



Discurso & Sociedad

Copyright © 2021
ISSN 1887-4606
Vol. 15(3) 588 -600
www.dissoc.org

Artículo

Empoderamiento femenino: La trampa de un feminismo domesticado.

*Female empowerment: the trap of a domesticated
feminism.*

Pilar Medina-Bravo

Departament de Comunicació/Universitat Pompeu Fabra (UPF)

Resumen

El presente artículo reflexiona sobre el concepto de 'empoderamiento' reivindicado en los medios de comunicación. A partir del concepto de patriarcado del consentimiento (Puleo 2005, 2016, 2019), se concluye que, en realidad, la idea de empoderamiento está reforzando el neoliberalismo sexual (de Miguel 2017) y da lugar a una nueva forma de cosificación del cuerpo de la mujer (Gill 2008, 2011). Aunque las pautas comunicativas actuales de esta cosificación no siguen las tradicionales siguen sirviendo como retórica disciplinaria.

Palabras clave: neoliberalismo, sexualización, empoderamiento, patriarcado, medios de comunicación

Abstract

This article reflects on the concept of 'empowerment' in the media. Based on the concept of patriarchy of consent (Puleo 2005, 2016, 2019), it is concluded that, in reality, the idea of empowerment is reinforcing sexual neoliberalism (de Miguel 2017) and gives rise to a new form of objectification of the body of women (Gill 2008, 2011). Although the current communicative guidelines of this reification do not follow the traditional ones, they continue to serve as disciplinary rhetoric.

Keywords: neoliberalism, sexualization, empowerment, patriarchy, media

Introducción

Aunque se mantienen formas propias del patriarcado coercitivo (e, incluso, se están reforzando), la mayoría de países occidentales se caracterizan por lo que Puleo (2005, 2009) ha denominado patriarcado del consentimiento. Una de sus características fundamentales es que las retóricas disciplinarias de género no se basan ya en el castigo sino en la seducción y la invitación a unos modelos de consumo que siguen reproduciendo patrones estereotipados y sexistas bajo la impresión falsa de ser una elección personal y libre. La promesa de emancipación que nació con el feminismo de la segunda ola, sus posibilidades de afrontar la injusticia social y su crítica estructural a la sociedad dio un giro inesperado al proporcionar -sin pretenderlo- sustento conceptual a la forma neoliberal que adoptaría el capitalismo. Es lo que Nancy Fraser entiende como “astucia de la historia, los deseos utópicos [del feminismo de segunda ola] encontraron una segunda vida en forma de corrientes de sentimiento que legitimaron la transición a una nueva forma de capitalismo: posfordista, transnacional, neoliberal” (Fraser 2015: 245). De esta manera paradójica, muchas mujeres adultas, adolescentes y niñas de todo el mundo (transnacional) someten sus cuerpos a un control rígido (en una especie de producción posfordista en el que el cuerpo es considerado un objeto a trabajar) bajo la creencia de que es un ejercicio personal de empoderamiento fruto de la libre elección (ideología neoliberal).

No decimos nada nuevo al reafirmar el papel de los medios de comunicación en la legitimación de esta corriente neoliberal. Su papel es fundamental en el modelaje de conciencias, opiniones y creencias, y en la construcción por vías informales de pautas culturales y patrones interpretativos de la realidad. Desde el ámbito de la Comunicación, resulta importante incorporar la perspectiva feminista que analiza críticamente el discurso dominante en los medios de comunicación. La introducción de esta perspectiva hace así visible los numerosos ejercicios de androcentrismo y sexismo que siguen acompañando la representación de las mujeres y validan la desigualdad entre hombres y mujeres, a la vez que invisibilizan la crítica estructural. Desde la teoría feminista, el análisis del discurso mediático nos permite comprender cómo se van construyendo y modificando las identidades sociales, cómo se construyen y legitiman situaciones de desigualdad, cómo se legitiman hegemonías culturales y, en un nivel más intrasubjetivo, cómo se delimitan los marcos mentales desde los que se forja la relación entre la cultura y la subjetividad, configurando la manera cómo nos pensamos, cómo nos sentimos, cómo nos autorrepresentamos y cómo nos relacionamos con los demás. En palabras de Nancy Fraser:

“Por supuesto, los medios de interpretación y comunicación en cuyos términos se elaboran los significados sociales de estas cosas siempre han estado controlados por los hombres. Las feministas estamos, en consecuencia, luchando por redistribuir y democratizar el acceso a los medios de interpretación y comunicación y el control de dichos medios. Luchamos, por lo tanto, por la autonomía de las mujeres en un sentido especial: una medida suficiente de control colectivo sobre los medios de interpretación y comunicación que nos permita participar a la par que los hombres en todo tipo de interacción social, incluida la deliberación y la toma de decisiones políticas” (Fraser 2015: 71).

