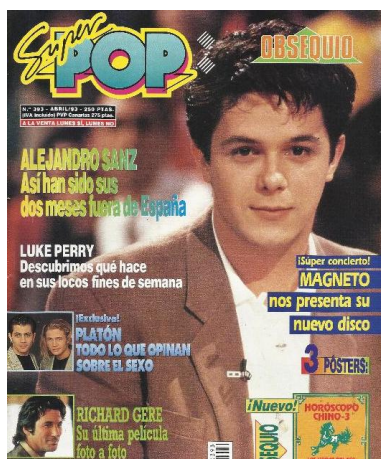


<https://info.nodo50.org/De-Franco-a-Superpop-ensenando-a.html>



De Franco a Superpop, enseñando a ser mujer por los siglos de los siglos

- Noticias - Noticias Destacadas -



Fecha de publicación en línea: Sábado 8 de noviembre de 2014

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

‘Complace al hombre, vive por y para sus necesidades, porque sólo así lograrás cazar uno y conservarlo. Ese es tu objetivo vital. Lo necesitas’. Desde comienzos del siglo XX hasta nuestros días éste ha sido el mensaje de las revistas femeninas españolas. Basta echar un simple vistazo a las viejas páginas de Sección Femenina (revista para mujeres de la dictadura de Franco) y otro a las de Cosmopolitan o Superpop para ver con claridad cómo las ideas siguen siendo las mismas: consejos que alimentan estereotipos de género desiguales y que, de manera intencionada o sin intención, contribuyen a invisibilizar la violencia de género.

Desde que nacemos, las mujeres recibimos pautas sobre cómo comportarnos, qué juguetes elegir, cómo ser dulces y educadas, cómo no ser marimachos o bastas, etc. Nos enseñan a ser NIÑAS. Esos mensajes son más o menos implícitos hasta llegar a la adolescencia, momento en que se tornan absolutamente explícitos. En las revistas femeninas españolas de más tirada se observa este fenómeno con alarmante claridad.

Al llegar la pubertad, la mujer empieza a ser abiertamente entrenada para gustar y ser amada de acuerdo a la heteronormativa. Pero sobre todo, recibe instrucciones y trucos para saber *cómo cazar a un hombre y conservarlo* porque, como se decía en Sección Femenina, “la vida de toda mujer, a pesar de cuanto ella quiera simular –o disimular– no es más que un interno deseo de encontrar a quién someterse. La dependencia voluntaria, la ofrenda de todos los minutos, de todos los deseos y las ilusiones, es el estado más hermoso”. Esto se publicó en 1944, hace 70 años. Desde entonces los tiempos han cambiado y los mensajes de las revistas también, ¿o no? [<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L400xH183/superpop-86f9b.jpg>]

Aunque las revistas más actuales han perdido ese cariz de obligatoriedad que se percibe en las viejas publicaciones, bajo la apariencia de consejos se sigue instruyendo a la mujer sobre cómo debe comportarse para conseguir un hombre, y se la anima a hacer méritos constantes para que él la quiera y desee estar a su lado por siempre jamás. Si bien no es malo querer gustar, hay varias razones por las que este bombardeo de mensajes resulta perjudicial para la mujer.

En primer lugar, **las necesidades e intereses de ella siempre quedan relegados a un segundo plano.** Nunca se pone el foco en el bienestar de ella, tan sólo en el bienestar de ÉL. Parece que no importa cómo te sientas haciendo esto o aquello si es lo que tienes que hacer para gustarle. Esta tendencia contribuye a perpetuar los estereotipos de género más dañinos y a invisibilizar la violencia de género.

