta organización social en función del género está sustentada en el conjunto de instituciones sociales al servicio del patriarcado; entendemos, entonces, que estas instituciones trabajan de manera incansable para asegurar que las personas asimilen como una parte natural de su ser las asignaciones hechas socialmente a través de la noción de género. Además, es por ello que el concepto de la feminidad, no es otro que el definido por el patriarcado; o sea, es una conceptualización fundamentada en principios discriminantes y opresivos, esto con el propósito de asegurar el poder de la masculinidad.

La feminidad, en consecuencia, está asociada a un conjunto de estereotipos y patrones, que limita y restringe su accionar dentro de la sociedad. Desde siempre, el patriarcado ha buscado mantener anulada la feminidad desde todo punto de vista; es por ello, que se confinaban las mujeres a espacios donde se volvían invisibles y mudas, de allí se entiende la asignación predilecta de vincular la feminidad con los espacios íntimos,

manteniendo a las mujeres encerradas en el cuidado del hogar, se entorpecía el ingreso de ellas a los espacios pensados como propios de los hombres. Sin embargo, muy a pesar de las limitaciones y barreras educativas, sociales, económicas, emocionales, etc., impuestas de manera arbitraria sobre la feminidad, las mujeres alcanzaron y lograron acceder a los espacios reservados para los hombres, e incluso han demostrado tener tanto o más éxito que los hombres en los mismos. Con la transformación en los roles y espacios sociales surgió la necesidad en el patriarcado de reajustar y modificar las estructuras e instituciones sobre el cual esta cimentado.

En este deseo de detener y entorpecer el ascenso social de las mujeres al poder es que aparecen nuevos espacios, roles, actitudes, etc., con los cuales el patriarcado se ajusta a las nuevas realidades sociales que dejaban sin efecto muchos estereotipos y patrones empleados para definir a la feminidad. En este orden de ideas, es que aparece la cuestión de la esclavitud corporal como un nuevo espacio para la opresión y la violencia; una opresión y violencia de tipo simbólica, que es ejercida sobre las mentes de las mujeres y visibilizadas en sus cuerpos. El cuerpo de la mujer ha sido convertido, por el patriarcado, en el principal espacio para la opresión; una opresión con la cual se trata de seriar y condicionar de forma general a las mujeres y sus cuerpos. En la actualidad, los medios masivos de comunicación se han convertido en los vehículos más eficientes a la hora de transmitir y difundir los patrones y estereotipos femeninos necesitados por el patriarcado para su mantenimiento. Con la investigación se busco primeramente identificar la definición de la feminidad manejada en los contenidos de la revista Cosmopolitan y la relación entre el mismo y el patriarcado.

En consecuencia, con el análisis de contenido realizado a la revista *Cosmopolitan* en sus ediciones de enero, febrero y marzo del 2009, se detectó que en efecto, en los contenidos de la revista subyacen elementos ideológicos de carácter patriarcal, en cada una de las secciones analizadas fueron identificados distintos contenidos que contribuyen en el mantenimiento de un concepto de feminidad subordinada y dominada por los hombres. La feminidad conceptualizada y manejada en los contenidos de la revista es de carácter androcéntrica; una feminidad pensada por los hombres y en beneficio de ellos. Se observó una preeminencia a asociar y asignar a las mujeres tareas, espacios, roles y competencias secundarias y serviles ante los hombres. Los resultados obtenidos del estudio realizado demostraron que la revista *Cosmopolitan* es un espacio al servicio de la estabilidad y sostenibilidad del patriarcado.

La mujer convertida objeto del deseo masculino

En cada uno de los artículos analizados se observó una preeminencia a referirse a la mujer y la feminidad como objeto calificado en función de su apariencia física. Según el estilo presentado por la revista en los artículos estudiados, es la apariencia física y las correctas proporciones corporales, los aspectos más importantes en la vida cotidiana de las mujeres. Con la cuestión de la belleza presentada como lo más importante en las mujeres, son desvalorizadas las cualidades, aptitudes y capacidades intelectuales de ellas; porque, se establece como unidad de aceptación y valoración social el cuerpo y los aspectos estéticos, donde, de alguna manera se intenta alejar a las mujeres del conocimiento y de la intelectualidad, tal como lo hiciera Platón en la antigua Grecia; sólo que esta vez tal separación se hace de una forma más solapada, lo cual impide percibir a simple vista la discriminación femenina. En los contenidos de la revista *Cosmopolitan* es indiscutible la

importancia dada al asunto de la belleza en la vida femenina, en la muestra estudiada abundan los contenidos relacionados con estilos y patrones estéticos, a su vez son ofrecidas las estrategias y herramientas cosméticas y médicas con las cuales alcanzar los patrones de belleza corporal impuestos socialmente.

