

Confesiones de una postfeminista. Nuevos roles de mujer en la cultura popular contemporánea

CAROLINA SÁNCHEZ-PALENCIA CARAZO
PROFESORA TITULAR DE LITERATURA INGLESA Y NORTEAMERICANA,
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

RESUMEN:

Durante los años 80 y 90 se genera en la cultura popular y la opinión pública occidental un complejo espacio de ambigüedad entre, por un lado, la independencia de la mujer y por otro, la nostalgia de todo aquello que ésta ha dejado en el camino y que tiene que ver con una feminidad más (neo)conservadora y heteronormativa. Este discurso, al que podremos referirnos como "postfeminismo", se manifiesta en toda una panoplia de productos culturales contemporáneos (películas, publicidad, literatura, moda, televisión, revistas) que son analizados en este trabajo desde una perspectiva crítica.

PALABRAS CLAVE:

Postfeminismo, Roles de mujer, Cultura popular.

ABSTRACT:

The 80s and 90s popular culture and public opinion has produced an ambivalent discourse that, on the one hand celebrates female independence, and on the other, reveals a deep nostalgia for that conservative and heteronormative femininity that contemporary women have sacrificed in their way to their present individual choices. "Postfeminism" manifests itself in a number of cultural products (movies, advertising, literature, fashion and mass media) which this paper analyses from a critical perspective.

KEY WORDS:

Postfeminism, Women Roles, Pop Culture.

En 1985 "Material Girl" se convertía no sólo una de las primeras canciones de éxito de Madonna, sino, con toda seguridad, en la imagen pública que "la ambición rubia" iba a encarnar a partir de entonces y de la que le iba a costar desvincularse: una mujer calculadora, seductora, fría, motivada por el dinero y que, en su propio beneficio, no duda en manipular todo lo que está a su alrededor. Pero el mensaje de la canción intentaba ser bien distinto,

ya que, prescindiendo de todo sentimentalismo, invierte la tradicional relación entre chicos y chicas en tanto que aquí es la mujer la que decide y la que busca su "interés" personal. La canción está plagada de insinuaciones irónicas sobre el mercado de los sentimientos, al hacer uso de un irreverente doble lenguaje en lo que se refiere al amor y a las finanzas. Desde este punto de vista, y teniendo en cuenta la actitud provocadora de la diva en



los primeros años de su carrera musical, podría leerse realmente como una sátira de la economía del gobierno de Reagan y de las actitudes que patrocinaba. Sin embargo, muy poca gente captó este mensaje.

Por otra parte, no podemos obviar el hecho de que el significado de "Material Girl" viene determinado por la alusión intertextual a la canción "Diamonds are a Girl's Best Friend" (interpretada por Marilyn Monroe en la película *Los caballeros las prefieren rubias* que dirigió Howard Hawks en 1953). Aunque en el videoclip la imagen parodiada no es exactamente la de Marilyn, sino la del arquetipo de la rubia sexy que utiliza sus encantos para obtener lo que quiere, un icono inconfundible en el imaginario cultural norteamericano. Ese juego entre un modelo "retro" de feminidad convencional que se sirve de la lascivia de los caballeros, y otro más moderno de una mujer independiente dispuesta a luchar con sus armas para triunfar en un mundo de hombres genera un ámbito de contradicción (siempre cultivado por la cantante) no exento de elementos autobiográficos, si tenemos en cuenta que la propia Madonna empezó bailando humildemente en clubes nocturnos, y hoy su nombre es una marca de éxito que ha subvertido la hegemonía masculina en la industria musical.

El ejemplo de "Material Girl" y de las reacciones ambivalentes que suscitó tras su lanzamiento puede ser un buen punto de partida para abordar el fenómeno del postfeminismo desde una perspectiva crítica, ya que ofrece una serie de elementos que resultarán fundamentales en el intento de delinear un mapa conceptual de este reciente movimiento. En primer lugar, no es casual haber elegido un producto de la cultura popular, dado que es éste el ámbito en que las tendencias postfeministas van a manifestarse de manera más explícita y prolífica. Es bien conocido que la industria del entretenimiento producida y destinada para el consumo de masas tiene una influencia pública mucho mayor que otro tipo de discursos (que supuestamente gozan de mayor prestigio cultural) y ejerce una función determinante en la socialización de las mujeres y en la percepción que éstas tienen de sí mismas. En segundo lugar, como ya se ha apuntado, los elementos verbales y visuales de la actuación de Madonna

articulan un mensaje de ambigüedad y contradicción que será una de las características primordiales del sujeto postfeminista, que oscila continuamente entre una imagen progresista y otra convencional. En esta misma línea, la ironía y la parodia juegan un papel decisivo en todo el proceso de significación de "Material Girl", que además, invita a los espectadores a mantener esa actitud distanciada respecto a los contenidos que allí se exponen. Como podrá observarse en el estudio de distintos textos postfeministas, la práctica del sobrentendido y la complicidad con el público (fundamentalmente femenino) es una cualidad esencial de los mismos que permite a sus consumidoras estar al mismo tiempo dentro y fuera del discurso, a favor y en contra de sus planteamientos.

Por lo tanto, podemos adelantar que el término "post-feminismo" es un maridaje que sugiere sentimientos y reacciones contrapuestas (la controversia de estas dos categorías, la existencia de fisuras e intersticios, ya se manifiesta en el uso irregular e inestable de guiones o barras) y evoca un escenario mucho más complejo y contradictorio que el del "feminismo", donde, aún admitiendo la diversidad teórica dentro de sus filas, se puede asumir un mismo núcleo conceptual y unas reivindicaciones comunes y aglutinadoras. Entonces ¿a qué se refiere ese término que, en las dos últimas décadas se ha hecho tan presente en los debates culturales, ha calado tan hondo en el lenguaje de los *mass media* y que viene etiquetando tantos productos comerciales con los que nos relacionamos día a día?

