



NARRATIVAS SOBRE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES: SEXUALIDAD, PUBLICIDAD Y PORNOGRAFÍA

Rodriguez, Sibila

Correo electrónico: sibilarodriguez23@hotmail.com

Pertenencia institucional: Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata (CeID-TV)

Gonzalez, Leonardo Julio

Correo electrónico: leonardo.gonzalez@presi.unlp.edu.ar

Pertenencia institucional: Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata (CeID-TV)

Paulini, Silvina Mariel

Correo electrónico: spauloni@hotmail.com

Pertenencia institucional: Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata (CeID-TV)

ÁREA TEMÁTICA DE INTERÉS: Feminismos, estudios de género y sexualidades

RESUMEN:

La presente ponencia propone un análisis sobre la construcción normativa de la sexualidad de las mujeres a lo largo de la historia, en la que se determinaron formas legítimas en la que éstas debían vivir su sexualidad. Se asume que mediante la opresión real y simbólica se convierte a la mujer en un ser no deseante que únicamente puede utilizar su sexualidad para cumplir un rol biológico: el ser madre. Todo aquello que esté por fuera de esta concepción será marginado, silenciado e incluso penado por la ley.

Para ejemplificar el análisis de la representación de las mujeres en el espacio público se analiza el rol de los medios de comunicación y particularmente de la publicidad. A partir de conceptualizaciones como “dominación masculina” de Pierre Bourdieu se realiza un entrecruzamiento en el que se determina por qué la publicidad sigue siendo un ámbito sexista y patriarcal en el que se reproducen estereotipos de mujer específicos, con el objetivo de demostrar la íntima relación que existe entre capitalismo y patriarcado y la funcionalidad que tiene el seguir reproduciendo estos modelos ideológicos de sujetos y sujetas.

Por último, se realizó un análisis de la pornografía como agente pedagógico, es decir, como constructor de deseos, de lo que se reconoce como erótico, donde se determinan las maneras correctas de relacionarse sexualmente con otras personas, siempre ligadas a la heterosexualidad y dentro de ese contexto al placer de lo masculino por sobre lo femenino.

PALABRAS CLAVES: - SEXUALIDAD - PUBLICIDAD - PORNOGRAFÍA

La sexualidad de las mujeres: breve abordaje histórico

A través de los años se ha ido construyendo un discurso respecto al sexo, la sexualidad y los cuerpos hasta convertirse en un régimen normativo. Con el aporte de las ciencias médicas y psiquiátricas se le otorga un carácter científico, rompiendo con el discurso religioso y moral de la Edad Media, y logrando un desplazamiento de la temática hacia las ciencias naturales.

Sin embargo, dentro de este nuevo discurso ligado al orden y progreso, existe una ambigüedad discursiva respecto a la sexualidad que Córdoba, Sáez y Vidarte (2005) explican como “de un lado, es lo más animal y cercano al orden natural que hay en el ser humano (y, por lo tanto, debe ser controlada para mantener el orden social, que de otra forma se vería en peligro); pero, por otro lado, la naturaleza se introducirá como elemento en la argumentación con la función de ligar la sexualidad a la reproducción como su única forma legítima”. (p.25) Entonces la medicalización de los cuerpos no sólo logra una estandarización respecto a cómo es un cuerpo deseado y “normal”, sino que además clausura la relación sexo/sexualidad desde perspectivas biologicistas ligadas únicamente a la reproducción.

A partir de esa ambigüedad se puede afirmar que, por un lado, el orden social exige el control y el disciplinamiento de los cuerpos y las sexualidades que se profundiza con los avances tecnológicos, y por otro, que el deseo y el placer sexual comienzan a ser gestionados y determinados por las instituciones que se consolidarán con la creación de los Estados-Naciones (la familia, el sistema educativo, la medicina, la propiedad privada, etc.). Con las distintas etapas de la historia de la sociedad el uso del cuerpo de las mujeres se va modificando y alterando. Las funciones reproductivas la convierten en un cuerpo para otros: la procreación y el goce del hombre.