Con la cuestión de la belleza física, es ejercida sobre las mujeres una violencia de tipo simbólica, ya que, no sólo son valoradas por su apariencia física, sino que las estructuras sociales se encargan de presionar a las mujeres para que ajusten sus cuerpos y apariencia física a los estereotipos estéticos impuestos. Los mensajes transmitidos se orientan a afianzar en las mujeres la concepción de que sólo siendo bellas alcanzarán la aceptación social, el éxito, el amor y la felicidad. En los textos estudiados se encontró que cada espacio, tanto íntimo como privado, es vinculado con la noción de la belleza, de esta forma la presión por cumplir con los patrones estéticos es aún mayor. El cuerpo femenino es calificado y pensado como un objeto; objeto que con la realización de ciertas estrategias y procedimientos alcanzará la perfección estética impuesta, logrando de esta manera la aparición de cuerpos seriados y de la esclavitud cosmética. Con la esclavitud cosmética se mantienen atadas las mujeres a patrones y estereotipos corporales que incluso no se ajustan a la anatomía natural de las mujeres, pues los modelos impuestos son como dirían algunos autores, un modelo “Barbie”, que naturalmente es imposible de tener y mantener. Bajo esta perspectiva las mujeres han sido convertidas en objetos, valoradas y calificadas al igual que un automóvil o accesorio, cuerpos inanimados que simplemente deben ser bellas para obtener todo en la vida: aceptación, amor y respeto.

El cuerpo femenino espacio para el dominio.

Los resultados obtenidos con el estudio demuestran que el patriarcado ha logrado utilizar el cuerpo femenino como un excelente espacio desde donde ejercer represión y dominio sobre los cuerpos y las mentes de las mujeres. La noción de la belleza y la esclavitud cosmética se constituyen como los nuevos paradigmas con los cuales mantener la dominación femenina, ya que, la excesiva preocupación por el cuidado corporal y la cuestión de la belleza cobra auge justo en el momento histórico cuando las mujeres lograron alejarse de los espacios privados. En los contenidos analizados de Cosmopolitan en sus ediciones: Enero, Febrero y Marzo del 2009, se observó que los mensajes estaban orientados en dos direcciones: primero, se refuerza la dominación y represión corporal desde la perspectiva de la belleza y la estética, y, en segundo lugar se condiciona el cuerpo femenino desde la perspectiva sexual. Desde ambos enfoques el poder para calificar y valorar el cuerpo femenino es otorgado a los hombres.

Desde el plano estético, cada uno de los patrones presentados y sobre los cuales está construido el ideal de belleza femenino, se encuentra en concordancia con los estereotipos sexuales asignados por el patriarcado a la feminidad. Se presenta una belleza corporal signada por patrones de fragilidad y delicadeza, donde el agrandar y convertirse en el objeto del deseo masculino es lo más importante. La belleza femenina es un concepto que les quita libertad e independencia a las mujeres, es una belleza condicionada para la satisfacción y el placer de los hombres. Con los patrones estéticos, sobre los cuales esta fundamentado el ideal de belleza, son condicionados todos y cada uno de los espacios de la vida femenina. A las mujeres, bajo esta perspectiva, se les limita desde la forma de vestir hasta la manera de

comer, aun cuando en esta revista de forma tangible se habla sobre una supuesta libertad femenina, los mensajes transmitidos están enmarcados en torno a mecanismos y herramientas con los cuales mantener vigente el orden social propio del patriarcado. Por otra parte, en los contenidos estudiados encontramos continuas referencias sobre discriminación y rechazo hacia aquellas mujeres cuyos cuerpos no están ajustados a los patrones establecidos, esta es una manera de coaccionar a las mujeres para que se mantengan apegadas a los estereotipos asignados a la feminidad.