Una primera acepción, si consideramos que el prefijo "post-" sugiere la idea de desarrollo y evolución, nos situaría en un contexto de actualización, implementación o puesta al día del feminismo clásico a la luz de las nuevas teorías postestructuralistas y postcolonialistas. Como apunta Beatriz Preciado, "el postfeminismo surge como una reacción al desbordamiento del sujeto del feminismo por sus propios márgenes abyectos —en ese sentido supone una crítica de los presupuestos heterosexuales y coloniales del feminismo de la segunda ola—"¹. Y ciertamente puede hablarse de "ruptura" o "desbordamiento" porque lo que se ha producido es un cuestionamiento incesante del esencialismo implícito en la crítica feminista de los años 70 y 80, que, tras el "universal

1 PRECIADO, Beatriz: "Entrevista a Beatriz Preciado por Jesús Carrillo". DDOOSS: *Asociación de Amigos del Arte y la Cultura*. (Desacuerdos). 22-11-2004. http://ddooss.org/articulos/entrevistas/beatriz_preciado.htm



mujer”, trataba de silenciar otras categorías de análisis ineludibles como la raza, la nacionalidad, la edad, la orientación sexual o la clase, entre otras. En este escenario postfeminista nos encontraríamos, por tanto, ante una concepción más abierta, global y emancipatoria del género, que interactúa con los Estudios Gays y Lésbicos, los Estudios de la Masculinidad, o la llamada “teoría torcida” (en inglés, *queer theory*, y que, a grandes rasgos, se interesa por todas aquellas sexualidades alternativas, no binarias, no normativas, no excluyentes²). De igual manera, esta “puesta al día” contempla, al menos en teoría, una política de diálogo del movimiento de mujeres con respecto a otros discursos de minorías, otros lenguajes y retos de la condición postmoderna, como el post-colonialismo, la multiculturalidad, la interacción humanizada con las nuevas tecnologías y el medio ambiente; y en esa medida, el término encargaría con ese planteamiento del feminismo como una ideología en constante transformación y adaptación a las realidades históricas.

Pero el prefijo “post-” también significa “después”, y para muchos tiene ese regusto nostálgico como de “estar de vuelta de todo” y haber perdido el entusiasmo, el lustre originario; lo cual, en el caso que nos ocupa, significaría que el proyecto feminista ya está superado y que sus objetivos ya han sido cumplidos. Esta acepción, más presente en los medios que en la crítica académica, ha despertado las suspicacias de muchas feministas³ porque implica una situación ideal e irreal de “post-patriarcado” en la que supuestamente ya no existen la desigualdad de salarios, la violencia de género, el acoso y la explotación sexual, el lenguaje sexista, la falta de reconocimiento social y otros desequilibrios. Este planteamiento no sólo deslegitima las actuales reivindicaciones del movimiento de mujeres al considerarlas ya innecesarias, sino que viene acompañado de una retórica tradicionalista que sutilmente invita a las mujeres a “abandonar la lucha” y utilizar su recién ganada libertad para re-considerar sus roles convencionales de madre, ama de casa y esposa.

En esta línea, cabe destacar el libro *Reacción: La guerra no declarada contra la mujer moderna* (1991)

de Susan Faludi, quien argumenta que durante los años 80 se produce en Estados Unidos, pero también en otros países occidentales, una reacción mediática e institucional contra los avances logrados por el feminismo de los años 70; un discurso que culpa al movimiento de liberación de la mujer de los problemas de las sociedades capitalistas de finales de los 80 (muchos de ellos inventados o falsamente atribuidos a las mujeres): aumento del desempleo, pérdida de valores, disminución de la natalidad, aumento de las tasas de divorcio, aborto o violencia juvenil, y sentimientos anti-americanos, entre otros. Faludi analiza los medios de comunicación de masas de estos años y muestra en un considerable número de películas y seriales imágenes de mujeres solas e infelices, siendo éste el precio que han pagado por su mal entendida libertad. Esta campaña tan afín a la Nueva Derecha de la era Reagan, y a grupos fundamentalistas y supremacistas identificaba la igualdad de género con la frustración de las mujeres, cuando en realidad, según Faludi, era la presión para renunciar a la igualdad en el trabajo, en la familia o en las relaciones de pareja lo que producía esa insatisfacción.

Esta contraofensiva conservadora tuvo una serie de consecuencias políticas que, paradójicamente, no eran las previstas por sus instigadores, pues como apunta Enrique Gomáriz:

La liquidación de los programas asistenciales para las mujeres, la campaña ideológica en todos los medios de comunicación y las políticas contrarias a la equidad de género, consiguieron frenar parcialmente el proceso de avance de las mujeres norteamericanas, pero desataron una guerra de sexos que liquidó el objetivo central que perseguía la administración Reagan: el fortalecimiento de la familia. Especialmente durante el segundo mandato de este presidente, los conflictos de género afectaron a la sociedad norteamericana y a sus distintas instituciones, comenzando por la Corte Suprema. La tensión entre géneros se tradujo en un aumento de la conflictividad conyugal. La consecuencia en términos políticos fue, según las encuestas, la derrota del Partido Republicano a manos de las mujeres en las primeras elecciones de los años noventa.⁴

2 Sobre la *Queer Theory* puede consultarse el artículo de Alfonso Ceballos Muñoz “Hadas, brujas y lesbianas: Una lectura perversa de El Mago de Oz” en este mismo dossier.

3 MODLESKI, Tania. *Feminism Without Women: Culture and Criticism in a Postfeminist Age*. Routledge: New York, 1991; PROBYN, Elspeth: “New Traditionalism and Post-Feminism: TV Does the Home.” *Screen* 31.2 (1990): 147-59.

4 GOMÁRIZ Moraga, Enrique: “Postfeminismo, conflicto de sexos o democracia de género: La encrucijada del siglo XXI”. *Democracia de Género. Una propuesta para Mujeres y Hombres del Siglo XXI*. Eds. Angela Meentzen, Enrique Gomáriz. Fundación Heinrich Böll y la Fundación Género y Sociedad: San Salvador, El Salvador/San José, Costa Rica, 2000:34.



Y verdaderamente, en este contexto la invocación del postfeminismo no está falta de polémica, pues parece que en nombre del feminismo y, usurpando su retórica de libertad y capacidad para decidir, el mensaje lanzado por los medios más conservadores es el de que “las mujeres no pueden tenerlo todo”, y que deben elegir entre feminidad y feminismo; trabajo y familia; militancia contra el patriarcado y satisfacción emocional; activismo político y soluciones individuales. En definitiva, estas imágenes tan presentes en la cultura popular anglosajona de los últimos años —que, por efecto de la globalización, también han llegado a España— ofrecen una versión perversa de la liberación femenina, que en última instancia, acaba reforzando el sistema capitalista y patriarcal.

Por tanto, el objeto del presente trabajo será analizar una serie de discursos —literarios, fílmicos, institucionales, mediáticos— que durante los años 80 y 90 han generado en el imaginario occidental un complejo espacio de ambigüedad entre, por un lado, la independencia, iniciativa propia y demás logros de la *Superwoman*, y por otro, la nostalgia de todo aquello que ésta ha dejado en el camino y que tiene que ver con una feminidad más (neo)conservadora y heteronormativa. Es a este espacio al que podremos referirnos como “postfeminismo”; y frente a un corpus teórico y una perspectiva epistemológica planteados por el feminismo en sus distintas “olas”, el nuevo movimiento parece articularse más bien como una “sensibilidad”⁵, que se manifiesta en toda una panoplia de productos culturales contemporáneos (películas, publicidad, literatura, televisión, revistas) en los que convergen determinados ejes temáticos.