Es interesante retomar el libro *Totem y tabú* de Sigmund Freud (1913) en el que a partir del mito de la horda primitiva teoriza sobre la constitución del hombre como ser social y refuerza esta idea de la mujer como “cuerpo para otros”. En resumen explica que los machos (hermanos), cansados de que existiera un alfa (padre) que acaparara a las hembras e impidiera la promiscuidad por celos, deciden matar al jefe y comerlo creyendo que así lograrían ser como él. Al hacerlo sienten culpa y convierten a ese macho alfa en el Tótem del que sienten envidia pero que idolatran, que aman y odian, por querer ser como

él. Es entonces cuando a partir de la culpa se constituyen los dos grandes prohibiciones: no al incesto y no al parricidio. Es a partir de estas dos normas que se constituyen como iguales y pueden vivir en sociedad.

Pero entonces, surge la pregunta respecto a qué lugar ocupaban las mujeres dentro de la construcción del ser social, y la respuesta es que desde los comienzos se las reconoce como un objeto y propiedad de los hombres, digna de ser consumida y desechada a gusto. Se podría afirmar, entonces, que a la mujer desde los inicios se la ha despojado de su deseo y placer sexual, y que con el capitalismo y los medios de comunicación se han exagerado los dotes femeninos de la sensualidad y seducción para aparentar una cierta libertad sexual que en realidad sigue siendo una forma de control del cuerpo femenino.

Los parámetros de belleza, las formas normativas de vivir el sexo, el porno streaming como pedagogía sexual apuntada hacia el placer masculino, generan una “cultura en donde se exalta el aspecto sexual en la vida de una mujer en detrimento de otras cualidades a desarrollar, (que) impide igualmente que esa sexualidad sea verdaderamente suya” (Figueroa Perea y Rivera Reyes, 1992, p. 105).

Las narraciones de la TV sobre los cuerpos de las mujeres: la publicidad

Los sujetos sociales se reproducen a sí mismos mediante las formas sociales que asumen sus producciones materiales. Esto implica que las relaciones que rodeen a sus producciones materiales de existencia determinan y forman las estructuras de su existencia. En su momento Marx explicaba que eran las fuerzas y relaciones de producción, y el modo en que éstas estaban determinadas y divididas socialmente en las diferentes épocas históricas, las que hacían surgir las formas más elaboradas de la estructura social. Retomando las críticas feministas del apartado anterior a Tótem y Tabú, podría decirse que en realidad es la división sexual del trabajo la primera gran “norma natural” que determina al ser humano al organizarse socialmente.

Esta división sexual del trabajo puede ser sostenida y reforzada en el tiempo porque se construyó un consenso dentro del sistema social que determina que los varones cis-género tiene determinadas características y posibilidades biológicas que les permiten realizar algunas actividades sociales, y las mujeres cis-género responden a otras que también las ligan otras. Para lograr explicar mejor este posicionamiento retomaré el concepto de habitus

de Pierre Bourdieu que lo explica como “estructuras estructuradas predispuestas a ser estructuras estructurantes”. Esto significa que lxs sujetxs circulan y hacen uso de estructuras que ya estaban construidas por la sociedad de antemano, que no son casuales o naturales sino que han sido objetivadas. El estar objetivadas significa que se las incorpora como fijas, establecidas en el tiempo y absolutas, es decir, que actuamos y nos movemos dentro de ellas de una manera conformista sin recurrir a una reflexión consciente respecto a la construcción social de las mismas. Al hablar de estructuras estructurantes se hace referencia a que el habitus solo funciona en sentido práctico, lo que implica interiorizarlas de “modo implícito, pre-reflexivo y pre-teórico” (Civardi F. y Pozo, C: 05) mientras organizan nuestras prácticas y modos de actuar en la sociedad. Entonces estas estructuras determinadas social y previamente se constituyen en y por el sujeto desde la infancia hasta convertirse en un sistema de hábitos tan internalizados y naturalizados que son los más difíciles de desarticular y deconstruir por su carácter no consciente.