Ahora bien, desde la perspectiva del cuerpo femenino como objeto sexual observamos que en los mensajes relacionados con esta temática, el poder o la satisfacción que se busca alcanzar primordialmente es la de los hombres. En la revista *Cosmopolitan* se encontraron distintos artículos donde se ofrecían herramientas y estrategias eróticas a las mujeres, con las cuales mejorar sus habilidades sexuales, para de esta manera asegurar el placer y satisfacción masculina. Vale resaltar que según la frecuencia de contenidos donde es asociada la sexualidad con el logro del placer masculino, queda develado el papel de las mujeres para esta revista en el plano sexual; el cual, no es más que el de brindar al hombre un cuerpo sexuado con el cual satisfacer sus deseos y necesidades sexuales, es decir, las mujeres y sus cuerpos al servicio de los hombres.

Podemos concluir que la noción de feminidad presentada en la revista *Cosmopolitan* en sus ediciones de: enero, febrero y marzo del 2009, se corresponde con el concepto de feminidad impuesta por el patriarcado. Es un concepto de feminidad desde donde se busca exaltar aspectos frívolos, para

mantener alejadas a las mujeres de roles y actividades con los cuales transformar las estructuras sociales que las mantienen oprimidas y en situación de desventaja con relación a los hombres. Es un concepto donde la mujer es definida como: un ser sumiso, obediente, dependiente, servil y superficial, al relacionar la feminidad con aspectos corporales es desligada de su intelectualidad y capacidad mental, son las medidas corporales, el tamaño de los senos lo importante. Con este estudio se demuestra que la represión, dominación y discriminación hacia la feminidad es hecha desde los más diversos espacios sociales, por otra parte se demuestra que la violencia ejercida sobre las mujeres y sus cuerpos no sólo está limitada a los golpes infringidos sobre los cuerpos femeninos, son los aspectos simbólicos uno de los más importantes desde donde opera el patriarcado para asegurar su sostenibilidad en el tiempo, pues son aspectos que subyacen y ameritan de mayor detenimiento y estudios específicos para identificarlos. El problema de la violencia y la dominación femenina no debe ser circunscrito a los aspectos visibles, son las estructuras sociales con su infinidad de códigos y aspectos simbólicos los que condicionan las dinámicas sociales y mantienen las relaciones desiguales de dominio-subordinación propias del patriarcado.

Es necesario ofrecerles a las mujeres herramientas científicas, con las que puedan identificar los aspectos simbólicos con los cuales las mantienen en una posición de subordinación, es importante, que las mujeres conozcan como ellas mismas al permitir modificar sus cuerpos y mantener un cuerpo seriado según los patrones estéticos impuestos socialmente colaboran de forma activa en la dominación masculina; así mismo, buscando la satisfacción masculina por encima de la de ellas mismas, les están otorgando el poder sobre sus cuerpos y necesidades a los hombres. Mientras que los aspectos estructurales y simbólicos

sobre los cuales mantiene el patriarcado su organización social discriminante y violento hacia las mujeres, no sean develados esta organización social será reproducida y las mujeres continuarán atadas a relaciones de subordinación y discriminación. Es en este sentido, que se sugiere la realización de posteriores investigaciones científicas relacionadas con la cuestión del género, para identificar así otros espacios empleados por el patriarcado para mantener las relaciones desiguales de poder.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Jesús. y Bisbal, Marcelino. (1980). *La ideología como mensaje y masaje*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Álvarez, Juana. (sf). *Cómo el sistema potencia la anorexia: Mujeres en guerra con ellas Mismas* [Documento en línea]. Disponible: <http://usuarios.lycos.es/radicaleslibres/newpage7.html> [Consulta: 2008, febrero, 12]
- Álvarez, Ofelia. y Parra, María. (1997). Violencia hacia la mujer: conceptos y dimensiones. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 2(5), 21-33.
- Arias, Fidas. (2006). *Proyecto de investigación, introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Balestrini, Miriam. (2002). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: BL Consultores Asociados.
- Belotti, Elena. (1976). *A favor de las niñas*. Monte Ávila. Caracas.
- Blanco, Jessie. (2008, Diciembre). *Los cuerpos de ellas: en el intercambio de bienes simbólicos del sistema del mundo patriarcal* [Documento en línea]. Ponencia presentada en el Seminario Internacional de Género en Acción, Caracas. Disponible: <http://av.celarg.org.ve/recomendaciones/jessieblanco.htm> [Consulta: 2009, octubre, 17]
- Blanco, Jessie. (2009, Enero). Rostros visibles de la violencia invisible. Violencia simbólica que sostiene el patriarcado. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer* [Revista en línea], 14(32). Disponible: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=s1417> [Consulta: 2009, octubre, 17]
- Bonan, Claudia. y Guzmán, Virginia. (sf). *Aporte de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de la asociatividad y participación, identidad y poder* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.isis.cl/refdebates/aportes.pdf> [Consulta: 2009, septiembre, 23]