Uno de estos ejes (y algo sobre lo que las feministas ya habían llamado la atención) es la obsesión por el cuerpo como marca identitaria de la feminidad. Pero se trata de una identidad siempre frágil, vulnerable y precaria, que necesita ser constantemente controlada y evaluada, lo que nos remite a las políticas disciplinarias que analizó Michael Foucault en torno a producción los cuerpos dóciles y fragmentados.⁶ De hecho, llama la atención la sobreexposición mediática del cuerpo femenino en los últimos años, cuando, supuestamente y al menos a nivel teórico, ya parecía superada la tradicional asociación de las mujeres con lo corporal y los hombres con lo intelectual. Un fenómeno que viene acompañado de lo que se ha dado en llamar “sexualización” de la cultura⁷, caracterizado no sólo por la proliferación mediática de discursos sobre sexo y sexualidad, sino por la creciente confusión entre la pornografía y otros géneros, en la medida en que la primera va adquiriendo una preponderancia sin precedentes en la cultura popular. En este sentido, se ha acuñado incluso el “efecto Lolita”⁸ —en alusión a la protagonista de la novela homónima de Vladimir Nabokov, una sensual niña de doce años convertida en la fantasía sexual de un adulto— para referirse a la erotización prematura de las niñas y adolescentes que tiene lugar en los medios de comunicación. Desde la moda diseñada especialmente para la exhibición de sus cuerpos o la creación de juguetes (como las sensuales muñecas Bratz o Barbie), hasta la promoción mercantil de estrellas —*celebrities*— desinhibidas y precoces con las que las jóvenes están llamadas a identificarse, parece que la sexualidad de las niñas está siendo mercantilizada hasta extremos alarmantes en los que, en ocasiones, resulta difícil distinguir la pornografía infantil de un simple ejercicio de estética.⁹

5 GILL, Rosalind: “Postfeminist media culture: elements of a sensibility”. *European Journal of Cultural Studies*. 10 (2). 2007: 147-166.

6 Para Foucault el cuerpo se encuentra inmerso en una serie de relaciones de poder y atravesado por una “tecnología política” que lo constituye, define y determina su comportamiento. En *Vigilar y Castigar* el filósofo francés lleva a cabo un examen de todos aquellos regímenes de poder —religión, ciencia, arte— que, con el advenimiento de la Modernidad, fueron determinantes en la constitución de ese cuerpo dócil y disciplinado que es la base de la sociedad burguesa racionalista, en tanto que ejercieron una función de control, escrutinio y supervisión de los individuos; regímenes que han derivado actualmente en otras formas disciplinarias —moda, mercado, tecnología— para adaptarse a la nueva sociedad de consumo, pero ejercen sobre los cuerpos esa misma función normativa. Lo que Foucault plantea respecto al “biopoder” tiene además una enorme trascendencia para la definición del sujeto social, porque podemos argumentar que el cuerpo disciplinado, discreto, bajo control, es índice de una personalidad igualmente estable y completa, autónoma y racional, que se comporta dentro de los límites establecidos. En este contexto, la excesiva fisicalidad y concupiscencia tradicionalmente asignadas a las mujeres aparecen como objetivos prioritarios de estas políticas reguladoras, dado que dentro del patriarcado, el cuerpo femenino siempre ha ofrecido esa “natural” tendencia a escapar de la disciplina, y de ahí esa necesidad de vigilarlo. SÁNCHEZ-PALENCIA, Carolina: “Cuerpos, lenguajes, miradas: Tres narradoras británicas contemporáneas.” *Philologia Hispalensis*. Vol. XVI (2) 2002:102.

7 ATTWOOD, Feona: “Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture”. *Sexualities* Vol. 9 (1) 2006: 77-94; OPPLINGER, A. Patrice. *Girls Gone Skank: The Sexualization of Girls in American Culture*. McFarland: New York, 2008.

8 DURHAM, M. Gigi: *The Lolita Effect: The Media Sexualization of Young Girls and What We Can Do About It*. Overlook Press: New York, 2008.

9 Merecen nuestra atención algunos de los anuncios que se prohibieron en 2007 por contener imágenes de niñas sexualmente provocativas. Uno de ellos, denunciado por ASA, el organismo que regula la publicidad en el Reino Unido, pertenece a la firma No Added Sugar que vende su ropa como «lujo para niños», mostrando a éstos en diversas posturas (algunas sexualmente explícitas) junto a una leyenda que dicta el comportamiento supuestamente correcto. En otro anuncio, la línea Armani Junior muestra a dos niñas de unos cinco años y rasgos orientales, maquilladas como adultas y vestidas con bikini y ‘short’ en una pose *sexy* que, según el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, parece incitar al turismo sexual y a la prostitución infantil.



Ya sean jóvenes o adultas, lo cierto es que cada vez más las mujeres están siendo representadas no sólo como “objetos” sino como “sujetos” de deseo. En el escenario postfeminista, el nuevo perfil es el de una mujer sexualmente autónoma que utiliza su poder sexual y siempre está “dispuesta”. Según algunas feministas, este modelo, que curiosamente se parece tanto al trazado por las fantasías masculinas, lleva implícita una forma de explotación mucho más sofisticada, en cuanto que la mirada del hombre parece haber sido interiorizada por la mujer hasta el punto de constituir su nueva subjetividad. Charlotte Brunsdon, señala que el prototipo postfeminista ha superado los impulsos e imágenes del feminismo originario y se muestra permisiva y entusiasta en lo concerniente a la sexualidad y al consumo (parece que, de alguna manera, pintarse los labios o vestir lencería de diseño ya no tiene esa connotación inmoral de antaño), en un contexto en que las nociones de identidad ya no se sitúan en torno a ejes racionales, políticos o morales, sino que están determinadas por cuestiones asociadas a la conducta, el estilo o el deseo.¹⁰ En la misma línea, Rosalind Gill alerta de los peligros de este nuevo discurso en el que el tratamiento de la mujer como objeto ya no se vende como algo que los hombres hacen a las mujeres (algo políticamente incorrecto en los tiempos que corren), sino que se disfraza como el resultado de la voluntad de mujeres libres e independientes con capacidad para tomar sus propias decisiones.¹¹

