



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE LENGUAS



LA PROMOCIÓN Y LEGITIMACIÓN DEL ESTEREOTIPO
HIPERSEXUALIZADO DE LA MUJER, EN LOS DISCURSOS PUBLICADOS
POR LA REVISTA *VEINTITANTOS*, EN SU SECCIÓN “SEXO”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN LENGUAS
PRESENTA:

NOMBRE DEL SUSTENTANTE
MARÍA GUADALUPE RUIZ CAMACHO

DIRECTORA DE TESIS:
Dra. PAULINE MARION DOROTHY MOORE

TOLUCA, MÉXICO

SEPTIEMBRE 2021

*“Que nada nos defina. Que nada nos sujete.
Que la libertad sea nuestra propia sustancia”*

Simone de Beauvoir

Abstract

In Postmodern societies, the phenomenon of hypersexualization has promoted a stereotype of hypersexualized women in comparison with more traditional female stereotypes of purity and disinterest in sex. Discourses related to this stereotype abound in social and discursive practice in different areas and with different purposes and objectives. Women's magazines, like other mass media, actively participate in the generation of this discourse, but their contribution is sometimes unclear and can go unnoticed to the casual reader. For this reason, this paper aims to analyze what role magazines play about this stereotype. Then, this investigation focuses on contemporary articles published in the "Sex" section of the Mexican magazine *Veintitantos* and aims to analyze if the stereotype of hypersexualization is promoted or legitimized and if there is evidence that they seek to manipulate the readers in any way. Also, to increase the validity of the proposal presented, the history of women's magazines in Mexico, the sexuality of Mexicans, the role of pornography in hypersexualization, and the context of the current Mexican woman were documented.

The corpus was composed of six articles published in the "Sex" section in 2019 and this was analyzed from the perspective of Critical Discourse Analysis (ACD), using Fairclough's three-dimensional model that covers the text, discursive practice and social practices to understand processes of text production and comprehension. All of this to support pragmatic analyzes based on the perlocutionary force of manipulation (explicit or implicit). On the other hand, AntConc was also used for the systematized search of sample types, lexical richness, occurrences, and placements, to get reliable data to make comparative analyzes with data from the News corpus of newspapers and magazines on the internet (NOW).

The main results were that the lexical richness of the texts was much lower than would be expected for written language, there was a higher than usual occurrence of imperatives and the vocabulary and collocations in the text were much more semantically related to the domain of sexual relations and genitalia than would be expected. All of the above seems to support the initial appraisal that the texts promote a hypersexualized image of contemporary women in Mexico.

Índice

Resumen	i
Introducción	1
Capítulo I Antecedentes de la temática	3
Capítulo II Marco Teórico	6
2.1 Estereotipo de la mujer hipersexualizada.....	6
2.1.1 Relaciones de poder.....	7
2.2 Discurso.....	10
2.2.1 Interdiscursividad.....	11
2.3 Análisis Crítico del discurso.....	11
2.3.1 Concepto de ACD.....	12
2.3.2 ¿Método o Disciplina?.....	13
2.3.3 Modelo tridimensional de Fariclough.....	14
2.4 Actos del habla.....	16
2.5 Manipulación.....	18
2.6 Explicatura e implicatura.....	19
2.7 Contexto.....	20
2.8 Cultura.....	21
2.8.1 Cultura posmoderna.....	23
2.9 Corpus.....	24
Capítulo III Desarrollo temático	25
3.1 Veintitantos y las revistas que la antecedieron.....	25
3.1.1 Las primeras revistas femeninas en México.....	26
3.1.2 Revistas de 1930-1950.....	27
3.1.3 Revistas de 1960 en adelante.....	28
Capítulo IV Sexualidad de los mexicanos	32
4.1 Bases: religión y cultura.....	32
4.2 Rol de la pornografía en la hipersexualización de la sociedad.....	33
4.3 Porno, prostitución y cultura.....	36
4.4 Cambios en las relaciones interpersonales	37

Capítulo V Contexto de la mujer mexicana	39
5.1 Educación y acceso a la tecnología	39
5.2 Participación laboral, marginación y pobreza	40
5.3 Violencia.....	41
Capítulo VI Marco metodológico	44
6.1 Métodos y técnicas de investigación.....	44
6.1.1 Selección de revista.....	45
6.1.2 Recolección de ejemplares y artículos.....	45
6.1.3 Elección de tipo de investigación y método.....	49
6.1.4 Investigación documental.....	49
6.1.5 Investigación lingüística del corpus.....	49
6.1.5.1 Análisis con AntConc.....	49
6.1.5.1.1 Riqueza léxica.....	51
6.1.5.1.2 Contenido ideacional y práctica discursiva.....	52
6.1.5.1.3 Comparación de ocurrencias de las muestras <i>placer</i> y <i>sexo</i>	53
6.1.5.1.4 Análisis de muestras que refieren partes del cuerpo.....	54
6.1.5.1.5 Análisis de estereotipos, imperativo y anglicismos.....	54
6.1.5.1.6 Análisis de colocados.....	54
6.1.5.2 Análisis pragmáticos.....	55
Capítulo VII Análisis lingüístico del corpus	57
7.1 Análisis con AntConc.....	57
7.1.1 Riqueza léxica.....	57
7.1.2 Contenido ideacional.....	58
7.1.3 Comparación de ocurrencias de las muestras: <i>placer</i> y <i>sexo</i>	59
7.1.4 Muestras que aluden partes del cuerpo.....	61
7.1.5 Estereotipos, sobre uso del imperativo y anglicismos.....	62
7.1.6 Colocados.....	63
7.2 Análisis Pragmáticos.....	64
7.2.1 Análisis del artículo <i>Muebles del amor</i>	65
7.2.2 Análisis del artículo <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	68
7.2.3 Análisis del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en la cama</i>	71
7.2.4 Análisis del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	75
7.2.5 Análisis del artículo <i>Sexo oral</i>	78

7.2.6	Análisis del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	82
7.2.7	Análisis pragmático general.....	84
7.3	Discusión basada en el modelo tridimensional de Fairclough.....	85
Conclusiones		90
Referencias		92

Índice de figuras

Figura 2.1:	Modelo tridimensional de Fairclough, 1989.....	15
Figura 3.1:	Portada de la revista <i>La Familia</i> , 1960	29
Figura 3.2:	Portada de la revista <i>La familia</i> , 1962.....	29
Figura 3.3:	Portada de la revista <i>Veintitantos</i> , junio 1994.....	30
Figura 3.4:	Revista <i>Veintitantos</i> , 1995.....	30
Figura 3.5:	Portadas de revista <i>Veintantos</i> 1997-2010.....	31
Figura 6.1:	Imagen del artículo <i>Muebles del amor</i>	46
Figura 6.2:	Imagen de artículo <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	46
Figura 6.3:	Imagen del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en la cama</i>	47
Figura 6.4:	Imagen del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	47
Figura 6.5:	Imagen del artículo <i>Sexo oral</i>	48
Figura 6.6:	Imagen del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	48
Figura 6.7:	Captura de pantalla de selección de lectura de código.....	50
Figura 6.8:	Captura de pantalla de las opciones Muestras y tipos de palabras.....	51
Figura 6.9:	Captura de pantalla de la opción Colocados.....	55

Índice de tablas

Tabla 7.1: Comparación de riqueza léxica entre <i>Veintitantos</i> y hablante culto de la CDMX.....	57
Tabla 7.2. Palabras más frecuentes con contenido semántico.....	58
Tabla 7.3. Comparación de ocurrencias de <i>placer</i> y <i>sexo</i> entre <i>Veintitantos</i> y NOW.....	60
Tabla 7.4. Muestras que aluden partes del cuerpo.....	61
Tabla 7.5: Comparación de ocurrencias de las partes de cuerpo	62
Tabla 7.6: Tabla de colocados.....	64
Tabla 7.7: Comparación de MI entre colocados entre <i>Veintitantos</i> y NOW.....	64
Tabla 7.8: Análisis de la introducción del artículo <i>Muebles del amor</i>	65
Tabla 7.9: Análisis del comentario del artículo <i>Muebles del amor</i>	66
Tabla 7.10: Análisis del desarrollo del artículo <i>Muebles del amor</i>	66
Tabla 7.11: Análisis del cierre del artículo <i>Muebles del amor</i>	68
Tabla 7.12: Análisis de la introducción <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	68
Tabla 7.13: Análisis de comentarios del artículo <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	69
Tabla 7.14: Análisis del desarrollo del artículo <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	69
Tabla 7.15: Análisis del cierre del artículo <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	71
Tabla 7.16: Análisis de la introducción del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en</i>	72
Tabla 7.17: Análisis de los Comentarios del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en</i>	72
Tabla 7.18: Análisis del desarrollo del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en</i>	73
Tabla 7.19: Análisis del cierre del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en</i>	74
Tabla 7.20: Análisis de la introducción del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	75
Tabla 7.21: Análisis de los comentarios del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	76
Tabla 7.22: Análisis del desarrollo del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	76
Tabla 7.23: Análisis del cierre del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	78
Tabla 7.24: Análisis de la introducción del artículo <i>Sexo oral</i>	78

Tabla 7.25: Análisis de los comentarios del artículo <i>Sexo oral</i>	79
Tabla 7.26: Análisis del desarrollo del artículo <i>Sexo oral</i>	80
Tabla 7.27: Análisis del cierre del artículo <i>Sexo oral</i>	81
Tabla 7.28: Análisis de la introducción del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	82
Tabla 7.29: Análisis de los comentarios del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	83
Tabla 7.30: Análisis del desarrollo del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	83
Tabla 7.31: Análisis del cierre del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	84

Anexos

Anexo A: Texto del artículo <i>Muebles del amor</i>	112
Anexo B: Texto del artículo <i>Tu primera vez en una sex shop</i>	116
Anexo C: Texto del artículo <i>Placer infinito haz que aguante + en la cama así</i>	120
Anexo D: Texto del artículo <i>Anatomía de las fantasías masculinas</i>	124
Anexo E: Texto del artículo <i>Sexo oral</i>	127
Anexo F: Texto del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	131
Anexo G: Tabla comparativa de muestras de la palabra sexo del corpus NOW.....	134
Anexo H: Extracto del artículo <i>¡Hechízalo en la cama!</i>	137

Introducción

La Postmodernidad y su cambio de paradigma han tenido un impacto en los estereotipos de género, fortaleciendo algunos de ellos en la práctica social y discursiva. El fenómeno de la hipersexualización de la sociedad, característico de esta época, ha impulsado su propio estereotipo de mujer, el cual se ha convertido en la base comercial de distintos productos, bienes y servicios, que están directa o indirectamente relacionados. Por otro lado, los medios de comunicación juegan un rol muy importante en la reproducción y legitimación de este estereotipo, sobre todo aquellos dirigidos a un género en particular.

En lo que respecta a los discursos que giran en torno al estereotipo de mujer hipersexualizada, estos abundan en diferentes áreas, con diferentes perspectivas y objetivos. Las revistas dirigidas al público femenino, al igual que otros medios de comunicación, también aportan discursos al respecto. En México, la revista *Veintitantos* tiene una sección exclusiva para abordar el tema de la mujer y sexualidad. Es por ello, que surge la necesidad de conocer qué rol juegan sus discursos con respecto al estereotipo de la mujer hipersexualizada, y si tienen efecto perlocutivo de manipulación. Por tanto, esta tesis analiza desde un punto de vista crítico algunos de los discursos que publicó en su sección “Sexo” en el 2019.

Con base en seis de los discursos se conformó un corpus de la sección “Sexo” de *Veintantros*, con el objeto de identificar si legitiman el estereotipo de la mujer hipersexualizada y cómo lo hacen. Este análisis se llevó a cabo con base en el Análisis Crítico del Discurso (ACD), utilizando el modelo tridimensional de Fairclough que vincula el texto, la práctica discursiva y práctica social, abarcando así la complejidad discursiva de lo lingüístico y lo pragmático. Por otro lado, con la finalidad de evitar señalamientos, se utilizó una metodología mixta, que incluyó una investigación documental de la evolución de la prensa femenina, la sexualidad de los mexicanos, el rol del porno en la hipersexualización, y el

contexto de la mujer mexicana actual. Así, además de situar la investigación de esta tesis, se fortalecieron los resultados de los análisis pragmáticos que se llevaron a cabo, en cada uno de los discursos que integran el corpus. Por otro lado, también se usó el software AntConc para analizar de forma sistemática el contenido del corpus e identificar elementos lingüísticos, para posteriormente contrastar resultados con el corpus Noticias de periódicos y revistas en internet (News on the web: NOW).

I ANTECEDENTES DE LA TEMÁTICA

Sin importar la disciplina o el enfoque, para cualquier estudio de género el antecedente más importante es la obra “El segundo sexo” de Simone de Beauvoir escrita en 1949. En lo discursivo, “acaba desenmascarando las trampas de los discursos que habían propiciado la posición inferior de las mujeres” (Cid, 2009, p.68), además de ofrecer instrumentos teórico-metodológicos para su estudio. Por tanto, “El segundo Sexo”, llamado el faro del feminismo, es la base para los estudios de género de diferentes disciplinas y enfoques. Con relación a este tema, además de Beauvoir, destacan Friedman (1963), Stoller (1968) Lacan (1971), Chodorou (1978), Scott (1988), bell hooks (1981), Messner (1987), Grosz (1995) Flood (2000) y Kristeva (2014), entre muchos otros. Y en nuestro país, Lagarde y de los Ríos (1990), Lamas Encabo (1991), Bartra (1992) y Cristina Rivera Garza (2021), entre otros.

Sin embargo, en cuanto a las revistas femeninas y su estudio, es a finales de los 90 cuando se empieza a analizar su rol y la representación de las mujeres (Kadiri Iglesias, 2017), siendo la revista *Cosmopolitan* una de las más estudiadas hasta la fecha. Las revistas mexicanas también han sido analizadas por varios autores: Hernández Carballido (1986) Martín Orozco (2005), Torres Aguilar y Atilano Villegas (2014) y Felitti (2018), Flores Enríquez (2005). Sin embargo, habrá que señalar que dichos estudios han girado regularmente en torno a la historia de la prensa, la educación en México y lo social. En lo que respecta a la revista *Veintitantos*, se encontraron tres investigaciones: una tesis en el repositorio de la UNAM, con el título *La revista femenina, una industria cultural en México, Análisis de caso: revista “Veintitantos”*, la cual busca encontrar la manipulación y los estereotipos en la publicidad y el consumo, con base en la comunicación y lo social; y dos investigaciones en el portal *buenas tareas*, una titulada *Análisis del contenido de veintitantos* (Linares Montesinos *et al*, 2009) y la otra *Análisis de la revista veintitantos* (2012); la primera está fundamentada en la comunicación y el periodismo, que tiene como objeto conocer por medio de encuestas qué sección de la revista les gusta más a las mujeres y cómo su contenido influye en ellas; y la segunda cuantifica lo que representa el texto de

la revista en términos de cifras, describe las fotos, y también aborda los anuncios. Sin embargo, no encontramos investigaciones de *Veintitantos* basadas en la lingüística, quizá porque de manera general es reciente el estudio desde este enfoque, al grado que se llegó a señalar la falta de interés al respecto (Hinojosa Mellado, 2008).

Por otro lado, se identificó que en los últimos años han aumentado las investigaciones lingüísticas en torno a las revistas en el marco internacional, y como muestra de ello podemos mencionar los siguientes estudios: *English Women's magazine from linguistic and sociolinguistic point of view* (Vybíralová, 2009), *British men's magazines' scent advertising and multimodal discursive construction of masculinity: a preliminary study* (De Gregorio-Godeo, 2009), *A gender based adjectival study of women's and men's magazines* (Arvidsson, 2009), *Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática* (Stornell, 2012), *Novedades léxicas en revistas femeninas: procedimiento de formación y valor semántico-pragmático de las unidades* (Stornell, 2012), *Cultural differences in Russian and English Magazines Advertising: a pragmatic approach*, (Furner, 2018).

En lo que respecta al ACD, encontramos las siguientes investigaciones: *Glossy mags and the sexes: A critical discourse analysis of EHM and Cosmo* (Martinus Conradie, 2009), *Constructing femininity: Critical discourse analysis of Cosmo* (Martinus Conradie, 2011), *Asian women's magazine: A discourse analysis on the construction 'race' and 'gender'* (Timewell, 2011), *Ideologies of masculinity in women's magazine a critical stylistic approach* (Coffey-Glover, 2015), *Representation of femininity in women's magazines Cosmo* (Hole, 2016), y el artículo *Examining sex education in a corpus of magazine advice column*, recientemente publicado en el libro *Corpus Linguistics and Education in Australia* (Carr, 2020).

En lo que respecta a esta tesis, y su aportación, cabe señalar que amplía la perspectiva del papel que juega la revista mexicana *Veintitantos* en la promoción y difusión de uno de los estereotipos más populares de hoy en día: el de la mujer hipersexualizada. Por otro lado, en comparación con estudios previos acerca de los estereotipos, de otras revistas mexicanas y de *Veintitantos*, en esta tesis se ha fortalecido la validez de los resultados llevando a cabo una profunda investigación multidisciplinar que abarca la búsqueda de aspectos de la evolución de la prensa femenina en México, las bases y evolución de la sexualidad de los mexicanos, la influencia del porno en la hipersexualización de la sociedad y el contexto de la mujer mexicana actual. Así como también, un análisis pragmático que permitió identificar aspectos lingüísticos, mediante el análisis sistemático del corpus usando el software AntConc, e identificando actos ilocutivos e interpretando su efecto perlocutorio de manipulación, en cada uno de los seis discursos que integran el corpus.

II MARCO TEÓRICO

La teoría, como explicación sistemática del conocimiento, es fundamental para estudiar y explicar fenómenos; sus propuestas metodológicas y conceptos nos permiten comunicar lo que observamos, identificamos y señalamos acerca de un objeto de estudio. Es por ello que en este capítulo se presentan los aspectos teóricos que sustentan este proyecto de investigación y definen los once conceptos principales, con el objeto de hacer decodificables y comprensibles las representaciones mentales de los objetos, hechos, cualidades y situaciones en los que se basa este estudio.

Dicho esto, comenzaré a definir en el siguiente orden: en primer lugar, se ofrece el concepto el estereotipo de la mujer hipersexualizada porque es el objeto de estudio de esta investigación, y las relaciones de poder están implícitas en los estereotipos. Posteriormente se define el discurso por ser el material que se analiza. Después, el concepto de Análisis Crítico del Discurso (ACD), así como el modelo cuadrado de Fairclough (1989-1995); para resaltar sus aspectos teóricos y metodológicos que son la base de esta investigación. Después, doy los conceptos de los elementos lingüísticos que estudiaremos en el discurso, en el siguiente orden: actos del habla, manipulación y explicatura e implicatura. Luego, se presentan los conceptos extralingüísticos, es decir, aquellos relacionados con el entorno que son la base de los análisis pragmáticos: contexto y cultura. Finalmente, ofrezco el concepto de corpus para señalar cómo se le llamará al conjunto de discursos que integran esta investigación.

2.1 Estereotipo de la mujer hipersexualizada

El estereotipo es una imagen mental (creencias) que se construye con base a realidades históricas, religiosas, económicas y culturales; siendo referencia de características o atributos que se consideran relevantes, y generalizando aquello que distingue a este grupo social. Los estereotipos son aprendidos a través de la interacción con la cultura, ya que “tenemos una mente social que se basa en representaciones, y modelos mentales simplificados, para interpretar relaciones sociales y así abarcar la complejidad social y simbólica que nos rodea” (Erdösová

2018, p. 10). Es decir, son generalizaciones de valores y cualidades de los grupos sociales que forman un modelo mental parcial simplificado de un simbólico complejo de lo social, que nos permiten comprender y relacionarnos con los demás. Por ejemplo: los mexicanos son alegres, “por ejemplo: “los alemanes son fríos” (desde una categorización mexicana) o “los latinos son fogosos” (desde una estereotipación europea)” (Erdösová, 2018, p.10).

En México, además de lo religioso y cultural, la desigualdad económica y laboral entre hombres y mujeres ha sido fundamental para la perpetuación del estereotipo de género de ama de casa, el cual sigue siendo predominante debido al elevado porcentaje de mujeres que están a cargo del hogar y dependen del salario de su pareja. Sin embargo, en los últimos años, al diversificarse los roles de la mujer, se han diversificado los estereotipos. En un estudio reciente acerca de campañas publicitarias en la elección de presidente municipal de Guadalajara (Sepúlveda Ríos, 2017), se identificaron cuatro tipos de estereotipos del género femenino: mujer ama de casa, profesionista, estudiante y comerciante.

Sin embargo, hay otros estereotipos que están presentes en el imaginario colectivo como buchonas, feminazis, putipobres, *influencer*, etc. En nuestro contexto global y tecnológico, se ha vuelto más popular el de la mujer hipersexualizada: sexy, erótica, bella, provocativa, seductora, que le gusta exhibir su cuerpo, tiene mucha iniciativa y no le da miedo experimentar en el terreno sexual. Modificándose así, “el canon de belleza en función del deseo sexual que despierta. O lo que es lo mismo, reconocer el valor de una persona según el deseo sexual que produce en los demás” (De Petro, 2019, párr. 2).

2.2.1 Relaciones de poder

Los estereotipos de género implican relaciones de poder. Por ello, es importante definir qué es el poder. Según la RAE es “la facultad de actuación reconocida

por las leyes”, y “la capacidad de una persona o un grupo de personas de llevar a cabo su voluntad incluso con la oposición de otras personas que están participando en la acción” (RAE, 2020). Ambas definiciones refieren solo a cierto tipo de poder, de modo que ninguna es lo suficientemente amplia y profunda para esta investigación. El poder, antes que otra cosa, es una relación (Piedra Guillén, 2005, p.125) que se da entre individuos o grupos sociales. Dalh (1976) ejemplifica el poder de la siguiente forma: “A tiene poder sobre B en la medida en que logre que B haga algo que no hubiere hecho sin la intervención de A” (Piedra Guillén, 2005, p.124). Por otro lado, para Foucault el poder es una estrategia, más que una posesión de aquellos que están en el poder:

Usually, power is understood as the capacity of an agent to impose his will over the will of the powerless, or the ability to force them to do things they do not wish to do. In this sense, power is understood as a possession, as something owned by those in power. But in Foucault’s opinion, power is not something that can be owned, but rather something that acts and manifests itself in a certain way; it is more a strategy than a possession (Balan, 2017, p. 38).

El poder entonces será entendido como un complejo sistema de relaciones que se generan dentro de la sociedad, y que además están presentes en nuestra vida cotidiana: “todos estamos a su vez traspasados por las relaciones de poder, ejercemos poder sobre otros y se ejerce poder sobre nosotros” (Piedra Guillén, 2005, p.125). Sin embargo, habrá que señalar que las relaciones de poder tienen efectos tanto positivos como negativos, y su impacto en lo social depende de lo naturalizado que esté su sentido en el imaginario colectivo. Desde el punto de vista de la hipersexualización de lo femenino, la cultura patriarcal es “el método más eficaz de desplazar a la mujer y despreciar sus potencialidades, es convencerla de que su única fuerza reside en su sexualidad” (Unidad de Género, Corte Suprema de Justicia, 2014). Es decir, que “los objetivos principales del aprendizaje corporal de las mujeres son la reproducción y la seducción” (Estebán, 2004, p. 73).

El creciente proceso de sexualización de las mujeres hunde sus raíces en aquellas estructuras simbólicas que definen a las mujeres como naturaleza, biología y sexo y en aquellas estratificaciones sociales que

subordinan, inferiorizan y devalúan a las mujeres. La definición de las mujeres como sexualidad implica una operación de largo alcance que desemboca colectivamente en procesos de inferioridad social y política e individualmente en procesos de desindividuación. Esta operación tiene como objetivo que las alternativas vitales para las mujeres no salgan de los límites asignados en el contrato sexual: matrimonio y prostitución. (Cobo Bedia, 2015, p.9).

Los procesos de la hipersexualización de lo femenino dan pauta a “que pueda desarrollarse una cultura de la pornografía y de la prostitución” (Cobo Bedia, 2015, p.10). En este sentido, los estereotipos y sus relaciones de poder se legitiman por las instancias de socialización mediante la constante creación de “discursos y representaciones con la finalidad de fabricar modelos normativos femeninos articulados en torno a la sexualidad como eje de la identidad de las mujeres” (Cobo Bedia, 2015, p.13), así como las estructuras sociales e institucionales que “proporcionasen las bases materiales para el desarrollo de esos procesos simbólicos de sexualización” (Cobo Bedia, 2015, p.13). En este marco, cabe mencionar que la masculinidad predominante en México juega un papel muy importante en la demanda de la mujer hipersexualizada, tomando en cuenta que el hombre se representa como “proveedor, heterosexual, fuerte, poderoso, mujeriego y poco sensible” (CNDH, 2019, p.4). Al ser fundamental demostrar la virilidad, los hombres buscan ser atractivos en lo económico, profesional, político, apariencia física etc. Sin embargo, también recurren a la violencia. Tan es así, que forma parte de la cultura mexicana las agresiones sexuales en el matrimonio, el trabajo, las escuelas y las calles. Al respecto, las mujeres feministas mexicanas buscan modificar el orden prestablecido en diferentes aspectos, incluyendo los sexuales. En los últimos años se han generado movimientos de denuncia para exhibir a los acosadores, por ejemplo, con el *hashtag* Me too, con los tendedores de denuncia o la participando en marchas como la M8. Cabe aclarar que los estereotipos de mujer hipersexualizada y feminista no acotan las posibilidades de estereotipificación, ni son las únicas opciones identitarias posibles.

2.2 Discurso

El término discurso proviene del latín *discursus* que significa conversación (Drid, 2010). En términos generales, es muy común que aluda a una pieza oral o escrita de un tema relevante, o bien, que delimite el tema del que se habla, se escribe o se presenta. Pero también se usa para explicar diferentes fenómenos de varias disciplinas (política, filosofía, arte y lingüística, entre otras). Según la RAE tiene doce significados posibles (RAE, 2021):

1. m. Facultad racional con que se infieren unas cosas de otras
2. m. Acto de la facultad discursiva
3. m. Reflexión, raciocinio sobre antecedentes o principios
4. m. Serie de las palabras y frases empleadas para manifestar lo que se piensa o se siente
5. m. Razonamiento o exposición de cierta amplitud sobre algún tema, que se lee o pronuncia en público.
6. m. Doctrina, ideología, tesis o punto de vista.
7. m. Forma característica de plantear un asunto en un texto.
8. m. Transcurso (el discurso del tiempo)
9. m. Unidad igual o superior al enunciado que constituye un mensaje
10. m. Lenguaje en acción, especialmente el articulado en unidades en unidades textuales.
11. m. Escrito o tratado, generalmente de no mucha extensión, en que se discurre sobre una materia determinada.
12. m. Trayecto o curso de una parte a otra.

Para los lingüistas el concepto de discurso es usado para señalar tres aspectos: como un tema de los discursos o lenguaje usado en contexto, como sinónimo de “texto”, y también para establecer contraste con la oración (Drid, 2010):

Carter (1993) specifies several denotations of the word ‘discourse.’ First, it refers to the topics or types of language used in definite contexts. Here, it is possible to talk of political discourse, philosophical discourse and the like. Second, the word ‘discourse’ is occasionally employed to stand for what is spoken, while the word ‘text’ is employed to denote what is written(...) Third, this word is used to establish a significant contrast with the traditional notion of ‘sentence’, the ‘highest’ unit of language analysis: discourse refers to any naturally occurring stretch of language (Drid, 2010, p. 21).

Por otro lado, Schiffrin señala que “a menudo se define el discurso de dos maneras: como una unidad particular de la lengua (más allá de la oración) y

como una especialización (en el uso de la lengua)” (Schiffrin, 2011, p.3). Para Fairclough, el término discurso se refiere a un producto que forma parte del proceso de la interacción social, el cual incluye el proceso de producción de un texto, y el proceso de su interpretación. (Fairclough, 1989). Entonces, por necesitar un concepto general y parecemos adecuados los aspectos señalados por estos dos últimos autores, diremos que el discurso es un producto de la interacción social, que tiene una función comunicativa en el uso de la lengua oral o escrita, que va más allá de la oración; y que permite distinguir otras funciones de la lengua en términos de su relación con diferentes componentes de la situación del habla.

2.2.1 Interdiscursividad

Los discursos que conforman el corpus de esta investigación están configurados con prácticas discursivas e ‘instancias’ particulares de uso lingüístico, normas o convenciones propias de las revistas femeninas. Las cuales también “pone de relieve una perspectiva histórica de los textos como transformadores del pasado, las convenciones existentes, o los textos previos, en el presente” (Fairclough, 2008, p. 176). Dichas convenciones han sido llamadas interdiscurso por los analistas del discurso francés (Fairclough, 2008), y debido a su importancia han de ser tomadas en cuenta para analizar y comprender las representaciones sociales genéricas compartidas, aspectos socioculturales, actitudes grupales e ideológicas. “Una razón que justifica esto es precisamente la complejidad de la relación entre evento discursivo y convención, donde los eventos discursos por lo común combinan dos o más tipos convencionales de discurso” (Fairclough, 2008, p. 173).

2.3 Análisis Crítico del Discurso

Con bases multidisciplinarias, el Análisis Crítico del Discurso (ACD) comienza a gestarse a mediados de los 60, en un contexto caracterizado por movimientos sociales, estudiantiles, protestas, la modernización de Europa y el desarrollo de

los estudios del lenguaje (Colorado, 2010). De manera general, sus bases son el marxismo cultural inglés, la escuela de Frankfurt, las ideas de Althusser, Bajtín y Foucault. Para su proceso de formación fueron fundamentales las revistas, los congresos, los cursos, los núcleos de investigación y los manuales. En los 90 finalmente se consolida el ACD, tras el simposium en Ámsterdam donde participaron Teun Van Dijk, Norman Fairclough, Gunter Kress. Por todo lo antes dicho, el ACD es considerado *“an academic movement, a way of doing discourse analysis from a critical perspective”* (Okado-Gough, 2017, p.51). Una vez definido su campo de acción multidisciplinar (lenguaje, poder, ideología y la relación que hay entre estos aspectos), los estudios basados en el ACD empezaron a cobrar relevancia en otras áreas de investigación. Hasta nuestros días, el ACD continúa buscando teorías y métodos para así identificar las estrategias de manipulación que permiten producir, reproducir y legitimar el poder.

2.3.1 Concepto de ACD

En lo que respecta a su concepto, existen coincidencias y discrepancias. Para Williams (1977), es una perspectiva teórica enfocada en el lenguaje y la semiosis. Para Fairclough, además de ser un proceso social material, “suscita formas de analizar el lenguaje o la semiosis, formas que se insertan en otros análisis del proceso social de carácter más general” (Fairclough, 2001, p. 179) (Moreno Mosquera, 2016, párr1). Sin embargo, para esta investigación usaremos el concepto que plantea Van Dijk:

El ACD es una investigación analítica sobre el discurso, que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. El análisis crítico del discurso (...) espera contribuir de manera efectiva a la resistencia contra la desigualdad social (Van Dijk, 1999, p. 23).

Entonces, con base a herramientas metodológicas multidisciplinarias, el ACD aborda las relaciones de poder discursivas mediante el análisis de las estructuras y estrategias que son utilizadas en los discursos hablados o escritos, y la relación

que guardan relación con sus respectivos contextos sociales y políticos (Van Dijk. 1999).

2.3.2 ¿Método o una disciplina?

A más de treinta años de su formalización del ACD sigue habiendo controversia con respecto a cómo se le ha de considerar, dado que para algunos autores es una disciplina, mientras que para otros es solo un método. Entonces, primero señalaremos la diferencia entre método y disciplina. Según la RAE (2021) el método es un modo ordenado y sistemático para llegar a un resultado determinado, mientras que la disciplina es una rama del saber humano con objeto de estudio y métodos propios. En el caso del ACD sí tiene un objeto de estudio bien definido, pero para poder abarcar su complejidad necesita de otras disciplinas y de sus metodologías. Es decir, no tiene un método propio como tal, y aun así lo llaman método. Por dichas razones, estamos de acuerdo con la postura de Van Dijk, quien señala que el ACD no es un método para el análisis discursivo, sino una disciplina multidisciplinar que utiliza todos los métodos que le sean útiles para su propósito. Es decir, se nutre de otras disciplinas y metodologías para poder realizar un análisis con perspectiva crítica:

Un error común en relación al ACD es afirmar que este es un *método* especial de análisis discursivo. No existe tal método: en el ACD todos los métodos interdisciplinarios de los estudios discursivos, así como otros métodos relevantes de las humanidades y las ciencias sociales, pueden ser utilizados (Wodak y Meyer 2008; Titscher et al. 2000) (Van Dijk, 2016, p. 204).

Una vez aclarado este punto, hemos de señalar que el ACD es el que “puede superar a otras aproximaciones «acriticas» en el estudio del discurso” (Van Dijk, 1999, p.24), precisamente porque no deja de lado el contexto sociopolítico a pesar de ser objeto de críticas. En este sentido, en defensa de del ACD, Van Dijk aclara que toda investigación es política:

En las disciplinas más avanzadas, y especialmente en los paradigmas más abstractos y formales, con frecuencia se descalifica y se marginaliza

a la investigación crítica tachándola de «política», y por tanto de «acientífica». El ACD rechaza tal evaluación: subraya primero que toda investigación es «política» en sentido lato, incluso si no toma partido en asuntos y problemas sociales (Van Dijk, 1999, p.24).

Luego entonces, se concluye que el ACD es una disciplina y no un método, y que su valor en la investigación radica precisamente en su perspectiva crítica, con respecto a las relaciones de poder.