Íntimamente ligado con la concepción de habitus, Bourdieu analiza que las sociedades plantean como natural la organización socio cultural, económica, política, etcétera, de las sociedades ligada a la dominación de los hombres y lo masculino por sobre las mujeres y lo femenino. Si no fuera por la naturalización, es decir, por la objetivación de ese sistema social que se regula, construye reglas y prácticas sociales a partir de la división de sexos (genitalidades), que tiene una carga fuertemente biologicista, la continuidad de la sociedad machista y patriarcal sería insostenible. Es claro que este sistema social se mantiene y fortalece porque todxs lxs individuxs en algún punto contribuyen a seguir produciendo y reproduciendo esa manera de ver el mundo. Nuevamente entra en juego en esta concepción lo difícil que es romper con estructuras incorporadas como naturales desde la socialización primaria, siendo las incorporaciones en esa etapa las más difíciles de desarraigar.

En este sentido y para seguir complejizando la temática, Omar Rincón (2002) sostiene que en la actualidad las formas audiovisuales se volvieron claves para los individuos porque a partir de ellas se proporcionan los temas de conversación pero también los esquemas o modelos de comportamiento, de conversación, sueños, deseos y formas de interpretar la realidad. Por este motivo caracteriza a la televisión como “una institución social, gracias a que actúa como agente socializador, a través del cual se aprenden normas y valores que guían la acción individual y colectiva” (p.123) pero que además se convierte en un lugar de

la política porque, en cierta medida, determina las formas de hacer la vida pública, y en un lugar educativo ya que proporciona saberes útiles para la sociedad aunque éstos puedan ser considerados formales o informales. De todas formas, el autor sigue desarrollando su definición sobre la televisión y explica que no debe agotarse en su caracterización como institución social sino que “es preciso reconocer su carácter industrial y comercial, que busca la satisfacción del gusto de sus consumidores, para poder hacerse rentable ante sus inversionistas” (Rincón, 2002: 124).

Haciendo una relación entre esta definición de televisión ligada al carácter comercial y el consumo, se puede sumar el análisis de Bourdieu sobre la dominación masculina. Él realiza un trabajo antropológico en el norte argelino y sus análisis pueden transponerse a las sociedades occidentales como la nuestra, ya que explica que la división entre sexos es una construcción social que posibilita y fomenta la opresión de los hombres sobre las mujeres y que “la clave de la continuidad de esta organización sociocultural reside en el hecho de que la dominación masculina se presenta como algo natural e incuestionable” (Civardi y Pozo: 06) y por este motivo no necesita justificación. Entendiendo a la televisión como una institución social más dentro del sistema de dominación de los hombres, se pueden empezar a deconstruir cuáles son los discursos que circulan y demostrar que no son casuales, sino ideológicos.

Con el calor de los cambios sociales de las últimas décadas, la televisión y el sistema de consumo tienden a incorporar estas nuevas disidencias para hacerlas digeribles y poder posicionarlas dentro del mercado de bienes y servicios. Pero como el sistema de dominación sigue siendo de lo masculino sobre lo femenino, teniendo los primeros un derecho natural al goce, el placer y la diversión, “las representaciones del placer femenino casi siempre involucran relaciones heterosexuales y falocéntricas, en detrimento de otras posibilidades de obtención de placer sin el contacto con un hombre” (Rodríguez Salazar, T. y Pérez Sánchez, I. 2013: s/n) porque este tipo de representaciones dejarían de hacer foco en los deseos del hombre heteronormado.