Precisamente otro de los temas recurrentes en los textos postfeministas es el énfasis en el individualismo y el poder de decisión. El viejo lema de “lo personal es político” que inspiró a las primeras generaciones de feministas se subvierte en un contexto de “reprivatización” de la experiencia, en el que situaciones de sexismo, explotación, homofobia, o violencia doméstica son justificadas bajo el pretexto de que es la mujer la que decide “libremente” sobre su vida y sus opciones (por mucho que éstas puedan resultar objetivamente retrógradas y misóginas). Sociólogos como Anthony Giddens (1991) y Paul Du Gay (1996) han señalado que en las sociedades neoliberales contemporáneas, caracterizadas por un declive de los vínculos comunitarios, la solución de los conflictos parece haber sido reducida a una respuesta personal, por lo que

el activismo y la denuncia sociopolítica de las injusticias quedan neutralizados y encapsulados en narrativas de individualidad. En este punto, resulta muy ilustrativo el fenómeno de la cirugía estética explicada como algo que está orientado hacia la satisfacción personal, y no como resultado de las presiones que los cánones de belleza ejercen sobre la imagen física y psíquica de las mujeres. De nuevo, si, como se hace ver desde los medios contemporáneos, se trata de una transformación libremente decidida y encaminada a gratificar la percepción que la mujer tiene de sí misma (bajo, por ejemplo, la consigna de una conocida marca de cosméticos que proclama “porque tú lo vales”), podemos preguntarnos cómo es que el resultado final se parece tanto al modelo femenino impuesto desde las fantasías patriarcales. Parece obviarse el hecho de que nuestros deseos, ideales o fantasías están culturalmente contruidos y psicológicamente interiorizados.

Esa necesidad constante de adecuarse a unos estándares nos remite al carácter performativo de la feminidad como algo contingente que se aprende, se enseña y se consigue y que necesita de una continua vigilancia y supervisión. Resulta sorprendente que el sujeto postfeminista, pese a estar determinado por la retórica de la libre decisión, autonomía e independencia, se presente siempre como incompleto, imperfecto e inadecuado. Esta nueva versión del discurso psicoanalítico en que la mujer es definida en términos de carencia, cuenta con la complicidad del mercado capitalista, dado que es éste el que se inviste con la función fálica que le permite proveer, completar o proporcionar lo que a la mujer le falta (porque siempre le falta algo, en su cuerpo, en su trabajo, en su familia, en su hogar, en sus relaciones de pareja). En este punto llama la atención que, junto a la moda de la literatura de autoayuda y la apabullante publicidad de productos orientada al consumo femenino, estén proliferando los programas televisivos que someten a las participantes a una transformación radical: de su apariencia física, su forma de cocinar, sus relaciones sentimentales, su forma de educar a los hijos, de decorar la casa o de administrar la economía doméstica; y todo ello con el pretexto de que se trata de una recompensa personal, algo que las mujeres se merecen y que las va a ayudar en una nueva vida llena de éxitos.

10 BRUNSDON, Charlotte: “Postfeminism and the Shopping Films.” *The Film Studies Reader*. Eds. Joanne Hollows, Peter Hutchins & Mark Jancovich. Oxford University Press: Oxford, 2001:291.

11 GILL, Rosalind: “Postfeminist media culture: elements of a sensibility”. *European Journal of Cultural Studies*. 10 (2). 2007:151.



La feminidad es, en consecuencia, una buena “inversión” en la que las mujeres deben emplear tiempo, esfuerzo y dinero, e incluso, en lo que parece una clara usurpación del modelo masculino, estar dispuestas a competir contra otras “aspirantes” para obtener los mejores beneficios. En esta línea, Imelda Whelehan analiza una serie de iconos de los años 80 (desde Joan Collins en su papel de Alexis Carrington, la protagonista de la serie norteamericana *Dinastía*, hasta la Primera Ministra británica Margaret Thatcher) que encarnan una feminidad excesiva e hiperbólica —rayana en la mascarada paródica de sí mismas— encaminada a neutralizar los roles y actitudes tan distintivamente masculinos que esas *Superwomen* ejercían en la vida real o en la ficción.¹² En la actualidad, esa feminidad exhibicionista ha sido también asumida por la cultura popular y convertida en toda una serie de objetos de consumo que la mujer reconoce además como objetos de deseo; eso explicaría, por ejemplo, la obsesión desinhibida de Carrie Bradshaw, la protagonista de *Sexo en Nueva York*, por los zapatos de marca, la lencería de lujo y los juguetes eróticos.

Por tanto, parece que esta mujer postfeminista se vislumbra como el sujeto ideal del neoliberalismo, un perfil claramente cultivado por las revistas de mujeres y otros géneros afines que resultan fundamentales en la construcción de una feminidad normativa, orientada prioritariamente hacia el consumo. Encarnación Pérez Salicio se refiere a este tipo de publicaciones como “el falso emblema de la mujer liberada”, en tanto que se empeñan en crear esa falsa conciencia de independencia y capacidad para decidir (que se resume en capacidad para “consumir”). El énfasis en la belleza y la satisfacción del hombre nos retrotrae, sin embargo, a una feminidad convencional y decimonónica, aunque articulada con un

nuevo lenguaje [que] se adapta a los nuevos tiempos; sólo eso, tras él, la mujer sigue sumida en la misma alienación que sus abuelas; aparece en el hogar, que es sólo suyo pues a ella se dirigen las páginas de decoración, labores y cocina; sigue enclaustrada en el mundo de los sentimientos, como lo demuestra el gran número de páginas dedicadas a analizar sus emociones, los tests de personalidad, su vida íntima, sus relaciones de pareja;

*sigue siendo una bella muñeca que dedica gran parte de su tiempo y su dinero a cuidar de su apariencia; tiempo y dinero que resta a esas otras parcelas que las revistas tanto parecen elogiar, como la preparación profesional y cultural.*¹³

Y ciertamente revistas como *Cosmopolitan*, *Marie Claire*, *Elle*, *Woman*, *Telva*, *Glamour* o *AR* incurren en esa contradicción tan característica del discurso postfeminista a la que ya se ha hecho referencia, pues invitan a sus lectoras a practicar la autoestima y la confianza en sí mismas mientras promocionan modelos de belleza tiránicos e inalcanzables; pregonan la iniciativa de las mujeres pero llenan sus páginas de consejos sobre cómo éstas deben vestirse, maquillarse, peinarse, comportarse y seducir al hombre adecuado.