2.2.3 Modelo tridimensional de Fairclough

Desde el punto de vista discursivo, los contenidos de la revista *Veintitantos* son híbridos. Es decir, contiene elementos lingüísticos, paralingüísticos y extralingüísticos. Por tanto, en teoría, se pueden llevar a cabo su análisis a partir de tres enfoques: semiótico (basado en los signos no necesariamente lingüístico), semántico (basado en el significado codificado) y pragmático/análisis del discurso (basado en los actos del habla y la intención comunicativa). O bien, combinarlos como lo hacen Halliday, Van Dijk, Habermas y Eco, entre otros. Sin embargo, se decidió que esta investigación fuera basada en un análisis lingüístico-pragmático, y bajo esa perspectiva se tomaron a consideración las siguientes propuestas metodológicas:

- Semiótica discursiva (Hodge y Kress, 1979).
- Lingüística Crítica (Fowler et. al. 1983, Hodge y Kress 1979, Fowler 1996).
- Gramática Sistemico Funcional (GSF) (Halliday 1994, Halliday y Hasan 1990).
- Análisis del Discurso (AD) propuesto por Sayago (2007).
- Modelo tridimensional (Fairclough, 1992).

Después de analizarlas, fue elegido el modelo tridimensional del lingüista británico Fairclough, ya que su modelo plantea un análisis integral que abarca los textos, la práctica discursiva y la práctica social. En este sentido, la interconexión de estos tres aspectos permite hallar *“interesting patterns and disjunctions that need to be described, interpreted and explained”* (Janks, 1997, párr. 2). Por otro lado, el encuadre analítico de este modelo, además de crear

una conexión entre el texto y la práctica social, y mediada por la práctica discursiva; es flexible en lo metodológico, ya permite analizar el discurso sin seguir un orden como tal, ni es forzoso abarcar los tres niveles.

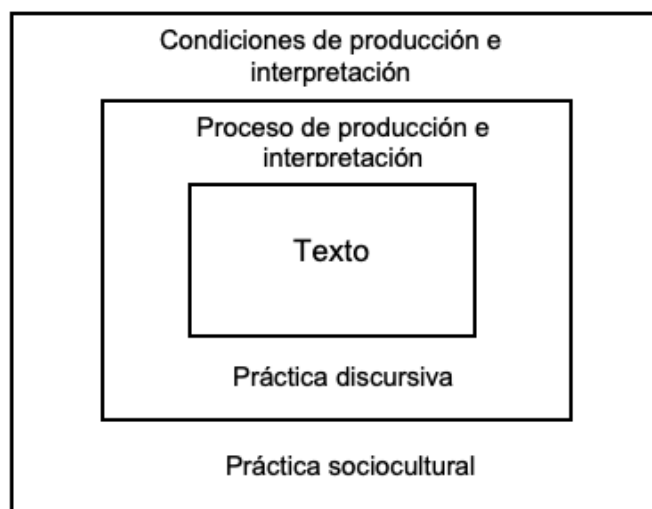


Figura 2.1: Modelo tridimensional (Fairclough, 1989)

En este diagrama del modelo tridimensional, se representa el texto inmerso en la práctica discursiva, y ésta a su vez está inmersa en la práctica social. De modo que los aspectos sociales ajenos al lenguaje (extralingüísticos) determinan la práctica discursiva, y la práctica discursiva determina el texto:

“Linguistic phenomena are social in the sense that whenever people speak or listen or write or read, they do so in ways which are determined socially and have social effects “(Fairclough, 1989, p.23).

Sin embargo, se ha de hacer la siguiente aclaración con respecto a la relación de estos tres elementos: mientras la práctica discursiva y texto forman parte de lo social, lo social es independiente, y no necesariamente está influenciado por lo lingüístico. Por otro lado, la práctica social y el texto se encuentran vinculados por la práctica discursiva de manera que:

los procesos de producción e interpretación textual son conformados por (y, a su vez, ayudan a conformar) la naturaleza de la práctica social, y, por otra, el proceso de producción conforma (y deja ‘rastros’) en el texto, y el

proceso interpretativo opera sobre la base de las 'señales' del texto (Fairclough, 2008, 175).

De esta manera, las relaciones de poder en el texto se analizan a partir de lo que se dice, pero también de cómo se dice; de ahí la importancia de tomar en cuenta todos los elementos lingüísticos que integran el texto (vocabulario, gramática, puntuación, actos del habla, sin dejar de lado lo implícito la relación entre quien emite el discurso y quien lo recibe (Fairclough, 1989).

To Fairclough, linguistic analysis of power depends on showing power in what is said or done in contents, including features of vocabulary, grammar, punctuation, turn-taking, types of speech act, and the directness or the indirectness of the expressions; the relations between subjects, and the social positions they occupy in discourse (Fairclough, 1989, p. 109).

Es decir, el análisis del texto (forma-contenido) no es suficiente, ya que la perspectiva basada únicamente en elementos lingüísticos es superficial. Para comprender el significado se han de hacer inferencias basadas en aspectos de producción e interpretación.

2.4 Actos de habla

El discurso está integrado por el uso del lenguaje, los actos de habla, los enunciados y las intenciones. Para Austin, el acto ilocucionario está en función de pronunciar expresiones ilocucionarias (verbos de judicación, de ejercicio, compromiso, comportamiento, de exposición) (Alarcón, 2008). Sin embargo, esta investigación será llevada a cabo bajo la visión de Searle, quien considera el acto ilocucionario como la base de la comunicación, y señala cinco tipos: representantes, directivos, comisarios, declarativos y expresivos; destacando que su intención es un asunto de convención más que de mera intención, pues los actos obedecen a reglas de uso del lenguaje (Alarcón, 2008). Es decir, sin reglas no hay manifestaciones en el significado de esa intención.

(...) para Searle (1991 a: 432): "realizar un acto ilocucionario es tomar parte de una forma de conducta gobernada por reglas", es decir, conocer los significados es conocer las reglas para su uso, y no el significado anclado sólo en el nivel léxico de las palabras empleadas en las proposiciones (Alarcón, 2008, p. 241).

En cuanto al acto perlocutorio, este produce efectos según el acto ilocutivo. En este sentido, Searle (1969) señala que muchos de los géneros de oraciones usadas para realizar actos ilocucionarios no tienen efectos perlocucionarios asociados con su significado (Dottori, 2019), y pone de ejemplo "Buenas noches". Sin embargo, haciendo alusión la convención de la que habla Searle, pragmáticamente, este saludo en México puede tener las siguientes intenciones: hacer notar que se ha llegado tarde, el enfado de quien lo dice, señalar una advertencia y/o una consecuencia. Por dicha razón, el contexto es esencial para reconocer la práctica discursiva, la práctica social y el efecto perlocutorio (informar, tranquilizar, avergonzar, inducir, manipular, ordenar, comprometer, expresar emociones, emitir juicios, argumentar, quejarse, crear situaciones etc.).

En esta investigación nos enfocaremos a los actos ilocutivos denominados como declarativos que son una acción lingüística que tienen como objeto "modificar una situación, creando una situación diferente" (Alarcón, 2008, p.244) Por ejemplo: "Ahora los declaro marido y mujer" o "Estás fuera del juego" (Dewangaa Puri, 2015). Así como también a los directivos, que son acciones lingüísticas que intentan que el receptor haga algo, o dicho de otra manera "aquellos enunciados que proponen una determinada actuación o comportamiento, indicando que esta debe o puede ser llevada a cabo" (Nuñez, 1991, p.357); los actos ilocutivos directivos marcan la autoridad de quien los realiza, y la subordinación (Dewangaa Puri, 2015) de a aquellos a quienes van dirigidos).

2.5 Manipulación

Varios autores (Meyer, Fairclough & Wodak y Van Dijk) coinciden en que a través de las prácticas discursivas “se ejerce poder, dado que, quien emite un discurso busca, ante todo, persuadir a los receptores, a través de creencias, actitudes, valores y un sinnúmero de saberes tomados de su entorno y la cultura” (Rojas y Suárez, 2008, p. 50). Es por ello que en el discurso-poder encontramos estrategias pragmáticas ejerciendo “de manera sutil, un control sobre las mentes de los grupos sociales, induciéndolos a comportamientos, y contribuyendo así a “la estructuración de las relaciones de poder en una sociedad” (Rojas Bermúdez y Suárez González, 2008, p. 50).

En este sentido, los medios de comunicación se han convertido no solo en el contexto que rige las prácticas de comunicación, sino que también “están vinculados con la intimidad de las personas, con sus sueños y fantasías y con su visión del mundo y la realidad” (Sola-Morales, 2016, p. 248). Por tanto, es de suma importancia entender qué es la manipulación y cómo funciona:

es un procedimiento mucho más habitual de lo que podemos imaginarnos, puesto que se puede detectar en cualquier situación comunicativa, incluso en las más cotidianas. Por desgracia, en función de la habilidad argumentativa del enunciador y del manejo de los expedientes lingüístico-pragmáticos implicados, el receptor puede no percatarse de las intenciones reales de su interlocutor (Prestigiacomo, 2012, p.786).

Sin embargo, dado que podría causar confusión el hecho de que frecuentemente se habla de persuasión en los medios de comunicación, y no manipulación; habremos de definir ambas. Según la RAE (2021), la persuasión es una aprensión o juicio que se forma en virtud de un fundamento, mientras que la manipulación es intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, en la justicia, etc., con distorsión de la verdad de la justicia y al servicio de intereses particulares. Pero, habrá que señalar que la moral que separa los conceptos es relativa, “¿Cómo respetar la particularidad de las culturas, su moralidad, y, a la vez, aceptar normas de validez universal, sin que se menoscaben las morales particulares?” (Esquivel Estrada, 2004,

p.119). Por otro lado, encontramos que las técnicas de persuasión en la publicidad se alejan del principio moral señalado por la RAE, tal como lo muestran los siguientes ejemplos obtenidos del Dictionary of Media and Communications (Danesi, 2009):

1. *“Endorsements of products by celebrities make them appear reliable”*
2. *“implicit appeals that are designed to convince parents that they should get their children some product”*

Por otro lado, aunque también se ha descrito a la persuasión *“as a long range process, action or activity”* (Ejupi et al, 2014, p.643); y se ha señalado que es diferente de la manipulación porque sus procesos toman más tiempo, es más eficaz y disimulada; a nuestro juicio, en lugar de diferenciar a la manipulación de la persuasión, esto confirma que tienen el mismo objetivo: influir en las personas y en sus acciones. Por dichas razones, usaremos el concepto de manipulación para referirnos al discurso-poder y sus estrategias lingüísticas-argumentativas, que tienen como objetivo causar un efecto en las emociones, pensamientos o acciones del público.

2.6 Explicatura e implicatura

La manipulación la podemos encontrar en los discursos en forma de explicatura (conjunto de supuestos decodificados) o implicatura (conjunto de supuestos inferidos) (Camós y Frápolli, 2008).

An explicature is a combination of linguistically encoded and contextually inferred conceptual features. The smaller the relative contribution of the contextual features, the more explicit this explicature will be, and inversely [...] This is an unconventional way of drawing the distinction between the explicit and implicit ‘content’ of an utterance. On a more traditional view, the explicit content of an utterance is a set of decoded assumptions, and the implicit content a set of inferred assumptions (Fernández, 2015, p.453).

En lo que respecta a las explicaturas, gracias a los códigos reconocidos y delimitados en su significado en determinado contexto, se analizan con base en

lo lingüístico. Pero las implicaturas requieren de la inferencia, ya que sus significados se construyen a partir de analizar los elementos pragmáticos que les dan otro sentido, y por ello se ha de comprender las prácticas discursivas y sociales.

Los textos entonces no son objetos comunicantes neutros. Son parte de las estructuras sociales que permiten o no ciertas prácticas sociales. Son los discursos hegemónicos los que pueden dar agencia a algunos sujetos, pero al mismo tiempo, constreñir a otros (Peña Ochoa, 2016, p. 389).

Por tanto, para decodificar la manipulación implícita en los medios de comunicación se han de considerar elementos lingüísticos y pragmáticos que forman parte de las convenciones discursivas y de la práctica social.

2.7 Contexto

El concepto de contexto “no es unívoco ni en su definición ni en sus usos (Bernal Pulido, 2015)” (Biblioteca UNAM, 2017. p.33), por el contrario, varía de acuerdo a la disciplina. La RAE (2021) ofrece cuatro definiciones, dos en desuso (trabazón y enredo), y dos en uso:

1. m Entorno lingüístico del que depende el sentido de una palabra, frase o fragmento determinados.
2. m Entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el que se considere un hecho.

Por su parte, la biblioteca UNAM ofrece una definición más elaborada, que resalta su utilidad como instrumento en la investigación:

herramienta analítica que permite identificar una serie de hechos, conductas o discursos (en general elementos humanos o no humanos que constituyen el marco en el cual un determinado fenómeno estudiado tiene lugar en un tiempo y espacio concretos (Biblioteca UNAM, 2017, p. 34).

Esta definición de la biblioteca UNAM, aunque ciertamente nos permite conceptualizar de manera general el contexto para cualquier tipo de investigación, se ha de señalar que para estudios discursivos la definición de un contexto general no es suficiente, tomando en cuenta que se han de decodificar significados convencionales y distintos a lo expresado. Por ello, Grice señala tres contextos que son necesarios: lingüístico, estrecho y pragmático (Grice, 1967):

- A. Contexto *lingüístico* (o gramatical): “restricciones existentes en cada lengua en lo relativo a la manera como se integran las unidades de nivel inferior para formar unidades mayores” (Tobón de Castro, 1998, p.22). Es decir, “aporta los ingredientes necesarios para obtener el significado lingüístico” (Camós y Frápolli, 2008, p.5).

- B. Contexto *estrecho*, es decir, el uso semántico que permite acceder a la experiencia particular de la que se habla y llamamos contexto *estrecho* (Camós y Frápolli, 2008).

- C. Contexto *pragmático* (de situación o el contexto social) que es “el conjunto de subsistemas semánticos asociados a un hecho particular y el contexto social con la constelación de significados que conforman la cultura” (Tobón de Castro, 1998, p.23). Es decir, “contiene la información necesaria para que se puedan dar las relaciones inferenciales de las que surgen las implicaturas” (Camós y Frápolli, 2008, p.5).

Entonces, mediante el análisis de estos tres contextos específicos se pueden identificar los mecanismos lingüísticos (explícitos, codificados), los semánticos y también los pragmáticos (implícitos o interpretados) que forman parte de los actos perlocutivos de manipulación.

2.8 Cultura

El análisis del contexto pragmático conlleva el análisis de la cultura, un concepto por demás extenso. Desde el punto de vista etimológico, el término *cultus* proviene del latín, y deriva del verbo *colere* que significaba “cultivar” (Pozzo y Soloviev, 2011). Sin embargo, dicho significado ha ido variando hasta llegar

significar muchísimos otros aspectos, tan es así, que “*Between 1920 and 1950 alone, at least one hundred and fifty seven definitions were presented*” (Johnson, 2013 p.1). Los significados que más se han popularizado son: civilización, sofisticación, conocimiento, conciencia intelectual, sensibilidad, buenos hábitos, legado e identidad. Sin embargo, el concepto se usa también para categorizar estilos de vida y acciones: cultura ecológica, cultura vial, cultura deportiva, cultura democrática, cultura cívica, cultura del ahorro, cultura emprendedora, cultura urbana, porno cultura, etc. A razón de que son tantos los conceptos, solamente ofreceremos los más contemporáneos, empezando por el de Altieri, dado que retoma a muchos de ellos:

Cultura, atento a su definición verbal-etimológica, es, pues, educación, formación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre; y en su reflejo objetivo, cultura es el mundo propio del hombre, en oposición al mundo natural, que existiría igualmente aún sin el hombre. Cultura, por tanto, no es solamente el proceso de la actividad humana, que Francisco Bacon llama metafóricamente la “geórgica del ánimo” (*De dignitate et augmentis scientiae*, VII, 1); es también el producto de tal actividad, de tal formación, o sea el conjunto de maneras de pensar y de vivir, cultivadas, que suelen designarse con el nombre de *civilización*. Así entendida, cultura es un nombre adecuado para aplicarse, *sensu lato*, a todas las realizaciones características de los grupos humanos. En él están comprendidas tanto el lenguaje, la industria, el arte, la ciencia, el derecho, el gobierno, la moral, la religión, como instrumentos materiales o artefactos en los que se materializan las realizaciones culturales y mediante los cuales surten efecto práctico los aspectos intelectuales de la cultura (edificios, instrumentos, máquinas, objetos de arte, medios de la comunicación, etc.) (Altieri, 2001, p.15).

Por nuestra parte, usaremos este extenso y ecléctico concepto de Altieri (2001) para definir la cultura de manera general. Sin embargo, también definiremos la cultura específica que engloba la práctica social y discursiva de esta investigación. Esto debido a que se necesita ubicar los aspectos relevantes que la hacen diferente a otras épocas. En este sentido, Bericat señala que “la cultura solamente puede revelarse por comparación, sea en el tiempo, contrastando la cultura de distintas épocas, sea en el espacio, confrontando la cultura de distintas sociedades” (Bericat, 2016, p.124).

2.8.1 Cultura posmoderna

La cultura se considera posmoderna a partir de que se marca el fin de la modernidad, y se establece un nuevo período de la historia y su paradigma. Arnold Toynbee fue el primero en usar el término Posmodernidad en sus estudios históricos (*A Study of History*). “De acuerdo con Tenner *“in case of expansion of the term postmodernism, the word “post” as an affix has been defined as determination of what has to be done to overcome modernism Tenner”* (Derya Kahraman, 2015, p.3992).

Para nuestro concepto de cultura posmoderna tomaremos en cuenta aspectos relevantes en cuanto a las comunicaciones, mercadotecnia y su impacto en lo social. Lipovetsky (1983), en su libro “La era del vacío: ensayos sobre el vacío contemporáneo” definió la Posmodernidad como una mutación sociológica global que había modificado los valores, desencadenando otros:

(...) cambio de rumbo histórico, de los objetivos y modalidades de la socialización, actualmente bajo la égida de dispositivos abiertos y plurales; dicho de otro modo el individualismo hedonista y personalizado se ha vuelto legítimo y ya no encuentra oposición (...) La sociedad posmoderna es aquella en que reina la indiferencia de masa, donde domina el sentimiento de reiteración y estancamiento, en que la autonomía privada no se discute, donde lo nuevo se acoge como lo antiguo, donde se banaliza la innovación (...) La gente quiere vivir enseguida, aquí y ahora, conservarse joven y ya no forjar un hombre nuevo, y al mismo tiempo se impone más que nunca la necesidad de prever y organizar el tiempo colectivo (...) murió el optimismo tecnológico y científico al ir acompañados de innumerables descubrimientos (...) Ya ninguna ideología política es capaz de entusiasmar a las masas, la sociedad posmoderna no tiene ídolo ni tabú (...) ningún proyecto histórico movilizador, estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comparta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis (Lipovetsky, 1983, p. 9).

Si bien es cierto que han existido otras propuestas para llamar a nuestra época actual, por ejemplo: *transmodernidad* con base a la virtualidad, telepresencia, multimedia, diversidad, instantaneidad, individualismo, cyborg, cibersexo, hipertexto, internet y obscenidad en la intimidad, entre otros aspectos (Rodríguez

Magda, 2011). Así como *hipermodernidad* basada en el hiperconsumo (Lipovetsky, 2006); también es verdad que la Posmodernidad tiene un amplio reconocimiento, aceptación y uso por parte de la comunidad académica. Por dichas razones, elegimos la Posmodernidad para señalar el período actual. Sin embargo, para nutrir sus características, retomaremos las de la *transmodernidad* (2011). Entonces, la cultura posmoderna es aquella que se caracteriza por el individualismo, hedonismo, narcisismo, la búsqueda del yo, del placer, las aspiraciones personales y el ego; en un contexto marcado por la influencia de los *mass media*, la cultura del ocio, el consumo *cool*, el consumismo exacerbado, la diversificación y la seducción a la carta, el cyborg, el cibersexo, el hipertexto, obscenidad en la intimidad, así como también la hipersexualización y las redes sociales, entre muchos otros aspectos.

2.9 Corpus

De origen latín, la palabra *corpus* quiere decir cuerpo. En lo lingüístico, según la RAE es un “conjunto lo más extenso y ordenado posible de datos o textos científicos, literarios etc., que pueden servir de base para una investigación” (RAE, 2021). Para Meyer (2002, p. xii) es “*A corpus is defined as any collection of texts (or partial texts) used for the purposes of general linguistic analysis*”, y en otra definición más actual hecha por la misma autora dice “*all corpus-based research is functional in the sense that it is grounded in the belief that linguistic analysis will benefit if it is based on real language used in real contexts.*” (Meyer, 2002, p. 11). Por tanto, para nosotros el corpus es el conjunto de textos que usaremos para realizar el análisis lingüístico.

III Desarrollo temático

Para la producción de un texto son fundamentales los procesos sociales y las estructuras, debido a que con su interacción se crean significados (Wodak y Meyer, 2001). Por tanto, en esta investigación, de manera breve, se aborda la evolución de las revistas que antecedieron a *Veintitantos*; señalando aspectos culturales, políticos, tecnológicos y sociales que motivaban sus discursos. Después, se aborda el tema de la evolución de la cultura y sexualidad en México. Posteriormente, los aspectos relevantes del rol de la pornografía en la hipersexualización de la sociedad y el cambio perspectiva de la sociedad actual con respecto a las relaciones interpersonales. Por último, se ofrece el contexto de la mujer mexicana, abarcando lo económico, su participación laboral, la educación y el acceso a la tecnología.

3.1 *Veintitantos* y las revistas que la antecedieron

En 1994, el grupo editorial NOTMUSA S.A. de C.V. sacó a la venta la revista *Veintitantos*, y de ese tiempo a la fecha, lleva veintiséis años circulando en el mercado. Hoy en día, esta revista sigue siendo una publicación dirigida a la mujer joven. Su precio actual de la publicación impresa, a la venta en puestos de periódicos, es de 45.00 pesos, mientras que su edición *online* tiene un costo de 38.00 pesos. Además, cuenta con dos opciones de suscripción anual a su contenido digital: una da acceso a contenido amplio que tiene un costo regular de 986.00 pesos, y la otra de acceso limitado que tiene un costo de 456.00 pesos. Por otra parte, algunos de sus contenidos también se distribuyen de forma gratuita en redes sociales, por lo que se calcula que tiene un impacto mensual en 2.8 millones de mujeres mexicanas. Su venta al público es a partir de los dieciocho años y, supuestamente, el límite de su rango de edad son los veinticinco años. Sin embargo, su venta no está limitada. El nombre de la revista y su contenido permite abarcar entre los veintiuno y veintinueve años; edades en las cuales las mujeres jóvenes buscan conocer más su sexualidad, ya sea porque están en una relación sentimental (noviazgo, amigo con derechos, unión libre, matrimonio, tienen un amante), buscan pareja, o deciden explorar.

Ciertamente, los contenidos que ofrece *Veintitantos*, en su sección *sexo*, son una respuesta a la demanda del público lector femenino. Sin embargo, detrás de la producción y el consumo están las transformaciones del mundo, de México y de la prensa mexicana. Es decir, los factores sociales, culturales, tecnológicos y de mercadotecnia que hoy en día marcan esta tendencia. Por tanto, es pertinente mencionar a las revistas que anteceden a *Veintitantos*, así como también, algunos hechos importantes que nos ayudarán a ampliar nuestra visión acerca de este tema.

3.1.1 Las primeras revistas femeninas en México

Durante la época porfirista, además del desarrollo en las telecomunicaciones, hubo muchos cambios de tipo cultural. La modernidad europea impactó en nuestro país en lo lingüístico, en los usos y costumbres de la sociedad, así como en su consumo de moda, arte y literatura. Con respecto a la prensa, destacó el surgimiento de las primeras revistas impresas dirigidas al público femenino. En este sentido, las revistas *El Semanario de las Señoritas Mexicanas*, *El correo de las Señoras*, y *Violetas del Anáhuac*, entre otras; promovieron el estereotipo de la mujer moderna. A través de sus contenidos se instruyó a las mujeres en su papel de amas de casa, esposas y madres. La revista *La mujer mexicana* (1904-1906) fue una de las pocas publicaciones dirigidas por mujeres. Sin embargo, a través del artículo “Diamantes de Ghophir” de Manuela, publicado en 1904, se observa que de igual manera se promovía el estereotipo de mujer moderna ideal que debía agradar a los hombres y ser apta para las nupcias.

Los hombres temen casarse por no encontrarse una piedra *gophir*, y por eso mis hermosas lectoras, procurad tener bellas cualidades de una verdadera mujer, pues debéis ser á la vez que mujeres, flores y alegría; agregad á una sólida instrucción, el aprendizaje de labores domésticas, adornaos el canto y la música y habréis alcanzado el ideal (Martín Orozco, 2005, p. 68).

Por otro lado, aunque se empezó a reconocer que la instrucción de las mujeres era algo necesario, no por ello dejó de ser limitada en muchos sentidos. Tan es así, que las mujeres que intentaban sobresalir eran atacadas. Los hombres se burlaban de ellas llamándolas *marisabidillas* si mostraban su conocimiento o

intentaban opinar. Además, las otras mujeres las criticaban si sobrepasan los límites impuestos por la sociedad. Un claro ejemplo es el comentario hecho por Josefina Santoscoy, con respecto a una mujer abogada:

Dios nos ha puesto un límite, y jamás podremos traspasarlo sin caer en la ridiculez. El hombre tiene, como patrimonio, la fuerza física; la mujer la ingenuidad y la gracia; el hombre se basta á sí mismo, porque es fuerte; puede viajar de día y de noche, en la ciudad y en el campo, y por sí mismo puede repeler cualquiera agresión; la mujer no puede hacerlo así, no puede salir sola por la noche, y mucho menos en un lugar deshabitado, porque esto no se aviene con la timidez que le es propia, ni con el decoro de que debe siempre revestir sus más leves acciones. El hombre ha sido creado para los trabajos rudos [...] la mujer para atender al cuidado del hogar (Torres Aguilar y Atilano Villegas, 2015, p. 235).

En este contexto se desarrollaron las primeras publicaciones de revistas femeninas. Las cuales, para su época, fueron consideradas como un logro de la mujer moderna, independientemente de que promovieron el estereotipo que marcaban los límites del género femenino.

3.1.2 Revistas 1930-1950

Entre 1930 y 1950 aconteció la Segunda Guerra Mundial, teniendo un impacto positivo para México. Entre 1938 y 1943, México vendió petróleo a las potencias del Eje, y con los ingresos obtenidos se generó un gran crecimiento económico. En este periodo conocido como “El milagro mexicano” se desarrolló la industria, la infraestructura, el turismo y las artes. La población rural emigró a las ciudades. México pasó de ser un país agrícola a uno industrializado, y ciertos sectores de la población comenzaron a tener poder adquisitivo.

Al terminar la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos incrementó su hegemonía económica y cultural. El estilo de vida americano empezó a expandirse por el mundo a través del cine, el arte, la moda, la música y productos de consumo. México, por su parte, reanuda relaciones comerciales con Estados Unidos por medio de la política de cooperación Panamericanismo y recibe una gran influencia en el consumo de productos, bienes y servicios, pero también de estereotipos. Uno de ellos fue el de la mujer ama de casa *feliz*, que gozaba de

un hogar con electrodomésticos. Es por ello que en todas las revistas femeninas que consumían las mujeres mexicanas los contenidos eran básicamente una guía en el cuidado del hogar y la familia, labores (Montes de Oca Navas, 2003) y anuncios publicitarios.

Semanarios, libros de urbanidad, cuentos, novelas y lecturas de corte religioso, además de pinturas, estampas y fotografías, se avocaron a exponer la “misión”, identidad y particularidades de las mujeres, quienes fueron denominadas como “el bello sexo”. (...) estos medios sirvieron para promover un estereotipo de género, ligado a la idea de orden social que moldeó ciertos aspectos de la vida de algunas mujeres, de la mano de la difusión y promoción del dominio de prácticas concretas como las llamadas “labores” que, en términos generales, se corresponden con el trabajo de costura, tejido y bordado (Flores Enríquez, 2019, p.19).

Las revistas editadas en México, que circularon entre las décadas de los 30 y 50, fueron: *El hogar, la revista de las familias, La familia, revista de labores para el hogar, Paquita la revista de la mujer y el hogar*; y las editadas en Argentina, fueron *Rosalinda, Revista mensual ilustrada para la mujer y el hogar, Chavela la revista mensual de la mujer*, entre otras. A la mujer de hogar se le atribuyó inferioridad para otros trabajos, y a su vez se le dotó de *dignidad* para comprar productos. Así, las revistas femeninas vincularon a las mujeres con el consumo de objetos superfluos, acrecentando así la vanidad, superficialidad, inseguridad, y la competencia entre mujeres (Sandoval Lutrillo, 2003).

3.1.3 Revistas de 1960 en adelante

En este apartado, además de informaciones, ofrecemos imágenes. Los comentarios acerca de sus características paralingüísticas y extralingüísticas tienen la intención de ilustrar, más no forman parte de esta investigación.

En la década de los 60, los fuertes movimientos sociales, como la segunda ola de feminismo, generan cambios en la perspectiva de género; y los medios de comunicación comenzaron a modificar sus discursos de manera general. En México, estos hechos también impactaron a la sociedad y la prensa dirigida a la mujer, por ejemplo: la revista *La familia* publicada en febrero de 1960 tiene en su portada a una madre joven y abnegada, que de rodillas arregla la ropa de su hija.

Dos años después, en su edición de septiembre de 1962, en la portada está la fotografía del actor Mauricio Garcés, quien está frente a una estufa, usando mandil y cocinando, véase figuras 3.1 y 3.2.



Figura 3.1: Portada de la revista *La Familia*, 1960 (mercado libre)



Figura 3.2: Portada de la revista *La Familia*, 1962 (Facebook, 2018)

Fue a mediados de los 60 cuando las editoriales mexicanas modificaron los contenidos discursivos de sus publicaciones, siguiendo la tendencia de los contenidos de las revistas norteamericanas, y algunas publicaciones europeas. En este sentido, “las revistas femeninas fueron las primeras en incorporar contenidos editoriales sobre sexualidad de manera abierta y explícita” (Rodríguez Salazar y Pérez Sánchez, 2014, p.17.). En septiembre de 1965, con capital de inversionistas de México y Argentina, sale a la venta la revista *Claudia de México*. La cual incluyó temas controversiales tales como: la píldora anticonceptiva, el aborto clandestino y el placer sexual femenino. En sus inicios, lo hizo con base a las opiniones de “expertos” en lo social, lo moral y lo religioso. Pero, a principios de los 70, abordó los temas de liberación sexual desde el punto de vista de las propias mujeres, publicando informes y entrevistas (Feletti, 2017). La revista *Cosmopolitan* llegó a México hasta 1973, y abordó temas considerados como tabú para la época, como se puede constatar en su edición de noviembre de 1973, en donde publicó once artículos; siete de ellos relacionados con la pareja y cuestiones sexuales. Para 1980, las revistas más

vendidas eran *Claudia*, *Kena*, *Buen Hogar*, *Cosmopolitan*, *Vanidades* y *Tú* (Sandoval Lutrillo, 2003).

La editorial Grupo NOTMUSA puso a la venta la revista *Veintitantos* en junio de 1994, con un costo de 6.00 pesos. En la portada de su primer ejemplar, del lado derecho, en la parte inferior, encontramos el título “*DE LA SOLEDAD AL ALTAR cuando sientes que el tren se te va*”, y en su publicación de aniversario de junio de 1995, aparece en el centro de la portada el título del artículo *Solterona ¡JAMAS! ¿HAY UN HOMBRE PARA MI?* Ambos artículos ponen de manifiesto el prejuicio acerca de la soltería de la mujer mexicana, y el ideal de contraer nupcias, véanse figuras 3.3 y 3.4.

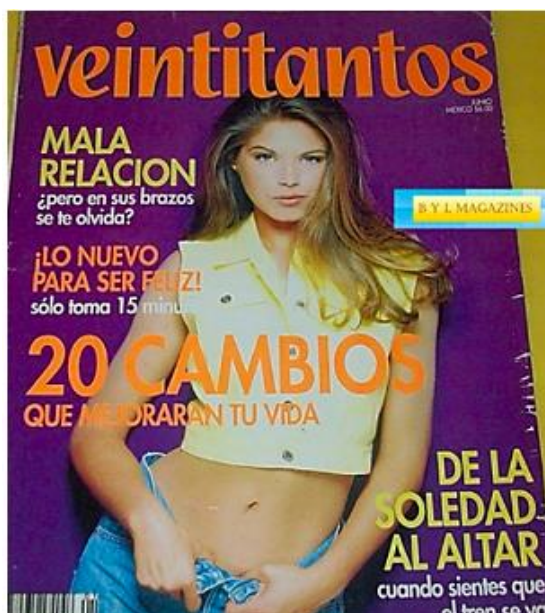


Figura 3.3: Portada de *Veintitantos*, junio 1994 (Mercado libre)



Figura 3.4: Portada de *Veintitantos*, junio 1995 (Facebook)

Es partir de 1997 que la revista *Veintitantos* le resta importancia al tema del matrimonio, y comienza a publicar artículos de sexo de manera continua, y los resalta en la portada, véase figura 3.5



Figura 3.5: Portadas de *Veintitantos*, 1997-2010 (Mercado libre, 2019)

La revista *Veintitantos* hoy en día tiene seis secciones (“Belleza”, “Moda”, “Salud”, “Tu vida”, “Sexo” y “Para variar”). En la sección “Sexo” se abordan los temas de índole sexual. *Veintitantos* regularmente publica 64 páginas, y la sección “Sexo” ocupa 8 de ellas; en promedio el 12.5%.