Desde la misma lógica también puede entenderse a la publicidad como “una herramienta de comunicación persuasiva al servicio de los intereses de las empresas, las administraciones, los partidos políticos y todo aquél deseoso de influir en los conocimientos, las actitudes o las conductas de los públicos” (Garrido Lora, 2007:56) que, por ende, tiene la capacidad de

construir universos simbólicos con la doble función de responder a los intereses económicos mientras que refuerza los estereotipos, ofrece modelos de familia, formas de ser, propone modas o prácticas sociales, etc. Siguiendo a estos autores “la belleza, la seducción y la ternura siguen siendo los principales valores de la mujer en la publicidad, mientras que el hombre representa la autoridad, el saber, la ciencia y la técnica” (Garrido Lora, 2007:59) por lo que se sigue reproduciendo la norma patriarcal dentro de la televisión como institución social.

Esto sucede porque el género debe ser entendido como “el conjunto de creencias, prescripciones y atribuciones que se construyen socialmente tomando a la diferencia sexual como base” (Lamas, 2007:01) que significa que es un filtro cultural desde el que se va a establecer lo propio de los hombres y mujeres, vistos como par dicotómico. Así se establecerán las obligaciones y prohibiciones de cada sexo, que hegemónicamente siguen ligados a la cuestión biológica. Desde el lenguaje, como institución ideológica, se generará la función simbolizadora que hará que las experiencias se materialicen y se hagan inteligibles, siendo un elemento fundante de la matriz cultural. A partir del lenguaje sucede este proceso de constitución del género con las características específicas respecto a las actividades y conductas de cada cuerpo, que se materializarán con la cultura y desencadenarán, por ejemplo, en la publicidad televisiva.

Como nuestra percepción ya está filtrada y condicionada por el lenguaje y la cultura que habitamos, que como se dijo anteriormente es histórica e ideológica, nuestra conciencia también va a estar habitada por los discursos sociales. Esto es importante para entender cómo es que el género estructura nuestra percepción individual pero, además, organiza y simboliza la vida social en general. Así la división sexual del trabajo será construida a partir de “caracteres fisiológicos –reproducción, lactancia, crianza- (que) determinaron el rol de las mujeres (...) en una especialista de cuidados domésticos. Estos mismos vínculos biológicos, mediante un mecanismo de proyección cultural, van a mantener su vigencia (...) influyendo en la división sexual del trabajo dentro y fuera del marco familiar”. (González y Solano Ruiz, 2007:69) . Entonces las desigualdades de género atravesarán tanto el ámbito público y de producción como el privado y de reproducción, y ninguna de las actividades distribuidas será neutral.

En este sentido la publicidad y el mercado reinterpretarán la nueva realidad social en la que

las mujeres cada vez tienen más derechos adquiridos y seguirán ofreciendo una imagen estereotipada pero con algunos cambios para no producir rechazo social. Estos cambios superficiales no intentan romper o cuestionar el sistema de dominación masculina, sino que los intereses son meramente económicos. Dentro de las estrategias de marketing “la mujer es la conservadora de valores y el principal agente de consumo, dada su doble condición de compradora de artículos para su uso y para uso de otros” (Blanco Castillas, 2005:51) entonces ese puede ser el motivo de por qué desde el sector de la publicidad se sigue defendiendo este modelo de organización y de relaciones sociales: es el modelo que seguirá garantizando el consumo satisfactorio que requiere el capitalismo.

La pornografía: agente pedagógico

No es una novedad el entender que las instituciones de la sociedad moderna tienen como objetivo la normalización de los cuerpos dentro del sistema establecido mediante la sociedad disciplinaria del panóptico de Foucault. En su tomo primero de “La historia de la sexualidad” el autor explica cómo los dispositivos de poder se articulan directamente con el cuerpo, porque estar dentro de la sociedad disciplinaria implica tener el tiempo controlado y organizado además del cuerpo vigilado y dirigido.