Además, sigue llamando la atención el hecho de que este modelo de autocontrol y disciplina aplicado a las mujeres sea un modelo asimétrico y no equiparable a los hombres, para quienes esas transformaciones no son necesarias; en ellos, por el contrario, se valora la “autenticidad”, el ser fiel a uno mismo. Frente a la mujer bricolada, postiza, hecha de implantes y cicatrices, parece que el hombre ha de ser de una pieza, íntegro.¹⁴

A la vista de estas tensiones ideológicas existentes entre por un lado, la imagen de mujeres activas, inspiradas por deseos e iniciativa propia, capaces de tomar las riendas de su vida, y por otro, el sometimiento de estas mismas mujeres a un nivel de disciplina, escrutinio y vigilancia sin precedentes, podemos argumentar que la relación con el feminismo también resulta una cuestión ambivalente en este nuevo contexto. En primer lugar, los textos postfeministas asumen que el feminismo y su ideario son parte del panorama social y cultural, y por lo tanto, sus principios y preocupaciones se discuten abiertamente en los medios; pero de manera contradictoria, puesto que son naturalizados y al mismo tiempo, también contestados y criticados. Al respecto de esta “naturalización”, Ximena Bustamante señala:

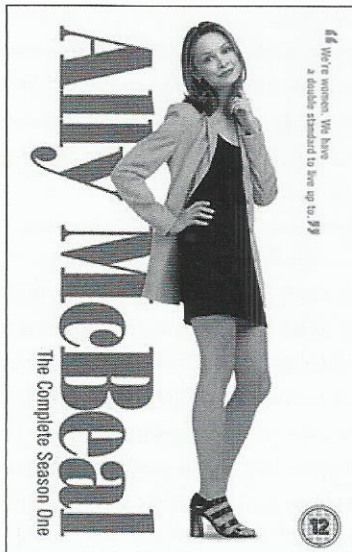
La clase media no entiende la necesidad de un movimiento como el feminismo cuando, supuestamente, se ha conseguido lo que buscaba el llamado feminismo de

12 WHELEHAN, Imelda: “Having it all (again)?” Seminar Series on *New Femininities*. Nov. 2004. [http://www.lse.ac.uk/collections/newFemininities/HAVING IT ALL final.pdf](http://www.lse.ac.uk/collections/newFemininities/HAVING_IT_ALL_final.pdf), p.5.

13 PÉREZ SALICIO, Encarnación: “La revista femenina: falso emblema de la mujer liberada”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 49 (2002). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina49abril/4911salicio.htm>

14 Excepto en aquellas transformaciones —como el perfilamiento de los músculos o el alargamiento de pene— encaminadas a reforzar las marcas “visibles” de la masculinidad más hegemónica.





Ally McBeal, un ejemplo de mujer que ha triunfado profesionalmente pero que ha fracasado en lo personal

situación de desamor y soledad en que se encuentran muchas mujeres contemporáneas, independientes profesional y económicamente pero, en lo emocional, dominadas aún por viejas estructuras de pensamiento que obstaculizan la posibilidad de desarrollar relaciones de pareja más sanas, funcionales y libres.¹⁷

El personaje de Ally McBeal representa, de hecho, a una abogada treintañera ambiciosa, insegura e inestable, brillante en lo estrictamente profesional, pero en realidad una mujer frágil con enormes desequilibrios emocionales que comparte con otros abogados de su bufete. La serie se aleja del costumbrismo documental tan característico de las historias televisivas de médicos, abogados y policías, e introduce el elemento del absurdo, que normalmente, en forma de visiones surrealistas, sirve para articular los numerosos traumas emocionales de Ally. Uno de ellos es el de quedarse soltera para siempre, y cada vez que la asaltan estos temores (sobre todo cuando está sola en casa) se le aparece un horrible bebé bailando. Igualmente, cuando se siente atraída por un hombre, se imagina a sí misma abriendo su enorme boca y comiéndole la cabeza, o sacando una lengua de sapo para chupetearlo. O cuando se siente insignificante, por ejemplo, se convierte en una abogada minúscula, lo que acentúa su sentimiento de vulnerabilidad. Los lapsus de la imaginación son constantes en la serie, y rompen la estructura narrativa realista, al tiempo que parecen exteriorizar lo que Freud llamó “el retorno de lo reprimido”, en alusión a todas aquellas pulsiones, deseos y conductas que, habiendo sido silenciadas por la racionalidad, la madurez, la ley o el decoro, vuelven a encontrar una vía para salir a la luz.

A pesar de esta fuerte dosis de ambivalencia, Anne Kingston señala que Ally McBeal supuso un “antídoto infalible contra las solteras amenazantes que hasta el momento habían copado la pequeña y gran pantalla”,¹⁸ en referencia a la criminalización que desde los años ochenta se venía haciendo de la soltería femenina en la cultura popular más conservadora. Películas de éxito como *Atracción Fatal* (1987) o *Mujer Blanca Soltera Busca* (1992) dibu-

la igualdad. Pareciera que el discurso apabullante de la igualdad de derechos hace creer que los tenemos. En este caso la palabra no le da existencia a algo, sino que al ser repetida innumerables veces sin un referente real, da lugar a una omnipotencia del signo en detrimento del significante. Se produce una especie de halo de los derechos que crea la imagen de éstos como algo dado, en lugar de algo por lo que hay que luchar.¹⁵

Y en este sentido, resulta sorprendente que, incluso en textos supuestamente definidos por una retórica de género progresista como *El diario de Bridget Jones*, *Ally McBeal* o *Sexo en Nueva York*, el feminismo se convierta en caricatura y se presente, a menudo, en su versión más radical e irracional, como un sistema represor y policial que impide a las mujeres disfrutar de los placeres de la feminidad tradicional. Uno de esos “placeres prohibidos” sería la vida en pareja, y de hecho, muchas de estas mujeres heterosexuales solteras o divorciadas parecen experimentar la paradoja de que en la medida que aumentan sus autoexigencias de éxito profesional, académico, económico y social, también se incrementa el sentimiento de frustración afectiva. La percepción generalizada entre estas nuevas heroínas es que «no hay hombres, o si los hay, están casados o son homosexuales». Esta ansiedad ha sido bautizada con el “síndrome Ally McBeal”¹⁶, y alude a la

15 BUSTAMANTE, Ximena: “¿Por qué las jóvenes se niegan al feminismo? La diferencia y la trasgresión: una moda definida para el consumo”. Suplemento *Triple Jornada*, Diario *La Jornada*. México: Octubre, 2004. <http://www.modemmujer.org/docs/6.13.htm>.

16 INFANTE, Marcela: “Desamor y soledad a lo Ally McBeal”. *El Universal*: 18 Oct. 1999, p. 57.

17 Algo parecido es el llamado “Complejo de Cenicienta” con el que Colette Dowling (2003) se refiere al temor real de las mujeres a la independencia y su necesidad de que haya un “Príncipe Azul” más fuerte para protegerlas, cuidarlas y decidir por ellas.