IV Sexualidad de los mexicanos

En este capítulo haremos un breve recorrido histórico para comprender la sexualidad de los mexicanos. Esto, tomando en cuenta que su construcción histórica (Maya González, 2010) ha permeado a los estereotipos. Esto permitirá diferenciar en la práctica social y en la práctica discursiva al estereotipo de la mujer hipersexualizada, que se busca identificar en los discursos de la revista *Veintitantos*.

4.1 Bases: religión y cultura

La condición femenina y su papel genérico se sustentan en lo simbólico (Serrano Barquín, 2004). Con Adán y Eva se establece la jerarquía del hombre sobre la mujer, y la culpa de Eva. Por otro lado, la virgen María, símbolo de pureza, reafirma el distanciamiento de la mujer de las relaciones sexuales. De este modo, el arquetipo de la virgen-esposa consolida el estereotipo femenino que la iglesia católica inculca tras la conquista. En 1932, a más de un siglo de la independencia de México, los padres de familia se opusieron a que la Secretaría de Educación Pública (SEP) ofreciera educación sexual, por considerar "intolerable que los "secretos sexuales" (Zavala Ramírez, 2017, 156) fueran revelados a sus hijos. En este contexto donde el sexo era tabú, el himen se convirtió en el patrimonio y el prestigio familiar (Serrano Barquín, 2004). En la película "Nosotros los pobres" (1947), del director Ismael Rodríguez, se retrata la cultura que giraba en torno al deshonor de la mujer que perdió la virginidad, a la que Octavio Paz llama la Chingada.

En el siglo XX, gracias a los avances tecnológicos como resultado de la guerra fría, se afianzó la cultura de las masas, y México se inició en las comunicaciones satelitales como miembro del consorcio INTELSAT. En 1973 se crea Televisa, la primera televisora con transmisión vía satélite, y como resultado, a mayor escala, las telenovelas legitimaron las clases sociales, la desigualdad de género, las actitudes discriminatorias y violentas, los roles en pareja, la moral y las buenas costumbres, entre otros aspectos; reafirmando así las identidades simbólicas de

género: los hombres fuertes, decididos, objetivos, autoritarios y agresivos; y las mujeres débiles, dudosas, emocionales, obedientes, resignadas y enamoradas.

En 1974, México fue pionero en América Latina en la educación sexual, al incluir el tema de la sexualidad en sus programas de educación básica, pero continuaron las disputas con la iglesia católica y otros grupos sociales (Camacho Sandoval y Padilla Rangel, 2017). Las telenovelas, por su parte, continuaron siendo eco de los valores de la iglesia (relacionar el sexo con el pecado, basar las relaciones sexuales en sentimientos amorosos), y la idealización del matrimonio por iglesia. En este mismo contexto, proliferó el cine de ficheras que promovió otros modelos de conducta y estereotipos de belleza, por medio de sus personajes protagónicos (*malas mujeres*, prostitutas, cabareteras, ficheras).

A finales de los 90, la iglesia católica enfrentaba una crisis por actos de pederastia. Además, la virginidad y el matrimonio se empezaron a cuestionar en las telenovelas. En 1997, TV Azteca lanzó al aire *Mirada de mujer*, la cual fue una dura crítica a la moral mexicana. El personaje principal María Inés, una mujer de cincuenta años con familia acomodada, cambia su rol de esposa y madre abnegada, luego de la infidelidad de su marido se relaciona sentimental y sexualmente con un hombre veinte años más joven; rompiendo así los estereotipos de género. En lo que respecta al siglo XXI, hubo cambios en los valores, pero se continuó legitimando ciertas prácticas sociales y discursivas. En el libro “Todos los hombres te vemos desnuda” se señala como algo natural el hecho de que “Tu primo, tu dentista, tu maestro y hasta el repartidor de pizza, todos ellos realmente te desvistieron con la mirada la primera vez que te conocieron” (Zaga, 2013, p.26), y al mismo tiempo se les señala a las mujeres las ventajas del deseo que producen; en un contexto de doble moral, donde todavía se les llama putas.

4.2 Rol de la pornografía en la hipersexualización de la sociedad

La hipersexualización de la sociedad mexicana se ha ido consolidando en las últimas décadas. La distribución y consumo masivo del porno *online* ha sido un

factor fundamental para sobrecargar de sexualidad al imaginario colectivo. Por tanto, haremos un breve recuento de la evolución del porno y sus efectos.

La “*pornografía* refiere a la descripción gráfica del quehacer de la prostituta “(*graphos*, del latín *graphicus* y del griego *graphikós*: “escritura” o “dibujo”; y *porno*, del griego *pórne*: “ramera” (Peña Sánchez, 2012, p. 48). Los primeros filmes pornográficos hechos en México datan de las décadas de los 20 y los 50, y como muestra de ello las 30 películas silentes resguardadas por la UNAM. En dichas producciones, que duran entre los 12 y 30 minutos, abundan las escenas lésbicas y el cura es un personaje recurrente. “El sueño de Fray Vergazo”, “Chema y Juana”, “Tortillas Calientes”, son algunos de los títulos (Excelsior, 2011). En sus inicios, era muy difícil conseguir pornografía y su distribución era clandestina. Para los ciudadanos, las películas eran exhibidas en prostíbulos o cines clandestinos como “La tarjeta”, una librería ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de México, considerada como el primer *Sex shop* en México; en donde además de las proyecciones de cine, vendía revistas pornográficas, condones y algunos otros artículos para adultos (Excelsior, 2011).

Con la videocasetera Betamax de Sony en 1975, y la VHS en 1976; se hizo posible el consumo de porno en videoclubes y en la comodidad del hogar. Sin embargo, cada país vivió de manera diferente la llegada de los nuevos medios comunicación, el consumo y la aceptación del porno. En el México de los 70, el cine de ficheras fue el primero en introducir abiertamente el desnudo y ser bien recibido de forma masiva. En palabras de Guillermo Calderón: “porque al público grueso le gusta ver carne” (Lemus Martínez, 2015, párr 1). A finales de esta década, se comenzó a publicar una serie de historietas semanales de bajo costo, llamada *Sensacional* (de barrios, de trailereros, de policías, de chafiretes, de mercados, de sirvientas, de maestros etc.); publicada por editorial EGEA. Las “historias estaban llenas de albuces, mujeres turgentes y aventuras que resaltaban lo mejor de la “*pija-dura* del proletariado”. Sus virtudes eran la infidelidad, la precocidad sexual y el centrimetrage de los pechos femeninos” (Tediósfera, 2009, párr. 1). La historieta más exitosa fue *¡Así soy...! ¿Y qué?*, la cual tenía como protagonistas hombres agresivos, lujuriosos, perversos,

machistas, mentirosos, albureros y cínicos. Las mujeres eran retratadas como voluptuosas, provocativas e ingenuas; y eran utilizadas como objetos sexuales

En los 80, México da los primeros pasos para entrar a la era de la informática y la telecomunicación satelital, y el tráfico de porno en internet se popularizó. Algunos productos cambiaron y otros se extinguieron; las sexy comedias quedaron atrás y las historietas empezaron a publicar contenido pornográfico. En una entrevista, Edmundo Sánchez, el editor de *¡Así soy...! ¿Y qué?* afirmó que las publicaciones cambiaron de lo popular a lo exclusivamente pornográfico con la venta de *Sexótica*, *Medias negras*, *Sábanas mojadas*, *Beso negro*, *Secretos de cama*, e *Infieles*. Según sus propias palabras: “la editorial iba por ventas, ¿y qué es lo que vende? Pues sexo” (Aguilar, 2011).

En el 2006 fue creado el sitio YouPorn, en 2007 Xhamster, y en el 2009 Pornhub y RedTube. Estos sitios porno, las nuevas tecnologías y la expansión del internet, desencadenaron un “fenómeno de especial relevancia para la comprensión de las relaciones interpersonales” (Ballester Brague *et al.*, 2015, p. 847). Así, el porno se volvió un referente para las relaciones sexuales y un estímulo para las prácticas de riesgo. De forma masiva, los consumidores fueron familiarizados con estereotipos de belleza y diversas prácticas sexuales (rituales, sonidos, frases, rudeza, violencia, fetiches, posiciones sexuales, sexo colectivo, etc.). Todo esto se fue integrando a su programación erógena (Figari, 2008), repercutiendo en sus expectativas, y las relaciones sexuales con sus parejas.

Entre los efectos negativos se ha señalado que “alimenta insatisfacciones personales y carencias patológicas que poco aportan a la convivencia solidaria” (Barriga Jiménez, 2013, p.107). Por ejemplo, las categorías de incesto y violación fomentan la idealización de escenarios donde se ejerce el poder y/o la fuerza (hogar, trabajo, escuela, etc.), y promueven la normalización de la violación al erotizarla (Sen, 2018). Además, no solo provoca curiosidad y fantasías, sino también expectativas e impulsos “*perhaps damaging relationships and encouraging harmful behaviour*” (Brown, 2017, párr. 2).

En el 2019, Pornhub ubicó a México en el décimo lugar de consumo mundial de porno, por encima de Brasil (Mañón, 2019). Sin embargo, dicha posición no refleja el consumo total de porno en México ni las edades de consumo, puesto que Pornhub no contabiliza las visitas a otros sitios web, la redistribución de material descargado, el porno *homemade* compartido en redes sociales, la compra de películas piratas, ni el de las apps como Tik-Tok, Only fans, etc. De modo que, se deduce que el consumo de porno de los mexicanos es muchísimo mayor debido a la gratuidad del contenido que circula en internet y redes sociales, además no hay límite de edad para categorías más violentas, como consecuencia de la falta de políticas y estrategias al respecto:

“What is clear...is that children’s access to pornography is fundamentally different from that of previous generations because of the prevalence of these materials on the internet. Explicit sex and violent still and moving images depicting rape, bestiality, the use of pain and humiliation are potentially just a few clicks away.” (CARE briefing, 2015, párr. 4).

Por otro lado, ha crecido exponencialmente la producción y el consumo de la pornografía infantil en México. En el 2013 fueron detectadas 12, 300 cuentas personales, y en el 2015 México ya ocupaba el primer lugar en consumo y distribución (García Luna y Colmenares Guillén, 2015), al producir el 70 % de lo que se consume en el mundo (Cabrera Martínez, 2021). Por otro lado, a la par de este delito ha aumentado el turismo sexual infantil, y México ya ocupa el segundo lugar a nivel mundial en este delito (Cabrera Martínez, 2021).

4.3 Porno, prostitución y cultura.

El contexto posmoderno, caracterizado por el ocio y las mercancías, ha contribuido a la diversificación y expansión de los negocios del porno y la prostitución, y en consecuencia a la hipersexualización de la sociedad. En nuestros días ya forma parte de la cultura el que las mujeres jóvenes, e incluso menores de edad, publiquen *selfies* mostrando partes de su cuerpo desnudas, o que hagan *sexting*. Además, el porno se ha vuelto demasiado atractivo como autoempleo, debido al bajo costo de un *Smartphone*, la oferta de

plataformas para publicar porno independiente *homemade* y los elevados ingresos que se generan. De modo que, miles de chicas latinoamericanas venden sus fotos desnudas o vídeos masturbándose (El país, 2020), y así la prostitución de las *webcammers* de Tik-Tok para adultos, Onlyfans, JustForFans, CAM4 y otros medios; se han sumado a las ya conocidas formas de prostitución tradicional, y a las *cool* en las que se habla de subsidio o apoyo económico en lugar de pagos como son: *Sugar Elite México*, *Sugar daters México*, *He pays*, etc. Por otro lado, en este contexto de prostitución e hipersexualización, aún permea en el imaginario colectivo la doble moral por parte del género masculino, dado que incitan y aplauden la prostitución y los comportamientos hipersexualizados de algunas mujeres en redes sociales y plataformas, mientras que a otras mujeres, por diversas razones, las censuran y las llaman putas, e incluso hasta las estigmatizan y se burlan de ellas como ha sucedido con el trending topic @pobrezafilia, y los hashtag Putipobres, Pobrezafilia y TanRicayTanpobre (GonzálezTrujillo, 2015). En este sentido, se observa que en ñas redes sociales obtienen más *likes* y halagos las imágenes hipersexualizadas de mujeres que cumplen con características estereotipadas de belleza, y que proyectan una vida lujosa. Lo cual influye en la percepción de otras mujeres con respecto al ideal de belleza, la hipersexualización y los lujos.

4.4 Cambios en las relaciones interpersonales en México

Facebook, Twitter, Whatsapp e Instagram son herramientas que han servido de vínculo para entablar relaciones sentimentales y sexuales con personas fuera del círculo social, y las aplicaciones de citas como Tinder, Badoo, Bumble y plataformas como Ashley Madison, entre muchas otras opciones; han fomentado el deseo de experimentar la sexualidad con desconocidos, y la infidelidad ha aumentado exponencialmente. De acuerdo con Matías Lamouret, el vocero de *Second Love*, el 30% de los usuarios de las redes sociales que declaran ser solteros están en una relación (infobae, 2019), siendo las ciudades más infieles Ecatepec, Ciudad de México, Guadalajara, Puebla y Monterrey.

Por otro parte, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2021), en el 2019 se registraron 504 923 matrimonios y 160 107 divorcios. Los divorcios, comparados con los matrimonios, han aumentado de manera constante en las dos últimas décadas. Entre los años 2000 y 2019 casi se quintuplicaron, al pasar de 7 a 32 divorcios por cada 100 matrimonios” (INEGI, 2021). Esto “evidencia al matrimonio como una institución cada vez más vulnerable” (INEGI, 2019, párr. 19). Sin embargo, esto no necesariamente representa algo negativo para la sociedad. Por un lado, el aumento de los divorcios está relacionado con la escolarización, la participación laboral de las mujeres y el hartazgo que muestran ante la violencia intrafamiliar, el alcoholismo, la irresponsabilidad e infidelidad por parte de sus parejas. Por otro lado, en algunas áreas geográficas ha aumentado el número de mujeres que solicitan el divorcio, por lo que se deduce que están asumiendo un rol activo en el término de su matrimonio. Además, hay indicadores del bienestar que experimentan las personas divorciadas una vez que concluyen su relación y el proceso de divorcio (Tamez Valdez y Ribeiro Ferreira, 2016).

V Contexto de la mujer mexicana

En este apartado se aborda el contexto de la mujer con base a su participación en la educación, lo laboral, el acceso a la tecnología, así como en cuanto a marginación y violencia. Esto con la finalidad de ampliar la perspectiva de sus condiciones de vida, y analizar de mejor manera los discursos de la revista *Veintitantos*.

5.1 Educación y acceso a la tecnología

La educación en México es difícil de medir, pero se considera de baja calidad (El economista 2018). Según el reporte global de PISA, el 35% de los estudiantes no alcanzó los estándares satisfactorios en matemáticas, ciencias y lectura. En esta última materia, México ocupó el penúltimo lugar en la lista de los países miembros de la OCDE. Cabe señalar que el índice de lectores en México es bajo y tienen problemas de comprensión lectora: “de los mexicanos que leen algún material solo 21.1% comprende la totalidad del texto, el 57.6% comprende sólo la mayor parte” (García, 2019). Por el otro, la educación sexual que ofrece la SEP en las escuelas está limitada por la Asociación de padres de familia (APDF), grupos conservadores y la influencia de la iglesia. En lo que respecta a la equidad de género, en el ciclo 2019-2020 (INEGI, 2020), la matrícula de hombres y mujeres es similar:

- En la educación preescolar: 2 345 067 mujeres y 2 389 560 hombres.
- En la educación primaria: 6 811 454 mujeres y 7 050 867 hombres.
- En la educación secundaria: 3 173 347 mujeres y 3 233 709 hombres.
- En la educación media superior: 2 622 466 mujeres y 2 522 207 hombres.
- En la Educación superior: 2 062 566 mujeres y 1 999 078 hombres.

Sin embargo, se mantiene el sesgo en cuanto a las áreas de estudio en la universidad, las mujeres estudian más carreras de humanidades, y los hombres de ciencias exactas. Además, la matrícula de ambos géneros va disminuyendo en cada grado académico: la “asistencia escolar de las mujeres de 16 a 18 años a la educación media superior es de 56.5 por ciento y la de 19 a 24 años en la educación superior es de apenas 23.7 por ciento” (Inmujeres, 2014, párr.2).

En cuanto a las comunicaciones, en 2018 había 74.3 millones de usuarios de Internet, que representan el 65.8 por ciento de la población (INEGI, 2019), de ese total el 51.5% de mujeres tenía el servicio y 48.5% de los hombres. Con respecto a los equipos, las mujeres tuvieron un porcentaje levemente superior al de los hombres, pues el 50.5% de mujeres tiene computadora y los hombres 49.5. Por otro lado el 51.5% de mujeres tiene celular y los hombres de 48.5 (INEGI, 2019).

5.2 Participación laboral, marginación y pobreza

En lo que respecta a la participación laboral, la situación de la mujer en comparación a la del hombre presenta marcadas diferencias. Según el informe de CONEVAL (2019), la mayoría de los hombres se desempeña en ocupaciones tipificadas como masculinizadas y las mujeres en actividades feminizadas. Por ejemplo, es notorio en cargos de elección popular y en lo empresarial. De 1979 al 2019 solo ha habido nueve mujeres en el puesto de gobernadora (Milenium, 2021), y no ha habido una presidenta de la República, y en el ranking de diecisiete empresarios más importantes de México, solo aparecen dos mujeres: Eva Gonda de Rivera y María Asunción Aranburuzabala (Forbes, 2019). Sin embargo, destaca que los negocios informales son la base de la economía 11.6 millones de mujeres, 5.6 millones laboran en micronegocios no registrados o informales, mientras que 5.7 millones trabajan en modalidades análogas (Miguel, 2018).

En cuanto a los salarios, se nota la diferencia aun en los bajos: según el Coneval, “los hombres ocupados reportaron un ingreso laboral mensual de \$4,541.45 pesos y las mujeres de \$3,532.91” (CONEVAL, 2019, P.7). En el aumento salarial también hay una variación, entre el tercer trimestre de 2018 y el tercer trimestre de 2019, el ingreso de los hombres aumentó 2.1% y el de las mujeres solo 0.6% (CONEVAL, 2019). Además, según los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) solo el 39.6% de mujeres (22 millones) están ocupadas en comparación con el 62.3% de los hombres (62.3 millones) (INEGI, 2020). Las responsabilidades del hogar, el cuidado de los hijos y los embarazos

afectan a su inserción en un trabajo remunerado, o la permanencia laboral. Por tanto, las mujeres tienen menor participación y autonomía económica.

Por otro lado, en el gremio magisterial la participación de las mujeres es mayor en preescolar (93.2%), en primaria (67.3%) y en secundaria (52.7%), pero se reduce su participación en nivel medio superior (Dionicio García, 2020). Por otro lado, según cifras de la OCDE, hay una tendencia acentuada de emigración de mujeres calificadas hacia los Estados Unidos. En 2014 cerca de 342,000 mujeres mexicanas, con estudios de licenciatura o posgrado, radicaban en Estados Unidos” (Ramírez García y Gandini, 2016), pues ha ido aumentando su flujo, incluso por encima de las mujeres no calificadas.

Por último, es importante mencionar que la participación de las mujeres en la delincuencia organizada se ha incrementado en las últimas décadas, siendo notorio su labor y empoderamiento. Las labores de las mujeres “van desde la administración de recursos hasta jefas de plaza” (Los Ángeles Times, 2020, párr.5). En el cartel de Sinaloa y el de los Beltran Leyva hay entre el 5 y 8% de mujeres. Los Zetas, Los caballeros templarios, la Nueva familia michoacana y del Golfo tienen entre 3 y 4%. Al menos mil 225 mujeres están en prisiones federales procesadas o sentenciadas por los delitos de “homicidio, delincuencia organizada, tráfico de drogas, portación de armas y/o secuestro” (Los Angeles Times, 2020, párr. 11).

5.3 Violencia

Las agresiones sexuales y físicas que sufren las mujeres mexicanas, así como la impunidad de la que gozan quienes cometen estos delitos, están relacionadas con la cultura machista, la pobreza, la marginación, la falta de políticas públicas, y la corrupción en el sistema de justicia mexicano. En el 2018, 711,226 mujeres fueron víctimas de delitos sexuales: 40,303 de ellas fueron violadas y hubo 682,342 víctimas de intento de violación, hostigamiento, manoseo y exhibicionismo (Unicef, 2019). En este sentido, forma parte de los usos y costumbres el que las mujeres sean presionadas o violentadas por sus parejas

para que accedan a tener relaciones sexuales, así como el acoso sexual en áreas laborales, escuelas y espacios públicos como calles y transporte público.

De acuerdo con cifras de la última “Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH) 2016”, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 66 de cada 100 mujeres han sido víctimas de violencia física, sexual, emocional, económica, patrimonial y de discriminación laboral; comúnmente, ésta violencia en sus diversas vertientes la ejerce la pareja, el esposo, el novio, un familiar, compañero de escuela o del trabajo, alguna autoridad escolar o laboral o bien, por personas conocidas o extrañas (Rosete, 2019, párr.7)

En el 2017, al desencadenarse la cuarta ola del feminismo con el #Metoo, las mujeres mexicanas también adoptaron este hashtag para exhibir a sus agresores y denunciar el abuso sexual sufrido en diferentes espacios y con diferentes gremios (#cinemx, #artes, #empresario, #abogadosmx, #medicina, #académicos, #políticos, etc.). Por otro lado, mujeres de varias universidades públicas y privadas del país imitaron los tenderos de denuncia, creados en el 2018 por estudiantes de la UNAM, para exhibir a maestros, administrativos y compañeros de clase acosadores, o violadores:

“Puso su pene en mi espalda”, “Les decía a mis compañeros que cuando yo exponía me imaginaba desnuda cogiendo”, “Docente de la FCCOM de productos audiovisuales dice que si estás buena, sacas 10. Si estás medio buena, sacas 9. Y si estás fea, sacas lo que mereces”, “Incomoda en sus clases con preguntas sexuales [...] o toca a las alumnas con la excusa de hacerles cosquillas”, “Me seguía por los pasillos”, “Es estudiante, abusó de mí. No tuve a quien recurrir” (Andrade, 2020, párr.1).

En el caso de la violencia extrema, en el 2019 se registraron 1006 víctimas de feminicidio. Las cinco entidades que encabezaron la lista de este delito fueron Veracruz con 163 feminicidios, Estado de México con 125, Ciudad de México con 68, Nuevo León con 67 y Jalisco con 56. (Molina, 2020). Cabe señalar que el feminicidio, en muchos casos, es acompañado de secuestro, tortura, violación, y los cadáveres son abandonados en domicilios, parajes solitarios, hoteles, zonas desérticas, lotes baldíos, tubos de desagüe, tiraderos de basura, vías del

tren, etc. Los asesinos suelen ser parientes de las víctimas, desconocidos, o redes organizadas de feminicidas sexuales.

La indignación de grupos de mujeres ante la indiferencia de los gobiernos, la falta de justicia, la corrupción, la impunidad, e incluso la protección de la que gozan los perpetradores; ha dado lugar a protestas locales como de las Juárez y Sonora, y la nacional M8 en el día internacional de la mujer, en la cual se protesta con pancartas, grafitis en monumentos y gritos con las consignas: “Ni una menos”, “Estado feminicida”, “No estamos todas, faltan las asesinadas”, “Disculpen la molestia, pero nos están matando”, “Políticas sin recursos, solo es discurso”, “No nos cuidan, nos violan”, “Somos el grito de las que ya no tienen voz”, “Nos quitaron todo, hasta el miedo” (Acuña Murillo, 2019), entre otras relacionadas con el machismo. También, se cantan “El violador eres tú” y “Sin miedo” que se han convertido en un símbolo de resistencia. Sin embargo, habrá que señalar que ha habido otras formas de protesta por medio del arte, la literatura,

VI MARCO METODOLÓGICO

En este apartado primero se presentan de manera general los métodos que fueron utilizados para llevar a cabo la investigación. Posteriormente, los explico uno por uno, planteando por qué y cómo se llevó a cabo la recolección de los discursos de la revista *Veintitantos*, la selección del método de investigación y el modelo tridimensional de Norman Fairclough, así como la investigación documental, el análisis estadístico con AntConc, los análisis pragmáticos, las interpretaciones, explicaciones y conclusiones.

6.1 Métodos y técnicas de investigación

Objetivo general: analizar si en los discursos de la sección "Sexo" de la revista *Veintitantos* se promueve el estereotipo hipersexualizado de la mujer y si está presente el efecto perlocutorio de la manipulación.

Tipo de estudio: mixto

Objetivos específicos

- Recopilar los discursos de la sección "Sexo", de la revista *Veintitantos* de los meses junio, septiembre y noviembre; del año 2019.
- Seleccionar un método de investigación y un modelo metodológico.
- Investigar la evolución de las revistas en México tomando en cuenta contexto, contenido y estereotipos.
- Investigar aspectos relevantes de la evolución de la sexualidad en México, el rol de la pornografía en la hipersexualización de la sociedad, y el contexto de la mujer actual.
- Identificar con AntConc datos lingüísticos relevantes y hacer comparaciones con el corpus NOW de corpus en español.
- Realizar análisis pragmático para identificar la fuerza perlocutoria de manipulación por medio de las implicaturas de actos directivos y declarativos.
- Realizar descripciones e interpretaciones tanto específicas como generales.

6.1.1 Selección de revista

En México, *Cosmopolitan* y *Veintitantos* son las revistas que publican mensualmente contenidos acerca de sexualidad; la primera lo hace a través de su sección “Amor, sexo”; y en la segunda en su sección “Sexo”. De manera general, las revistas son diferentes entre sí en cuanto a origen, fecha de salida al mercado, rango de edad del público al que se dirigen, casa editorial, precio y contenido. Sin embargo, lo que determinó elegir *Veintitantos* en lugar de *Cosmopolitan* es su origen, por su estrecha relación con el contexto de México.

Entre las características de *Veintitantos*, podemos mencionar que publica 64 páginas, de las cuales las primeras 35 corresponden a las secciones “Belleza” y “Moda”, y se usan para publicidad de cosméticos, ropa, calzado, accesorios, maquillaje, etc. Las siguientes 5 páginas corresponden a la sección “Tu vida (en portada)” que se usan para publicar una entrevista a una mujer mexicana joven y destacada, la cual con su atuendo también publicita ropa, zapatos y accesorios de determinadas marcas. Las siguientes 8 o 9 páginas corresponden a las secciones “Salud” y “Tu vida” en donde se abordan contenidos variados. Los discursos de la sección “Sexo” comienzan entre la página 48 o 50, y terminan en la 55 o 57. Las últimas páginas corresponden a la sección “Para variar” que ofrece contenidos diversos tales como estrenos de películas, promoción de sitios de entretenimiento, etc. La última página de esta sección es para obsequiar diversos productos de diferentes marcas. Cabe señalar que en la contraportada de la revista también hay anuncios en ambas caras.

6.1.2 Recolección de ejemplares y artículos

Dado que esta investigación comenzó casi a mediados del año 2019, los tres ejemplares de la revista de *Veintitantos* que tomamos como muestra corresponden a este período. Luego de la recolección de tres ediciones (junio, septiembre y noviembre), se seleccionaron solo los discursos publicados en la sección “Sexo”, por su enfoque sexual, que permite identificar el estereotipo que

de la mujer hipersexualizada y la relación de poder con la pareja. De tal manera que se eligieron los siguientes seis artículos:

1. Muebles del amor: es una lista de muebles y lugares de la casa en los que se puede llevar a cabo el acto sexual, contiene breves instrucciones y comentarios de ventajas, y algunas recomendaciones para tener cuidado. Para leer el artículo completo, véase anexo A.



Figura 6.1: Artículo *Muebles del amor* (Veintitantos, 2019)

2. Tu primera vez en una sex shop: es una lista de objetos que podemos encontrar en un Sex-shop. Incluye un par de datos, breves descripciones de los objetos, así como algunos comentarios positivos ya sea de su forma o uso. Para leer texto completo, véase anexo B.



Figura 6.2: Artículo *Tu primera vez en una sex shop*, 2019 (Veintitantos, 2019)

3. Placer infinito: es una lista de posiciones sexuales en pareja, estrategias y consejos para evitar la eyaculación masculina. Para leer el artículo completo véase anexo C.



Figura 6.3: Artículo *Placer infinito* (Veintitantos, 2019)

4. Anatomía de las fantasías masculinas: es una lista de fantasías masculinas, frases y fetiches que excitan a un hombre, así como también breves explicaciones de lo que son las fantasías, algunos consejos, y una pequeña lista de la utilidad de fantasear. Para leer el artículo completo véase anexo D.



Figura 6.4: Artículo *Anatomía de las fantasías* (Veintitantos, 2019).

5. Sexo oral: contiene instructivos de cómo llevar a cabo el sexo oral de hombre a mujer y viceversa. Las instrucciones incluyen consejos, posiciones sexuales y movimientos de la boca, manos y otras partes del cuerpo. Para leer el artículo completo véase anexo E.



Figura 6.5: Artículo Sexo oral (Veintitantos, 2019)

6. ¡Hechízalo en la cama! es un artículo contiene estrategias basadas en el uso de elementos (visuales, olfativos y auditivos) para crear un impacto en los sentidos de un hombre; lo relajan y excitan. Incluye la breve descripción de cómo se ha de llevar a cabo cada una y algunos consejos. Para leer el artículo completo, véase Anexo F.



Figura 6.6: Artículo ¡Hechízalo en la cama! (Veintitantos, 2019)

6.1.3 Elección del tipo de investigación y el método

Como ya se mencionó en el marco teórico, los discursos de la revista *Veintitantos* contienen elementos lingüísticos, paralingüísticos y extralingüísticos. Sin embargo, se decidió analizar solo los elementos lingüísticos, y para dicho propósito se eligió el modelo tridimensional de Fairclough. Para leer la información detallada de este punto, vaya al marco teórico y lea el inciso 2.3.4.

3.1.4 Investigación documental

Posteriormente, para tener una perspectiva que permitiera identificar por contraste el estereotipo de género femenino posmoderno en los discursos de la revista *Veintitantos*, se realizó una investigación de las revistas que la antecedieron, y de los hechos relevantes que formaron parte de su contexto histórico, sociocultural, político, de los medios de comunicación y avances tecnológicos. Por otro lado, por ser necesario para los análisis pragmáticos, también se investigó la cultura y sexualidad en México, el rol de la pornografía en la hipersexualización de la sociedad y la situación de la mujer mexicana contemporánea en los siguientes aspectos: educación, acceso a la tecnología, participación laboral, marginación, pobreza y violencia.

6.1.5 Investigación lingüística del corpus

Como parte de la investigación, por medio de AntConc se recabaron datos cuantitativos con respecto al vocabulario del corpus, y con base a ellos se hicieron observaciones cualitativas. Por otro lado, mediante los análisis pragmáticos de cada uno de los artículos que integran el corpus se hicieron interpretaciones de las cualidades con respecto a las implicaturas.

6.1.5.1 Análisis con AntConc

Los análisis con AntConc que se llevaron a cabo fueron con respecto a la riqueza léxica, el contenido ideacional, análisis comparativo de muestras y de vocabulario. Para ello, se eligió el software AntConc desarrollado por Laurence Anthony. Esto, tomando en cuenta que, aunque es de tercera generación,

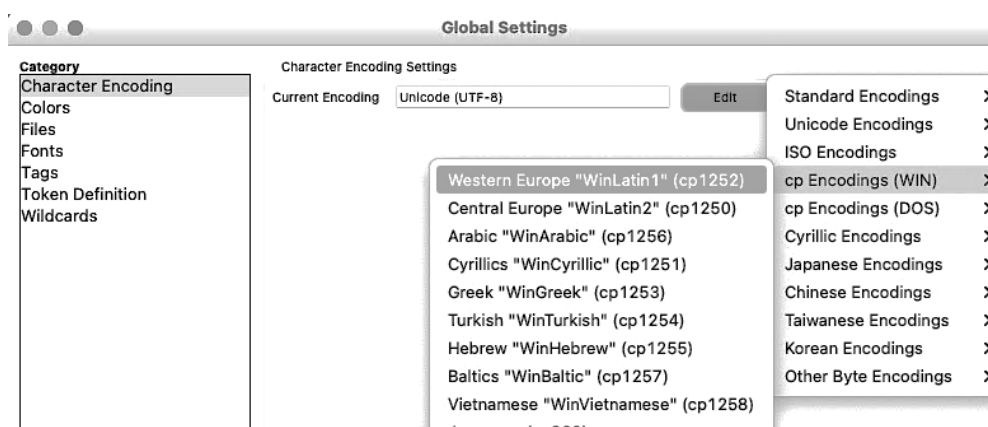
permite identificar elementos y fenómenos tan bien como lo harían los de la última generación (Sketch Engine, corpus.bye.edu, CQPweb, Corpuscle). También se tomaron en consideración las siguientes ventajas:

- Gratuito
- Versión para PC y Mac.
- Fácil de descargar.
- Ofrece manual de uso.
- No requiere asistencia técnica (Sanjurjo, 2017).
- Se maneja mediante menús.
- Decodifica diversos tipos de corpus

Los pasos a seguir para realizar el análisis con dicho programa fueron los siguientes:

- Se descargó el software de AntConc de la página oficial de Laurence Anthony: <https://www.laurenceanthony.net/software/antconc/>
- En computadora MAC, los archivos que contenían los artículos se guardaron con extensión .txt bajo la opción “occidental Windows Latin”.
- Se cargaron los archivos para integrar el corpus
- Para poder decodificar el corpus, en AntConc se eligió la opción “Western Europe Latin 1 cp 1252”.