A partir de entender que los sujetos tienden a la normalización de sus percepciones, habilidades, cualidades, gustos, deseos, etc. por transitar las instituciones de la sociedad disciplinaria, Foucault determina que la noción de sexo “permitió agrupar en una unidad artificial elementos anatómicos, funciones biológicas, conductas, sensaciones, placeres, y permitió el funcionamiento como principio causal de esa misma unidad ficticia” (1990:90). A lo que se refiere con este posicionamiento es que dominar el ámbito de la sexualidad es invertir la representación de las relaciones de poder y reducirlo a una instancia específica donde “ciertos contenidos de la biología y la fisiología pudieron servir de principio de normalidad para la sexualidad humana”(1990:92).

De esta manera se crea al sexo como un elemento imaginario dentro del gran dispositivo de la sexualidad, que tiene como objetivo implantar en los sujetos y sujetas el deseo de tener el sexo, de acceder a él, de poder descubrirlo, liberarlo, articularlo en el discurso y así poder formularlo como verdad. El sexo se constituyó como deseable y su resultado es la fijación en cada persona de sentir la obligación de conocerlo, y así también, de acceder al poder que

conlleva. Pero también se construyó una trampa alrededor de este dispositivo: en el afán de querer hacerlo propio hemos quedado ligados a lo que el Poder determinó como verdadero sexo. Foucault va a explicar que es “como un espejismo en el que creemos reconocernos, el brillo negro del sexo” (1990:93) pero que esconde su construcción histórica y las relaciones de poder desiguales que se ejercen en la búsqueda y toma de posesión de ese sexo-poder que depende de la historia de la sexualidad.

Mediante este posicionamiento se puede pensar el ejemplo de la pornografía tradicional o *mainstream* que se caracteriza por atribuir roles determinados a los sujetos que representa, trasladando relaciones de poder basadas en la supremacía de lo blanco, lo anglosajón, lo heterosexual y masculino, frente a cualquier otro tipo de identidad. Se podría decir que esta pornografía cosifica los cuerpos femeninos porque apunta únicamente al placer de lo masculino, es decir, tiene una perspectiva falocéntrica, pero que además patologiza determinadas corporalidades y como resultado elimina la posibilidad de sentir deseo, placer sexual e incluso la necesidad de realizar prácticas sexuales de determinados cuerpos. Formoso Araujo (2013) plantea que la pornografía *mainstream* debe ser considerada como “un reflejo del modelo sexual heterosexual dominante o hegemónico de occidente” (p.05) y en este sentido la supone como “una tecnología de género que escenifica la violencia machista de nuestro modelo sexual dominante” (2013:2).

Los mecanismos del capitalismo han realizado alrededor del sexo toda una maquinaria de poder donde las narrativas del sexo se han construido como consumo de los otros. La pornografía es uno de los agentes pedagógicos más importantes del cuerpo y los deseos de los niños y las niñas, que aprenden lo que se supone que es el sexo a partir de estas representaciones tradicionales, pero que además crea discursos sobre lo que debería ser la sexualidad normal y saludable, las prácticas permitidas, lo satisfactorio, etc. Retomando a Foucault, se puede inscribir a la pornografía dentro de los procesos de disciplinamiento y configuración de los ejercicios ya que se desarrollarán los deseos eróticos ligados a una idea heteronormativa. Así se crea una asociación conceptual donde “las representaciones del placer femenino casi siempre involucran relaciones heterosexuales y falocéntricas, en detrimento de otras posibilidades de obtención de placer sin el contacto con un hombre” (Rodríguez Salazar, T. y Pérez Sánchez, I. 2013:s/n). Sin embargo, se debe considerar que existen nuevas perspectivas desde las cuáles hacer pornografía que no creen que haya que

abolirla o abandonarla, sino que es a partir de la resignificación y la producción de nuevos discursos que se genera el debate político. De esta manera se empieza a hablar del “porno para mujeres” que da cuenta de que la mayoría de las producciones audiovisuales de carácter pornográfico no incluyen entre sus receptores potenciales o de facto a mujeres, y que por eso es necesario que cada vez sean más las que escriban textos eróticos y dirijan las producciones.