18 KINGSTON, Anne: *Esposa, No Esposada: Por un nuevo papel de la mujer casada en el siglo XXI*. Ediciones B: México, 2005, p.233.



jan un perfil patológico que convierte a la soltera en un estereotipo de soledad, frustración y resentimiento. Junto a estas perturbadas seductoras que rompen matrimonios y acosan sexualmente a los hombres (*Presunto Inocente*, 1990; *Acoso*, 1994) vuelve también a Hollywood el viejo temor masculinista a la perversión del poder en manos de las mujeres, con la sumisa cuidadora (madre, esposa, niñera) que se rebela y utiliza la maternidad con fines abyectos (*La mano que mece la cuna*, 1992)

Estas figuras peligrosas, independientes, frías y calculadoras no son sino la moderna versión de la *femme fatale* del cine clásico de los 40 y 50 cuando también este icono sirvió para alertar a las mujeres de clase media de los peligros de este tipo de feminidad no ortodoxa. Durante la Segunda Guerra Mundial la tradicional división sexual del trabajo se había subvertido, y algunos de los viejos prejuicios de género arrinconados temporalmente, en tanto que las mujeres fueron exhortadas a desempeñar oficios tradicionalmente asignados a los varones en fábricas, periódicos, ministerios, etc, como una manera de contribuir al sostenimiento de la economía de guerra en ausencia de los hombres. Pero como señala Niamh Baker, a pesar de este cambio puntual en la imagen de la mujer, el modelo de ama de casa, esposa y madre no fue cuestionado, por lo tanto, tras el armisticio no fue difícil poner en marcha toda una maquinaria propagandística (desde programas institucionales, a anuncios publicitarios, prensa, o cine) que invitara a las mujeres a abandonar los trabajos que habían ocupado con los hombres en el frente y volver a sus hogares y a sus familias, porque ese era "su lugar natural" y desde allí podían contribuir a la reconstrucción de sus países.¹⁹ El contrapunto de esa feminidad patriótica y doméstica era sin duda la *femme fatale* del cine negro, que se articulaba, además, como una presencia sexual amenazadora para el orden establecido.

Actualmente, la perversa protagonista del *neo-noir* y los thrillers eróticos de los años 80 y 90, heredera de aquellas heroínas de la filmografía clásica, se presenta como una consumidora compulsiva (de sexo, tabaco, y/o poder), afectada por un desorden mental que la

lleva a usurpar la masculinidad y hacer de ella un uso ambicioso, agresivo y hasta castrador, dado que su explícita sexualidad, su hambrienta "vagina dentata"²⁰ suele amenazar al hombre poco precavido.²¹

En consecuencia, no es de extrañar que la noción de independencia produzca una tensión irresoluble, pues mientras se celebra como un logro de la mujer moderna esa falta de compromiso y limitaciones familiares que le permite disfrutar de los éxitos profesionales y los placeres sexuales esporádicos, las heroínas postfeministas anhelan involucrarse en una relación más convencional que les proporcione seguridad y compañía. El terror a quedarse solas suele ser parodiado en muchos de estos textos, lo que indica un posicionamiento irónico —cómplice y crítico, serio y cómico, al mismo tiempo— respecto a esa obsesión, al parecer tan presente en el imaginario femenino. Tanto Miranda, la brillante abogada de *Sexo en Nueva York*, como Bridget Jones reflexionan sobre su estado civil y se imaginan muriendo solas en sus apartamentos sin que sus cuerpos, devorados por sus hambrientas mascotas, sean descubiertos por los vecinos hasta mucho después de haber fallecido. Es evidente que el humor negro con que se aborda este tema sirve para confrontar la estigmatización irracional que la mujer sola ha sufrido en la cultura popular.

Ejemplos como éste parecen demostrar que una de las formas de articular esas contradicciones y esos conflictos no resueltos con una ideología más progresista como la del feminismo es la ironía, ya que este recurso permite apelar al conocimiento y a la complicidad de las consumidoras, avezadas en cuestiones de género, y les hace guiños intertextuales. Permite también un distanciamiento más o menos crítico de los contenidos ambivalentes que se exponen en esos textos y una defensa ética frente a los mismos. Tras el parapeto del humor o del sarcasmo, de alguna manera se consigue hacerlos más digeribles (aunque sean abiertamente sexistas o misóginos). En uno de los episodios de *Ally McBeal* el personaje interpretado por Calista Flockhart se desahoga con su compañera de piso al respecto de su decepción tras una cita que, en relación a sus expectativas, resultó demasiado casta: "Soy un objeto

19 BAKER, Niamh: *Happily Ever After?: Women's Fiction in Post-War Britain, 1945-60*. MacMillan: London, 1989, pp.1-3.

20 La iconografía de la "vagina dentada" está presente en diversas mitologías y ha sido relacionada por el psicoanálisis con el complejo de castración, y por extensión, con el temor masculino a la sexualidad y el poder de las mujeres. Lo femenino devorador encarna, por tanto, la ansiedad patriarcal en torno al fracaso, la sumisión y la impotencia.

21 STABLES, Kate: "The Postmodern Always Rings Twice: Constructing the *Femme Fatale* in 90s Cinema". *Women in Film Noir*. Ed. Ann Kaplan. British Film Institute: London, 1998, p.180.



sexual, por el amor de Dios! ¿Por qué no me magrea un poco?”. De igual manera, las protagonistas de *Sexo en Nueva York*²² se burlan del tópico de la frágil damisela, y en el primer episodio de la tercera temporada (junio de 2000) se preguntan por qué los bomberos les resultan siempre tan atractivos, a lo que Charlotte responde “Porque a las mujeres nos gusta que nos rescaten”.

De hecho, *Bridget Jones* (que comenzó como una columna de la periodista británica Helen Fielding en *The Independent*, para convertirse después en bestseller de ficción y más tarde en película de Hollywood) puede interpretarse como una burla de la *Superwoman* y una reivindicación irónica de la imperfección en la mujer, sometida durante estas últimas décadas a presiones sociales y culturales muy exigentes. Esta re-escritura postmoderna de la novela romántica de Jane Austen *Orgullo y Prejuicio* (1813), nos presenta a Bridget como una treintañera desenfadada que trabaja en una editorial, vive sola y en su diario opina sin tapujos del mundo que la rodea: unos padres empeñados en casarla y en recordarle el ritmo implacable del “reloj biológico”, unas amigas adictas a los libros de autoayuda, un amigo homosexual objeto de sus confidencias, y un compañero de oficina que la acosa con mensajes de ordenador. Al iniciar su diario, se propone cinco objetivos: perder peso, dejar de fumar, controlar el alcohol, ser encantadora y conseguir una pareja estable; unos objetivos poco acordes con su perfil de mujer moderna y liberada, y más bien asociados al ideario femenino explotado por el género de la novela rosa en todas sus variantes. Esta circunstancia nos sitúa de nuevo ante la paradoja de una heroína postfeminista que hace uso de su formación, independencia y autoridad para elegir “libremente”, aunque al final sus opciones no son sino las relacionadas con la feminidad más normativa y convencional: prepararse para la búsqueda del hombre perfecto, boda de blanco y por todo lo alto, supeditar el trabajo al romance heterosexual y en última instancia, a una futura familia. Sin embargo, la propia autora se refiere al perfil contradictorio de su personaje y atribuye a esta duplicidad irónica el éxito de la fórmula. Según Fielding, Bridget tiene que enfrentarse a dos ideales bien distintos: uno es la imagen de la chica *Cosmopolitan*, que debe llevar una vida independiente llena de éxitos y glamour;