- Trabajo Social* [Revista en línea], 18. Disponible: <http://revistas.ucm.es/trs/02140314/articulos/CUTS0505110007A.PDF> [Consulta: 2010, junio, 07]
- Finol, Enrique. (1999, Marzo). Semiótica del cuerpo: El mito de la belleza contemporánea. *Opción* [Revista en línea], 15(28). Disponible: <http://www.joseenriquefinol.com/index.php?opcion=comcontent&task=view%id=68&iter> [Consulta: 2008, agosto, 27]
- Freire, René. (2000, Octubre). *Alineación ideológica y comunicación de masas* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.demopunk.net/sp/sp/propaganda/freire01.html> [Consulta: 2008, febrero, 04]
- García, Evangelina. (1996). *Derechos políticos y ciudadanía de las mujeres*. Caracas: GENDHU.
- Garrido, Manuel. (2007). Estereotipos de Género en la publicidad. *Revista Creatividad y Sociedad* [Revista en línea], 5. Disponible: <http://www.creatividadysociedad.net> [Consulta: 2008, marzo, 30]
- González, Jeyni. (2008). Discurso de encuentro y tensión en torno a la imagen de la mujer venezolana y la pornografía. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer* [Revista en línea], 13(30). Disponible: <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=s1316-37> [Consulta: 2009, abril, 13]
- Hernández, Carmen. (sf). *She Miss Venezuela de Porno Collins y el mito de la belleza femenina* [Documento en línea]. Disponible: <http://av.celarg.otg.ve/shemisses/portalshemisses.htm> [Consulta: 2009, septiembre, 17]
- Hernández, César. (2007, Noviembre). *El lugar de la violencia simbólica en la teoría de Pierre Bourdieu* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.politicas.unam.mx/sae/violenciasimbolicabourdieu.pdf> [Consulta: 2009, marzo, 05]
- Hernández, Robert. y Fernández, Carlos. (2007). *Metodología de la investigación*. México: Mac Graw Hill.
- Light, Donald. (1992). *Sociología*. México: Mac Graw Hill.

- Lonzi, Carla. (2005). *La igualdad entre los sexos es el ropaje con el que se disfraza la inferioridad de la mujer* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.escriitorasyescrituras.com/publicaciones.php/id/1> [Consulta: 2008, abril, 08]
- Lucerga, María. (2004, Junio). Ciborgs, forense y la axila de sanex. El cuerpo en la sociedad mediática. *Revista Electrónica de Estudios Filológicos* [Revista en línea], 7. Disponible: <http://www.um.es/tonosdigital/znum7/estudios/icuerpos> [Consulta: 2009, marzo, 06]
- Magliano, Fernando. (2009). *Características de la metodología cualitativa* [Documento en línea]. Disponible: <http://knol.google.com/k/fernando-ignacio-magliano/caracteristicas-de-la-metodologia/2sr10788nwjjj/26> [Consulta: 2008, mayo, 23]
- Martin, Gloria. (1998). Trenzadas culturales: los crespos del siglo XXI. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*. 3(6), 31-51. Caracas: Redinse.
- Martínez, M. (2007). *La investigación cualitativa etnográfica en la educación*. México: Trillas.
- Melfo, Patricia. y Ramos, Carmen. (1990). *La imagen de la mujer en la publicidad televisiva*. Tesis de Grado no publicado, Universidad de Oriente, Cumaná.
- Montero, Marisa. (2009). El patriarcado: una estructura invisible [Documento en línea]. Disponible: http://www.mueveteporlaigualdad.org/arts/art013_asp10/05/09 [Consulta: 2011, enero, 20]
- Mota, Gioconda. (sf). *Mujer no te dejes consumir* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.periodicopogreso.com.ve/index.php?option=comcontent&view=article&id=185:mujer-no-te-dejes-consumir.com> [Consulta: 2011, mayo, 21]
- Nava, Mónica. (2004). *Feminidad, masculinidad, androgenia y satisfacción marital: un estudio correlacional en parejas mexicanas* [Resumen en línea]. Trabajo de maestría, Instituto Mexicano de la Pareja. Disponible: http://www.ametep.com.mex/investigaciones_monica_nava.htm [Consulta: 2009, noviembre, 04]