A pesar de que existen productoras como Candida Royalle, que en 1985 dirigió el filme erótico *Under the Covers*, se puede ubicar el nacimiento del porno para mujeres a finales de la década del 90 y principios del 2000. En esta necesidad por más mujeres produciendo también se generó el presupuesto de que podía lograrse una mirada diferente que tenga por finalidad el satisfacer sexualmente a ellas. En la actualidad se puede pensar a Erika Lust, Licenciada en Ciencias Políticas y especializada en Estudios Feministas por la Universidad de Lund, como la embajadora del porno para mujeres. En su página web denomina a su trabajo como “una óptica innovadora, femenina y visualmente atractiva”, y es interesante hacer foco en el adjetivo femenino porque hace referencia a la mujer como creadora pero también a la disidencia a la que apunta como espectadora.

El objetivo de estos nuevos discursos es claro: la pornografía existe y representa un espacio donde se muestran diferentes identidades relacionadas mediante disputas de poder y, por lo tanto, ven en esos espacios la necesidad de asumirlos como propios reivindicando nuevas formas de entender el placer, el goce y la representación de esas identidades. Por este motivo se intenta encontrar un punto en el que la construcción de las corporeidades, las sexualidades y las identidades que no se ven representadas dentro del llamado porno *mainstream* por ser un punto de vista heterosexual, dominante y masculino, puedan tener la posibilidad de disputa. Tal es así que la post-pornografía puede ser reconocida como representante de aquellos colectivos disidentes que quieren reapropiarse de su imagen y su sexualidad porque históricamente han sido narrados por los otros, por quienes tenían el poder de nombrarlos, tales como los grupos LGTB, los trabajadores sexuales, drag queens, personas queer, identidades no binarias, etc.

A modo de cierre

Los discursos producidos por la televisión sobre la sexualidad y el sexo no sólo generan estereotipos de género que determinarán patrones de conducta sobre cómo se debe ser y de qué manera se debe actuar, sino que además facilitan la normalización de los cuerpos que pueden ser deseados por los otros y, por ende, tener derecho al goce y al placer sexual, y en consecuencia también clausuran la posibilidad de que las disidencias a la norma accedan con las mismas condiciones a los mismos derechos. Los cuerpos aceptados serán aquellos que sean mostrados por los mercados de consumo, instituciones que les darán entidad y existencia, mientras que aquellos que no sean mostrados serán los cuerpos y las identidades prohibidas, sancionadas o marginadas por el sistema. Es a partir de los patrones de conducta y los roles de género que se construyen las realidades sociales y se disponen y distribuyen las relaciones de poder en la sociedad, siendo la publicidad y la pornografía dos ejemplos claves en la identificación de los lugares determinados para hombres y mujeres, e incluso para las identidades más allá de ese binomio que también representa un reduccionismo biologicista.

Las maneras en que se produce, reproduce y pone en circulación, mediante la televisión y las nuevas pantallas, a los discursos hegemónicos sobre la sexualidad y la distribución social de los roles de género condicionan la representación que las mujeres adquieren sobre los alcances de su propia sexualidad limitándolas a ejercer lo que manda la norma. Sin embargo, no se debe entender a la cultura y a la televisión como instituciones fijas y absolutas sino que deben ser reconocidas como construidas históricamente y propensas a ser deconstruidas para crear algo nuevo.