Figura 6.7: Captura de pantalla de selección de código



Posteriormente, una vez que se integró el corpus en AntConc y se verificó su correcta lectura en el software, se prosiguió a realizar los diferentes análisis.

6.1.5.1.1 Riqueza léxica

Con la opción *Word list* (listado de palabras) se obtuvo la lista de todas palabras contenidas en el corpus con su respectiva frecuencia, es decir, el número de veces que se repiten en el corpus cada una de ellas. Además, con esta misma opción de análisis, también se obtuvo la información con respecto a *Word tokens* (muestras) y *Word types* (tipos).

**Figura 6.8: Captura de pantalla de las opciones
Muestras y tipos de palabras**



The screenshot shows a software interface with a menu bar at the top containing 'Concordance', 'Concordance Plot', 'File View', 'Clusters/N-Grams', 'Collocates', and 'Word List'. Below the menu bar, there are statistics: 'Word Types: 1754', 'Word Tokens: 5728', and 'Search Hits: 0'. A table below these statistics has columns for 'Rank', 'Fren', 'Word', and 'Lemma Word Form(s)'. The table contains the following data:

Rank	Fren	Word	Lemma Word Form(s)
22	44	o	
23	44	una	
24	37	del	
25	37	tus	

Para aclarar lo que son *Word tokens* y *Word types*, y lo que representan los datos que arrojan, pondré el siguiente poema como ejemplo:

Rose is a rose is a rose is a rose

Después de analizarlo, podemos contabilizar las palabras que lo integran en dos sentidos (Wetzel, 2018):

- A. Si sumamos, sin distinción, todas las palabras que lo componen; el resultado son diez palabras a las cuales llamaremos muestras.

Rose / is / a / rose / is / a / rose / is / a / rose = 10 Muestras

- B. Si contabilizamos solo aquellas palabras que son diferentes entre sí, y las sumamos; el resultado son tres palabras a las que llamaremos Tipos:

Rose is a rose is a rose is a rose = *rose+ is+ a* =3 tipos

Entonces, las muestras (Word tokens) son el total de “cada una de las formas que aparecen en el texto, sin importar cuántas veces ocurra cada una. El número total de *tokens* definirá el tamaño del corpus” (corpus UNAM, 2018), como se mostró en el inciso A. Por otro lado, los tipos (*Word types*) “se refiere a cada una de las formas o palabras diferentes que aparecen en un texto” (corpus UNAM, 2018), como se mostró en el inciso B. Una vez que se ha explicado esto, solo usaremos los términos en español: muestras y tipos, para evitar posibles confusiones.

En cuanto a la riqueza léxica, es el resultado de “la relación existente entre las palabras totales de un corpus y las palabras diferentes del mismo, de ahí el porcentaje correspondiente (Obegi Gallardo, 2005). Es decir, cuantos más tipos de palabras haya con respecto al número de muestras, mayor será la riqueza léxica”. La operación para obtener riqueza léxica es la siguiente:

Tipos entre Muestras y multiplicado por cien

$$\frac{\text{Tipos}}{\text{Muestras}} \times 100 = \text{Riqueza léxica}$$

Ejemplo: $\frac{1000 \text{ tipos}}{2500 \text{ muestras}} = 1000 / 2500 \times 100 = 25\%$

De esta manera se obtuvo la riqueza léxica del corpus de Veintitantos, y luego se comparó con el de un hablante culto de la Ciudad de México.

6.1.5.1.2 Contenido ideacional y práctica discursiva

Posteriormente, en el análisis del corpus, por medio de la opción *Word list* (lista de palabras) se obtuvieron las muestras, así como el número de ocurrencias de cada una de ellas; distinguiéndose las funcionales (artículos, preposiciones, conectores) y las de contenido semántico. Las muestras que corresponden a las funcionales, tales como artículos, preposiciones y conjunciones se descartaron

para la investigación. En cambio, se identificaron las muestras con contenido semántico que mostraron mayor número de ocurrencias: *placer* con 23, *sexo* con 22 y *pareja* con 21, y también las relacionadas con éstas. Después de haber seleccionado las muestras fueron agrupadas en una tabla de dos columnas, en orden de mayor a menor número de ocurrencias, en un rango de 23 a 1. Posteriormente, se hizo un análisis en relación a la práctica discursiva y el contenido ideacional de la muestra que tuvo mayor número de ocurrencias: *placer*.

6.1.5.1.3 Comparación de ocurrencias de las muestras *placer* y *sexo*

Luego, se tomó como referencia el corpus noticias de periódicos y revistas (NOW: *News on the web*), del sitio <https://www.corpusdelespanol.org/now/>, conformado por noticias de periódicos y revistas del 2012 al 2019, y que cuenta con 7,200,000,000 muestras. Esto, para comparar las muestras *placer* y *sexo* en la práctica discursiva según el contenido ideacional, tomando en consideración que el corpus de *Veintitantos* está compuesto por discursos seleccionados para cumplir con características acorde a esta investigación, no así el corpus NOW. Con lo cual se evidenciaron las variaciones que esto ocasiona en cuanto al número de ocurrencias y la semántica. Por tanto, primero se identificó el número de ocurrencias de las muestras *placer* y *sexo* en cada uno de los corpus como se explicó previamente, y luego se estableció el parámetro de comparación. Tomando en cuenta que el corpus NOW contiene 103643 ocurrencias de la muestra *placer* y 294,339 de *sexo*, se estableció el número de ocurrencias por cada 1000 muestras para evidenciar la diferencia, con base a la formula regla de tres:

$$\frac{\text{Ocurrencias}}{X} = \frac{\text{muestras}}{1000} = \text{ocurrencias X 1000 entre muestras} =$$

6.1.5.1.4 Análisis de muestras que refieren partes del cuerpo

Después, fueron identificadas y agrupadas en una tabla las muestras que refieren a partes del cuerpo. Esto con la finalidad de analizar de evidenciar los participantes en el sexo ideal del corpus y el tipo de lectoras a las que va dirigido el discurso.

6.1.5.1.5 Análisis de estereotipos, imperativo y anglicismos

Posteriormente, se hicieron tres pequeños análisis acerca de las muestras relacionadas con estereotipos, de los verbos en imperativo y de los préstamos en inglés:

- Se identificaron las muestras relacionadas con estereotipos de la mujer, y se hizo un análisis pragmático.
- Se elaboró una lista del modo imperativo y de otros tiempos, que aparecen en el corpus de *Veintitantos*, y se hizo un análisis pragmático con relación a su uso.
- Se elaboró una lista de los préstamos del inglés, para evidenciar que forman parte las prácticas discursivas de los contenidos de la revista *Veintitantos*.

6.1.5.1.6 Análisis de colocados

Por último, en otra tabla se agruparon los cinco primeros colocados de las cinco muestras de palabras, con sentido semántico, que presentaron mayor número de ocurrencias en el corpus: *placer*, *sexo*, *pareja*, *piernas* y *cama*. Entendiendo por colocados las palabras que aparecen cerca de estas muestras, a las que llamaremos palabras nodo. Ejemplo de palabra nodo y sus colocados:

Palabra nodo	
↓	
Video <u>porno</u> casero	colocados: video, casero
Todo el <u>porno</u> en internet	colocados: todo, el, en, internet
Una actriz <u>porno</u> que participó	colocados: una, actriz, que, participó

El procedimiento para obtener los colocados fue el siguiente: mediante la opción *Collocates* de AntConc se buscaron los colocados de las muestras seleccionadas.

Figura 6.9: Captura de pantalla de la opción Colocados



Rank	Freq	Freq(L)	Freq(R)	Stat	Collocate
1	1	1	0	9.89885	video
2	1	0	1	9.89885	vasos
3	1	1	0	9.89885	sumisas

Posteriormente, los colocados de las mismas muestras fueron buscados en el corpus NOW. Luego de hallar las coincidencias y el estadístico que proporciona NOW está basado en MI (imputación múltiple), se seleccionó en AntConc esta misma medida MI, mediante el menú *Tool preference*, seleccionando las opciones *Collocates* y *Statistics options*. Luego, se hizo una tabla comparativa.

6.1.5.2 Análisis pragmáticos

El análisis pragmático del corpus se llevó a cabo de forma separada, artículo por artículo. Para la organización del análisis de cada artículo, se dividió el discurso en los siguientes apartados “Introducción”, “Desarrollo”, “Cierre del discurso”, y “Comentarios”; evitando así los términos contenido y conclusión por ser utilizados en un sentido más amplio en la investigación. El apartado “Comentarios” se incluyó debido a que en los discursos de *Veintitantos* hay párrafos y enunciados separados o enmarcados con figuras, y no siempre es posible decidir en qué apartado colocarlos.

Por otro lado, para llevar a cabo la organización del análisis, se crearon tablas para cada uno de los apartados (Introducción, Desarrollo, Comentarios y Cierre) de cada artículo. Los elementos lingüísticos que se analizaron en cada apartado fueron los siguientes:

- En la Introducción: actos ilocutivos declarativos y directivos, y sus efectos perlocutorios.
- En el Desarrollo: elementos léxicos, frases o enunciados que tuvieran una carga semántica significativa.
- En los Comentarios: actos ilocutivos declarativos y directivos, y sus efectos perlocutorios.
- En la Conclusión: actos ilocutivos declarativos y directivos, y sus efectos perlocutorios.

Al final de todos los análisis pragmáticos elaborados con base en cada discurso, hay un análisis general pragmático del corpus. Posteriormente, se ofrece una discusión con respecto a los resultados, con base en el modelo cuadrado de Fairclough. Por último, se ofrecen las conclusiones con respecto a si la revista *Veintitantos* está legitimando y promoviendo el estereotipo de la mujer hipersexualizada, y lo que esto implica en cuanto a las relaciones de poder.

VII Análisis lingüístico del corpus

En este apartado se presentan los análisis de los seis artículos de la sección “Sexo” de la revista *Veintitantos*. Primero, se presenta el estadístico y comparativo hecho con base en el software de AntConc, y posteriormente se realizan los análisis pragmáticos de cada uno de los artículos.

7.1 Análisis del corpus con AntConc

Con base en el software AntConc, en este apartado se ofrecen resultados y análisis de riqueza léxica, el contenido ideacional y la práctica discursiva del mismo, las ocurrencias, los estereotipos explícitos e implícitos, los préstamos del inglés y los colocados, así como algunos análisis contrastivos con el corpus NOW del español.

7.1.1 Riqueza léxica

En el análisis hecho con el software AntConc se identificó que el corpus de *Veintitantos* está compuesto por un total de 5728 muestras, y hay 1754 tipos. Con base en dichos datos se obtuvo la riqueza léxica, con la fórmula: Tipos entre Muestras, multiplicado 100.

$$\frac{1754}{5728} \times 100 = 30.621508379888$$

Para poder ser comparada, la riqueza léxica se redondeó el resultado a una décima, quedando de la siguiente manera 30.6%. Luego fue comparado con la riqueza léxica que posee un hablante culto de la Ciudad México.

Tabla 7.1: Comparación de riqueza léxica entre corpus *Veintitantos* y hablante culto de la CDMX

<i>Veintitantos</i>	Hablante culto de la Ciudad de México
30.6	68.5

Como se muestra en la tabla, la riqueza de *Veintitantos* es menos de la mitad del hablante culto de la Ciudad de México. Lo que nos indica que la riqueza léxica de los discursos de *Veintitantos* es limitada, y no representa dificultad para la comprensión lectora de su público.

7.1.2 Contenido ideacional y práctica discursiva

En esta tabla permite analizar cómo es la práctica discursiva con respecto al contenido ideacional y las muestras que tienen mayor número de ocurrencias.

Tabla 7.2: Palabras más frecuentes con contenido semántico

No.	Palabra muestra con contenido semántico	Ocurrencias
1	<i>Placer</i>	23
2	<i>Sexo</i>	22
3	<i>Pareja</i>	21
4	<i>Piernas</i>	18
5	<i>Cama</i>	17
6	<i>Orgasmo (14 ocurrencias)+ orgasmos (1), climax (2),</i>	17
7	<i>Penetración</i>	15
8	<i>Clítoris, pene</i>	14
9	<i>sexual</i>	14
10	<i>Oral</i>	12
11	<i>Sex</i>	11
12	<i>Estimulación, hot</i>	10
13	<i>fantasías, posición</i>	8
14	<i>pasión, posiciones</i>	7
15	<i>Porno</i>	6
16	<i>Deliciosos, mente, sentir, sexuales</i>	5
17	<i>Deseo, estimular, excitación, imaginación, penetra, poder, prendas, recibir, vibradores</i>	4
18	<i>Acariciar, condones, estimula, eyaculación, lamer pecho, posturas, sexy, posturas</i>	3
19	<i>anal, cachondo, clímax, deseos, dildos, erotismo, erógenas, satisfechos, sensual, sensualidad, sexualidad, trio, vibrador, éxtasis,</i>	2
20	<i>anales, corporal, corporales, cunnilingus, abrazar, abrazarse, acariciarte, besando, besar, besarte, beso, bésalo, bésale, erótico, erección, estimulado, estimulando, feromonas, Fállicas, Lencería, lingere, masturba, masturbas, nalgadas, penetrarte, penetre, penétrala, perineo, pompas, pubis, semen, sexualmente,</i>	1

<i>sexies, satisfecha, jugar, juguetes, juguete, jugueteo, jugueteos, juguetes, juguetonamente, excita, excitado, excitarse, excita, exciten, bra, MHM, sensuales.</i>
--

Como se puede observar, las tres muestras con mayor número de ocurrencias son *placer* con 23, *sexo* con 22 y *pareja* con 21. En este sentido, si bien es cierto que el contenido ideacional es sexo y placer en pareja, también es verdad que el placer es un aspecto de suma importancia, esto tomando en cuenta que en la práctica discursiva está explícito e implícito. Por un lado, *placer* es la muestra con mayor número de ocurrencias. Por el otro, está implícito el placer en las muestras *orgasmo*, *orgasmos* y *clímax*, las cuales suman 17 ocurrencias. Por otro lado, las demás muestras que aparecen en la tabla representan algún tipo de estímulo físico o para los sentidos que despierte el deseo sexual.

7.1.3 Comparación de ocurrencias de las muestras: placer y sexo

El análisis comparativo de ocurrencias *placer* y *sexo* se hizo tomando como referente el corpus noticias de periódicos y revistas (NOW: *News on the web*) del corpus del español <https://www.corpusdelespanol.org/now/>. Luego, se realizó la comparación, empezando por obtener sus ocurrencias de cada uno de los corpus por cada mil muestras, tomando en cuenta los siguientes datos y la fórmula previamente explicada en el marco metodológico:

- El corpus NOW tiene 7,200,000,000 muestras, y 103643 ocurrencias de la muestra *placer*
- El corpus NOW tiene 7,200,000,000 muestras, y 294339 ocurrencias de la muestra *sexo*
- El corpus de *Veintitantos* tiene 5728 muestras, y 23 ocurrencias de la palabra *placer*
- El corpus de *Veintitantos* tiene 5728 muestras, y 22 ocurrencias de la palabra *sexo*

$$\frac{\text{Ocurrencias}}{\text{X}} = \frac{\text{muestras}}{1000} = \text{ocurrencias} \times 1000 \div \text{muestras}$$

Operaciones y los resultados:

Corpus NOW, palabra placer:

$$103643 = \frac{7\,200\,000\,000}{1000} = 103643 \times 1000 / 7\,200\,000\,000 = 0.014394861111$$

Corpus NOW palabra sexo:

$$\frac{294339}{1000} = \frac{7\,200\,000\,000}{1000} = 294339 \times 1000 / 7\,200\,000\,000 = 0.040880417$$

Corpus de *Veintitantos* palabra placer

$$\frac{23}{1000} = \frac{5728}{1000} = 23 \times 1000 / 5728 = 4.015363128$$

Corpus de *Veintitantos* palabra sexo

$$\frac{22}{1000} = \frac{5728}{1000} = 22 \times 1000 / 5728 = 3.840782122$$

Tabla 7.3: Comparación de ocurrencias de *placer* y *sexo* entre *Veintitantos* y NOW (redondeo a milésimos)

	<i>Placer</i>	<i>Sexo</i>
Corpus de <i>Veintitantos</i>	4.015	3.840
Corpus del español NOW	0.014	0.040

Por las características y limitaciones del corpus de *Veintitantos*, de antemano se esperaba que las muestras *placer* y *sexo* ocurrieran con mayor frecuencia más frecuencia que en la sección de noticias de periódicos y revistas (NOW *News on the web*) del corpus del español. Sin embargo, se consideró pertinente tener parámetros de comparación en este sentido, para notar la práctica discursiva de uno y otro corpus. De esta manera, también pudo conocer cómo se usan dichas

muestras en un corpus que no fue integrado con el mismo objetivo que el de nuestra investigación. De esta manera, se identificó que las muestras placer y sexo en NOW no solo se usan para referir al placer del acto sexual y a las relaciones sexuales, pues la muestra placer refiere distintos tipos de placer, incluyendo el sexual. En el caso de la muestra sexo, esta se usa con más frecuencia para referir al género, que al acto sexual; de las 98 muestras en contexto del corpus que enlista el corpus NOW, en 65 de ellas se usa para referir género y en 33 como acto sexual. Para ver la tabla que contiene dichas muestras, véase anexo G.

7.1.4 Muestras que aluden partes del cuerpo

El siguiente análisis se agrupó a todas las muestras que aluden a las partes del cuerpo contenidas en el corpus, y con base a estos datos se identificó la pareja ideal del corpus. Tomado en consideración que dos de las muestras más frecuentes son pene y clítoris con 14 ocurrencias cada una, y que hay otras muestras directamente relacionadas con estas (glande, testículos, vagina, vulva y labios), se deduce que el sexo ideal de este corpus es entre hombres y mujeres, y está dirigido a lectoras heterosexuales.

Tabla 7.4: Muestras que aluden partes del cuerpo

Muestras	Ocurrencias
<i>Piernas</i>	18
<i>Clítoris, pene</i>	14
<i>boca</i>	13
<i>Lengua</i>	9
<i>Rodillas</i>	6
<i>Cara, glande, muslos, senos, vulva, labios (de la boca) y labios (vaginales).</i>	5
<i>Cabeza, genitales, mano, manos, pie, cadera</i>	4
<i>abdomen, brazos, nalgas, ojos, testículos</i>	3
<i>vagina</i>	2
<i>anatomía, cerebro, caderas, torso, torsos, trasero, uretra, venas, vientre, órgano, órganos, dedos, espaldas, estómago, ombligo, hombros, paladar</i>	1

Por otro lado, se identificó que la boca es la parte del cuerpo a la que más se alude, tomando en cuenta que la suma de todas sus partes da un total de 27 muestras (13 de *boca*, las 9 de *lengua* y las 5 de *labios*). Sin embargo, solo supera por 1 ocurrencia al órgano sexual femenino que tiene 26 ocurrencias (14 de *clítoris*, 5 de *vulva*, 5 de *labios* y 2 de *vagina*). Mientras que la boca supera al órgano masculino por 4, dado que tiene 23 ocurrencias (14 de *pene*, las 5 de *glante*, las 3 de *testículos* y 1 de *uretra*). Esto quiere decir que la boca es un elemento muy importante para la construcción del estereotipo que promueve el corpus.

Tabla 7.5. Comparación de ocurrencias de las partes del cuerpo

Boca			Órgano femenino			Órgano masculino		
<i>Boca</i>	13	ocurrencias	<i>Clítoris</i>	14	ocurrencias	<i>Pene</i>	14	ocurrencias
<i>Labios</i>	5	ocurrencias	<i>Vagina</i>	5	ocurrencias	<i>Glante</i>	5	ocurrencias
<i>Lengua</i>	9	ocurrencias	<i>Labios</i>	5	ocurrencias	<i>Testículos</i>	3	ocurrencias
Total	27		<i>Vulva</i>	2	ocurrencias	Total	22	
			Total	26				

7.1.5 Estereotipos, sobre uso del imperativo y anglicismos

Con respecto a los estereotipos de género femenino identificados, podemos señalar las siguientes muestras de palabras que están relacionadas: *segura*, *guapa*, *dama*, *sexy*, *sumida*, *dominante*; todas ellas tiene una sola ocurrencia. Las muestras relacionadas con la mujer hipersexualizada son *sexy*, *sumisa* y *dominante*, y aunque estas últimas dos son opuestas entre sí, corresponden dado que se espera que la mujer hipersexualizada pueda jugar uno u otro rol sexual, o ambos según las circunstancias. Sin embargo el estereotipo de la mujer hipersexualizada también se observa en las muestras que humanizan a muestras que representan objetos inanimados en este corpus:

Sillón XXX	Sofá cachondo	Pócima ardiente
Escaleras provocadoras	Lavabo incitable	Melodía candente
Silla porno	Lavadora sexual	
Mesa erótica	Aromas seductoros	

En cuanto a los verbos en imperativo, se identificó que hay un sobre uso de ellos en algunos párrafos, como se puede apreciar en el anexo H. Además, se identificó que algunos de los verbos en otro tiempo, que forman parte de los actos ilocutivos directivos o declarativos, también funcionan como imperativos, como se muestra en los siguientes ejemplos:

- a) “Te **pones** de pie y él se hinca”
- b) “Lo que debes **comprar** solo para ti”
- c) “Debes saber que **tragar** semen no engorda”
- d) “Es necesario que tú **conozcas**”
- e) “Llegó la hora de **comer** hasta saciarte, éntrale...”

Por otro lado, se identificaron 17 préstamos del inglés: *swinger, tips, top, shop, blow job, doggy, dolls, foreplay, freaky, Kit, Kits, Lap-top, Lipsticks, enjoy, lubs, moods* y *sexies*. Son comúnmente usados algunos de estos anglicismos en México, como los son: *lap-top, kit, kits, sexies, tips, swinger, top, blow job* y *shop*. Los anglicismos *doggy, dolls, foreplay, freaky, lubs, enjoy* y *moods* no son tan frecuentes, pero de manera general los anglicismos forman parte de la práctica social y discursiva por cuestiones tecnológicas, consumo de música, cine, redes sociales y porno, entre otros.

7.1.6 Colocados

En el siguiente análisis se ofrece una tabla con de las 5 muestras (placer, sexo, pareja, piernas, cama) que tuvieron mayor número de ocurrencias en el corpus

de *Veintitantos*; y sus 5 colocados, obtenidos con un parámetro de búsqueda de 5 a la derecha y 5 a la izquierda.

Tabla 7.6: Colocados

Placer	Sexo	Pareja	Piernas	Cama
<i>claramente</i>	<i>Sesión</i>	<i>Claramente</i>	<i>Terminar</i>	<i>Uuuu</i>
<i>trabaje</i>	<i>sabe</i>	<i>trabaje</i>	<i>sujetando</i>	<i>trucos</i>
<i>tiernas</i>	<i>regadera</i>	<i>tiernas</i>	<i>sacarte</i>	<i>tiendes</i>
<i>silla</i>	<i>recibimos</i>	<i>silla</i>	<i>rodea</i>	<i>sustituto</i>
<i>relajarte</i>	<i>recibiendo</i>	<i>relajarte</i>	<i>quedar</i>	<i>salta</i>

Estos mismos colocados se buscaron en el corpus NOW, bajo los mismos parámetros, y solo se encontraron 3, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7.7: Comparación de MI entre *Veintitantos* y NOW

	Sexo/ regadera	Piernas/ sujetando	Cama /Tiendes
Veintitantos	8.02	8.31	8.39
NOW	4.75	5.50	4.01

Los resultados revelaron que en el corpus NOW no son frecuentes la mayoría de los colocados de las muestras seleccionadas del corpus de *Veintitantos*, y que el MI de los 3 colocados que coinciden es menor en el corpus NOW. Por otro lado, se identificó que el colocado *sexo/regadera* se usa en el mismo sentido sexual en ambos corpus. El colocado *piernas/sujetando* en ambos corpus se usa para referir apoyarse, aunque en el corpus de NOW también tiene otros usos. El colocado *cama/tiendes* en NOW refiere a la acción de tender (la cama) y a tender a (ser tímido), pero no para tenderse (recortarse sobre la cama).

7.2 Análisis pragmáticos

En este apartado se analiza el contenido pragmático con respecto a la intención de cada uno de los seis artículos, de la sección sexo de la revista *Veintitantos*. Como ya se mencionó, en el capítulo III en el subcapítulo 3.1.5.3, el contenido de cada artículo ha sido dividido en los siguientes cuatro apartados: “Introducción”, “Desarrollo”, “Cierre del discurso” y “Comentarios”. El análisis de cada apartado

se hace por separado en una tabla independiente, en donde son analizados los actos ilocutivos, su efecto perlocutorio y el vocabulario. Al final de cada tabla se ofrecen las interpretaciones. Por último, una vez que se han analizado todos los artículos, se hace un análisis general con base al modelo cuadrado de Fairclough.

7.2.1 Análisis del artículo: *Muebles del amor*

En este apartado se realiza un análisis del artículo *Muebles del amor*, el cual contiene una lista de muebles y espacios en los cuales se pueden llevar a cabo relaciones sexuales, para más detalles de su contenido y/o análisis, véanse los subcapítulos 6.1.2 y 6.1.5.2, del capítulo VI del Marco Metodológico.

Análisis de la introducción

En esta tabla, se analiza la parte introductoria del artículo, a partir del análisis de los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio de manipulación.

Tabla 7.8: Análisis de la introducción del artículo *Muebles del amor*

Introducción	Actos ilocutivos	Efecto perlocutorio
“¿Cuántas veces lo has hecho en la cama? Uuuu... ya hasta perdiste la cuenta, eso es seguro, y como que ya empieza a tornarse un poco tedioso, ¿sí o no? Bueno, pues para que no caigas en una mala racha que les corte la pasión a tu galán y a ti, te invitamos a que salgas de la alcoba y hagas uno que otro malabar en cada rincón, en cada mueble y cada espacio donde puedas darle rienda suelta a la pasión” (<i>Veintitantos</i> , 2009)”.	Directivos	Manipular las emociones para motivar la preocupación por su vida sexual generando dudas.
	Declarativos	Predisponerlas para que visualicen un conflicto a corto plazo.
		Hacerles creer que les darán soluciones.
		Motivarlas a modificar su conducta sexual y predisponerlas a experimentar.

En la introducción, por medio de actos ilocutivos declarativos se manipulan las emociones de las lectoras para que se preocupen por la actividad sexual que llevan en pareja, se asuman como descuidadas de sus relaciones íntimas al ser personas rutinarias y aburridas, y se predispongan a un conflicto en pareja a corto plazo. El artículo de *Veintitantos* se asume como la guía para resolver el

problema, y por medio del acto ilocutivo directivo “te invitamos a que salgas de la alcoba” les pide experimentar sexualmente en diferentes lugares y objetos.

Análisis de comentarios

En esta tabla se analiza el que, a nuestro juicio, es el único comentario que encontramos en este artículo. Se le consideró así por ser breve y no forma parte de la lista de muebles ni se puede tomar como un cierre.

Tabla 7.9: Análisis del comentario del artículo *Muebles del amor*

Comentario	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“Salta de la cama a otros muebles de la casa y ten la mejor noche de sexo de tu vida. Sube de tono con estas ideas y suma puntos a tu experiencia sexual”.	Directivos Declarativos	Manipular sus emociones. Aumentar su interés e iniciativa. Asegurarles resultados positivos si siguen las instrucciones y experimentan.

En este comentario, se manipulan las emociones de las lectoras al asegurarles por medio de actos declarativos que al seguir las instrucciones van a tener la mejor experiencia sexual de su vida y tendrán placer. Por otro lado, con los actos ilocutivos directivos “Sube de tono” y “y suma puntos” se les pide experimentar.

Análisis del desarrollo

En esta tabla se analizan los elementos léxicos, frases y o enunciados que destacan, ya sea por su forma o contenido semántico.

Tabla 7.10: Análisis del desarrollo del artículo *Muebles del amor*

Título del apartado	Resumen de contenido	Elemento léxicos, frases, y/o enunciados que destacan
Sillón XXX	Instrucciones para tener sexo en un sillón, y señalar las ventajas y advertencias	Las XXX señalan la clasificación de porno. Tecnismos: clítoris, estimulación, penetración. Se usa la palabra chico.
Escaleras provocadoras	Instrucciones para llevar la penetración de pie, en las escaleras, y señalar ventajas y advertencias	Tecnicismo: penetración. Se usa la palabra chico. A las escaleras se les humaniza con adjetivo calificativo propio de seres vivos.

Silla porno	Instrucciones para el acto sexual usando sillas del comedor. Señalar ventajas y advertencias	La palabra “porno” funciona como adjetivo. La palabra “cosas” se usó para abarcar un sinnúmero de posibilidades con respecto al léxico y actos ilocutivos.
Tocados del placer	Instrucciones para llevar a cabo un acto <i>vouyerista</i> frente al espejo. Señalar las ventajas y advertencias	En el enunciado “cumple la fantasía de ser “más” en la habitación”, la palabra “más” puede abarcar diferentes prácticas discursivas dependiendo de la lectora. Sin embargo, la interpretación está relacionada con lo sexual.
Mesa erótica	Instrucciones para tener sexo sobre la mesa, y señalar las ventajas y advertencias	En el enunciado: “o hasta embarrarte de frijoles... je je je”. Se aprecia el elemento de la risa. Asemejándose a una charla entre amigas. A la mesa se le humaniza con un adjetivo que es propio para seres vivos.
Closet del amor	Instrucciones tener sexo en el closet, y señalar las ventajas y advertencias	El uso de la palabra Tarzán para nombrar al hombre que ha de tener flexibilidad y fuerza para mantenerse colgado.
Sofá cachondo	Instrucciones para tener sexo en el sofá, y señalar las ventajas y advertencias	El adjetivo cachondo pertenece a la jerga vulgar, y señala gran apetito sexual. Técnicismos: pene, vagina, clítoris. AL sillón se le humaniza con un adjetivo calificativo que es propio de seres vivos. El enunciado “¡que tu mamá te puede descubrir” que precede la advertencia de “Cuidado con dejar huellas por ahí (sexo, condones, panties, bra). Da a entender que esta información va dirigida a una menor de edad o persona adulta que tiene relaciones sexuales a escondidas.
Lavadora sexual	Instrucciones para tener sexo encima de la lavadora, y señalar las ventajas y advertencias	Con el enunciado “ustedes encárguense de trabajar por llegar al orgasmo ¡al mismo tiempo”: se crea la expectativa de que será muy fácil lograrlo, y será satisfactorio para ambos. A la lavadora se le humaniza con un calificativo propio de seres vivos.
Puff del éxtasis	Instrucciones para tener sexo encima de un puff, y señalar las ventajas y advertencias	en vez de usar la palabra “cómodo” utilizada en las anteriores instrucciones, se usa confortabilidad que es poco usada.

Las instrucciones para tener relaciones sexuales encima de los objetos son breves y lo hacen parecer fácil. Por otro lado, los objetos que se mencionan son escenarios utilizados en las películas porno, y se confirma esta relación con las denominaciones: sillón XXX y silla porno. Además, resalta el hecho que los muebles son humanizados con los adjetivos cachondo, sexual, provocadoras, erótica e incitable. Con base a lo antes dicho, se infiere que este artículo ofrece a las lectoras una guía para convertirse en la actriz porno de la pareja.

Análisis del cierre

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio de la siguiente frase que aparece a modo de conclusión al final de la lista de muebles.

Tabla 7.11: Análisis del cierre del artículo *Muebles del amor*

Cierre	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“COMIENCEN A HACER POR TODA SU CASA “RINCONES DEL AMOR”, LE PONDRÁN VARIEDAD Y DIVERSIÓN A SUS ENCUENTROS ¡SIEMPRE!”	Directivos Declarativos	Manipular las emociones para aumentar el interés. Asegurar muy buenos resultados siempre. Manipular la voluntad para que sigan las instrucciones.

En la conclusión, con un acto ilocutivo directivo les indican a las lectoras que deben comenzar a experimentar, y manipulan sus emociones con un acto ilocutivo declarativo con el que les aseguran que si siguen las instrucciones siempre tendrán encuentros caracterizados por la variedad y la diversión.

7.2.2 Análisis del artículo: *Tu primera vez en una sex-shop*

En este apartado se hace un análisis del artículo *Tu primera vez en una sex shop*, el cual contiene una lista de productos que hay en una sex-shop. Para más detalles de su contenido y/o análisis, véanse los subcapítulos 6.1.2 y 6.1.5.2, del capítulo VI del Marco Metodológico.

Análisis de la Introducción

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio de la introducción del artículo:

Tabla 7.12: Análisis de la introducción del artículo *Tu primera vez en una sex shop*

Introducción	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“Si nunca has entrado a una, si solo has echado un vistazo o simplemente quieres visitarla de nuevo, pero con “otros ojos” te tenemos preparado una GUÍA súper completa para que de ahora en adelante las conozcas por fuera y ¡por dentro!”	Declarativo	Aumentar el interés por las sex shops

Con actos ilocutivos declarativos se genera el interés de las lectoras por el artículo, al señalarlo como una guía que les permitirá tener otra perspectiva.

Análisis de los Comentarios

En esta tabla se analizan los que consideramos como comentarios, pues aunque su contenido no es breve, tampoco forman parte de la lista de SEX-ION, ni de los objetos que se venden en las sex shops.