Se les dice a las adolescentes que es normal que su chico se enfade si no le priorizan ante cualquier otra cosa (“no le dejes de lado en el móvil. Si te ha llamado o escrito será porque quiere hablar contigo. No des más prioridad al resto de mensajes que al suyo”, recomienda [Cosmopolitan](#)), que es algo natural que ellos sean celosos (“ellos pueden ser celosos pero tú no. Es injusto pero el amor está lleno de pequeñas injusticias”, en *Superpop* nº 465), y que procures no mostrar nunca enfado (“¿Cuentas mentalmente eso de ‘1, 2, 3, 4, 5...’, yo me calmaré y todos los veréis’ antes de montar un pollo? Pues genial, porque a los chicos no les gustan las chicas que montan escenitas. Les molan las chicas más bien tímidas, que sepan defender sus objetivos pero no aquellas que siempre se están quejando por todo y que les van las discusiones”, en [Superpop](#)). **Si una joven normaliza estos consejos, es más que esperable que al sufrir violencia de género haga recaer en ella la culpa y responsabilidad de esa violencia.**

Hasta aquí mal, pero desgraciadamente hay textos mucho más graves que éstos. “Tus líos y contradicciones mentales” es el título del epígrafe “si quieres hacerlo tuyo, ¡ataca!”, un contenido que incluye el libro *Love* de *Superpop*. “Ellos no soportan que nos lancemos a sus brazos y minutos más tarde les digamos como monjas

arrepentidas que no podemos seguir adelante, que va contra nuestros principios morrearnos cuando en realidad lo que pasa es que estamos muertas de miedo. Si no estás segura, espera, no te lances, pero cuando te decidas, no te echas atrás”, sentencia esta publicación. **Este mensaje culpabiliza a niñas adolescentes de tener líos y contradicciones mentales** cuando es lo natural a su edad y, lo que es peor, les dice que una vez que empiecen algo no tienen derecho a parar. Este párrafo lo deja claro: complacerle a él está por encima de cualquier duda o contradicción mental que pueda tener ella. ¿No suena demasiado a *la violó pero es que ella le seguía el juego?* [https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L400xH241/superpop-noesno-4d30a.jpg]

FEMENINA EN TODO MOMENTO

Podrían decirlo más alto pero no más claro. Entre las reglas de oro de *Superpop* para seducirle se encuentran entre otras “ser positiva, saber sonreír, ser sincera y espontánea, ser femenina al máximo en todo momento, lugar y circunstancia, hacerle reír, ser atrevida y apostar fuerte cuando se debe hacer y mostrar independencia”. Eso sí, después de dar más de 20 pautas de conducta se lanza un “ante todo sé tú misma”. ¿Cómo va a ser una adolescente ella misma después de recibir 80.000 instrucciones para convertirla en otra persona?

Peor aún. **“Ser femenina al máximo en todo momento, lugar y circunstancia” entra en conflicto directo con cualquier posibilidad de defensa de los derechos de la mujer.** Con demasiada frecuencia en caso de agresión sexual se acusa a la víctima de no haber respondido contundentemente, de no haberse negado con más fuerza, de no haber demostrado suficiente lucha u oposición. Pero **si a la mujer se la educa para “ser femenina al máximo en todo momento, lugar y circunstancia”, ¿cómo puede mostrarse contundentemente agresiva y luchar?**

La amabilidad y la dulzura deben ser cualidades inherentes a la mujer. “Una sonrisa a tiempo es un corazón tocado. Sé supersimpática con todo el mundo, no sólo con él, gánate a sus amigos, a su gente, a los camareros y camareras de los locales que frecuentáis. Derrocha simpatía, pues es muy sexy y puede con todo. Sé comprensiva con todo el mundo y, sobre todo con ÉL -'él' viene escrito en mayúsculas-. No juzgues, no critiques, no rechaces a cuantos no actúan como tú. Serás más bella”, explica la misma revista.

¿No juzgues? ¿Sé comprensiva con todo el mundo? ¿Qué tiene que ver la comprensión y los juicios con la belleza? **Una mujer tendrá que juzgar y valorar si las personas a su alrededor la hacen feliz, si la tratan con respeto y si merece la pena tenerlas en su vida.** No obstante, desde mediados del siglo XX las revistas femeninas animan a comprender al hombre. Entre el discurso falangista (“Ponte en sus zapatos. No te quejes si llega tarde, si va a divertirse sin ti o si no llega en toda la noche. Trata de entender su mundo de compromisos, de presión, y su verdadera necesidad de estar relajado en casa”) y el de *Superpop* (“No rompas ese momento de misterio con la típica preguntita ¿en qué piensas? Si tu chico se queda colgado en las musarañas déjalo disfrutar del cuelgue. Lo más probable es que esté pensando en el final de la liga, en las caderas de Pamela Anderson o en el maldito examen de química, así que no vale la pena agobiarlo ni ponerte pesada”) han pasado muchos lustros pero en esencia refuerzan la misma idea: *mujer, no molestes a tu hombre con tus tonterías.*