En la actualidad se ha logrado visibilizar el reconocimiento de los derechos femeninos al disfrute y a la gestión sexual pero aún así se debe analizar la posibilidad de “que el placer femenino se convierta en una exigencia que limita la libertad sexual de la mujer, o dicho de otro modo, que el goce se vuelva una imposición que pretenda circunscribir las sensaciones a ciertos principios” (Rodríguez Salazar, T. y Pérez Sánchez, I. 2013:s/n), volviendo al concepto del dispositivo de sexo-poder explicado por Foucault. Para Beatriz Espejo (2009) “el poder macho sobre el que se sustenta la cultura, la familia, incluso nuestra propia construcción como sujetos, siempre ha tenido como objeto la castración psicológica de la feminidad y la libertad en su versión más mezquina” (p. 46) y en el mismo sentido Vergara y Sandoval (2013) buscan una apertura al explicar que “es en la cotidianeidad donde

podemos ver los comportamientos culturales más arraigados de la sociedad, y que es en estos aspectos micro donde pueden hacerse diferencias, para romper con estas cadenas de desigualdad y subordinación de las personas a los géneros” (p. 01).

Para contrarrestar la ironía del dispositivo sexo-poder de Foucault “que nos hace creer que en ello (el sexo) reside nuestra ‘liberación’ ” (p. 93), el autor plantea que se debe realizar una inversión táctica de los mecanismos que el Poder utiliza para hacer válida la sexualidad como lo son la construcción de los cuerpos, de los placeres y de los saberes. Es por eso que es en esta concepción de una cultura móvil donde se pueden resignificar las prácticas sociales porque en todo dispositivo de poder existe la posibilidad de contraataque, de resistencia al poder y de acción. La clave de la “liberación” de la que habla el autor se sustenta en el entendimiento de que el ser humano vive dentro de la prisión del lenguaje, que atraparà a todo lo que existe en las palabras como esencias clausuradas y aparentemente inmóviles pero que a su vez es a través del mismo que se encuentra la respuesta para generar una salida u, al menos, opciones que burlen a la norma establecida como verdad absoluta.

Bibliografía

Civardi, F. y Pozo, C. (s/f). Orden social, relaciones de poder y construcción de sentido en la teoría de Pierre Bourdieu. Documento de cátedra. Facultad de Periodismo y Comunicación Social - UNLP.

Garrido Lora, Manuel (2007). Estereotipos de género en la publicidad. La creatividad en la encrucijada sociológica. Universidad de Sevilla. Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura.

Rodríguez Salazar, T. y Pérez Sánchez, I. (2013) La sexualidad femenina en discursos de la prensa popular y la ficción televisiva. Universidad de Guadalajara.

Núñez Puente, Sonia (s.f). Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey. Madrid, España.

Blanco Castilla, Elena (2005). Violencia de género y publicidad sexista. Revista Latinoamericana de comunicación “Chasqui”, edición n° 91.

Espejo, Beatriz (2009). Manifiesto Puta. Editorial Bellaterra.

Formoso Araujo, Climent (2013). Ponencia: Cuerpos heteronormativos y polvos plásticos: transformaciones de los cuerpos y sus usos en la industria pornográfica e imaginarios coitales postmodernos. Universidad de Barcelona.

Lamas, Marta (2007). El género es cultura. V Campus Euroamericano de Cooperación Cultural. Almada, Portugal.

Siles González, J. y Solano Ruiz, C. (2007) Estructuras sociales, división sexual del trabajo y enfoques metodológicos La estructura familiar y la función socio-sanitaria de la mujer. Universidad de Antioquia.

Anchorena, Claudia (2008). Estado y división sexual del trabajo: las relaciones de género en las nuevas condiciones del mercado laboral. Utopía y praxis Latinoamericana.

Ares, Loreto y Pedraz Poza, Sara (2011). Sexo, poder y cine. Relaciones de poder y representaciones sexuales en los nuevos relatos pornográficos. Revista Icono 14.

Foucault, Michel (1984). Historia de la sexualidad: La voluntad del saber. Edición Gallimard - 1970.

Sandoval C. Violeta y Vergara E. Florencia (2013). El valor de la cotidianidad en la lucha por la emancipación de género: Pornografía