Tabla 7.13: Análisis de comentarios del artículo *Tu primera vez en una sex shop*

Comentarios	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo en las lectoras
“60% DE LAS PERSONAS OPINAN QUE LOS JUGUETES SEXUALES SON EXCITANTES, DIVERTIDOS Y NECESARIOS	Declarativos	Legitimar el uso de los juguetes sexuales y generar una percepción positiva.
PERSONAS DE ENTRE 30 Y 40 AÑOS SON SUS PRINCIPALES CLIENTES ¿¿¿Y LAS DE VEINTITANTOS???”	Declarativos	Legitimar las visitas. Predisponer a las lectoras para que visiten sex shops.
“LAS MUJERES SON LAS QUE MÁS VISITAN LAS TIENDAS”	Declarativos	Legitimar y promover las visitas a las sex-shop.

Los comentarios son actos ilocutivos declarativos que tienen como finalidad predisponer a las lectoras positivamente para que visiten las Sex Shops, puesto que legitiman las visitas y los productos con base al señalamiento de la actitud y las adquisiciones de otras mujeres.

Análisis del desarrollo

En esta tabla se analizan los elementos léxicos, frases y/o enunciados que destacan por su contenido semántico:

Tabla 7.14: Análisis del desarrollo del artículo *Tu primera vez en una sex shop*

Título del apartado	Resumen de contenido	Elemento léxicos, frases, y/o enunciados
SEX-ION LENCERIA Y DISFRACES	Es una breve lista de ropa interior, se informa algunas características de	El enunciado “una gran cantidad de prendas súper sensuales que dejan a los chicos pasmados y a ti te hacen sentir sexy” manipula las emociones de las

	prendas y se mencionan los disfraces.	lectoras al señalar un impacto positivo tanto en quien las usa como en quien ve las prendas. El enunciado “y bueno, a nuestro juicio, lo más divertido: los disfraces” genera confianza e interés, ya que enfatiza la perspectiva positiva de la guía (revista).
SEX-ION DILDOS Y VIBRADORES	Información de lo que son los dildos e incluye características de algunos tipos.	La frase “En especial nos gustó una tienda que tiene unos estantes con todos los modelos que vende para que los toques, enciendas y observes” ofrece una opinión positiva acerca de una tienda; y sin dar su nombre, genera curiosidad por conocerla y tener acceso a un producto que te permiten manipular.
SEX-ION CABINAS	Información de cabinas y productos	Con el enunciado ¡Unas hasta tienen su propio bar! Resalta este elemento generando curiosidad.
SEX-ION MOVIES XXX	Información de esta sección y comentar la desventaja del porno en internet y la piratería.	Al mismo tiempo que informa el por qué no hay tanto material, se señala la percepción negativa con respecto a la piratería por medio de la palabra “desafortunadamente”.
SEX-ION SENSUAL	Promociona productos, señalándolos como perfectos, sensuales e ideales para el romance.	Con estos enunciados se asegura que hay productos perfectos e ideales para el deseo y el romance, generando en las lectoras grandes expectativas: “Encontrarás los productos perfectos para despertar el deseo a través de los sentidos” y “ Toda una oferta de sensualidad a flor de piel, ideal para el romance”
SEX-ION SANDOMASO-QUISTA	Se señalan algunos productos, pero sin dar explicaciones	Con el enunciado “Quizá sea la sección más extrema” no se emite una opinión contundente al respecto como para generar debate.
SEX-ION LUBRICANTES	Señalar características positivas para promocionar el lubricante.	Se enfatiza lo positivo del lubricante: “para que la penetración resulte más fácil y placentera” “Lo padre es que encuentras lubs para él y ella”. “¡Y hasta feromonas!”
SEX-ION DESPEDIDAS	Es una lista de productos	Se usa el signo de arroba en la palabra “solter@” para no delimitar si se habla de hombre o mujer.
LO QUE DEBES COMPRAR	Señalar los productos que deben comprar	Manipular la voluntad de las lectoras para que compren un vibrador y masajeador de clítoris.

La información que se presenta de cada sección y producto es mínima, no hay advertencias, mucho menos crítica. Pero, destaca que hay comentarios muy positivos de ciertos productos, señalados incluso como perfectos e ideales para el romance. Por otro lado, pareciera que la finalidad no solo es generar interés por visitar las SEX-SHOPS, sino la venta, como se aprecia en la sección “LO QUE DEBES COMPRAR” que parece publicidad de un vibrador y masajeador.

Análisis del cierre

En este apartado se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio del cierre del artículo:

Tabla 7.15: Análisis del cierre del artículo *Tu primera vez en una sex shop*

Cierre del discurso	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“ÉSTA ES UNA EXPERIENCIA QUE TIENES QUE VIVIR, NO ES LO MISMO QUE ALGUIEN TE LA PLATIQUE; INSISTIMOS, AL TOMARLO CON TOTAL NATURALIDAD TE DAS CUENTA QUE MÁS QUE ESPANTARSE O SER MORBOSA, TE DIVIERTES, APRENDES, TE DESCONECTAS DE LA COTIDIANIDAD Y LE DAS RIENDA SUELTA A TU PLACER... ¿TE ANIMAS?”	Directivos Declarativos	Manipular las emociones para que asistan a las sex-shops, señalando como ventajas la diversión, el aprendizaje y el placer.

Se manipulan las emociones de las lectoras por medio de actos ilocutivos directivos que les hacen hincapié que tienen que vivir la experiencia y tomarlo con naturalidad, así como también por medio de actos ilocutivos declarativos que les señalan que se divertirán, cambiará la rutina y obtendrán placer.

7.2.3 Análisis del artículo *Placer infinito haz que aguante + en la cama así...*

En este apartado se hace un análisis del artículo *Placer infinito haz que aguante + en la cama así...*, el cual contiene una lista de posiciones para retrasar la eyaculación masculina, para más detalles de su contenido y/o análisis, véanse los subcapítulos 6.1.2 y 6.1.5.2, del capítulo VI del Marco Metodológico.

Análisis de la introducción

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio de la introducción.

Tabla 7.16: Análisis de la introducción del artículo *Placer infinito haz que aguante + en la cama así...*

Introducción	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“Hay veces que nos gustaría extender un poco más el placer en la cama, solo que él pues reacciona a tus movimientos y termina cuando tú todavía estabas deseosa de seguir sintiéndolo dentro de ti. Bueno, esto ya no pasará más, te armamos una estrategia que hará extender el placer hasta que te sientas satisfecha”.	Declarativos	Intrigar a las lectoras con respecto al tiempo que tarda en eyacular su pareja y el placer que reciben. Manipular sus emociones, asegurándoles que controlarán el tiempo que dura la erección y conseguirán el orgasmo.

Por medio de actos ilocutivos declarativos, en la introducción se señala un problema con la eyaculación masculina (quedando implícita la precocidad) y la falta del orgasmo femenino. Al mismo tiempo que se manipulan las emociones de las lectoras al asegurarles que con la guía del artículo van a resolver el problema y obtendrán placer.

Análisis de los Comentarios

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos que destacan y su efecto perlocutorio.

Tabla 7.17: Análisis de los Comentarios del artículo *Placer infinito haz que aguante + en la cama así...*

Comentarios	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“EN LAS SEX SHOPS VENDEN GELES LUBRICANTES QUE RETRASAN EL ORGASMO, PUEDEN PROBARLO COMO PARTE DE UN RICO FOREPLAY”.	Declarativos	ofrecer y antojar el gel.
“NO HABLEN DEL TIEMPO QUE ÉL DURA EN LA CAMA MIENTRAS MANTIENEN RELACIONES. ES UN TEMA SENSIBLE PARA ELLOS QUE PUEDE TRATARSE EN CUALQUIER OTRO MOMENTO”.	Directivos	Generar la idea de que no se debe incomodar al hombre durante el coito.
“DALE SEXIES INDICACIONES MIENTRAS ESTÁN EN LA CAMA SOBRE LAS COSAS QUE TE GUSTARÍA QUE TE HICIERA, CON ELLO ÉL SE CONCENTRARÁ EN TU CUERPO Y NO EN QUÉ MOMENTO LLEGARÁ AL ORGASMO”.	Directivos Declarativos	Generar la idea de que se debe distraer al hombre para retrasar su eyaculación.

“CUANDO VEAS QUE ESTÁ MUY EXCITADO CAMBIEN DE POSICIÓN, ASÍ TU PAREJA CAMBIARÁ SU MOOD Y NO CONCLUIRÁ”	Directivos Declarativos	Generar la idea de que se debe distraer al hombre para retrasar la eyaculación.
“NO OLVIDES QUE PUEDEN TENER UN SEGUNDO ROUND, DALE UNOS MINUTOS PARA RECUPERARSE Y ¡PRUEVEN NUEVAMENTE!”	Directivos Declarativos	Generar la idea de se debe dejar descansar al hombre
“OTRA OPCIÓN SON LOS ANILLOS VIBRADORES, ESTE JUGUETE SEXUAL ADEMÁS DE SER DIVERTIDO Y DARLE UN TOQUE EXTRA A SU RUTINA SEXUAL, HARÁ QUE LA ERECCIÓN SE PROLONGUE. ASIMISMO, AL NO HACER TODO EL TRABAJO CON EL PENE, LOGRARÁ RETRASAR LA EYACULACIÓN UNOS MINUTOS”.	Directivos Declarativos	Generar la idea de que se puede usar un anillo vibrador para retrasar la eyaculación del hombre.

Mediante una combinación de actos ilocutivos directivos y declarativos, en los comentarios se enfatiza la idea de que las lectoras son las guardianas de la erección de su pareja y todo lo que deben hacer para retrasar su eyaculación. Pero, no se menciona que tan difícil es jugar ese rol. Por otro lado, está implícito que el pene erecto es el órgano fundamental en las relaciones sexuales y el responsable del placer femenino.

Análisis del desarrollo

En esta tabla se analizan elementos léxicos, frases, y/ enunciados que destaquen por su contenido semántico.

Tabla 7.18: Análisis del desarrollo del artículo *Placer infinito haz que aguante + en la cama así...*

Título	Resumen de contenido	Elemento léxicos, frases, y/o enunciados
PLACER MÁS PLACER	Breve explicación de lo que es el placer y lo que se busca al respecto	Señala el placer equilibrado: “La idea es encontrar ese punto medio donde él y tú se sientan satisfechos”. Se enfatiza un prejuicio “Recuerda que las chicas necesitan unos minutos más que ellos para llegar al clímax”.
Cucharita	Instrucciones para llevar a cabo la posición sexual que lleva ese nombre	Señala a la mujer su rol pasivo: “el ritmo lo marcará él”. Reafirma la importancia de la duración de la erección masculina: “haciendo que él tarde más en llegar”
Balancín	Instrucciones para llevar a cabo la posición sexual que lleva ese nombre	Señala el rol activo de la mujer en la búsqueda de su orgasmo: “tú serás la encargada y podrás ir midiendo el nivel” y “tú podrás balancearte libremente en busca de un delicioso orgasmo”.

		Está implícito el vínculo afectivo “Aprovechen la libertad de sus brazos para hacerse caricias y abrazarse”. Asegura prolongar la erección y reafirmar su importancia. “Con esta posición seguro durará más tiempo”.
Vaquerita	Instrucciones para llevar a cabo la posición sexual que lleva ese nombre	Se asegura que hay un resultado positivo para ambos: “Les dará un buen rato de placer. Se señala el rol activo de la mujer: “Tú tienes nuevamente el control”. Señala como imperativo lo que se debe de permitir: “Permite que tu pareja juegue con tus senos y tus nalgas para mayor excitación de ambos”.
Perro caído	Instrucciones para llevar a cabo la posición sexual que lleva ese nombre	Reafirman el objetivo de retrasar la eyaculación: “Esta variante ayudará a que retrase la eyaculación”. “Esta variante ayudará a que retrase la eyaculación”. “Al no tener la vista de tu trasero retrasará su clímax”.
Cucharita	Instrucciones para llevar a cabo la posición sexual que lleva ese nombre	Señala el efecto positivo para el hombre “Tendrás la oportunidad de tocar tus zonas erógenas, situación que tu pareja agradecerá”. Señala la erección. “pero menor estimulación directa a ellos”.
La silla	Instrucciones para llevar a cabo la posición sexual que lleva ese nombre	Con la instrucción “baja las piernas, pero sin inclinarte hacia delante (o la vista lo hará venir más rápido)” se tiene como objetivo retrasar la eyaculación.

Todas las posiciones sexuales giran en torno a retrasar la eyaculación del hombre, más que buscar el placer.

Análisis del cierre del discurso

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio, con respecto al cierre del discurso.

Tabla 7.19: Análisis del cierre del artículo *Placer infinito haz que aguante + en la cama así...*

Cierre del discurso	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“YA NO TIENES QUE QUEDARTE CON LAS GANAS DE NADA, PORQUE DESPUÉS DE LEER ESTO ESTARÁS A TIEMPO CON TU PLACER. ENJOY!”	Declarativos	Manipular las emociones haciéndoles creer que el artículo les ha dado la solución a sus problemas (eyaculación precoz, o falta de placer).

Por medio de un acto declarativo, en la conclusión se señala que una vez se saben las estrategias para prolongar las erecciones, ya se puede obtener placer.

7.2.4 Análisis del artículo: *Anatomía de las fantasías masculinas*

En este apartado se analiza el artículo *Anatomía de las fantasías masculinas*, el cual contiene una lista de fantasías sexuales de los hombres, para más detalles de su contenido y/o análisis, véanse los subcapítulos 6.1.2 y 6.1.5.2, del capítulo VI Marco Metodológico.

Análisis de la introducción

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio en las lectoras.

Tabla 7.20: Análisis de la introducción del artículo *Anatomía de las fantasías masculinas*

Introducción	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“Echar a volar la imaginación en el tema sexual es lo mejor que nos puede suceder tanto a hombres como a mujeres. Así que aquí te contamos cuáles son las más comunes en ellos para que te atrevas y las hagas realidad”.	Directivos Declarativos	Generar interés por el artículo y motivar a experimentar las fantasías sexuales.

En la introducción, por medio de actos ilocutivos declarativos y directivos, se les pide a las mujeres que se atrevan a practicar las fantasías masculinas.

Análisis de los comentarios

En este apartado se analizan los comentarios que están en forma de diálogo. Fueron catalogados como comentarios porque no forman parte de la lista de fantasías, de la introducción o la conclusión.

Tabla 7.21: Análisis de los comentarios del artículo *Anatomía de las fantasías masculinas*

Comentarios	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
<p>“¿QUÉ HAY DETRÁS DE SUS DESEOS? Como verás acomodamos sus fantasías de mayor a menor grado de dificultad si pensamos en que podría hacerlas realidad, y si te das cuenta a partir del número 7 aproximadamente son situaciones que bien podrían hacerse realidad, ¿o acaso es tan difícil que te vea mientras te masturbas? Y no es que ellos sean unos depravados sexuales, sino que tal vez, y solo tal vez, es momento de expresar tu sexualidad de una forma más libre. Tanto tú como él gozarán más y ¿sabes qué es lo mejor? Cuando el `diálogo´ sexual se abre, la unión e intimidad de la pareja aumenta, pues el sexo es uno de los pilares de una relación. Así que ánimo, ¿es un buen trato, no?”</p>	<p>Directivos</p> <p>Declarativos</p>	<p>Manipular las emociones para que acepten cumplir las fantasías de los hombres.</p>
<p>“Recuerda que son fantasías, imágenes producto de la imaginación, por lo que no tienen nada de malo, incluso habrá algunas fantasías que son dignas de recordarse y otras que, según cada persona, solo les excitan porque lo que está en su mente no es real. Entonces relájate y libera tu mente, no solo para realizar alguna de SUS fantasías sino también para animarte a confesarle las tuyas”.</p>	<p>Directivos</p> <p>Declarativos</p>	<p>Convencerlas que no existe nada de malo en experimentar las fantasías sexuales.</p> <p>Manipular sus emociones ayudándolas a modificar su percepción acerca del tema.</p>

Por medio de actos ilocutivos declarativos y directivos se manipulan a las lectoras para modifiquen su perspectiva, señalando todos los aspectos positivos que tienen las fantasías sexuales, y que la relación de pareja se fortalece en cuanto unión y proximidad si se participa en este tipo de prácticas sexuales.

Análisis del desarrollo

En esta tabla se agrupan las partes que conforman el desarrollo del artículo y se analizan elementos léxicos, frases y o enunciados que destacan.

Tabla 7.22: Análisis del desarrollo del artículo *Anatomía de las fantasías masculinas*

Título del apartado	Resumen de contenido	Elemento léxicos, frases, y/o enunciados
¿QUÉ SON?	Definición de las fantasías	Se usa la palabra “prenden” en vez de excitan.

		Se señala que el artículo gira en torno a las fantasías del hombre: “en el caso de ellos, esto es lo que más les prende”.
FANTASÍAS MÁS FRECUENTES	Es lista de fantasías sexuales de los hombres	Algunas fantasías remiten al cine porno: trio HMH, video porno, mujeres sumisas, mujeres dominantes, película porno.
FRASES QUE LOS PONEN A FANTASEAR	Lista integrada por ocho frases	La frase “La tienes bien rica” es una expresión para situaciones sexuales. Se nota la influencia del cine porno en las frases sugeridas como fantasías.
SUS FETICHES MÁS COMUNES	Lista de fetiches	Se señala un fetiche asociado con un estereotipo de género: “Los zapatos rojos y de tacones altos son los preferidos de los hombres porque desatan sus fantasías más candentes”.
ECHAR A VOLAR LA IMAGINACIÓN SIRVE PARA...	Señala los aspectos positivos la imaginación	Con los siguientes enunciados se originan grandes expectativas sexuales: “Originar excitación y pueden provocar excepcionales orgasmos”. “Recrear experiencias inalcanzables. Aumentar el placer durante la actividad sexual”.

En este apartado encontramos una breve explicación de lo que son las fantasías, y una lista basada en títulos, frases cortas, y algunas descripciones muy breves que oscilan entre las 15 y 19 palabras. Pero llama la atención que el apartado “ECHAR A VOLAR LA IMAGINACION SIRVE PARA...” disimula su contenido con este título, pues en lugar de abordar el tema de la imaginación, destaca los aspectos positivos de llevar a cabo las fantasías sexuales, quedando implícito que son las masculinas que están en el artículo. Por otro lado, en el apartado “Entre lo REAL y lo IMAGINARIO” se vuelve a enfatizar que no existe nada de malo en experimentar las fantasías. Luego entonces, además de presentar la lista de las fantasías sexuales masculinas, se intenta convencer a las lectoras de que hay que experimentar.

Análisis del cierre del discurso

En esta tabla se señala el acto ilocutivo y el efecto perlocutivo de la única frase que a modo de conclusión hace el cierre del artículo:

Tabla 7.23: Análisis del cierre del artículo *Anatomía de las fantasías masculinas*

Cierre del discurso	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“ADVERTENCIA: esto pronto se va a descontrolar porque la temperatura de tu habitación está por aumentar”.	Declarativo	señalar la excitación que provoca leer el artículo y/o poner en práctica las fantasías masculinas.

En el cierre por medio de un acto declarativo se dice que las fantasías masculinas generan gran excitación al leerlas y ponerlas en práctica la aumentan.

7.2.5 Análisis del artículo: *Sexo oral*

En este apartado se realiza un análisis del artículo *Sexo oral*, el cual contiene consejos en forma de lista para realizar sexo oral a la mujer y al hombre, para más detalles de su contenido y/o análisis, véanse los subcapítulos 6.1.2 y 6.1.5.2, del capítulo VI Marco Metodológico.

Análisis de la introducción

En esta tabla se analizan los actos ilocutivos y su efecto perlocutorio de la introducción del artículo *Sexo oral*. Pero cabe mencionar que la introducción se presenta en dos partes complementarias entre sí. Debido a su contenido, se decidió que ambas formaban parte de la introducción, pero esto no afecta el análisis.

Tabla 7.24: Análisis de la introducción del artículo *Sexo oral*

Introducción	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“La calidez de la boca, unos labios suaves y húmedos, el toque preciso de la lengua por las partes más erógenas del cuerpo hacen que muchas parejas adoren la práctica del sexo oral. Y es que ¡sabe delicioso!”	Declarativos	Manipular la predisposición embelleciendo la descripción. Legitimar el sexo oral comentando que las parejas lo adoran. Antojar la práctica, haciendo alarde del sabor.
“Llegó la hora de comer hasta saciarte, éntrale a la degustación corporal y lleva el sexo oral hasta donde ni te imaginaste, ¡bon appétit!”	Directivos Declarativos	Puntualizar que ha llegado el momento de hacer sexo oral. Hacerle creer a la lectora que hay más por conocer del sexo oral.

En la introducción, por medio de actos declarativos se manipula la predisposición de las lectoras. Primero, se hace una descripción que embellece el proceso del sexo oral, usando adjetivos calificativos de carácter positivo (suaves, húmedos, preciso, erógenas). Además, se legitima como una práctica social señalando que otras parejas lo adoran y que sabe delicioso. Después, por medio de un acto ilocutivo directivo se señala que ha llegado el momento de hacer sexo oral.

Análisis de los comentarios

En esta tabla se agrupan los comentarios; y se analizan sus actos ilocutivos y su efecto perlocutivo. Cabe señalar que algunos no son breves. Sin embargo, se tomaron como comentarios por estar dispersos y enmarcados con una figura geométrica.

Tabla 7.25: Análisis de los comentarios del artículo *Sexo oral*

Comentarios	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“Enséñale la siguiente guía o toma nota para que tú le des las indicaciones precisas”.	Directivo	Manipular la voluntad para que el artículo sea percibido como una guía indispensable para el sexo oral.
“El famoso 69 Una de las posturas de estimulación oral más famosas el 69, en ellas ambos están haciendo y recibiendo sexo oral al mismo tiempo. Los dos se acomodan de manera que la boca de uno esté sobre los genitales del otro”.	Declarativos	Dar a saber que la posición conocida como el 69 es de las más famosas.
“PASATE EL TRAGO AMARGO Debes saber que el tragar semen no engorda, al contrario, es muy nutritivo, pues contiene vitaminas, minerales y proteína. Lo que sí pudiera generar es que te contagiara de alguna Infección de Transmisión Sexual, sobre todo si no conoces el pasado sexual de tu chico. Si no es el caso y conoces su estado de salud, debes saber que en ocasiones el sabor es amargo. Pero eso se soluciona con un cambio de su dieta consumiendo muchas frutas y evitando los alimentos de sabor fuerte. Antes del sexo oral platica con tu pareja sobre el tema y acuerden qué es lo que pasará en dicha situación, eso sí, es tu decisión y él debe respetarla”.	Directivos Declarativos	Manipular las emociones para motivar una perspectiva positiva de pasarse el semen. Señalar el peligro de contagiarse de una enfermedad venérea. Señalar que se debe hablar del tema con la pareja y que el hombre debe respetar la decisión de la mujer.

En los comentarios, con actos directivos se manipula la voluntad para que el contenido discursivo se tome como guía, y por medio de actos ilocutivos declarativos se señalan aspectos positivos del sexo oral, se dan breves instrucciones para la posición del 69, se mencionan propiedades del semen, enfermedades de transmisión sexual, y la comunicación y respeto de la pareja.

Análisis del desarrollo

En esta tabla se agrupan los diferentes apartados que conforman el desarrollo del artículo, y se analizan tomando en cuenta elementos léxicos, frases y/o enunciados que destacan.

Tabla 7.26: Análisis del desarrollo del artículo *Sexo oral*

Título del apartado	Resumen de contenido	Elemento léxicos, frases, y/o enunciados
DELICIAS PARA NOSOTRAS	Informar lo que es el cunnilingus y comentar cómo lo hace un hombre a una mujer	Vocabulario técnico: cunnilingus, órganos sexuales. La palabra “trabaje” se usa para decir: que sepa hacer sexo oral. Con el enunciado “Tú mejor que nadie sabes que se trata de una actividad que requiere de mucha paciencia y dedicación”, se manipulan a las lectoras para que acepten que deben tener paciencia y ser dedicadas.
PARA AMBOS	Dar unos consejos de higiene bucal, cuerpo y uso de preservativos para evitar.	Breves enunciados con relación al aseo personal y uso de preservativos.
BOCADO A BOCADO	Instrucciones para que el hombre le haga sexo oral a la mujer	En el enunciado “Después de un poco de jugueteos, debe bajar (o subir je je je) a tu vulva” se usa la risa para marcar el nerviosismo o la vergüenza. Técnicismos: genitales, labios superiores, clítoris, vagina, estimulación, penetración, orgasmo, pene.
POSICIONES PARA TI	Lista de 4 posiciones para recibir sexo oral	Técnicismos: vulva y clítoris. Se señala el objetivo implícito “a él le encantará”.
DELICIAS PARA ELLOS	explica que es la felación, da su nombre en inglés <i>blow-job</i>	Se señala el objetivo de dar placer al hombre: “Para ellos no hay cosa más erótica que ver la cara de su chica entre sus piernas”. “Si quieres sacarte un 10 al regalarle placer oral, esto es lo que tienes que hacer”.
BOCADO A BOCADO	Instrucciones para que la mujer le haga sexo oral al hombre	Instrucciones que tienen como objetivo el placer del hombre: “El éxito de una felación es estimular sus zonas más sensibles”. “vuelve a hacer contacto visual con tu chico, esto lo excita a rabiar”.

		“continúa así todo el tiempo que quieras o hasta que tu pareja tenga un orgasmo”.
POSICIONES PARA ÉL		Instrucción para buscar el placer del hombre: “Lo ideal es que tu galán pueda ver cómo se lo haces, porque la estimulación visual es fundamental para ellos”.

En este apartado los actos ilocutivos dan información, instrucciones y hacen señalamientos para hacer sexo oral al hombre y la mujer, destacando el uso de las palabras técnicas. Desde el punto de vista género, llama la atención que está presente la risa (jejeje) antes de *tu vulva*; enfatizando así la inseguridad, timidez o pecaminosidad que deben sentir las lectoras por leer esta parte de su cuerpo, o porque les practiquen sexo oral. En cambio, no hay risa que preceda al *pene* o *glande*.

Análisis del cierre del discurso

En esta tabla se analiza el acto ilocutivo y su efecto perlocutorio con el que se cierra el artículo.

Tabla 7.27: Análisis del cierre del artículo *Sexo oral*

Cierre del discurso	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
QUE COMIENZE EL FESTÍN Y DISFRUTA DE ESTOS SABROSOS ALIMENTOS... YUMY!	Directivos	Animar a las lectoras a practicar el sexo oral.

El cierre es muy breve. Concluye con dos actos ilocutivos directivos con los cuales se les pide a las lectoras que practiquen sexo oral, usando la metáfora “festín” y “alimentos”. De esta manera, se evita decir sexo oral, pene y vagina. El uso de este recurso literario permite embellecer una práctica sexual que algunas mujeres evitan por vergüenza y/o asco. Entonces, con este cierre metafórico del discurso se cambia la imagen mental de genitales por la de una deliciosa comida, y con ello se manipulan las emociones al vincular a las lectoras con algo que de antemano les agrada y que disfrutan.

7.2.6 Análisis pragmático del artículo: *¡Hechízalo en la cama!*

En este apartado se analiza el contenido del artículo *¡Hechízalo en la cama!*, para más detalles de su contenido y/o análisis, véanse los subcapítulos 6.1.2 y 6.1.5.2, del capítulo VI del Marco Metodológico.

Análisis de la introducción

En esta tabla se analiza la introducción con base a los actos ilocutivos y su efecto perlocutivo en las lectoras:

Tabla 7.28: Análisis de la introducción del artículo *¡Hechízalo en la cama!*

Introducción	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“Desde tiempos inmemoriales las mujeres han usado su energía para crear magia en todos los aspectos de tu vida, ahora es momento de que utilices esa fuente de poder pero en la intimidad, para que así logres hechizar a tu pareja por completo. La realidad es que no se necesita de mucho para lograrlo, lo que importa es que tu cuerpo, tu mente y tu intención se centren en que ambos, disfruten del candente encuentro. No tienes que hacerlos en una época específica del año, son totalmente efectivos en cualquier día e incluso a cualquier hora. Recuerda que después de practicar estos hechizos tu pareja querrá pasar mucho más tiempo junto a ti, así que prepárate para encenderlo”.	Directivo: Declarativo	Manipular las emociones dando por hecho que tras ciertas prácticas la pareja querrá compartir más tiempo, quedando implícito el apego.

En la introducción, por medio de actos ilocutivos declarativos y directivos, se les pide a las lectoras que usen su poder sexual. Destaca el uso de metáforas (magia y hechizos) para llamar a las prácticas sexuales. Por otro lado, se manipulan las emociones de las lectoras al señalar un efecto tan positivo que tendrá un impacto en la cercanía de la pareja.

Análisis de comentarios

En esta tabla se agrupan los comentarios, y se analizan los actos ilocutivos que a nuestro juicio tienen un efecto perlocutorio de influencia en las lectoras.

Tabla 7.29: Análisis de los comentarios del artículo *¡Hechízalo en la cama!*

Comentarios	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo en las lectoras
“Estos hechizos no solo avivarán la pasión entre ustedes, sino que también mantendrán la unión, el amor y la felicidad en su relación”.	Declarativo	Manipular las emociones para logran interés en el artículo y generar expectativas positivas en cuanto el amor y la felicidad.
“EL ingrediente secreto PARA QUE CADA UNO FUNCIONE ES QUE TE SEPAS SEGURA, GUAPA Y SEXY, PUES TODA la magia está dentro de ti”.	Declarativo	Señalar las características que se han de tener segura, guapa y sexy
“UNO DE LOS aspectos más poderosos QUE PUEDE POSEER UNA MUJER ES SER DUEÑA DE SU SEXUALIDAD Y NO TENER MIEDO DE EXPERIMENTAR CON ELLA”.	Directivos	Aconsejar que no hay que tener miedo a experimentar con la sexualidad
“TOMAR LAS RIENDAS EN UNA SOCIEDAD DONDE TRADICIONALMENTE SE JUZGA A LAS MUJERES POR DISFRUTAR DEL SEXO Y DE LA MAGIA te hará sentir implacable y súper poderosa”.	Declarativos	Manipular las emociones de las lectoras creando expectativas de que experimentar con su sexualidad las hará sentir poderosas.

En los comentarios, por medio de actos ilocutivos declarativos, se manipulan las emociones de las lectoras creándoles expectativas con respecto a los resultados positivos (unión, amor, felicidad, seguridad, y poder) que se obtienen al experimentar con la sexualidad.

Análisis del desarrollo

En este apartado se analiza en cada una de las secciones el vocabulario, las frases y los actos ilocutivos que destaquen.

Tabla 7.30: Análisis del desarrollo del artículo *¡Hechízalo en la cama!*

Título	Resumen de contenido	Vocabulario, frases y/o enunciados que destacan
AROMAS seductores	Breves instrucciones para preparar una tizana (té)	“potenciará tu poder de seducción” manipula las emociones de las lectoras al dar por sentado un resultado positivo.

		“así cuando tu chico se te acerque, será inevitablemente atraído y hechizado” manipula las emociones asegurando resultados positivos”
PLACER delicioso	Breves instrucciones para consumir un postre	“Los alimentos afrodisíacos incrementan el deseo sexual” reproduce la idea generalizada acerca de este tema manipula las emociones asegurando resultados positivos. “que estimula el sistema circulatorio y genera sensaciones placenteras en el cerebro” reproduce las ideas de los afrodisíacos
FUENTE del deseo	breves instrucciones preparar un baño en bañera agregando pétalos	“que la sección de sexo que tengan esté libre de toxinas y todo fluya naturalmente” manipula las emociones asegurando resultados positivos “verás como las propiedades místicas de las flores y del agua se unen para favorecer lo que vendrá después” manipula las emociones asegurando resultados positivos
PÓCIMA ardiente	breves instrucciones para hacer un ungüento	“Con esta mezcla lograrás que tu chico, al percibir tu olor, caiga rendido a tus encantos” manipula las emociones asegurando resultados positivos “despertarán sus sentidos y harán que quiera llevarte a la cama para devorarte” manipula las emociones asegurando resultados positivos

En este apartado se manipulan las emociones de las lectoras asegurando resultados positivos con respecto a la respuesta sexual de la pareja.

Tabla 7.31: Análisis del cierre del artículo *¡Hechízalo en la cama!*

Cierre del discurso	Actos ilocutivos	Efecto perlocutivo
“¿Y CÓMO SABER SI CADA HECHIZO SURTIÓ EFECTO? MUY SENCILLO, CUANDO LO VEAS EXTASIADO, ESTREMECIDO DE PLACER, LLEGANDO AL ORGASMO Y PIDIÉNTOTE ¡MÁS!”	Declarativo	Manipular las emociones de las lectoras haciéndoles visualizar el gran placer que le provocarán a su pareja.

En el cierre se manipulan las emociones de la pareja declarando el efecto.

7.2.7 Análisis pragmático general

De acuerdo con los análisis pragmáticos que se llevaron a cabo con cada uno de los discursos que integran el corpus de *Veintitantos*, se encontró que los actos directivos marcan la posición subordinada de las lectoras, al tiempo que reafirman la posición de autoridad de quien publica el discurso. Por otro lado, los actos ilocutivos declarativos tienden a señalar un cambio positivo posterior a la lectura del discurso y/o a la puesta en práctica de las instrucciones. En este sentido, los actos ilocutivos directivos y declarativos forman parte de una

estrategia lingüístico-pragmática, con la cual se lleva a cabo la manipulación de las lectoras con varios objetivos: que se asuman como incapaces de lograr por sí mismas la identidad hipersexualizada altamente valorada por los hombres, que pongan los consejos en práctica para que noten el impacto positivo que causan, y en consecuencia consideren los discursos de *Veintitantos* como indispensables para su desempeño sexual; volviéndose dependientes de la sección “Sexo” y consuman la revista.