Sexo en Nueva York (*Sex in the City*) la vida profesional se presenta igualmente glamourizada y privada de todo conflicto

otro, es la vieja idea del fracaso que, en este contexto, sugiere que, si a los treinta no estás casada, morirás sola y sin importarle a nadie.²³

La fórmula confesional del diario narrado en primera persona (o el recurso de la voz en *off* de la pantalla) refuerza esta impresión de realismo y honestidad que invita a una mayor empatización de las espectadoras o lectoras con la protagonista de esos testimonios audaces y desinhibidos sobre lo que la cultura popular más conservadora ha identificado como los errores del feminismo. En relación a este punto, Brundsdon llega a una conclusión interesante al señalar que la mujer contemporánea tiene una relación con la feminidad diferente a sus antecesoras pre-feministas (atrapadas por la feminidad) o feministas (contrarias a la feminidad); la postfeminista más bien se sirve de ella.

Una nueva feminidad en la que, por ejemplo, no se puede obviar una elevada dosis de clasismo y esnobismo. Especialmente en *Sexo en Nueva York* la identidad femenina parece estar reducida a un exclusivo “estilo de vida” —en el sentido más material del término— que mantiene a sus personajes siempre disfrutando de su ocio y alejadas de la nada glamurosa realidad cotidiana de la mayoría de las neoyorquinas. En un contexto de feminismo edulcorado y despolitizado que genera un gran desparpajo a la hora de romper con ciertos tabúes no meramente sexuales, sino también en torno a los



²² la serie de culto producida por Darren Star para HBO, difundida en seis temporadas desde 1998 a 2004 para canales de todo el mundo y convertida en película en 2008.

²³ “An Interview with Helen Fielding” http://us.penguin.com/static/rguides/us/bridget_joness_diary.html

clichés y servidumbres de la mujer moderna, el objeto de consumo se ofrece como una gratificación personal, algo que la mujer se merece y con lo que ella misma se recompensa -porque puede permitírselo, no lo olvidemos-. Esto explicaría que, frente a los diamantes regalados por los caballeros a las rubias en la película de Howard Hawks, o más recientemente, el asalto a las boutiques de la 5ª Avenida que la prostituta protagonista de *Pretty Woman* hace con cargo a la tarjeta de crédito de su atractivo cliente, los guionistas de *Sexo en Nueva York* quieran desterrar de la serie esa imagen del consumo asociada a la prostitución femenina y destaquen el antojo de Carrie por, entre otras cosas, los zapatos de la firma Manolo Blahnik que ella adquiere por sus propios medios, y atesora hasta el punto de que en el episodio "El derecho de una mujer a elegir sus zapatos" (sexta Temporada), cuando éstos le son robados en una fiesta, la protagonista se lamenta en unos términos tragicómicos, que por otro lado, cualquier mujer suscribiría: "He gastado mi dinero en regalos para las bodas e hijos de mis amigos, y nadie ha celebrado todavía el hecho de que yo esté soltera".²⁴

En esta línea cabe destacar la emergencia de un género de ficción llamado en el ámbito anglosajón *chick-lit* (traducido al castellano como "Literatura para chicas"), que retrata a mujeres jóvenes, profesionales y urbanitas, cuyas vidas giran en torno a los retos que éstas afrontan en una cotidianeidad determinada por el consumo compulsivo y una actitud desenfadada en las relaciones sexuales y laborales. Algunos de los títulos más conocidos, aparte de los ya mencionados, *El diario de Bridget Jones* (Helen Fielding, 1998) y *Sexo en Nueva York (Sex and the City)* (Candace Bushnell, 1997), son *Loca por las compras (Confessions of a Shopaholic)* (Sophie Kinsella, 2002), *El Diabolo viste de Prada* (Lauren Weisberger, 2003) o *Sushi para principiantes* (Marian Keyes, 2003).²⁵

Algunas críticas feministas especializadas en el estudio de la cultura popular contemporánea señalan que el postfeminismo viene definido no sólo por una exclusiva noción de clase, sino, en igual medi-



Varios ejemplos de *Chick-Lit*, literatura para chicas.

da, por restricciones vinculadas a la edad o la raza.²⁶ Sus protagonistas son mayoritariamente blancas, de clase media, y están obsesionadas con su juventud y su apariencia física (para lo que encuentran en la moda, la cosmética, la cirugía y toda la industria de la belleza un poderoso aliado que les permite fantasear con el mito de la eterna juventud); un modelo ciertamente elitista, que enfatiza el consumo y el ocio como estrategias de construcción de la identidad, y que ofrece placeres y estilos de vida excluyentes como si éstos fueran universalmente accesibles. La vida profesional, apenas separada de su vida social y emocional, y supuestamente un logro del que estas mujeres debieran sentirse orgullosas, se presenta igualmente glamourizada y privada de todo conflicto, como puede verse en el caso de Carrie Bradshaw, la protagonista de *Sexo en Nueva York*, cuya actividad profesional, la escritura, aparece como fácil, liviana y placentera, e inspirada por su propia vida y la de sus amigas, que, en este reducidísimo y endogámico universo, se convierten en habitual materia narrativa de su columna. Como indica María Ruido, "su tiempo de vida y su tiempo de trabajo no sólo están solapados, sino que esta confusión implica además el saqueo de sus redes afectivas de una forma continua y normalizada".²⁷

En definitiva, y a la vista del panorama mediático y cultural analizado en el presente trabajo, puede

24 Este énfasis en el consumo no ha pasado desapercibido para los profesionales del turismo, que han visto una mina de oro en las aventuras de estas cuatro amigas frívolas y deslenguadas que son parte esencial de esa sociedad urbanita e hipócrita, pero a la que critican con una mezcla de cinismo y ternura. Agencias como 'On Location Tours', especializada desde 1999 en los lugares de filmación de películas y series de televisión, propone el paquete de 'Sex and the City' que incluye un circuito de varias horas en autobús o en limusina por los "santos lugares" de la serie: desde los restaurantes y coctelerías de moda donde las protagonistas se reúnen o tienen sus citas amorosas, hasta las tiendas más exclusivas del Soho o la Quinta Avenida frecuentadas por Carrie y sus amigas.

25 En España también han surgido autoras que cultivan este género rosa modernizado; es el caso de Emma Reverter con *Citas en Manhattan* (2008) y el de Rebeca Rus con *Sabrina: 1, el Mundo: 0* (2008).

26 TASKER, Yvonne & NEGRA, D.: "In Focus: Postfeminism and Contemporary Media Studies." *The Cinema Journal*. Vol. 44 (2) 2005, pp. 107-110.