Es curioso, a la vez que desgraciadamente previsible, comprobar que **no existe un equivalente masculino a este tipo de publicaciones.** Las revistas masculinas están mucho más enfocadas a su ocio y disfrute en cualquiera de sus formas. Así, mientras a ellas se las insta a detectar y cubrir cualquier mínima necesidad de él sin dejar de estar siempre divinas de la muerte, **a ellos se les dice que somos sumisas, estamos disponibles y necesitamos desesperadamente un macho que nos arregle la vida.** “Dile algo ingenioso (...), lo más normal es que sonría. Lo más normal es que si está soltera y ha sonreído quiera ligar contigo”, explica un artículo jocoso de [Revista GQ](#), mientras *Superpop* insiste en que “la sonrisa es algo que valoran mucho los chicos. Enséñale que eres una persona alegre, activa y con muy buen rollo. ¡Serás irresistible para él!”.

En este ejemplo, como en muchos otros, **los roles de género** son claros y **se complementan a la perfección para cumplir su objetivo: mantener en funcionamiento el complejo engranaje del heteropatriarcado** sin importar que por el camino se genere discriminación, diferencia de oportunidades o violencia de género.

EL SEXO POR Y PARA ÉL

“Si tu marido sugiere la unión accede humildemente, teniendo siempre en cuenta que su satisfacción es siempre más importante que la de una mujer. Cuando alcance el momento culminante, un pequeño gemido por tu parte es suficiente para indicar cualquier goce que hayas podido experimentar. Si tu marido te pidiera prácticas sexuales inusuales, sé obediente y no te quejes”, decía *Sección Femenina* en 1958. En 2014 estas palabras son muy políticamente incorrectas pero se sigue transmitiendo el mismo mensaje: **la mujer tiene que complacer al hombre por encima de todas las cosas hasta el punto de sugerir que si él se marcha será culpa tuya por no haberlo cuidado bien** (popularmente *ha tenido que buscar fuera porque no lo tenía en casa*).

“Tú necesitas aprender cómo hacerle el amor de forma salvaje y apasionadamente a tu hombre para así mantenerlo siempre interesado en ti. El sexo es una parte muy importante en una relación. Esto es lo que te separa de ser tan sólo una amiga más de tu pareja”, apremia [Cosmopolitan TV](#).

[<https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L400xH389/revistas-adolescentes-651be.jpg>]

En el artículo *Consejos sexuales que toda mujer debe dominar en la cama* (para complacerle a él, no para obtener una vida sexual plena como mujer) enfatiza la importancia del sexo oral para él antes del coito, utilizar un lenguaje “caliente” y el deber de que la mujer llegue a la cima porque él desea llegar y que todo funcione muy bien.

Asimismo, **ofrece consejos de posturas sexuales siempre dirigidas a él, sin ni siquiera mencionar el placer femenino**. “La mayoría de mujeres no utiliza la posición del perrito con la frecuencia que deberían y es una lástima. Esta posición es muy excitante y es algo que anhela todo hombre. Haz esto y le darás una imagen que no se le olvidará tan rápido, debido a los efectos visuales excitantes que esta posición ofrece” dice el texto. **En estas relaciones no se tienen en cuenta los intereses de la mujer, no se la concibe como una igual en la relación sexual**, sino que esta constituye un complemento para que el hombre obtenga un máximo disfrute.

LA MUJER, UN COMPLEMENTO ÚTIL

“La misión de la mujer es servir. Cuando Dios hizo al primer hombre pensó: no es bueno que el hombre esté solo. Y formó a la mujer, para su ayuda y compañía, y para que sirviera de madre. Pensó en la mujer como un complemento necesario, esto es, como algo útil”, explicaba *Sección Femenina* en la década de los sesenta.