7.3 Discusión basada en el modelo de Fairclough

En este apartado se resumen los análisis, y se interpretan con base en el modelo tridimensional de Fairclough, que encuadra la relación entre el texto, la práctica discursiva y la práctica social. Estos tres aspectos son la base de todas las interpretaciones que aquí se ofrecen con respecto a la producción discursiva y su interpretación del corpus de *Veintitantos*. Por tanto, se hará mención de cómo la práctica social influye de manera decisiva en la práctica discursiva, y la relación entre la práctica discursiva y el texto. Dicho esto, primero abordaremos los análisis que fueron llevados a cabo con la herramienta AntConc y posteriormente los pragmáticos.

La riqueza léxica en el corpus de *Veintitantos* tiene menos de la mitad de un hablante culto de la Ciudad de México (véase tabla 7.1). Esta práctica discursiva en el corpus, tan limitada en léxico, está relacionada con la práctica social, ya que existe un bajo índice de mexicanos que leen, y la falta de comprensión lectora de la población, como se señaló en subcapítulo 6.1. Por lo que se deduce que la editorial de *Veintitantos* toma en cuenta dichos factores para su producción discursiva, de modo que sus publicaciones van dirigidas a mujeres que no quieren leer algo más complejo o no pueden interpretarlo. Por otro lado, también se deduce que la revista no tiene intenciones de motivar un cambio en la práctica social por medio de su práctica discursiva, y por ello no aumenta la riqueza léxica en sus discursos.

En cuanto al análisis contrastivo entre el corpus NOW y *Veintitantos* con respecto al uso de las muestras *sexo* y *placer*, los resultados están condicionados por el contenido ideacional determinado por el tipo de corpus, dado que el de *Veintitantos* está conformado con discursos de la sección “Sexo” que giran en torno a un tema específico, mientras que el corpus de NOW está integrado por discursos con contenido ideacional acorde a diferentes temas. Por tanto, el análisis arroja las diferencias tanto en el número de ocurrencias como en la semántica de dichas muestras. Este resultado aunque era predecible, permitió observar la práctica discursiva en uno y otro corpus dependiendo de su contenido ideacional, en NOW la muestra *sexo* está es más utilizada para referir el género que el acto sexual (véase tabla 7.3) y la muestra *placer* se usa para abordar diferentes tipos de placeres, no solo el sexual.

En lo que respecta al análisis de las partes del cuerpo, se identificó que la *boca* tiene más ocurrencias incluso que los genitales, pues esta tiene 27 ocurrencias tomando en cuenta todas las muestras que aluden a sus partes (*boca*, *labios* y *lengua*), mientras que el femenino 26 y el órgano masculino 22, ya contando todas las muestras que refieren alguna de sus partes. Esta práctica discursiva es un reflejo de la práctica social, dado que los besos forman parte del erotismo y la sexualidad, como se puede apreciar en escenas eróticas de telenovelas y películas mexicanas, o parejas que se besan en los parques. Por otro lado, aunque en el discurso el órgano sexual femenino supera al masculino por 4 ocurrencias, esto no significa que el placer este enfocado en la mujer, pues el corpus es una guía para dar placer al hombre más que a la mujer.

Con respecto al estereotipo de la mujer, se identificaron las siguientes muestras con una sola ocurrencia, actuando de forma explícita: *segura*, *guapa*, *sexy*, *sumisas*, *dominantes* y *porno*. Sin embargo, el estereotipo de la mujer hipersexualizada se evidencia de mejor manera con otras muestras que fueron usadas para definir objetos, por ejemplo, en el artículo Muebles del amor en el que se humanizan muebles y otros objetos mediante las muestras: *XXX*, *porno*, *provocadoras*, *erótica*, *sexual*, *cachondo* e *incitable* (véase tabla 7.10). También, en el artículo *¡Hechízalo en la cama!* se humanizan pócima, aromas y melodía

con las muestras *ardiente*, *seductoras* y *candente* (véase tabla 7.30). De esta manera se incluyen en el texto estos referente semánticos y pragmáticos de lo que espera de quienes participan en las relaciones sexuales. Por tanto, aportan a la construcción de la identidad sexual hipersexualizada de las mujeres que los leen, aunque no las señalen directamente. Esta estrategia está relacionada con la práctica social, es decir, con la cultura mexicana que tiende a negar y/u ocultar la sexualidad de varias maneras, por ejemplo, limitando la educación sexual en las escuelas y practicando el albur. Además, de la doble moral que permite halagar la hipersexualización de algunas mujeres, y al mismo tiempo llamar putas y estigmatizar a otras por la misma razón. Entonces, *Veintitantos* toma en consideración lo antes dicho para su producción, y promueve el estereotipo hipersexualizado que es altamente valorado por mujeres que buscan destacar en lo sexual, pero evitando ofender a sus lectoras con repertorio que pueda ser considerado vulgar u ofensivo para mujeres, tan es así, que la revista utiliza el registro formal para referirse con tecnicismos a los genitales, e informal para abordar de manera coloquial la mayor parte de sus discursos.

En lo que respecta a las relaciones de poder, éstas están implícitas en los tres niveles del modelo de Fairclough: el texto, la práctica discursiva y la práctica social. Por un lado, se identifica el sobre uso de actos ilocutivos directivos, y en la práctica discursiva hay una relación de autoridad por parte de quien publica los discursos, y de subordinación por parte de quien los lee. Es decir, la revista *Veintitantos* se asume como quien tiene el conocimiento necesario sobre las necesidades y problemas en torno a la práctica social de las relaciones sexuales, y por ello puede decir lo que se ha de hacer al respecto y cómo se ha de hacer. Por su parte, quienes leen la sección “Sexo” se asumen como necesitadas de conocimientos y de una guía que les señale qué hacer en la práctica social, de esta manera los discursos de *Veintitantos* son el vínculo entre las lectoras y el modelo del ideal femenino hipersexualizado que está de moda en la práctica social y discursiva en el cine porno, las revistas, la televisión, la música, videoclips, Tik-tok, OnlyFans, etc. Por otro lado, *Veintitantos* contribuye a construir dicha identidad sin hacer gran esfuerzo, pues está acorde al contexto

en el que los hombres y mujeres buscan tener sexo, más placer y de diferentes formas. Sin embargo, habrá que señalar que el estereotipo de mujer hipersexualizada tiene implícita una relación de poder entre el hombre y mujer con respecto al sexo, tomando en cuenta que en la práctica social el género femenino en México tiene una posición inferior y de vulnerabilidad con respecto al hombre en lo familiar, religioso, moral, laboral, económico, social, político, académico, profesional, en el crimen organizado etc. Por tanto, la sexualidad de muchas mujeres se convierte en moneda de cambio para conservar o sobrellevar el matrimonio, obtener ingresos, obtener un empleo o asegurar su permanencia, alcanzar calificaciones en las escuelas, escalar en lo social, en lo político y en organizaciones criminales, e incluso para mantenerse vivas.

Por otro lado, *Veintitantos* garantiza su éxito comercial al publicar discursos en torno al estereotipo hipersexualizado de la mujer, pues al ser altamente valorado en la práctica social y en lo discursivo, los temas relacionados tienen demanda. La sección “Sexo” permite el enganche de las lectoras, y con ello garantiza los ingresos que van más allá de las ventas de ejemplares impresos o suscripciones, dado que *Veintitantos* publicita productos de diferentes marcas en más del 50% de sus páginas, (véase sub capítulo 3.1.1), pues su éxito discursivo en torno al estereotipo de mujer hipersexualizada, le permite retener y atraer más contratos de marcas que promueven el estereotipo complementario de la mujer hipersexualizada: el de la mujer joven, bella y a la moda. Por esta razón, la revista usa una estrategia lingüístico-pragmática de manipulación para motivar las inseguridades y preocupaciones de las lectoras acerca de su desempeño sexual, para inducirlas a que se asuman como aburridas, rutinarias, y que se visualicen en un conflicto con su pareja. Por otro lado, manipula sus emociones en un sentido opuesto, al ilusionarlas señalando que tras leer y poner en práctica lo dicho en sus discursos, tendrán muy buenos resultados, su pareja estará agradecida, el vínculo se fortalecerá, se sentirán poderosas y obtendrán placer.

Por último, abordaremos los anglicismos que forman parte de la práctica discursiva de *Veintitantos*, y son resultado de la práctica social del español contemporáneo, y la práctica discursiva de las revistas femeninas. Al

incorporarse léxico del inglés al repertorio de los mexicanos por las innovaciones tecnológicas, la música, las redes sociales, el cine y el consumo de porno, entre otros muchos aspectos; no es de extrañarse que en el corpus haya algunas muestras de anglicismos como *Lap-top*, *kit* y *tips*. Sin embargo, la mayoría de los anglicismos que se identificaron en *Veintitantos* está relacionados con la práctica discursiva de la revista, que sigue la tendencia de otras revistas que incluyen anglicismos para proyectar un discurso a juvenil y a la moda. Por otro lado, el uso de anglicismos le permite cubrir sus propias necesidades discursivas, por ejemplo, con las muestras *blow job* y *doggy* evita usar las traducciones vulgares *mamada* y *de perrito*, y con *swinger* evita dar la explicación de esta práctica sexual que bien podría causar polémica.

Conclusiones

Antes de abordar la conclusión, es importante recordar que el objetivo de esta investigación fue analizar si los discursos de la sección “Sexo” de la revista *Veintitantos* promueven el estereotipo hipersexualizado de la mujer, y si en ellos estaba implícita la manipulación. Para ello, se conformó el corpus con seis discursos del año 2019, y se llevó a cabo un análisis bajo la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso (ACD), utilizando el modelo tridimensional de Fairclough. En este sentido, para ahondar en la práctica social y discursiva acerca a los estereotipos y la prensa femenina, se hizo una investigación documental acerca de la evolución de la prensa femenina, la sexualidad de los mexicanos, el rol del porno en la hipersexualización, y el contexto de la mujer mexicana actual. Para lograr abarcar la práctica discursiva del texto, se hizo un análisis lingüístico-pragmático, usando como herramienta el software AntConc para analizar sistemáticamente algunos aspectos lingüísticos del corpus, para luego contrastarlos con el corpus Noticias de periódicos y revistas en internet (News on the web: NOW). Por otro lado, los análisis pragmáticos se llevaron a cabo por separado, es decir, discurso por discurso de cada artículo, y se identificó el léxico, los actos ilocutivos directivos, declarativos y su fuerza perlocutoria.

En lo que respecta a la primera de las dos interrogantes que fueron la base de esta tesis, podemos decir que los discursos de la sección “Sexo” de la revista *Veintitantos* sí promueven y legitiman el estereotipo de la mujer hipersexualizada, ya que fueron encontrados elementos lingüísticos y pragmáticos que así lo confirman. Por un lado, están las muestras: *sexy*, *sumisa*, *dominante*, *XXX*, *porno*, *provocadoras*, *erótica*, *sexual*, *cachondo* e *incitable*, *ardiente*, *seductoras* y *candente*; y aunque en la práctica discursiva algunas de ellas fueron usadas para definir objetos, no por ello dejan de implicar lo que se espera de las mujeres como participantes sexuales ideales en la práctica social. Por otro lado, en lo pragmático, el contenido ideacional de la práctica discursiva con respecto a la mujer hipersexualizada gira en torno a la práctica social, ya que los discursos funcionan como guía para transformar a las lectoras en mujeres

seductoras, complacientes, con iniciativa sexual, conocedora de posiciones sexuales, y estrategias para prolongar la erección; que se aventuran a experimentar con su cuerpo diferentes posiciones, en diferentes lugares y con diferentes objetos. Es decir, para convertirse en una mujer bien entrenada para la satisfacción masculina, un ideal que fomentan los medios de comunicación en mayor o menor medida (porno, reggaetón, internet, revistas, Tik-tok, etc.).

En lo que respecta a la segunda interrogante acerca de que si la manipulación forma parte de los discursos, se encontró que en la práctica discursiva de *Veintitantos* se usa una estrategia lingüístico pragmática basada en actos ilocutivos declarativos y directivos que tienen efecto perlocutorio de manipulación. Con dicha estrategia se hace dudar a las lectoras de sus habilidades sexuales, del placer que dan a su pareja y se les predispone a enfrentar conflictos a futuro; para luego asegurarles que si ponen en práctica las instrucciones dadas en los discursos habrá resultados positivos. Dicha manipulación es por razones comerciales, pues la revista necesita posicionarse como un producto indispensable capaz de enganchar tanto a sus lectoras como a sus clientes potenciales, para así poder mantener los contratos de publicidad de diversos productos que aparecen en sus páginas. Por dicha razón la sección “Sexo” va construyendo en las lectoras, discurso tras discurso, no solo una identidad hipersexualizada, sino también una dependiente, que necesitada aprender. Entonces, concluimos que *Veintitantos* sí promueve y legitima el estereotipo de la mujer hipersexualizada, y manipula las emociones de sus lectoras para crearles la necesidad de aprender a ser hipersexualizadas para que sobresalgan en la práctica social, y así se vuelvan dependientes de los contenidos, y sean fieles consumidoras de las publicaciones.

Queda mucho por investigar con respecto a este tema, sobre todo teniendo en cuenta que esta tesis se hizo con corpus integrado por un reducido número de discursos, y en consecuencia tanto los análisis como los resultados se ven limitados en lo estadístico y lo pragmático. Por otro lado, no se realizó un análisis contrastivo con un corpus de una revista femenina de otra época, ni un corpus contemporáneo que aborde el sexo en pareja.

Referencias

- Aguilar, J. C. (2011). ¡Así soy...! ¿Y qué? *Comikaze*. <https://www.comikaze.net/asi-soy-y-que/>
- ABC PLAY. (16 de diciembre de 2020). El Onlyfans de Bella Thorne recauda un millón en pocas horas con fotos de Instagram. *ABCPLAY* https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-onlyfans-bella-thorne-recauda-millon-pocas-horas-fotos-instagram-202008281216_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F
- ABC SOCIEDAD. (2 de febrero de 2011). España, segundo país en el ranking mundial de pornografía infantil. *ABC SOCIEDAD*. https://www.abc.es/sociedad/abcp-espana-segundo-pais-ranking-201102090000_noticia.html
- Acuña Murillo, I. (26 de noviembre de 2019). Marcha feminista en México: somos malas, podemos ser peores. *La mirada de la Academia*. <https://ibero.mx/prensa/opinion-marcha-feminista-en-mexico-somos-malas-podemos-ser-peores>
- Aime, M. (2013). *Cultura*, 1ra ed. Bollati Boringhieri editore. Disponible en. https://www.elboomeran.com/upload/ficheros/obras/cultura_fragmento.pdf
- Alarcón S. M. A. (2008). Austin y Searle: la relación entre los verbos y los actos del habla. *Literatura y Lingüística*, (19), 235-250. Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0716-58112008000100013
- Alejandro, A. (5 de marzo de 2019). Billioners 2019/ Los mexicanos más ricos: aumentan, pero tienen menos dinero. *Forbes* <https://www.forbes.com.mx/billionaires-2019-la-familia-mexicana-crece-pero-con-menos-dolares/>
- Alonso Ruido, P. (2017). Evaluación del fenómeno sexting y de los riesgos emergentes de la red en adolescentes de la provincia de Ourense. (Tesis de doctorado, Universidad de Vigo). Archivo digital. <http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/786?locale-attribute=es>
- Altieri Megale, A. (2001). ¿Qué es la cultura? *La lámpara de Diógenes*. 2(4), 15-20 <https://www.redalyc.org/pdf/844/84420403.pdf>
- América Economía. (11 de junio de 2018). Persiste en México poca participación de mujeres en altos cargos públicos, pese a reformas. *América Economía*

<https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/politica/persiste-en-mexico-poca-participacion-de-mujeres-en-altos-cargos-publicos>

Análisis de revista veintitantos. (2012). Recuperado de <https://www.buenastareas.com/ensayos/Analisis-De-Revista-Veintitantos/5022811.html>

Andrade, M. (5 de abril de 2020). Los tenderos de denuncia en universidades, la respuesta ante la ineficaz acción contra la violencia de género <https://www.ladobe.com.mx/2020/04/los-tenderos-de-denuncia-en-universidades-la-respuesta-ante-la-ineficaz-accion-contra-la-violencia-de-genero/>

Anónimo. (750 DC). Beowul. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/An-Beow.pdf>

Arango Restrepo, G. J. (2017). La teoría de la intencionalidad de John Searle. *Sophia, Colección de filosofía de la Educación*, (22), 79-79. <https://doi.org/10.17163/soph.n22.2017.03>

Ardvidsson, S. (2009). *A Gender Based Adjectival Study of Women's and Men's Magazines*. Ensayo. HÖGKOLAN I GÄVLE <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:225148/fulltext01.pdf>

Avila, Y. (27 de marzo de 2019). ¿Cómo surgió el movimiento Me too, y cómo revivió en México? *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/elsabueso/como-surgio-el-movimiento-me-too-y-como-revivio-en-mexico/>

Balan, S. (2010). M. Foucault's view of power relations. *ResearchGate*, 37-42 https://www.researchgate.net/publication/321161337_M_Foucault%27s_View_o_n_Power_Relations

Ballester Brage, L., Orte Socías, C. y Pozo Gordaliza, R. (2015). Estudio de la nueva pornografía y la relación sexual en jóvenes. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (13), 165-178. <https://doi.org/10.12795/anduli.2014.i13.10>

Barriga Jiménez, S. (2013). LA SEXUALIDAD COMO PRODUCTO CULTURAL. Perspectiva histórica y psicosocial. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (12), 91-111. http://institucional.us.es/revistas/anduli/12/art_5.pdf

Bathiyard World Universal Blog. (2016). *7 reasons why so many men love shemale*. Bathiyard World Universal Blog. <http://bahtiyar-world.com/7-reasons-men-love-shemales/>

BBC News mundo. (28 de enero de 2013). Vine: el desafío de twitter con los videos porno. *BBC News mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/01/130128_tecnologia_twitter_vine_pornografia_videos_irm

- BBC News mundo. (15 de enero de 2019). Como nuestra obsesión por las *selfies* está cambiando nuestra memoria. *BBC News mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46878577>
- Bell Hooks. (2017). *El feminismo es para todo el mundo*. Traficantes de sueños. Recuperado de https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/TDS_map47_hooks_web.pdf
- Bericat, E. (2016). ¿Qué es la Cultura? *ResearchGate*, 5, 123-152 https://www.researchgate.net/publication/309609989_Que_es_la_cultura
- Beristáin, H. (2000). ¿Qué es el albur? *Revistas filológicas UNAM*, 21(1), 399-421. <https://revistas-filologicas.unam.mx/acta-poetica/index.php/ap/article/view/61/60>
- Biblioteca UNAM. (2017). Análisis de contexto: conceptos básicos. Recuperado de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5766/6.pdf>
- Blanco, C. E. (2005). Sociolingüística y análisis del discurso: herramientas para la investigación en educación. *Revista de Pedagogía*, XXVI (76). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/659/65913205006.pdf>
- Brown, J. (26 de septiembre de 2017). Is porn harmful? The evidence, the myths and the unknowns. *BBC*. <https://www.bbc.com/future/article/20170926-is-porn-harmful-the-evidence-the-myths-and-the-unknowns>
- Cabrera Martínez, J. (13 de febrero de 2021). México ocupa el segundo lugar mundial en turismo sexual infantil: Vázquez Mota. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/estados/mexico-ocupa-segundo-lugar-mundial-en-turismo-sexual-infantil-vazquez-mota>
- Camacho Sandoval, S. y Padilla Range, Y. (2017). Educación sexual, libros de texto y oposición conservadora en México: 1974, 2006, 2016. Congreso Nacional de Investigación Educativa COMIE, 1-12. Recuperado de <https://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/1921.pdf>
- Cámos, F. y Frápolli, M. J. (2008). Contextualismo y semantismo. Debate abierto en la filosofía del lenguaje contemporánea. Recuperado de <http://ve.scielo.org/pdf/epi/v28n1/art01.pdf>
- Candale, C. V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas para ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Recuperado de Dialnet-LasCaracteristicasDeLasRedesSocialesYLasPosibilida-6319192.pdf
- Carbajal Alonso, C. E. (2003). *La revista femenina, una industria cultural en México. Análisis caso: revista "Veintitantos"*. (Tesis de licenciatura, UNAM). Recuperada de <https://repositorio.unam.mx/contenidos?c=pgmMMR&q=La . revista . femenina%2C . una . industria . cultural . en . M%C3%A9xico. . Analisis . Caso>

[. %3A . Revista . Veintitantos. . Carvajal . Alonso%2C . Claudia . Eliza beth&t=search 0&as=0&d=false&a=1&v=1](#)

- Cárcamo, Morales B. (2018). El análisis del discurso multimodal: una comparación de propuestas metodológicas. *Forma y función*, 31(2), 145-174. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/219/21958430007/html/index.html>
- Cares Mardones, C. (2017). *ARTE, GÉNERO Y DISCURSO, REPRESENTACIONES SOCIALES EN EL CHILE RECIENTE*. (Tesis doctoral Universitat de Barcelona) https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/402144/CCM_5de9.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Carr, G. (2020). Examining sex education in a corpus of magazine advice columns. *Australian Review of Applied Linguistics*, 43(2), 145-168. <https://doi.org/10.1075/aral.00030.car>
- CATWLAC. (2017). *Informe de datos estadísticos georeferenciados del sistema de alerta roja (SAR)*. <http://www.catwla.org/es/wp-content/uploads/2018/11/INFORME-SAR-2017F.pdf>
- Cid López, R. M. (2009). Simone de Beauvoir y las mujeres. Notas sobre el segundo sexo. *Revistas UCM*, 0, 65-76. <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/8621>
- CNDH. (2019). *ABC de la perspectiva de género y las masculinidades*. CNDH. Recuperado de <https://mexicosocial.org/wp-content/uploads/2019/11/ABC-de-las-masculinidades.-CNDH.-2019.pdf>
- Cobo Bedia, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. *Investigaciones feministas*, 6, 7-19. DOI: [10.5209/rev_INFE.2015.v6.51376](https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2015.v6.51376)
- Coffey-Glover, L. (2015). Ideologies of masculinity in women's magazine, a critical stylistic approach. *Gender and Language*. 9(3), 337-364 <https://doi.org/10.1558/genl.v9i3.17360>
- Colorado, C. (2010). Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak. *Discurso y Sociedad*. *Discurso & Sociedad*, 4(3), 579-596 <http://www.dissoc.org/ediciones/v04n03/DS4%283%29Colorado.pdf>
- Comisión Nacional de Salarios Mínimos. (2019). *Tabla de Salarios Mínimos Generales y Profesionales por áreas geográficas*. <https://www.gob.mx/conasami/documentos/tabla-de-salarios-minimos-generales-y-profesionales-por-areas-geograficas>
- CONEVAL. (2020). *Pobreza y género en México; hacia un sistema de indicadores*. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza-y-genero-en-Mexico-2008-2018.aspx>

- Cook, R. J. y Cusack, S. (2009). *Estereotipos de género*. University of Pennsylvania Press. https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereo-tipos-de-genero.pdf
- Corpus UNAM. (2018). Lingüística de corpus - Procesamiento de corpus textuales y orales. Semestre 2018-1. <http://www.corpus.unam.mx/cursocorpus/>
- Corral Quintero, R. (2007). Gylles Lipovetsky: una sociología del presente pos(hiper)moderno. *Casa del tiempo*, 1(1), 41-46. <https://biblat.unam.mx/es/revista/casa-del-tiempo/articulo/gilles-lipovetsky-una-sociologia-del-presente-poshipermoderno>
- Corral Quintero, R. (2007). Qué es la posmodernidad. *Casa del tiempo*. 9 (98), 67- 73. http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/98_mar_abr_2007/casa_del_tiempo_num98_67_73.pdf
- Corte Suprema de Justicia. (2019). Hipersexualización de la mujer. Boletín No. 4 recuperado de <http://www.csj.gob.sv/Comunicaciones/2019/MARZO/BOLETINES/BOLETIN%204%20%20MARZO.pdf>
- Cristófol Rodríguez, C. y Méndiz Noguero, A. (2015). Análisis del brand placement en las revistas femeninas. Hibridación de discursos: informativo, publicitario y de la moda. *Revista Mediterránea de Comunicación* 6(1), 7-25. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2015.6.1.02>
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*. M.E.Sharpe. Inc.
- De Gregorio-Godeo, E. (2008). British men's magazines' scent advertising and the multimodal discursive construction of masculinity: a preliminary study. *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense*, (17), 9-36. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3135082>
- De Gregorio-Godeo, E. (2008). Sobre la instrumentalidad del Análisis Crítico del Discurso para los estudios culturales: la construcción discursiva de la "neomasculinidad". *Discurso & Sociedad*, 2(1), 39-85. [http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2\(1\)De%20Gregorio.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2(1)De%20Gregorio.pdf)
- De Petro, S. (2019). Riesgos de la hipersexualización en internet y redes sociales. Segureskola. <https://gaptain.com/blog/riesgos-de-la-hipersexualizacion-de-los-ninos-en-internet/>
- Derya Kahraman, A. (2015). Relationship of modernism, postmodernism and reflections of it on education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 3992- 3996. DOI:[10.1016/j.sbspro.2015.01.1146](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1146)
- Dewangga Puri, A. (2015). *Directive speech acts showing leadership style used by Miranda priestly in Devil wears prada movie*. (Tesis de licenciatura, Universidad

Santana Dharma). Recuperado de https://repository.usd.ac.id/529/2/104214048_full.pdf

- Dionicio García, E. (2020). Las mujeres en el Sistema educativo de México. CEEY. Recuperado de <https://ceey.org.mx/las-mujeres-en-el-sistema-educativo-de-mexico/>
- Domínguez Chenge, M. P. (2010). Las revistas literarias para mujeres y la construcción de una identidad: La familia. *Revista de investigación y divulgación sobre estudios de género*. 2(7), 59-77. Recuperado de http://bvirtual.ucol.mx/descargables/122_revistas_literarias_mujeres.pdf
- Dottori, A. (2018). La teoría de los actos del habla y su relevancia sociológica. *Revista Mexicanas de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(235), 165-187. Disponible en <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/63020/60210>
- Drid, T. (2010). *Discourse analysis: key concepts and perspectives*. Universidad Ouargla 20-25 Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/282184078_DISCOURSE_ANALYSIS_KEY_CONCEPTS_AND_PERSPECTIVES
- Ejupi, V., Siljanovska, L. y Iseni, A. (2014). THE MASS MEDIA AND PERSUASION. *European Scientific Journal*, 10 (14), 636-646 Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/262802562_THE_MASS_MEDIA_AND_PERSUASION
- El economista. (5 de marzo de 2019). La participación de las mujeres en la economía de México. *El economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-participacion-de-las-mujeres-en-la-economia-de-Mexico-20190305-0118.html>
- El mundo. (25 de junio de 2010). Aprobado definitivamente el dominio .xxx para webs de contenido pornográfico. *El mundo* <https://www.elmundo.es/elmundo/2010/06/25/navegante/1277469207.html>
- Erdösová, Z. (2018). La imagen estereotipada de México perspectivas internas y externas. México, Universidad Autónoma de México. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/95137/La%20imagen%20estereotipada.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Escamilla Gutiérrez, M. L. y Guzmán Saldaña, R. M. E. (2010). Educación Sexual en México ¿Misión de la casa o de la escuela? Universidad autónoma de Hidalgo. Recuperado de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icsa/n10/e1.html#refe1>
- Espinar Ruiz, E. (2003). Violencia de género y procesos de empobrecimiento. (Tesis doctoral, Universidad de Alicante), 28-33. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9905/4/Espinar-Ruiz-Eva_3.pdf

- Esquivel Estrada, N. H. (2014). El relativismo moral al universalismo ético y sus paradojas. *La lámpara de Diógenes*, 5(8), 119-138. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/844/84400911.pdf>
- Esteban Labelle, A. S. (2018) *El consumo de pornografía diferencias de género e influencia en las relaciones de pareja* (tesis, Universidad Francisco de Vitoria, UFV Madrid). Disponible en <http://ddfv.ufv.es/bitstream/handle/10641/1567/Adriana%20Esteban.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estebán, M. L. (2004). Antropología del cuerpo, género, itinerarios corporales, identidad y cambio. *Ediciones Bellaterra*. 201-204. Recuperado de http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/practicas_profesionales/825_rol_psicologo/material/descargas/unidad_2/optativa/antropologia_cuerpo.pdf
- Estornell Pons, M. (2012). Novedades léxicas en revistas femeninas: procedimientos de formación y valor semántico-pragmático de las unidades. *Normas. Revista de estudios lingüísticos hispánicos*, (2), 77-108. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4057412>
- Estornell, Pons, M. (2012). Préstamos del inglés en revistas femeninas: entre la necesidad denominativa y la estrategia pragmática. *Pragmalingüística* (20), 61-91. <https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2017.i25>
- El Universal. (30 de marzo de 2018). Violencia de género en México. *El Universal* <https://www.eluniversal.com.mx/observatorio-nacional-ciudadano/violencia-de-genero-en-mexico>
- Excelsior. (19 de marzo de 2011). Cine porno mexicano y mudo en la UNAM. <https://www.excelsior.com.mx/node/723169>
- Expansión Política. (13 de marzo de 2020). Estudiantes de más de 20 universidades de México denuncian a sus acosadores. *Expansión política*. <https://politica.expansion.mx/sociedad/2020/03/13/estudiantes-de-universidades-de-mexico-denuncian-a-acosadores>
- Fairclough, N. (2004). Analyzing Discourse: Textual analysis for social research. https://www.researchgate.net/publication/31763834_Analyzing_Discourse_Textual_Analysis_for_Social_Research_N_Fairclough
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades. *Discurso & sociedad* 2(1), 170-85 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2547117>
- Feletti, K. (2017). De la mujer moderna a la mujer liberada, un análisis de la revista *Claudia* en México (1965-1977). *Hist. Mex*, 67(3), 1341-1393, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2448-65312018000101345&lng=es&nrm=iso

- Fernández Ruíz, G. (2015). ¿Las implicaturas convencionales son implicaturas? *Estudios de Lingüística Aplicada*, 0(62), 153-173. Doi: <https://doi.org/10.22201/enalt.01852647p.2015.62.421>
- Figari, C. E. (2008). Placeres a la carta: consumo de pornografía y constitución de géneros. *Revista de Estudios de Género La ventana*, 11(27) 170-204. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88411497007>
- Flooxernow. (2020). Canciones que se han hecho famosas gracias a TikTok. Flooxernow https://www.flooxernow.com/lo/canciones-que-han-hecho-famosas-gracias-tiktok_202007035f0198a40e00b0000115e6b4.html
- Flores Enríquez, A. M. (2005). “Artes mujeres” y estereotipos de género en el México del siglo XIX: presencias en la prensa femenina. *H. ART. Revista d historia, teoría y crítica de arte*, (7) 17-29 DOI: <https://doi.org/10.25025/hart07.2020.02>
- Flores Palacios, M. L. (2005). Representación de la mujer en anuncios de revistas comerciales mexicanas. *Global Media Journal*, 2(4). <https://www.redalyc.org/pdf/687/68720405.pdf>
- Fragoso Susanaga, O. (2017). La semiótica de la imagen, el discurso y el pensamiento complejo. *Revista chilena de Semiótica*, (7) https://revistachilenasemiotica.cl/files/200000095-02a0c03975/9_FRAGOSO_RevistaChilenaSemiotica_7-3.pdf
- Gabriel, K. (2017). *Power of porn cultures*. Nick Bookston <https://www.tni.org/files/publication-downloads/stateofpower2017-porn-cultures.pdf>
- Gallegos Ramo, J. R. (2018). Cómo se construye el marco teórico de la investigación. *Cuadernos de Pesquisa*, 48 (169), 830-854. <https://www.scielo.br/pdf/cp/v48n169/1980-5314-cp-48-169-830.pdf>
- Galván, M. (25 de noviembre de 2019). 15 datos de violencia de género que explican el enojo de las mujeres. *Expansión política*. <https://politica.expansion.mx/mexico/2019/11/25/datos-sobre-violencia-contra-mujeres-mexico>
- García, A. K. (25 de diciembre de 2018). Educación en México: insuficiente, desigual y la calidad es difícil de medir. *El economista* <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Educacion-en-Mexico-insuficiente-desigual-y-la-calidad-es-dificil-de-medir-20181225-0028.html>
- García, A. K. (23 de Abril de 2019). Mexicanos cada vez leen menos: 58 de cada 100 no leyeron ni un libro en el 2018. *El economista* <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Mexicanos-cada-vez-leen-menos-58-de-cada-100-no-leyeron-ni-un-libro-en-2018-20190423-0040.html>