27 RUIDO, María: "Just Do It!: Cuerpos e imágenes de mujeres en la nueva división del trabajo". 2006. <http://www.espazodocumental.net/index>, p.20.



afirmarse que el postfeminismo, más que como un nuevo paradigma conceptual, se articula como una coyuntura que viene definida por dos procesos fundamentales: la absorción de las demandas feministas por parte de las instituciones y la opinión pública, y la disolución del sujeto social femenino como fuerza aglutinadora. La observación crítica de esta coyuntura y su plasmación en los medios de comunicación nos ha permitido vislumbrar una sensibilidad postfeminista caracterizada por determinados elementos: relación problemática con el feminismo como ideología liberadora, pero también responsable de la crisis de identidad en que se encuentra la mujer contemporánea, atrapada entre una serie de opciones marcadas como progresistas y otras como

tradicionales; énfasis en las necesidades individuales más que en el compromiso colectivo; nostalgia por una feminidad convencional sacrificada por el feminismo y que incluye aspectos como la maternidad, la domesticidad o el matrimonio; y énfasis en el consumo como política identitaria definida por el mercado. En consecuencia, y como se ha tratado de demostrar en el análisis de diferentes textos y contextos de la cultura popular de las dos últimas décadas, el discurso postfeminista ha generado un perfil de mujer complejo y contradictorio, que rompe y al mismo tiempo perpetúa estereotipos de género, y que provoca, simultáneamente nuestra simpatía y nuestro rechazo hacia esos modelos.



BIBLIOGRAFÍA

- ATTWOOD, Feona. "Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture". *Sexualities* Vol. 9 (1) 2006: 77-94.
- BAKER, Niamh. *Happily Ever After?: Women's Fiction in Post-War Britain, 1945-60*. MacMillan: London, 1989.
- BRUNSDON, Charlotte. "Postfeminism and the Shopping Films." *The Film Studies Reader*. Eds. Joanne Hollows, Peter Hutchins & Mark Jancovich. Oxford University Press: Oxford, 2001: 289-99.
- BUSHNELL, Candace. *Sex and the City*. Grand Central Publishing: New York, 1997.
- BUSTAMANTE, Ximena. "¿Por qué las jóvenes se niegan al feminismo? La diferencia y la trasgresión: una moda definida para el consumo". Suplemento *Triple Jornada*, Diario *La Jornada*. México: Octubre, 2004. <http://www.modemmujer.org/docs/6.13.htm>
- DOWLING, Colette. *The Cinderella Complex: Women's Hidden Fear of Independence*. Fontana: Glasgow, 1990.
- DU GAY, Paul. *Consumption and Identity at Work*. Sage: London, 1996.
- DURHAM, M. Gigi. *The Lolita Effect: The Media Sexualization of Young Girls and What We Can Do About It*. Overlook Press: New York, 2008.
- FALUDI, Susan. *Reacción: La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Anagrama: Barcelona, 1993.
- FIELDING, Helen. *Bridget Jones's Diary*. Penguin: Harmondsworth, 1999.
- FOUCAULT, Michel. *Vigilar y castigar: el nacimiento de la prisión*. Editorial Siglo XXI: Buenos Aires, 2002.
- GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Polity Press: Oxford, 1991.
- GILL, Rosalind. "Postfeminist media culture: elements of a sensibility". *European Journal of Cultural Studies*. 10 (2). 2007: 147-166.
- GOMÁRIZ Moraga, Enrique. "Postfeminismo, conflicto de sexos o democracia de género: La encrucijada del siglo XXI". *Democracia de Género. Una propuesta para Mujeres y Hombres del Siglo XXI*. Eds. Angela Meentzen, Enrique Gomáriz. Fundación Heinrich Böll y la Fundación Género y Sociedad: San Salvador, El Salvador/San José, Costa Rica, 2000: 31-41.
- INFANTE, Marcela. "Desamor y soledad a lo Ally McBeal". *El Universal*: 18 Oct. 1999: 57
- KINGSTON, Anne. *Esposa, No Esposada: Por un nuevo papel de la mujer casada en el siglo XXI*. Ediciones B: México, 2005.
- MODLESKI, Tania. *Feminism Without Women: Culture and Criticism in a Postfeminist Age*. Routledge: New York, 1991.
- OPPLINGER, A. Patrice. *Girls Gone Skank: The Sexualization of Girls in American Culture*. McFarland: New York, 2008.
- PÉREZ SALICIO, Encarnación. "La revista femenina: falso emblema de la mujer liberada". *Revista Latina de Comunicación Social*, 49 (2002). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina49abril/4911salicio.htm>
- PRECIADO, Beatriz. "Entrevista a Beatriz Preciado por Jesús Carrillo". *DDOOS: Asociación de Amigos del Arte y la Cultura*. (Desacuerdos). 22-11-2004. http://ddoos.org/articulos/entrevistas/beatriz_preciado.htm
- PROBYN, Elspeth. "New Traditionalism and Post-Feminism: TV Does the Home." *Screen* 31.2 (1990): 147-59.
- RUIDO, María. "Just Do It!: Cuerpos e imágenes de mujeres en la nueva división del trabajo". 2006. <http://www.espazodocumental.net/index>
- SÁNCHEZ-PALENCIA, Carolina. "Cuerpos, lenguajes, miradas: Tres narradoras británicas contemporáneas." *Philología Hispalensis*. Vol. XVI (2) 2002: 101-117.
- STABLES, Kate. "The Postmodern Always Rings Twice: Constructing the *Femme Fatale* in 90s Cinema". *Women in Film Noir*. Ed. Ann Kaplan. British Film Institute: London, 1998: 164-82.
- TASKER, Yvonne & NEGRA, D.. "In Focus: Postfeminism and Contemporary Media Studies." *The Cinema Journal*. Vol. 44 (2) 2005: 107-110.
- WHELEHAN, Imelda. "Having it all (again)?" Seminar Series on *New Femininities*. Nov. 2004. http://www.lse.ac.uk/collections/newFemininities/HAVING_IT_ALL_final.pdf

FILMOGRAFÍA

- Acoso*. Dir. Barry Levinson. Warner Bros., 1994.
- Armas de mujer*. Dir. Mike Nichols. 20th Century Fox, 1998.
- Atracción Fatal*. Dir. Adrian Lyne. Paramount Pictures, 1987.
- La mano que mece la cuna*. Dir. Curtis Hanson. Hollywood Pictures, 1992.
- Los caballeros las prefieren rubias*. Dir. Howard Hawks. 20th Century Fox, 1953
- Mujer Blanca Soltera Busca*. Dir. Barbet Schroeder. Columbia Pictures, 1992.
- Presunto Inocente*. Dir. Alan Pakula. Warner Bros., 1990.
- Pretty Woman*. Dir. Garry Marshall. Touchstone Pictures, 1990.