De esta misma fuente se extrae la idea que **las mujeres carecen de “talento creador”**. “Las mujeres nunca descubren nada, les falta el talento creador reservado por Dios para inteligencias varoniles; nosotras no podemos hacer más que interpretar mejor o peor lo que los hombres han hecho”, [dijo Pilar Primo de Rivera en 1942](#). Parece increíble que esta opinión fuera expresada tan abiertamente, ¿verdad? Pues el mensaje se ha mantenido hasta nuestros días aunque dicho de forma más sutil.

“Haz que siempre sea él el que tenga las ideas geniales (aunque te repita algo que tú le hayas sugerido dos días antes). Las frases tipo ¡pero eso ya lo había dicho yo! O ¡tú cállate y déjame hacer a mí! le darán ganas de estrangularte. En cambio, decirle algo así como no sé qué haría sin ti o nunca se me habría ocurrido lo harán totalmente feliz”, publicó *Superpop* nº 465 casi 60 años después en *Enamóralo para siempre*.

Pero que no cunda el pánico, porque nuestra supuesta falta de “talento creador” es algo que resulta sexy. “Lees un mapa y no te enteras de nada. Suena a tópico, pero les encanta porque, además de resultarles gracioso, les da la oportunidad de lucirse ellos” o “te resbalas en la calle, te caes de bruces en el suelo y sales de la situación con unas risas, el sentido del humor les resulta realmente sexy”, son actitudes que se anima a poner en práctica desde [Centro Mujer](#), una página web que va dirigida exclusivamente a ellas.

SER INÚTIL COMO TÉCNICA DE CONQUISTA

Desde algunas tribunas **se sugiere que hacerse la inútil es una eficaz técnica de conquista**. “En lugar de tratarlo como a tu mayordomo particular utiliza la táctica ‘patosilla’: ¡Ay Javi, soy una inútil, me he dejado el monedero en casa! (...) Javi eres un genio, si pudiera estudiar con tus apuntes de mates seguro que aprobaría”, dice la *Superpop* nº 465.

Mensajes como “muchas veces infravaloramos la importancia de preguntarle qué tal le ha ido en el trabajo. Aunque sea algo rutinario, él sentirá que te preocupas por cada minuto de su día” ([Cosmopolitan](#)) recuerdan demasiado a “escúchalo, puede que tengas una docena de cosas importantes que decirle, pero a su llegada no es el mejor momento para hablar. Dejarlo hablar antes, recuerda que sus temas son más importantes que los tuyos” (revista *Sección Femenina*) .

“Ellos te quieren ver fantástica, magnífica, estupenda, brillante, seductora, encantadora, simpática, y genial. ¿Imposible? ¡Qué va! Te contamos todos los trucos para que los chicos se te coman con los ojos”, promete la *Superpop* nº 468 en otro artículo titulado *Chica Top* que después de un sin fin de consejos para cumplir con el estereotipo de belleza inalcanzable concluye: “Memoriza: a los chicos les van las chicas naturales, las que les piden prestado el jersey y se lo ponen sin mirarse al espejo, las que llevan zapato plano y las que usan ropa interior blanca de algodón. No soportan la bisutería, los perfumes asfixiantes, los zapatos de plataforma o las medias de color carne”.

En pleno siglo XXI **las adolescentes españolas continúan siendo educadas en el viejo sistema patriarcal de siempre**. Un sistema patriarcal que les inculca pautas de conducta incoherentes entre sí (sé natural pero perfecta, arréglate siempre pero no demasiado, sé dulce en todo momento pero defiende tus intereses y derechos, etc.); que se caracteriza por perpetuar lo peor de los estereotipos de género hombre–mujer (él sigue siendo el *premio* a conseguir, ella debe *servirle* para ser digna de su atención); y que tiene por objetivo supremo priorizar la satisfacción de las necesidades del hombre por encima de las de la mujer. Así, a las jóvenes españolas se les sigue enseñando lo mismo que se les enseñó a sus madres y abuelas. Ha cambiado la forma, pero el injusto fondo sigue siendo el mismo.