- García Calderón, C. (2005). Representaciones de la mujer en publicidad mexicana. *IC Revista Científica de Información y Comunicación* (2) 43-54. <https://idus.us.es/handle/11441/33645>
- García Luna, J. C. y Colmenares Guillén, L. E. (2015). Pornografía y explotación sexual infantil, efectos sociales y la tecnología. *Visión Criminológica y criminalística*. 20-31. Recuperado de http://revista.cleu.edu.mx/new/descargas/1503/Art%C3%ADculo2_pornograf%C3%ADa_infantil.pdf
- Gómez Tagle López, E. y Juárez Ríos, E. (2014). Criminología sexual. *IUS Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla*. (34), 141-165. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472014000200009
- González Manrique, M. J. y Gómez-Ullate García de León, M. (2013.) Sexy comedias Latinas. El cine mexicano de ficheras al cine del destape español. *Ensayos sobre cine y antropología. México y España* (Vol. 1), 183-202. https://www.academia.edu/4546920/Sexycomedias_latinas._El_cine_mexicano_de_ficheras_y_el_cine_del_destape_espa%C3%B1ol
- González Reyna, S. (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. *Revista mexicana de opinión pública* (25), 185-193. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n25/2448-4911-rmop-25-185.pdf>
- González Trujillo, M. A. (2015). #pobrezafilia: discriminación, lujuria y pobreza. CONAPRED. https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=5569&id_opcion=&op=214
- Gubern, R. (2005). La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas. Anagrama. Ed. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/462632345/21272973-Gubern-Roman-La-imagen-pornografica-y-otras-perversiones-opticas-Idis-pdf>
- Harford, T. (8 de junio de 2019). ¿Hasta que punto la pornografía todavía domina el internet? *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48537314>
- Hernández Carballido. E. (1986). Periódicos pioneros fundados por mujeres: Las hijas de Anáhuac, El álbum de la mujer, El correo de las señoras y Violetas de Anáhuac. *Revista Derecho a comunicar* (6), 4-28 <https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/6815/derechocomunicar-prensa2012.pdf>
- Hernández Herrera, C. A. (2019). Los jóvenes mexicanos y sus construcciones relacionadas con los roles de género. *Acta Universitaria*. 29, 1-16. <http://doi.org/10.15174/au.2019.2439>
- Hernández, L. (25 de noviembre de 2011). México es el primer lugar en violencia sexual: ONU. *Excelsior*. <https://www.excelsior.com.mx/2011/12/25/nacional/797160>

- Hernández Ruíz, L. (2010). Persuasión y manipulación en la ciudad. *Espéculo (UCM)* (30). <https://biblioteca.org.ar/libros/152187.pdf>
- Hinojosa Mellado, M. P. (2008). *La persuasión de la prensa femenina: análisis de las modalidades de la enunciación*. (Tesis doctoral, Universidad de Murcia) <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10943/HinojosaMellado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hole, M. (2016). *Representation of femininity in women's magazines: a comparative study of representation of femininity in the women's magazine Cosmopolitan*. (Tesis de maestría, Universidad NTNU). <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/bitstream/handle/11250/2403991/masteroppgave%20-%20Hole.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- INEGI. (2019). Comunicado de prensa número 179/19. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf
- INEGI. (2019). Comunicado de prensa número 539/19. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/EstSociodem/EstadisticasDivorcios2019.pdf>
- INEGI. (2019) Comunicado de prensa número 104/19. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/matrimonio_s2019_Nal.pdf
- INEGI. (2020). Estadísticas a propósito del día del trabajo y datos nacionales. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/trabajoNal.pdf>
- INEGI. (2020). *Matrícula escolar por entidad federativa según el nivel educativo, ciclos escolares seleccionado del 2001/2001, y del 2019/2020*. <https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?pxq=ac13059d-e874-4962-93bb-74f2c58a3cb9>
- INEGI. (2021). *Estadísticas a propósito de matrimonios y divorcios en México (Datos nacionales)*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP_14FE_B21.pdf
- Infobae. (1 de agosto de 2019). Las aplicaciones de citas y la infidelidad: así se comportan los mexicanos. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/mexico/2019/08/01/las-aplicaciones-de-citas-y-la-infidelidad-asi-se-comportan-los-mexicanos/>
- INMUJERES. (2014). Combatir la deserción escolar de las mujeres detona el desarrollo de México. <https://www.gob.mx/inmujeres/prensa/combater-la-desercion-escolar-de-las-mujeres-detona-el-desarrollo-de-mexico-14323>

- INMUJERES. (2016). *Feminicidio en México*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/Feminicidio-en-Mexico-2017.pdf
- INMUJERES. (2019). *Desigualdad en cifras*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/BA5N10.pdf
- Janks, H. (1997). Critical Discourse Analysis as a Research Tool. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 18 (3). Disponible en <https://www.uv.es/gimenez/Recursos/criticaldiscourse.pdf>
- Johnson, M. (2013). What is Culture? What Does it Do? What should it Do? *Evaluating Culture*. 97-119. DOI:[10.1057/9781137313799_5](https://doi.org/10.1057/9781137313799_5)
- Jon Millward Data Journalist. (2013). *Deep inside: a study of 10,000 Porn stars and their careers*. Jon Milward. <https://jonmillward.com/blog/studies/deep-inside-a-study-of-10000-porn-stars/>
- Kadiri Iglesias, S. (2017). La representación de la mujer en las revistas `femeninas` españolas. DOI:[10.13140/RG.2.2.15716.58247](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15716.58247)
- Karam, T. (2005). Una introducción al discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal*, 2(3). <https://www.redalyc.org/pdf/687/68720305.pdf>
- Key Furner, E. (2018). *Cultural Differences in Russian and English Magazine Advertising: A Pragmatic Approach*. (Tesis de maestría, Brigham Young University). Disponible en <https://scholarsarchive.byu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=7730&context=etd>
- La Biblia. (1990). Génesis. Recuperado de <https://www.vatican.va/archive/ESL0506/INDEX.HTM>
- Lagarde y de los Ríos, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://desarmandolacultura.files.wordpress.com/2018/04/lagarde-marcela-los-cautiverios-de-las-mujeres-scan.pdf>
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Cuicuilco Nueva época* 7 (18) 1-22. <https://www.redalyc.org/pdf/351/35101807.pdf>
- Lamas, M. (2013). *El género la construcción cultural de la diferencia sexual*. Miguel Ángel Porrua, (4ta ed). <https://www.legisver.gob.mx/equidadNotas/publicacionLXIII/EI%20genero.%20La%20construccion%20cultural%20de%20la%20diferencia%20sexual.pdf>
- Lechuga Montenegro, J., Ramírez Argumosa, G. y Guerrero Tostado, M. (2017). Educación y género. El largo trayecto de la mujer hacia la modernidad en México. *Economía UNAM*, 15(43), 110-139. DOI: <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2018.43.387>

- Lemus Martínez, V. (2015). Erotismo, sexualidad e iconografía en el cine mexicano de Ficheras de los años 1970. América Cahiers du CRICCAL. Recuperado de <http://docplayer.es/186490916-Erotismo-sexualidad-e-iconografia-en-el-cine-mexicano-de-ficheras-de-los-anos-1970.html>
- Lemus Jesús. (2 de julio de 2020). OPINIÓN: Un detallado retrato de mujeres que participan en el mundo de la delincuencia en México. *Los Angeles Times* <https://www.latimes.com/espanol/opinion/articulo/2020-07-02/no-opinion-un-detallado-retrato-de-mujeres-que-participan-en-el-mundo-de-la-delincuencia-en-mexico>
- León Olvera, A. (2019). *La feminidad buchona: performatividad y relaciones de poder en la narcocultura mexicana*. (Tesis doctoral, El colegio de la frontera del Norte). <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2019/08/TESIS-León-Olvera-Alejandra-DESC.pdf>
- Lhoq, M. (2016). *Capullo de rosa: la nueva moda en el porno puede ser peligrosa*. VICE. <https://www.vice.com/es/article/avmz9j/capullos-rosa-anales>
- Linares Montesinos, B. Méndez Duarte, C. Tapia Carrillo, E. A. y López Ramírez, Z. A. (1999). Análisis del contenido de la revista veintitantos. Recuperado de <https://www.buenastareas.com/ensayos/Analisis-De-Revista-Veintitantos/5022811.html>
- López Cordero, D. (2011). ESTILÍSTICA, SOCIOLINGÜÍSTICA Y PRAGMÁTICA: DISCIPLINAS DE UNA MISMA CIENCIA. *Ciencia en su PC*. (3), 121-129. <http://www.redalyc.org/pdf/1813/181322267010.pdf>
- López Morales, H. (2011). Los índices de riqueza léxica y la enseñanza de lengua. Del Texto a la Lengua: la aplicación de los textos a la enseñanza aprendizaje del español, 1, 15-28. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5419218>
- Losey León, M. A. (2015). Corpus based contrastive analysis of keywords and collocations across Sister specialized subcorpora in maritime transport field. *Procedia social and behaviour sciences*. 198. 526-534. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.475>
- Lypovetsky, G. (1983). La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo. *Anagrama* (13ba edición). <http://catedradatos.com.ar/media/lipovetsky-La-era-del-vacio.pdf>
- Malke Kener, E. (2018). Análisis de los discursos de la prensa sobre los jóvenes de principios del siglo XXI. *La Aljaba*, 22, 121-138. DOI: <https://doi.org/10.19137/la-2018-v2207>
- Mañón, E. (12 de Diciembre de 2019). México entre los países que más ven Pornhub. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/mexico-esta-entre-los-paises-que-mas-ven-pornhub>

- Martín Orozco, M. (2005). La mujer mexicana (1904-1906), una revista de época. *Ethos educativo*, 68-87. <http://www.imced.edu.mx/Ethos/Archivo/33-34-68.pdf>
- Martín García, T. (2017), *Los blogs de moda, los nuevos preservadores de los estereotipos de género de las revistas femeninas* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42086/1/T38629.pdf>
- Marthinus Conradie, S. (2011). Constructing femininity: A critical discourse analysis of Cosmo. *Southern African Linguistics and Applied Languages Studies*, 29(4), 401-417. DOI:[10.2989/16073614.2011.651940](https://doi.org/10.2989/16073614.2011.651940)
- Marthinus Conradie, S. (2009). *Glossy mags and the sexes: A critical discourse analysis of EHM and Cosmo*. (Tesis de maestría, University of free State) <http://scholar.ufs.ac.za:8080/bitstream/handle/11660/4816/ConradieMS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez García, P. y Aguado-Peláez, D. (2017). La reapropiación de los cuerpos de las mujeres en la ficción televisiva. análisis de Orange is the New Black. *Revistas Científicas Complutenses*, 8(2). 401-413 DOI: <https://doi.org/10.5209/INFE.54974>
- Martínez, P. (17 de junio 2013). México, primer lugar en difusión de pornografía infantil. *Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/2013/06/detectan-a-12-mil-300-pedofilos-mexicanos-que-operan-en-la-red/>
- Maya González, J. A. (2010). José Luis Trueba Lara, Historia de la sexualidad en México. Grijalvo México. *Revista de historia y ciencias sociales*, (76), 169-174. <https://www.redalyc.org/pdf/3191/319127434011.pdf>
- McCracken, E. (1993). Decoding Women's magazines from Mademoiselle to Ms. Macmillan. Recuperado de https://www.academia.edu/26628065/Decoding_Womens_Magazines_From_Mademoiselle_to_Ms
- Mendoza, R. (24 de noviembre de 2016). Ver tanta pornografía podría convertirte en un agresor sexual. *CC News* <https://news.culturacolectiva.com/noticias/ver-pornografia-convertirte-agresor-sexual/>
- Miguelés, R. (8 de Marzo de 2018). Trabajan en la informalidad 11.6 millones de mexicanos. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/economia/trabajan-en-la-informalidad-116-millones-de-mexicanas>
- Milenium. (8 de marzo de 2021). De Beatriz Paredes a Sheimbaum, ¿Cuántas gobernadoras ha tenido México? *Milenium* <https://www.milenio.com/politica/elecciones-2021/cuantas-mujeres-han-sido-gobernadoras-en-mexico-dia-de-la-mujer>

- Milenium. (25 de enero de 2017). México ocupa el lugar 11 en países que más ven porno. *Milenium* <https://www.milenio.com/estilo/mexico-ocupa-11-paises-ven-porno>
- Molina, H. (21 de enero de 2020). En el 2019, un año de pesadillas para las mujeres mexicanas. *El economista*. <https://www.economista.com.mx/politica/Feminicidios-en-Mexico-por-arriba-de-los-homicidios-dolosos-en-2019-20200121-0134.html>
- Montes de Oca Navas, E. (2003). La mujer ideal según las revistas femeninas que circularon en México. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales* 10(32), 143-159. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10503206>
- Moreno, H. C. (2006) Bourdieu, Foucault y el poder. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 1(2), 1-14. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/2110/211015573008.pdf>
- Moreno Mosquera, E. (2016), Análisis Crítico del Discurso en la educación. *Universidad del Norte*, 25, 129-148. DOI: <https://doi.org/10.14482/zp.22.5832>
- Moret, R (2012). La posmodernidad: intento de aproximación del pensamiento. *Bajo Palabra* (7), Recuperado de <https://revistas.uam.es/bajopalabra/article/view/3243>
- Moya Pardo, M. C. (2007). Postulados y retos de la Lingüística cognitiva. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (9), 97-108. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/3222/322230194009.pdf>
- Naciones Unidas UN News. (2014, 14 de marzo). *Child trafficking, exploitation on the rise, warns UN expert*. <https://news.un.org/en/story/2014/03/463842-child-trafficking-exploitation-rise-warns-un-expert>
- Norandi, M. (25 de abril de 2010). Ocurre en México una violación sexual cada 4 minutos, dice la Ssa. *La jornada*. <https://www.jornada.com.mx/2010/04/25/sociedad/035n1soc>
- Núñez, S. (1991). Hacia una tipología de los actos del habla directivos en latín. 357-375.
- Obegi Gallardo, N. (2005). La riqueza léxica como parámetro de distinciones en los textos de inglés antiguo. *Interlingüística* (16), 837-846 Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2514270>
- Okad-Gough, D. (2017). Critical Discourse Analysis: Current Approaches and the Advent of Multimodality. DOI: [10.15088/00003252](https://doi.org/10.15088/00003252)
- Pardo Abril, N. G. (2011). Análisis Crítico del Discurso: conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de lingüística Hispánica*, 19, 41-62. Disponible en https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/447

- Partida, J. C. G. (6 de septiembre de 2015). México genera el 60% de pornografía infantil: consejera de CNDH. *La jornada*. <https://www.jornada.com.mx/2015/09/06/sociedad/034n1soc>
- Peña Ochoa, M. (2016) “Ellos contra nosotros”, un Análisis Crítico de Discurso desde los sostenedores privados y los niños segregados de la Educación Chilena. *Polis*, 25(4), 385-403. Disponible en https://www.scielo.cl/pdf/polis/v15n45/art_19.pdf
- Peña Sánchez, E. Y. (2012). La pornografía y la globalización del sexo. *El Cotidiano*, (174), 47-57. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32523137006>
- Pérez García, M. E. y Leal-Larrarte, S. A. (2017). Las telenovelas como generadoras de estereotipos de género: el caso de México. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación. *Revista Anagramas*, 16(31), 167-185. Disponible en <https://biblat.unam.mx/es/revista/anagramas-medellin/articulo/las-telenovelas-como-generadoras-de-estereotipos-de-genero-el-caso-de-mexico>
- Pérez Jiménez, C. y Cely Álvarez, A. (2004). Cultura y sociedad en la era global. Entre gregarios y virtuales. *Revista de Ciencias sociales*, 10(2), 245-259. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/280/28010204.pdf>
- Pérez-Lugo, A. L., Gabino-Campos, M. y Baile Ayensa J. I. (2016). Analysis of aesthetic stereotypes of women in nine fashion and beauty Mexican magazines. *Revista Mexicana de trastornos alimenticios* 7(1), 1-6. DOI:[10.1016/j.rmta.2016.02.001](https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.02.001)
- Pérez, S. (8 de abril de 2019). Mujeres, Liderazgo y Economía. *El economista* <https://www.economista.com.mx/opinion/Mujeres-liderazgo-y-economia-20190407-0112.html>
- PGR. (2017). *Violencia sexual. Unidad de Igualdad de Genero*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/242429/Violencia_sexual_Julio_2017_180717.pdf
- Piedra Guillén, N. (2005). Relaciones de poder leyendo a Foucault desde la perspectiva de género. *Revista de Ciencias Sociales*, 4(106), 123-141. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310610.pdf>
- Pornhub. (2021). <https://es.pornhub.com>
- Pozzi, S. (25 de noviembre de 2006). El gran negocio del Porno. *El país*. https://elpais.com/diario/2006/11/26/domingo/1164516755_850215.html
- Prestigiacomo, C. (2012). Persuasión, manipulación, y (des) cortesía en los anuncios de las telenovelas. *Discurso & Sociedad*, 6(4), 782-814. Disponible en [http://www.dissoc.org/ediciones/v06n04/DS6\(4\)Prestigiacomo.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v06n04/DS6(4)Prestigiacomo.pdf)
- Quecedo Lecanda, R. y Castaño Garrido, C. (2002). Introducción a la investigación cualitativa psicodidáctica. *Revista de psicodidáctica*, (14), 15-39. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

- Ramírez García, T. y Gandini, L. (2016). Trabajadoras calificadas: las mujeres mexicanas en el mercado de trabajo estadounidense en perspectiva comparada. *Revista latinoamericana de población*. DOI: <https://doi.org/10.31406/relap2016.v10.i2.n19.2>
- Rapley, T. (2007). *Los análisis de la conversación del discurso y de documentos en investigación cualitativa*. Morata. Disponible en <https://dpp2017blog.files.wordpress.com/2017/08/dpp-libro-los-analisis.pdf>
- Real Academia Española (RAE). (2021). Diccionario de la lengua. Disponible en <https://dle.rae.es>
- Rodríguez Magda, R.M. (2011). Transmodernidad un nuevo paradigma. 1-13 Disponible en <https://doi.org/10.5070/T411000005>
- Rodríguez Salazar, T. y Pérez Sánchez, I. (2014). La sexualidad femenina en discursos de la prensa popular y la ficción televisiva. *Nueva época*. (21), 15-41. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n21/n21a2.pdf>
- Rojas Bermúdez, L. C. y Suarez González. M. T. (2008). El lenguaje como instrumento de poder. Cuadernos de lingüística hispánica, (11), 49-66. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3324331>
- Rojas Martínez, O. L. (2012). Masculinidad y vida conyugal en México, cambios y persistencias. *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, (10). 79-104. Recuperado de http://bvirtual.ucol.mx/descargables/378_masculinidad_vida_conyugal.pdf
- Rozas, S. (2016). Lenguaje y performatividad. *Psicología, conocimiento y sociedad*, 6(2), 280-298. Disponible en http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-70262016000200015
- Ruiz de Mendoza Ibañez, F. J. (2004). Principios cognitivos y pragmáticos del procesamiento y la comprensión. *Arbor*, 177(697), 1-28. DOI: <https://doi.org/10.3989/arbor.2004.i697.615>
- Ruiz Ruíz, J. (2014). El discurso implícito: aportaciones para un análisis sociológico. *Reis, Revista de investigaciones sociológicas*, (146), 171-190. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/997/99743606007.pdf>
- Salazar, R. (2003). El negocio de la Pornografía. *Universitat Jaume*. Recuperado de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79646/forum_2003_41.pdf?sequence=1
- Sandoval Lutrillo, M.A. (2003). *Tú: moda y belleza más allá del texto, un análisis de recepción*. (Tesis de licenciatura, Universidad de las Américas Puebla). Recuperado de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_l_ma/

- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta moebio*. (41), 207-224. Doi: [10.4067/S0717-554X2011000200006](https://doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006)
- Schiffrin, D. (2011). Definiciones de discurso. *CPU-e Revista de investigación educativa*, (13), 1-33. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4039962>
- Senado de la República. (2019). *Explotación sexual de menores*. <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/periodo-ordinario/boletines/8816-boletin-219-mexico-uno-de-los-paises-con-mayor-explotacion-sexual-infantil-en-el-mundo.html>
- Sentis, F y Cordaro, V. (2002). El principio de cooperación y el oyente: principio de alteridad. *Onomázein*, (7), 11-34. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1345/134518098001.pdf>
- SEP. (2018). *Principales cifras del sistema educativo nacional 2018-2019*. https://www.planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/principales_cifras/principales_cifras_2018_2019_bolsillo.pdf
- Sepúlveda Ríos, I. J. (2017). *Los estereotipos de la mujer mexicana en los mensajes gráficos electorales, análisis de percepción de valores del lector*. (Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona). Disponible en https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_455149/ijsr1de2.pdf
- Serrano Barquín, H. P. (2004). La dominación masculina en México. Algunos aspectos normativos y educativos. Fines del siglo XVIII y XIX. *Tiempo de educar*, 5(9), 11-48. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/311/31100902.pdf>
- Sola-Morales, S. (2016). Comunicación mediática y procesos de identificación. *Athenea Digital, Revista de pensamiento e investigación social*. 16(2), 247-269. Disponible en <https://atheneadigital.net/article/view/v16-n2-sola/1448-pdf-es>
- Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2018). Types and Tokens. Disponible en <https://plato.stanford.edu/cgi-bin/encyclopedia/archinfo.cgi?entry=types-tokens>
- Stern, S. J. (1995). *The secret history of gender: Women, men, and power in late colonial México*. The University of North Carolina Press. Disponible en https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6WBMMF-FqeQC&oi=fnd&pg=IA1&dq=History+of+Gender+discourse&ots=gf_o4UhDEe&sig=YhCGISfZbNnLLWaVfbYyXAtjxrU&redir_esc=y#v=onepage&q=History%20of%20Gender%20discourse&f=false
- Tamés, E. (2007). Lypovetsky del vacío a la hipermodernidad. *Casa del tiempo*. 47-5. Recuperado de http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/01_oct_nov_2007/casa_del_tiempo_eIV_num01_47_51.pdf

- Tamez Valdez, B. M. y Ribeiro Ferreira, M. (2016). El divorcio indicador de transformación social y familiar entre los sexos: estudio realizado en Nuevo León. *Papeles de población*, (90), 229-263. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/pp/v22n90/2448-7147-pp-22-90-00229.pdf>
- Tediósfera blog. (2009). Porno for maitros. <https://tediosfera.blogia.com/2009/012801-porno-for-maitros.php>
- Televisa. (2019, 19 de septiembre). *Historia*. <https://www.televisa.com/corporativo/historia>
- Timewell, M. (2011). `Asian women´ magazine: A discourse analysis on the construction `race´ and `gender. *Manchester Metropolitan University*. 1-22.
- Tobón de Castro, L. (1998) Importancia del contexto en la comunicación lingüística. *Red de bibliotecas virtuales de CLACSO*, 9. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/cgi-bin/library.cgi?c=co/co-014&a=d&d=HASH4e78991b148db9b2b34d31.2>
- Torres Aguilar M. y Atilano Villegas, R. (2015), La educación de la mujer mexicana en la prensa femenina durante el Porfiriato. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 16(24), 217-242. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rhel/v17n24/v17n24a11.pdf>
- Torres Falcón, M. W. (2019). El movimiento feminista mexicano y los estudios de género en la academia. *La Alijaba*, 23, 203-2019. DOI: <https://doi.org/10.19137/aljaba-2019-230111>
- Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 23-36. Recuperado de <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%20E1lisis%20cr%20Edtico%20del%20Odiscurso.pdf>
- Van Dijk. T. A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopía y praxis latinoamericana*, 10(29), 9-36. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27910292>
- Van Dijk, T. A. (2015). Cincuenta años de estudios del discurso. *Discurso & Sociedad*, 9(1-2), 15-32. [http://www.dissoc.org/ediciones/v09n01-2/DS9\(1-2\)VanDijk.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v09n01-2/DS9(1-2)VanDijk.pdf)
- Veintitantos. (2019). ANATOMÍA DE LAS fantasías masculinas *Veintitantos*. 54-55.
- Veintitantos. (2019). ¡Hechízalo EN LA CAMA! *Veintitantos*.54-57.
- Veintitantos. (2019). Muebles del amor. *Veintitantos*.48-51.
- Veintitantos. (2019). Placer infinito. *Veintitantos*. 50-53.
- Veintitantos. (2019). SEXO ORAL *Veintitantos*. 50-53.
- Veintitantos. (2019). Tu primera vez en una SEX SHOP. *Veintitantos*. 52-55.

- Villa Nueva, D. (24 de septiembre de 2020). Inegi: hubo más de 36 mil 476 homicidios en el 2019. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/economia/2020/09/24/inegi-hubo-36-mil-476-homicidios-en-2019-6217.html>
- Vybíralová, H. (2009). *English Women's Magazines from Linguistic and Sociolinguistic Point of View*. (Tesis de licenciatura, Tomas Bata University in Zlín). http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/10226/vyb%C3%ADralov%C3%A1_2009_bp.pdf?...
- UnionCDMX. (1 de mayo de 2017). Breve historia del inicio del porno en México. *UNION CDMX*. <https://www.unioncdmx.mx/2017/05/01/breve-historia-del-inicio-del-porno-en-mexico/>
- Wodak. (2010). Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak. *Discurso y Sociedad*, 4 (3), 579-596. Disponible en <http://www.dissoc.org/ediciones/v04n03/DS4%283%29Colorado.pdf>
- Wodak y Meyer. (2001). *Methods of Critical Discourse*. DOI:[10.4135/9780857028020.d4](https://doi.org/10.4135/9780857028020.d4)
- XNXX. (2021). <https://www xnxx.com/search/porno%20en%20espanol>
- XVIDEOS. (2021). <https://www.xvideos.com/tags/porno>
- Zaga, P. (2013). *Todos los hombres te vemos desnuda* (1ra. ed). Prisa Ediciones
- Zavala Ramírez, M. (2019). ¿De quién son los niños? Estado, familia y educación sexual en México en la década de 1930. *Signos históricos*, 21(41), 154-191. Disponible en <https://signoshistoricos.izt.uam.mx/index.php/historicos/article/view/551/511>

Anexos

Anexo A: Texto del artículo *MUEBLES del amor*

Anexo A: Texto MUEBLES del amor (Veintitantos, 2019)

“¿Cuántas veces lo has hecho en la cama? Uuuu... ya hasta perdiste la cuenta, eso es seguro, y como que hasta ya empieza a tornarse un poco tedioso, ¿sí o no? Bueno pues para que no caigas en una racha que les corte la pasión a tu galán y a ti, te invitamos a que te salgas de la alcoba y hagas uno que otro malabar en cada rincón, en cada mueble y en cada espacio donde puedas darle rienda suelta a la pasión...”

Salta de la cama a otros muebles de la casa y ten la mejor noche de sexo de tu vida. Sube de tono con estas ideas y suma puntos a tu experiencia sexual.

Sillón XXX

IDEA HOT: Cara a cara, tú tendrás que montarlo, manteniendo tu peso sobre sus muslos y sujetando tus piernas sobre los descansos del sillón.

VENTAJAS: Comienza la faena acomodando tus piernas en la orilla del sillón, déjalas separadas para tener equilibrio. Puedes comenzar la estimulación recorriendo sus muslos con tus pompas, deslízate atrás y adelante. Ese roce también estimula tu clítoris, algo que tú controlarás a la perfección.

TEN CUIDADO: Comprueba que el sillón esté a una buena altura, pues si está muy bajo, puedes terminar con calambres en las piernas. Para evitarlo puedes hacer que tu chico se siente sobre un par de cojines y ¡listo!, se pueden entregar al amor.

Silla porno

IDEA HOT: Las sillas del comedor pueden convertirse en un excelente mueble del amor con esta postura. Coloquen frente a frente dos sillas, tu chico deberá sentarse en el borde de la suya y tú ponerte sobre él, echando tu peso hacia atrás y apoyándote con los brazos sobre tu mismo asiento. Esta posición le dejará a él ambas manos libres, así que tus senos y tu clítoris pueden recibir una dosis extra de estimulación.

VENTAJAS: Las posiciones de frente les dejan la posibilidad de excitarse viéndose y diciéndose “cosas”. Él amará poder tenerte en esta posición que le deja al descubierto todos tus encantos.

TEN CUIDADO: Sólo procura usar sillas que tengan buen soporte.

Escaleras provocadoras

IDEA HOT: La penetración desde atrás es la postura más favorable en la escalera. Tú puedes estar hincada, tan abierta como lo permita el ancho del escalón, y descansar tu pecho sobre tus brazos en el escalón siguiente. A tu chico le encantará la vista y la idea de penetrarte por detrás. Tú dedícate a gozar, y si te hace falta mayor placer, tú misma estimula tu clítoris.

VENTAJAS: Está cómoda y los escalones te permiten mantener el equilibrio a la hora del vaivén tan rico que sucede al ser embestida.

TEN CUIDADO: El filo de los escalones, esté alfombrada o no, podría dejarles marcas en la piel si sus juegos son algo rudos, pueden ayudarse colocando cojines o alguna manta sobre ellos.

Tocador del placer

IDEA HOT: Explota tu lado *vouyerista* o cumple esa fantasía de ser “más” en la habitación poniéndote frente al espejo del tocador. Basta con que te sientes de rodillas en el taburete, frente al espejo, agachándote un poco, mientras tu chico te penetra por detrás. Miren su reflejo para alimentar más el erotismo.

VENAJAS: La ventaja de este mueble es que pueden verse en el espejo y con ello elevar su libido hasta llegar al clímax. Ahora que si quieren ponerse frente a frente, tienen una altura ideal para que, mientras tú estás sentada, él se mantenga de pie muy “cómodamente”.

TEN CUIDADO: Retiren las cosas que pudieran tirar, sobre todo si son frascos de perfumes o cremas. Sólo súbete a él si está apoyado en una pared y bien afianzado al piso.

Mesa erótica

IDEA HOT: Quiden lo que les estorbe y luego tumbate de espalda sobre la mesa, dobla las rodillas y desde esta postura prepárate para recibir una buena dosis de pasión. Para no desafiar la resistencia de la mesa, lo mejor será que él se mantenga de pie, y que esta no sea de cristal (¡cuidado!)

VENTAJAS: Tú tienes un excelente apoyo y además ofreces un ángulo perfecto para que tu punto G sea estimulado ¡sin pretexto! Por otro lado, tu chico tendrá total libertad para moverse como su deseo se lo dicte, un plus para que se prenda como nunca.

TEN CUIDADO: Quita todo lo que haya en la mesa o el escritorio, de lo contrario entre la pasión puedes perder el control del espacio y romper tu vajilla carísima, tropezar con tu lap-top o hasta embarrarte de frijoles... je je je. Esto no sería nada sexy.

Closet del amor

IDEA HOT: si el tubo de la ropa es suficiente mente resistente deja que tu novio se convierta en Tarzán y se cuelgue de él, pídele que flexione un poco las rodillas para que sostenga mejor su peso. Tú súbete a un taburete y avienta tu peso hacia atrás sobre el abdomen de tu chico.

VENTAJAS: La penetración por detrás, mientras mantienes los pies juntos, ayudará a que el roce con el clítoris sea delicioso. Para él sentir tus nalgas sobre su pubis sumara grados de calor.

TEN CUIDADO: Haz suficiente espacio para que ambos puedan moverse, boten a un lado los ganchos o cualquier cosa que pueda caerles encima o cortar su inspiración.

Sofá cachondo

IDEA HOT: Déjalo que se tienda a lo largo del sofá con las piernas estiradas, tú ponte sobre él, pero como si te sentaras de frente, a ver la tele. Con una mano puedes dirigir el pene y con la otra estimular tu clítoris.

VENTAJAS: El sofá es casi como un sustituto de la cama y en ocasiones hasta más cómodo ¡enamórate de él!

TEN CUIDADO: Cuidado con dejar huellas de sexo por ahí (manchas, condones, panties, bra) que tu mamá pueda descubrir.

Lavabo incitable

IDEA HOT: Para evitar accidentes donde el lavabo se caiga y en lugar de tener un orgasmo necesites un plomero, lo mejor es sólo usarlo como punto de

apoyo. Recárgate de frente sobre él, mientras tu chico te penetra por detrás. Ideal si acaban de salir de la ducha y les entró frío je je je.

VENTAJAS: Cuando el sexo dentro de la regadera no se les da o si se les da tanto que quieren seguir, aprovechen este mueble. También si se les antojó un rapidín y este es el único sitio para hacerlo ¡ya!

TEN CUIDADO: No te montes en él si no tiene un mueble debajo que lo sostenga, puede aflojarse o hasta partirse en dos, imagínate el oso.

Lavadora sexual

IDEA HOT: Colócate en el borde de la lavadora, esta sólo te servirá de apoyo para que puedas “colgarte” del cuello de tu novio. Las piernas las mantendrás enganchadas a él, pues caerán a sus constados.

VENTAJAS: Si tu chico es alto, le va a encantar tenerte a su altura. Mientras la máquina hace su trabajo, ustedes encárguense de trabajar por llegar al orgasmo ¡al mismo tiempo!

TEN CUIDADO: Antes revisen que el mueble esté firmemente sobrepuesto en el piso y que el área esté completamente seca si van a dejar el aparato conectado a la corriente eléctrica.

Puff del éxtasis

IDEA HOT: Los pufs son ideales para tirarse a ver la tele y descansar, pero también tienen otra utilidad. Tira de espaldas a tu novio sobre él, sus piernas deben quedar colgando, bien apoyadas en el piso. Tú súbete sobre él y manda todo tu peso sobre su pecho, para impulsarte atrás y adelante, ayúdate, agarrándote del borde del puff.

VENTAJAS: La confortabilidad de los puffs les dará espacio y libertad de movimiento. Para tener sexo rápido o lento, clásico o acrobático, un puff es ideal, si tienes uno, sácale jugo.

TEN CUIDADO: Sólo ten cuidado, recuerda que no es nada firme.
COMIENCEN A HACER POR TODA SU CASA “RINCONES DEL AMOR”, LE PONDRAN VARIEDAD Y DIVERSIÓN A SUS ENCUENTROS ¡SIEMPRE!”
(*Veintitantos*, 2019).

Anexo B: Artículo *Tu primera vez en una sex-shop*

Anexo B: Artículo *Tu primera vez en una sex-shop (Veintitantos, 2019)*

“Si nunca has estado en una, si sólo has echado un vistazo o simplemente quieres visitarla de nuevo, pero con “otros ojos”, te hemos preparado una GUÍA súper completa para que de ahora en adelante las conozcas por fuera y ¡por dentro!