Pascuali, Antonio. (1990). *La comunicación cercenada: caso Venezuela*.
Caracas: Monte Ávila.

- Pérez, Ramón. (sf). *El canon de la belleza a través de la historia: un método de descripción de personas para alumnos de E/UE* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.ucm.es/inf/especulo/numero34/canobe.html>
- Piñuel, José. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido [Documento en línea]. Disponible: <http://www.ucm.es/info/mdcs/Acontenido.pdf> [Consulta: 2011, junio, 28]
- Rodríguez, Mayobre. (2007). La formación de la identidad de género una mirada desde la filosofía. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer* [Revista en línea], 12(28). Disponible: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1316-37012007000100004&ing=es&nrm=iso [Consulta: 2009, marzo, 04]
- Sabarots, Horacio. (2002, Diciembre). La construcción de estereotipos en base a inmigrantes “legales” e “ilegales” en argentina. *Intersecciones Antropol* [Revista en línea], 3. Disponible: http://scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850 [Consulta: 2009, abril, 18]
- Sarmiento, Marta. (1998). Preposiciones metodológicas para estudiar en un enfoque de género. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*. 3(6), 127-137. Caracas: Redinse.
- Simancas, Susana. (2004). Feminismo: *La huella de hierro de un concepto* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.ucm.es/info/instifem/cuadernos/cuaderno%208.doc> [Consulta: 2009, julio, 16]
- Telmo, Daniel. (sf). *Análisis de contenido: su presencia y uso en las ciencias sociales* [Documento en línea]. Disponible: <http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20catedras/trabajo%20de%20campo/telmoyluis.htm> [Consulta: 2008, mayo, 14]
- Tiznado, Carmen. (sf). *El cuerpo femenino y el concepto de belleza en dos cuentos de Carmen Naranjo* Documento en línea]. Disponible: <http://www.vinv.ucr.ac.cr/latindex/rfl-31-2/rfl31-2-02.pdf> [Consulta: 2009, agosto, 4]

Tomás, María. y Núñez, Alicia. (2007, Junio). *La belleza: ¿una meta imposible de alcanzar o nuestra realidad no aceptada?* [Documento en

- línea]. Disponible: <http://av.celarg.org.ve/shemisses/PortalSheMisses.htm>
[Consulta: 2009, noviembre, 11]
- Torres, Rosario. (2007). Revista de moda y belleza: El contenido al servicio de la forma bella. *Ámbitos* [Revista en línea], 16. Disponible: http://grupo.us.es/grehco/ambitos_16/11torres.pdf [Consulta: 2010, octubre, 16]
- Trujillo, Macarena. (2006). La resignación feminista de la sexualidad patriarcal: una propuesta política [Documento en línea]. Disponible: <http://www.concienciafeminista.blogspot.com/2006/12/la-resignacion-feminista-de-la.html> [Consulta: 2010, enero, 16]
- Valles, Miguel. (2003). *Técnicas cualitativas de la investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Van Dijk, Teun. (1995). *De la Gramática del texto al análisis crítico del discurso*. *Boletín de estudios lingüísticos argentinos* [Artículo en línea]. Disponible: <http://www.discourses.org/fromtextgrammartocriticaldiscourseanalysis.htm>. [Consulta: 2011, febrero, 7]
- Vartabedian, Julieta. (sf). *Cuerpos (trans)formados: belleza y transgenerismo* [Documento en línea]. Disponible: <http://coslogia.wordpress.com/cuerpostransformados> [Consulta: 2011 agosto 12]
- Zamudio, Berta. y Saifan, María. (1992). *Teun Van Dijk textos adaptados de estructuras y funciones del discurso* [libro en línea]. Lingüística del Texto. Selección de trabajos. Ediciones cursos universitarios. Disponible: <http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/comsoc/redaccion1/unidades/2008/03/macroestructurasgl.php> [Consulta: 2010, diciembre, 13]

HOJAS DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	LA NOCION DE FEMINIDAD Y BELLEZA PRESENTE EN LOS CONTENIDOS DE LA REVISTA COSMOPOLITAN EN SUS EDICIONES ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2009.
Subtítulo	

Autora

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Benítez Pérez María Rocío	CVLC	18.220.349
	e-mail	Rociobenitez_96@hotmail.com
	e-mail	Marocio86@gmail.com
	CVLC	
	e-mail	
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Feminidad, Patriarcado, Belleza, Patrones Corporales, Análisis De Contenido.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Sociales	Sociología

Resumen (abstract):

La presente investigación se basó en un análisis de contenido realizado a las ediciones de enero, febrero y marzo de 2009 de la revista Cosmopolitan, para identificar en los mensajes analizados aquellos aspectos vinculados con la cuestión de la belleza femenina y su relación con la legitimación del concepto impuesto y construido por el patriarcado de la feminidad, definición con la cual se oprime y subordina la feminidad ante la masculinidad. Los resultados obtenidos demuestran que la revista Cosmopolitan es un espacio al servicio del patriarcado, la noción de belleza femenina presentada se ajusta cabalmente con los estereotipos y patrones definidos socialmente sobre la feminidad. Según el análisis se demostró que la feminidad es asociada con: a) estereotipos de docilidad presentados como parte natural de las mujeres; b) se hallaron menciones sobre nuevos roles de la feminidad; sin embargo, los mismos fueron asociados con el tema de la belleza, ya que el logro del éxito se asocia con la imagen de la mujer; c) la belleza es presentada como aspecto transcendental en la vida femenina, las mujeres no valen por sus habilidades y capacidades sino por su aspecto físico; desde los contenidos analizados estar al servicio de los hombres es algo natural de las mujeres, así mismo, se ratifican los conceptos donde se aleja la feminidad del conocimiento.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
Domínguez M Beatriz	ROL	C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> J <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> U <input type="checkbox"/> U <input type="checkbox"/>
	CVLAC	1.168.674
	e-mail	Dominguez.beatriz@gmail.com
	e-mail	
Carmen Sequea	ROL	C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> J <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> U <input checked="" type="checkbox"/> U <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	10.305.787
	e-mail	csequea@gmail.com
	e-mail	
Enrique Ortiz	ROL	C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> J <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> U <input type="checkbox"/> U <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	8.647.822
	e-mail	sociologododfft@gmail.com
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2012	04	18

Lenguaje: SPA

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
TESIS.benitezmdoc	Application/word

Alcance:

Espacial: _____ (Opcional)

Temporal: _____ (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo: Licenciada en Sociología

Nivel Asociado con el Trabajo: LICENCIADA

Área de Estudio: Sociología

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

UNIVERSIDAD DE ORIENTE

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU N° 0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

RECIBIDO POR *[Firma]*
FECHA 5/8/09 HORA 5:30

Cordialmente,
[Firma]
JUAN A. BOLANOS CUNVELO
Secretario

C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/marija

Apartado Correos 094 / Telfs: 4008042 - 4008044 / 8008045 Telefax: 4008043 / Cumaná - Venezuela

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU N° 0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR *[Signature]*
FECHA 5/8/09 HORA 5:30

Cordialmente,
[Signature]
JUAN A. BOLAÑOS CUNVELO
Secretario

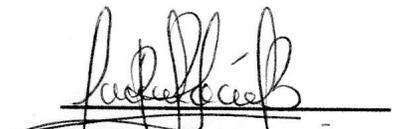
C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/marija

Apartado Correos 094 / Telfs: 4008042 - 4008044 / 8008045 Telefax: 4008043 / Cumaná - Venezuela

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso- 6/6

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009) : “los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario para su autorización”.


Benítez P. María Rocío
Autora


Beatriz Domínguez M.
Asesora