60% de las personas OPINAN QUE LOS JUGETES SEXUALES SON EXITANTES, DIVERTIDOS Y NECESARIOS.

No todas las sex-shops son iguales, las hay pequeñas, grandes, de un solo piso, en forma de mansión, discretas, sólo para chicas, etc. Sin embargo, a pesar de las diferentes distribuciones y presentaciones, la esencia sí es la misma. Todas las que visitamos contaban con secciones muy similares, ¡checa cuales!

TIENDA ABIERTA

SEX-ION LENCERIA Y DISFRACES

Encajes, satín, medias, tangas, bras, *baby dolls*, una cantidad de prendas súper sensuales que dejan a los chicos pasmados y a ti te hacen sentir sexy. Lo más *cool* es que aparte de la ropa interior convencional, existe otra con un toque más cachondo: aberturas estratégicas, escotes, transparencias y, bueno, a nuestro juicio lo más divertido: los disfraces.

SEX-ION: DILDOS Y VIBRADORES

La sección más concurrida por las damas. Los dildos y vibradores son objetos que simulan un pene y que utilizan para la penetración o estimulación superficial, la única diferencia es que los primeros no vibran. Ambos vienen en distintos tamaños (de ultra *huge* a miniatura), diversos materiales, los hay muy discretos (que si los cacha tu mamá ni se imaginaría qué son) y sofisticados, pero eso sí, con costos muy elevados (desde 3000 a 6000 pesos). Algunos súper realistas (con la textura de la piel, el color de los testículos y hasta las venas) dobles (para que la penetración sea en pareja), con estimulación de clítoris y punto G, anales etc. En especial nos gustó una tienda que tiene unos estantes con todos los modelos que vende para que los toques, observes y ¡enciendas!

SEX-ION: CABINAS

Son pequeños lugares donde entras a ver películas XXX que decidas; dependiendo de la tienda, las hay para personas exclusivamente solas, otras para parejas e incluso nos mencionaron de unas donde se vale convivir con parejas *swinger*.

Básicamente estas son las secciones principales, sin embargo, también hay estantes con condones, anillos vibradores, *lipsticks* para sexo oral, estuches

para guardar tus juguetes, e inclusive algunos establecimientos tienen libros y películas de educación sexual, unas hasta ¡tienen su propio bar!

SAN VALENTIN
ES EL MEJOR DÍA DEL AÑO EN CUANTO A GANANCIAS.

SEX-ION:
MOVIES XXX

Algo que notamos es que esta sección es cada vez más pequeña. De hecho, cuando preguntamos por qué hay tan pocas películas nos contestaron que, aunque antes eran el atractivo principal de estos establecimientos, el acceso que hoy en día se tiene a todo el porno (en internet y desafortunadamente la piratería) ha generado que haya menos demanda.

SEX-ION:
SENSUAL

Encontrarás los productos perfectos para despertar el deseo a través de los sentidos, aceites de masaje, talcos, plumas para acariciar, velas comestibles, pinturas corporales que se pueden saborear, esencias de aromaterapia para encender la pasión por el olfato. Toda una oferta de sensualidad a flor de piel, ideal para el romance.

PERSONAS DE ENTRE 30 Y 40 AÑOS SON SUS PRINCIPALES CLIENTES
¿¿¿Y LAS DE VEINTITANTOS???

SEX-ION:
SADOMASOQUISTA

Quizá sea la sección más extrema, pues en ella encuentras desde lo más *light* como esposas con peluche para que no te lastime el metal, antifaces y látigos rosas, hasta aparatos para dar descargas eléctricas, mordazas, paletas de piel para dar nalgadas, pezoneras, máscaras muy *freaky* como la de **Jason** (de la película Viernes 13), columpios, cojines para posturas sexuales muy osadas, y ¡hasta rodilleras para protegerte de los posibles raspones!

SEX-ION:
LUBRICANTES

Aquí se concentran todas las opciones para que la penetración resulte más fácil y placentera. Lo padre es que encuentras lubs para él y para ella, los clásicos a base de agua y también a base de silicón, que son los mejores para tener sexo en el agua; de sabores, térmicos, para penetración anal, en spray y ¡hasta con feromonas!

SEX-ION:
DESPEDIDAS

Bromas, juegos, utensilios, kits con todo para las despedidas de solter@s (hasta con peli porno incluida) servilletas, vasos, manteles, paletas fálicas o en forma de senos, labiales con punta de glande, moldes para pastel o hielos y hasta una harina especial para hornear un pene o una vagina, lo que tú elijas.

LAS MUJERES SON LAS QUE MÁS VISITAN LAS TIENDAS.

LO QUE DEBES COMPRAR
SÓLO PARA TI

- Vibrador elegante y de buen tamaño. Sí, de esos que son hasta ergonómicos y súper pros, que bueno, baratos no son, pero están lindos y además dan placer en las zonas indicadas.
- Masajeador de clítoris. Definitivamente, pues es el punto donde se concentra nuestro placer y hay que consentirlo.

EN PAREJA

Anillo vibrador para el pene, tanto a ti como a él les dará vibrantes minutos de placer.

Kit sensual que incluya aceite para masaje, bálsamo, lubricante y talco. Perfectos para reconciliarse con el erotismo.

ÉSTA ES UNA EXPERIENCIA QUE TIENES QUE VIVIR, NO ES LO MISMO QUE ALGUIEN TE LA PLATIQUE; INSISTIMOS, AL TOMARLO CON TOTAL NATURALIDAD TE DAS CUENTA DE QUE MÁS QUE ESPANTARSE O SER MORBOSA, TE DIVIERTES, APRENDES, TE DESCONECTAS DE LA COTIDIANIDAD Y LE DAS RIENDA SUELTA A TU PLACER... ¿TE ANIMAS?" (Veintitantos, 2019).

Anexo C: Artículo *Placer infinito haz que aguante más en la cama así...*

Anexo C: Artículo *Placer infinito haz que aguante más en la cama así...* (Veintitantos, 2019).

“POSICIONES Y TRUCOS PARA QUE ÉL DURE MÁS EN LA CAMA

Hay veces que nos gustaría extender un poco más el placer en la cama, sólo que él pues reacciona a tus movimientos y termina cuando tú todavía estabas deseosa de seguir sintiéndolo dentro de ti. Bueno, esto ya no pasará más, **te armamos una estrategia** que hará extender el placer hasta que te sientas satisfecha.

PLACER Y MÁS PLACER

Claro, extender el placer en la cama no quiere decir que tienen que durar horas haciéndolo, porque la verdad, también irnos al otro extremo no está padre. Entonces para que ambos estén satisfechos la idea es encontrar ese punto medio donde él y tú se sientan satisfechos, donde ambos no sientan que les faltó algo o un poco más de cachondeo.

Además, recuerda que generalmente las chicas necesitamos unos minutos más que ellos para llegar al orgasmo, por lo que extender un poco más la penetración viene muy bien a tu orgasmo.

Afortunadamente, existen posiciones ayudan a que ellos no dejen de sentir placer, pero retrasan su eyaculación, dándonos oportunidad a sentir más y dejarnos más fácil el camino para alcanzar el clímax. Toma nota y ¡llévalas a la práctica!

Primero unos tips

EN LAS SEX-SHOPS VENDEN GELES LUBRICANTES QUE RETRASAN EL ORGASMO, PUEDEN PROBARLO COMO PARTE DE UN RICO FOREPLAY.

NO HABLEN DEL TIEMPO QUE EL DURA EN LA CAMA MIENTRAS MANTIENEN RELACIONES, ES UN TEMA SENSIBLE PARA ELLOS QUE PUEDE TRATARSE EN CAULQUIER OTRO MOMENTO.

DALE SEXYS INDICACIONES MIENTRAS ESTÁN EN LA CAMA SOBRE LAS COSAS QUE TE GUSTARÍA QUE TE HICIERA, CON ELLO EL SE CONCENTRARÁ EN TU CUERPO Y NO EN QUÉ MOMENTO LLEGARÁ AL ORGASMO.

CUANDO VEAS QUE ESTÁ MUY EXCITADO CAMBIEN DE POSICIÓN, ASÍ TU PAREJA CAMBIARÁ SU MOOD Y NO CONCLUIRÁ.

NO OLVIDES QUE PUEDEN TENER UN SEGUNDO ROUND, DALE UNOS MINUTOS PARA RECUPERARSE Y ¡PRUEVEN NUEVAMENTE!

OTRA OPCIÓN SON LOS ANILLOS VIBRADORES. ESTE JUGUETE SEXUAL ADEMÁS DE SER DIVERTIDO Y DARLE UN TOQUE EXTRA A SU RUTINA SEXUAL, HARÁ QUE LA ERECCIÓN SE PROLONGUE. ASIMISMO, AL NO

HACER TODO EL TRABAJO CON EL PENE, LOGRARÁ RETRASAR LA EYACULACIÓN UNOS MINUTOS MÁS.

Cucharita

Además de ser una de las posiciones más tiernas, también garantiza que tu pareja dure unos minutos extra.

Ambos se recuestan de lado viendo en la misma dirección. Él te penetra mientras tú te colocas con la pelvis más arriba, la cadera inclinada hacia delante y las piernas flexionadas para facilitar la penetración. El ritmo lo marcará él y tendrá la oportunidad de acariciarte la espalda, los senos, el abdomen y hasta los muslos, elevando tu nivel de excitación.

La cucharita consigue una penetración poco profunda, haciendo que su estimulación sea de forma pausada, no tan vertiginosa, haciendo que él tarde más en llegar.

Balacín

Tu pareja deberá sentarse en la cama y tú sobre él, rodea con tus piernas su cuerpo para facilitar la penetración.

Aprovechen la libertad de sus brazos para hacerse caricias y abrazarse, así como la cercanía de sus torsos.

A diferencia de las otras posiciones esta conlleva una penetración más profunda, lo cual él agradecerá, sin embargo, por la colocación de sus cuerpos no tendrá el impulso para mover la cadera, lo cual tú serás la encargada y podrás ir midiendo el nivel.

Con esta posición seguro él durará más tiempo y tú podrás balancearte libremente en busca de un delicioso orgasmo.

Vaquerita

La clásica posición de la vaquerita le dará un buen rato de placer.

En esta ocasión tú tienes nuevamente el control de la intensidad, de hecho si te apoyas en tus rodillas hasta puedes controlar la profundidad de la penetración. Mueve tus caderas hacia delante y hacia atrás o en círculos, lo que más te guste. Permite que tu pareja juegue con tus senos y tus nalgas para mayor excitación de ambos.

Perro caído

A diferencia de la posición convencional *doggy style* que les causa mucha excitación a ellos, esta variante ayudará a que se retrase su eyaculación.

Adquieran la posición normal de perrito, tú en cuatro mientras él te penetra por detrás. Cuando se hayan acomodado, estira las piernas y baja tu cadera hasta que tengas contacto con la superficie; al no tener la vista de tu trasero retrasará su climax.

Cruceta

Recuéstate boca arriba y tu pareja perpendicular a ti acostado de lado, procura abrazar su pelvis con tus piernas. La magia de esta posición radica en que la penetración es poco profunda, consiguiendo placer pero menor estimulación directa en ellos.

Él podrá jugar con tus piernas mientras que tú, estando boca arriba y lejos de su torso, tendrás la oportunidad de tocar tus zonas erógenas, situación que tu pareja claramente agradecerá.

La silla

Tu pareja deberá sentarse en una silla o sofá individual, tú te sentarás sobre su pene para que te penetre, baja las piernas pero sin inclinarte hacia delante (o la vista lo hará venir más rápido), lo que sí debes hacer es apoyar tus piernas en el piso para que puedas controlar los vaivenes de ambos van a disfrutar. Mientras tanto tu pareja puede ayudarte estimulando tus senos, jalando ligeramente tu cabello, entre otras cosas que se le ocurran.

No temas estimular tu clítoris, experimenta con los movimientos para llegar a tu orgasmo.

YA NO TIENES QUE QUEDARTE CON LAS GANAS DE NADA, PORQUE DESPUÉS DE LEER ESTO ESTARAS A TIEMPO CON TU PLACER. ENJOY!"
(Veintitantos, 2019).

Anexo D: Artículo *Anatomía de las fantasías masculinas*

Anexo D: Artículo *Anatomía de las fantasías masculinas* (Veintitantos, 2019).

“Echar a volar la imaginación en el tema sexual es lo mejor que nos puede pasar tanto a hombres como a mujeres. Así que aquí te contamos cuáles son las más comunes en ellos, para que te atrevas y las hagas realidad.

¿QUÉ SON?

Las fantasías son representaciones imaginarias de los deseos, estemos conscientes o no de ellos. Se trata de imágenes, ideas, sensaciones y emociones que la mente crea y nos excitan sexualmente. Eso sí, hay situaciones que nos prenden más a unos que a otros. En el caso de ellos, esto es lo que les prende, checa:

FANTASIAS MÁS FRECUENTES: EN RESUMEN, ELLOS SE IMAGINAN CON...

- Acostarse con una celebridad
- Tener sexo con muchas mujeres al mismo tiempo
- Intercambiar a su pareja
- Hacer un trio MHM
- Sexo con alguna conocida, con las que más comúnmente lo hacen es con compañeras de trabajo o con tus amigas
- Enredarse con una desconocida
- Tener sexo en un lugar público o inusual
- Recibir un baile erótico de tu parte
- Le encanta pensar que su chica está disfrazada, ya sabes hoy en día les fascina el cosplay
- Hacer un video porno casero contigo o recrear una escena que aparecen en las pelis XXX
- Que su pareja le diga sí al sexo anal, y también al ¡sexo oral! Obvio a que se lo den y a recibirlo
- Mirar a su chica mientras se masturba
- Escuchar expresiones que lo exciten, ósea, que diga lo que está sintiendo y cómo te gusta hacerlo
- Tener sexo con más frecuencia
- Mujeres sumisas
- Mujeres dominantes
- Una actriz porno

FRASES QUE LO PONEN A FANTASEAR:

- “Quiero hacer un trio”
- “Quiero hacerlo en el coche”
- “Solo quiero que observes”
- “Pon una película porno”
- “La tienes bien rica”

- “No traigo ropa interior y estoy húmeda”
- “Compre este disfraz para ti”
- “Quiero que nos vean haciéndolo”

SUS FETICHES MÁS COMUNES:

- PIES

Muchos hombres son podófilos, es decir, se excitan al besar, tocar, acariciar, oler, lamer, o morder tus pies

- LÁTEX

Ver, oler o tocar prendas hechas con este material que se destaca por ser brillante y ajustado

- TACONES

Los zapatos rojos y de tacones altos son los preferidos de los hombres porque desatan sus fantasías más candentes.

¿QUÉ HAY DETRÁS DE SUS DESEOS?

Como verás acomodamos sus fantasías de mayor a menor grado de dificultad si pensamos en que podrían hacerlas realidad, y si te das cuenta a partir del número 7 aproximadamente son situaciones que bien podrían hacerse realidad, ¿o acaso es tan difícil que te vea mientras te masturbas? Y no es que ellos sean unos `depravados` sexuales, sino que tal vez, y solo tal vez, es momento de expresar tu sexualidad en una forma más libre. Tanto tú como él gozaran más y ¿sabes qué es lo mejor? Cuando el `diálogo` sexual se abre, la unión e intimidad de la pareja aumenta, pues el sexo es uno de los pilares de la relación. Así que anímate, ¿es un buen trato no?

ECHAR A VOLAR LA IMAGINACIÓN SIRVE PARA

Originar excitación y puedan provocar excepcionales orgasmos.

Recrear experiencias inalcanzables.

Aumentar el placer durante la actividad sexual.

Facilitar la respuesta sexual previa a la experiencia.

Ser una forma de ensayo de experiencias posteriores que producen mayor seguridad en sí misma sin exponerse a ningún riesgo y con total control.

Entre lo REAL y lo IMAGINARIO

Recuerda que son fantasías, imágenes producto de la imaginación, por lo que no tienen nada de malo, incluso habrá algunas fantasías que son dignas de recrearse y otras que, según cada persona, sólo les excitan porque lo que está en su mente no es real. Entonces, relájate y libera tu mente, no solo para realizar alguna de SUS fantasías, sino también para animarte a confesar las tuyas.

ADVERTENCIA: esto pronto se va a descontrolar porque la temperatura de tu habitación está por aumentar”. (Veintitantos, 2019).

Anexo E: Artículo SEXO ORAL

Anexo E: Artículo SEXO ORAL (Veintitantos, 2019)

“La calidez de la boca, unos labios suaves y húmedos, el toque preciso de la lengua por las partes más erógenas del cuerpo hacen que muchas parejas adoren la práctica del sexo oral. Y es que ¡sabe delicioso!

Llego la hora de comer hasta saciarte, éntrole a la degustación corporal y lleva el sexo oral hasta donde ni tú te imaginas, *¡bon appétit!*

PARA AMBOS

- **Lavarse los dientes.** Aunque no creas la boca tiene más gérmenes que los genitales y el hecho de estar en contacto con ellos puede contaminarlos
- **Hacer votos de higiene, siempre que haya baño diario,** los sabores y olores no deberían ser molestos para ninguno de los dos
- **Llegar a un acuerdo con el tema del vello púbico.**
- **¡BÁSICO!** Usar condones y protectores orales para evitar las ITS

Enséñale la siguiente guía o toma nota para que tú le des las indicaciones

DELICIAS PARA NOSOTRAS

Al sexo oral que recibimos se le dice CUNNILINGUS, la palabra viene del latín “*cunnuc*” que significa vulva y “*lingere*”, lamer. Este es el acto sexual que consiste en estimular los órganos sexuales de la mujer mediante el contacto de la boca y la lengua. Tú mejor que nadie sabes que se trata de una actividad que requiere de mucha paciencia y dedicación, pues para alcanzar el éxtasis por esta vía (por cierto, es delicioso) necesitamos que nuestra pareja “trabaje” muy bien sus conocimientos orales. Para que te lleve con su boca a la cima del placer es necesario que conozcas cómo debe hacerlo.

BOCADO A BOCADO

Antes de otra cosa él debe besarte y tocarte de la forma que más te excite, después de un poco de jugueteos, debe bajar (o subir, jejeje) a tu vulva. Lo siguiente está escrito espacialmente para él:

- *Bésale su ombligo, vientre y después de un buen rato de estimulación detente en sus genitales.*
- *Recorre los labios superiores de la vulva con tu lengua, indúcela entre ellos y bésalos despacio.*
- *Aparta suavemente con tus manos los labios superiores y veras sus labios inferiores. Chúpalos y lámelos con mucha delicadeza.*
- *Separa los labios y busca el clítoris. Golpéalo suavemente con tu lengua o lámelo de arriba abajo. Hazlo de manera lenta porque es una zona muy sensible, incluso más que tu glande.*
- *Aléjate del clítoris y ve en busca de las ingles y perineo, lámelos.*
- *Regresa a sus genitales e introduce la punta de tu lengua, luego péntrala profundamente con ella. Introdúcela y retírala simulando el jugueteo de tu pene.*

- *Alterna la estimulación: labios, penetración, clítoris... Es muy importante que el movimiento sea variado.*
- *Si se acerca el orgasmo presiona con tus labios la piel del clítoris y lámelo con movimientos rápidos.*
- *Para aumentar el placer y facilitar el orgasmo, una buena idea es introducir tus dedos en su vagina y moverlos al mismo tiempo que tu lengua sobre su clítoris. ¡Oooohhhh!*

POSICIONES PARA TI

- *Acuéstate boca arriba con las piernas separadas, con una o dos almohadas debajo de tu cadera. Él se acomoda entre tus piernas*
- *Tú te sientas en el borde de la cama, con los pies en el suelo. Él se arrodilla entre tus muslos y comienza a comerte.*
- *Él se acuesta boca arriba y tú te pones arrodillada sobre su cabeza, ofreciéndole toda tu vulva. Una variante es que recargues su pecho contra su estómago, a él le encantará.*
- *Te pones de pie y él se hinca o se agacha para acceder a tu vulva y clítoris.*

EI FAMOSO 69

Una de las posturas de estimulación oral más famosas es el 69, en ella ambos están haciendo y recibiendo sexo oral al mismo tiempo. Los dos se acomodan de manera que la cabeza de uno esté sobre los genitales del otro.

DELICIAS PARA ELLOS

FELACIÓN es el nombre de la práctica del sexo oral que se le hace a un hombre. A la mayoría de ellos los vuelve locos recibir un buen *blow job*, como también se le conoce. Para ellos no hay cosa más erótica que ver la cara de su chica entre sus piernas.

Si quieres sacarte un 10 al regalarle placer oral, esto es lo que debes hacer:

BOCADO A BOCADO

El pene es un órgano muy sensitivo, pero no todas sus partes lo son en el mismo grado. El éxito de una felación está en estimular las zonas más sensibles, básicamente el glande.

- *Comienza besando todo su cuerpo y baja hasta llegar a sus muslos, testículos e ingles y lame juguetonamente.*
- *Abre la boca ligeramente y acércala al pene mientras lo tomas con una mano. Respira cerca de él y sopla despacio.*
- *Saca la lengua y recorre con ella tus labios para humedecerlos, mira a los ojos a tu galán y empieza a lamer su miembro desde su base hacia arriba, hasta la uretra.*
- *No te concentres sólo en el pene, con la otra mano puedes acariciar su ano o sus testículos.*
- *Sigue lamiéndolo como si fuera un helado, haz esto varias veces.*
- *Al llegar a la punta, recorre con tu lengua todo el glande. Vuelve a hacer contacto visual con tu chico. Eso los excita a rabiar.*

- *Acércate al glande, bésalo otra vez e introduce el pene en tu boca rodeándolo con tus labios, pero ten cuidado con tus dientes.*
- *Introdúcelo en tu boca y sube y baja por toda su superficie, simulando una penetración. Ayúdate con tus manos.*
- *Dale pequeños golpes con tu lengua, apriétalo con tus labios, succiónalo y si quieres, dale mordiscos leves.*
- *Alarga el placer deteniéndote o bajando la intensidad de este íntimo beso cuando notes que tu pareja está cerca del orgasmo. Continúa así todo el tiempo que quieras o hasta que tu pareja tenga un orgasmo.*

PÁSATE EL TRAGO AMARGO...

Debes saber que tragar semen no engorda, al contrario, es muy nutritivo, pues contiene vitaminas, minerales y proteínas. Lo que sí pudiera generar es que te contagiara de alguna Infección de Transmisión Sexual, sobre todo si no conoces el pasado sexual del chico. Si no es el caso y conoces su estado de salud, debes saber que en ocasiones el sabor es amargo. Pero eso se soluciona con un cambio en su dieta, consumiendo muchas frutas y evitando y evitando los alimentos de sabor fuerte. Antes del sexo oral, platica con tu pareja sobre el tema y acuerden qué es lo que pasará en dicha situación, eso sí, es tú decisión y él debe respetarla siempre.

POSICIONES PARA ÉL

Lo ideal es que tu galán pueda ver cómo se lo haces, porque la estimulación visual es fundamental para ellos, las mejores posturas son las siguientes:

- *Él se acuesta, con las piernas estiradas. Para que vea, colócale unas almohadas en la cabeza o bien que se siente en el borde de la cama.*
- *Él se pone de pie y tú de rodillas, su pene quedará en la altura de tu rostro.*
- *Tú te acuestas en la cama con la cabeza levantada. Él se sitúa de rodillas a la altura de tu cara, de manera que el pene quede en tu boca.*
- *Él se acuesta boca arriba en la cama y tú te acuestas bocabajo sobre él. Tu cara está a la altura de su pene y él tiene una excelente vista de tus nalgas.*
- *Él se arrodilla en la cama y tú te tiendes bocabajo enfrente de él, apoyándote en los codos". (Veintitantos, 2019).*

Anexo F: Artículo ¡Hechízalo EN LA CAMA! (Veintitantos, 2019)

Anexo F: Artículo ¡Hechízalo EN LA CAMA! (Veintitantos, 2019)

“Estos hechizos no solo avivarán la pasión entre ustedes, sino que también mantendrán la unión, el amor y la felicidad en la relación.

Desde tiempos inmemorables las mujeres han utilizado su energía para crear magia en todos los aspectos de su vida, ahora es momento de que utilices esa fuente de poder pero en la intimidad, para que así logres hechizar a tu pareja por completo. La realidad es que no se necesita de mucho para lograrlo, lo que importa es que tu cuerpo, tu mente y tu intención se centren en que ambos disfruten del candente encuentro. No tienes que hacerlos en una época específica del año, son totalmente efectivos en cualquier día, e incluso en cualquier hora. Recuerda que después de practicar estos hechizos, tú pareja querrá pasar mucho más tiempo junto a ti, así que prepárate para encenderlo...

AROMAS seductoras

Para crear un ambiente en el que reine la mutua seducción y que esta conduzca a la pasión, nada mejor que inundar el espacio con aromas que evoquen sensualidad.

Para consumir el hechizo:

Dejar ahumar en un brasero un puñado de hojas secas de romero.

¿O por qué no degustar de una exquisita tisana de romero? Esta bebida cálida deleitará su paladar con su aromática fragancia y además, potenciará tu poder de seducción, así que cuando tu chico se te acerque, será inevitablemente atraído y hechizado.

PLACER delicioso

Es bien sabido que los alimentos afrodisíacos incrementan el deseo sexual, así que serán tus aliados perfectos para tenerlo comiendo de tu mano, tu abdomen, tus piernas... en fin, lo dejamos a tu imaginación.

Para consumir el hechizo:

Si salen a cenar, pide el postre para llevar y dile lo que le espera llegando a casa. Pueden ser unas fresas con crema, un pastel de chocolate o un helado de vainilla extra cremoso. Si cenan en casa puedes, hacer algún postre que tenga vainilla (que relaja e invita a dejarse llevar) o canela (que estimula el sistema circulatorio y genera sensaciones placenteras en el cerebro)...mmm

EL ingrediente secreto PARA QUE CADA UNO FUNCIONE ES QUE TE SEPAS SEGURA, GUAPA Y SEXY PUES TODA la magia está dentro de ti.

FUENTE de deseo

Después de un día pesado, lo que más se antoja es relajarte con tu pareja. Este hechizo te permitirá, gracias al poder curativo y rejuvenecedor del agua, que la sesión de sexo que tengan esté libre de toxinas y todo fluya naturalmente.

Para consumir el hechizo:

Llena de agua una olla o recipiente, y cuando hierva añádele pétalos de flores blancas y rojas. Espera a que la temperatura del agua sea agradable para tu piel y mézclala con el agua de tu bañera. Comparte este baño con tu pareja y verás cómo las propiedades místicas de las flores y el agua se unen para favorecer lo que vendrá después.

UNO DE LOS aspectos más poderosos QUE PUEDE POSEER UNA MUJER ES SER DUEÑA DE SU SEXUALIDAD Y NO TENER MIEDO DE EXPERIMENTAR CON ELLA.

MELODÍA candente

Una de las muchas fantasías sexuales que tienen los hombres es ver a su chica bailando para ellos mientras se despoja de sus prendas lentamente.

Para consumir el hechizo:

Elige una canción que despierte tu libido.

Enciende velas aromáticas, solo ten cuidado.

Utiliza lencería de encaje o ceda y un ligero.

Durante el baile míralo fijamente a los ojos

Tus movimientos deben ser lentos y sutiles.

Luego de bailar un minuto comienza a desnudarte.

Juega con tus manos, tu cabello y las prendas que te vayas quitando.

PÓCIMA ardiente

Con esta mezcla lograrás que tu chico, al percibir tu olor, caiga rendido a tus encantos, pues las propiedades olfativas de los ingredientes que lleva despertarán sus sentidos y harán que quiera llevarte de inmediato a la cama para devorarte.

Para consumir el hechizo:

A medio de agua mineral, agrégale 3 cucharadas de miel, 3 cucharadas de canela y 3 gotas de tu perfume preferido. Revuelve todo perfectamente. La mezcla que obtengas úntala en tu cabello y hombros. Déjala actuar hasta que el aroma se impregne en tu piel y enjuaga. Esta poción úsala minutos antes de que te encuentres con él, te sorprenderán los resultados.

TOMAR LAS RIENDAS EN UNA SOCIEDAD DONDE TRADICIONALMENTE SE JUZGA A LAS MUJERES POR DISFRUTAR LIBREMENTE DEL SEXO Y DE LA MAGIA te hará sentir implacable y super poderosa.

¿Y CÓMO SABER SI EL HECHIZO SURTIÓ EFECTO? MUY SENCILLO: CUANDO LO VEAS EXTASIADO, ESTREMECIDO DE PLACER, LLEGANDO AL ORGASMO Y PIDIÉNDOTE ¡MÁS!” (Veintitantos, 2019).

**Anexo G: Tabla comparativa de muestras de la palabra sexo del corpus
NOW**

Anexo G: Tabla comparativa de muestras de la palabra sexo del corpus NOW

Género	Acto sexual
1. Cifras por sexo # La tasa de	1. excesos: drogas, sexo y alcohol.
2. tasa de desocupación por sexo	2. sexo, drogas y alcohol que indignan a
3. ha desvelado el sexo y el nombre de	3. auténticas bacanales de sexo, drogas
4. Lecturasha ha confirmado el sexo	4. con sesiones maratónicas de alcohol, drogas y sexo
5. anuncian el sexo y el nombre	5. asisten a espectáculo de sexo en vivo
6. datos por sexo, 830 son mujeres	6. sesión de sexo de verano en una habitación cerrada
7. Se revela el sexo y el nombre	7. autor de los libros " Sexo: cuándo y por qué
8. en función de sexo, edad, nivel de	8. bacanales de sexo, drogas y alcohol
9. ya sabe el sexo de su bebé	9. Dormir es el nuevo sexo # Así es mi
10. sexo y el nombre de su bebé	10. habla de amor y sexo pero utilizando un lenguaje sublime
11. tampoco el sexo. Solo me quedaba esperar que todo estuviera	11. escenas de sexo reales junto a otra mujer.
12. especialmente en el sexo femenino	12. después del sexo. # " Después del orgasmo
13. en función de sexo, edad, nivel de a	13. y añade que esto no se limita a el sexo
14. sociodemográficas (edad, sexo,	14. es más violenta ni tiene más sexo,
15. especialmente en el sexo femenino	15. y escenas de sexo violento
16. un neonato de sexo femenino.	16. pero hay sexo más allá del pene
17. en función de sexo, edad, nivel de	17. la cara y la cruz del sexo
18. la edad y sexo de cada persona.	18. tras negarse a tener sexo con él, la mató
19. matrimonios de diferente sexo se	19. vómitos, peleas, sexo entre los coches
20. 139 de el mismo sexo	20. problemas de drogas, sexo y violencia
21. datos por sexo, 830 son mujeres	21. el sexo, la identidad, las drogas, las redes
22. el sexo masculino, pero que el	22. más piensan en sexo sin tener en cuenta
23. independiente del sexo específico	23. temas como el sexo o las drogas.
24. Sale a la luz el sexo y el nombre de	24. abiertamente de las escenas de sexo
25. la pormenorización por sexo cabe	25. sobre todo, el sexo se verán magnificados.
26. momificados de un neonato de sexo femenino	26. más piensan en sexo sin tener
27. discriminación por razón de sexo	27. qué fan de Sexo en Nueva York
28. especialmente en el sexo femenino	28. con 13 años para el sexo y 14 para el matrimonio
29. en función de sexo, edad, nivel de actividad	29. habla sin tapujos sobre el sexo
30. especialmente en el sexo femenino	30. habla largo y tendido sobre el mundo del sexo
31. en función de sexo, edad, nivel de	31. El sexo es una prolongación del sentimiento
32. discriminación por razones de sexo.	32. ver cómo es el sexo cuando no se es adolescente.
33. no discriminación por razón de sexo	33. por mucho sexo, violencia
34. de un neonato de sexo femenino	34. empresarias del sexo que ofrece servicios
35. se puntualmente del sexo contrario	
36. cualidades que desde su sexo,	
37. de un neonato de sexo femenino	
38. especialmente en el sexo femenino	
39. acoso sexual y por razón de sexo	
40. en función de sexo, edad,	
41. se corresponde con el sexo	
42. género previo a el cambio de sex	
43. especialmente en el sexo femenino	
44. independientemente del sexo	
45. es afirmar que el sexo es elegible	
46. especialmente en el sexo femenino	
47. corresponde con el sexo con el que	
48. enero previo a el cambio de sexo	
49. género previo a el cambio de sexo	

50. drogas a menores a cambio de sexo en Madrid
51. discriminación por razón de sexo.
52. en la discriminación por razón de sexo
53. o más bajas, en función de sexo, edad,
54. momificados de un neonato de sexo femenino
55. el matrimonio entre personas de el mismo sexo
56. El recién nacido de sexo masculino
57. cambió el sexo, raza, color, religión
58. da lo mismo el sexo, raza o ideología
59. más cainítas del sexo contrario
60. aumenta especialmente en el sexo femenino
61. seres humanos del sexo cromosómico diferente
62. el sexo definido por el genotipo
63. especialmente en el sexo femenino en determinadas
64. dos personas de el mismo sexo puedan ser padres

Anexo H: Extracto del artículo *¡Hechízalo EN LA CAMA!*

Anexo H: Extracto del artículo *¡Hechízalo EN LA CAMA!*

“Para consumir el hechizo:

Elige una canción que despierte tu libido. **Enciende** velas aromáticas, solo **ten** cuidado. **Utiliza** lencería de encaje o seda y un ligero. Durante el baile **míralo** fijamente a los ojos. Tus movimientos deben ser lentos y sutiles. Luego de bailar un minuto **comienza** a desnudarte. **Juega** con tus manos, tu cabello y las prendas que te vayas quitando” (Veintitantos, 2019).