Más concretamente, en este trabajo, nos interesa la reflexión sobre cuáles son los implícitos del discurso mediático dominante cuando se representa a la nueva feminidad del siglo XXI (Banet-Weiser, Gill, & Rottenberg, 2020). Para ello, se explora el concepto de empoderamiento y sus vinculaciones con nuevos modelos de agencia de la mujer; y se discute su reducción a la dimensión corporal, de manera que el mensaje vuelve a ser que el cuerpo es el principal capital del que dispone una mujer. A partir de la crítica estructural a la sociedad capitalista de feministas como Nancy Fraser (2015) o Maria Mies (2014), el concepto de patriarcado del consentimiento (Puleo, 2005, 2016) nos va a permitir entender el papel de los medios de comunicación en la transmisión de la idea de empoderamiento, tan afín a la ideología neoliberal y su deriva cosificadora del cuerpo (de Miguel 2017; Gill 2008, 2011; Illouz y Kaplan 2020).

El patriarcado del consentimiento y su alianza con la cultura neoliberal.

El desafío teórico que se vive en sociedades formalmente igualitarias es enorme. Como nos recuerda Anna G. Jónasdóttir (1993), nos enfrentamos a la pregunta sobre el porqué y el cómo se sigue reproduciendo la desigualdad sexual en sociedades con leyes que protegen y promueven la igualdad entre hombres y mujeres. Una respuesta la tenemos en que nuestras sociedades no son ya sociedades organizadas bajo las formas propias del patriarcado de coacción, esto es, sociedades basadas en la idea de inferioridad (legal, emocional, económica, etc.) de la mujer frente a la superioridad del varón. El tipo de patriarcado que rige nuestras sociedades occidentales se basa en el (auto)consentimiento (Puleo 2005): a nivel formal se apoya a las mujeres, y la desigualdad se reproduce a través del mundo de lo informal, de las industrias creativas y de la cultura popular (canciones, revistas para adolescentes, anuncios, series de ficción, celebrities...).

Lo que ambas formas de patriarcado comparten es que se trata siempre de un sistema ideológico de dominación (Amorós, 2006), que impregna las instituciones, organiza las representaciones simbólicas según una lógica

binarista, produce prácticas y expectativas sociales normalizadoras (o estigmatizadoras) de los individuos, y genera emociones (por ejemplo, culpa o vergüenza) que pueden llegar a disciplinar la propia libertad. Este sistema estable de dominación masculina no forma parte de una pretendida naturaleza o esencia humana sino que se ha ido construyendo y consolidando a través del tiempo (Hernando 2028; Lerner 2018, original de 1986) gracias a la capacidad que tiene el patriarcado para adaptar la dominación a las diferentes organizaciones sociales y económicas de cada momento histórico. La norma heterosexual configura de manera firme nuestras subjetividades de manera que en sociedades aparentemente igualitarias sigue vigente la diferencia entre una esfera masculina que se sigue autodefiniendo como el universal, y una esfera femenina que se mantiene encorsetada en lo que no es masculino (lo femenino como el baluarte de la emocionalidad, los cuidados, la docilidad y la sensibilidad).

El patriarcado del consentimiento es característico de las sociedades capitalistas "... que se conciben a sí mismas como garantes de los principios de libertad e igualdad [...]. De manera sutil y aparentemente no coercitiva, es la mujer la que se autoimpone la obligación de responder a las imágenes idealizadas de un cuerpo eternamente joven, sexy y capaz de cumplir sin quejarse [...]. En esta vuelta de tuerca al *eterno femenino* ponemos el énfasis en la invalidación social del derecho a protestar puesto que el mensaje subliminal es que la mujer se adhiere a estas consignas porque quiere" (Medina y Talam 2020: 494-495). Se propaga de esta manera un feminismo neoliberal por el que cada mujer tiene la tarea *individual* (no colectiva) de empoderarse (o sea, de conseguir superar por ella misma las estructuras de desigualdad sin cuestionarlas)ⁱ; y se asienta la creencia de que la aceptación de los patrones rígidos de una feminidad idealizada es, en realidad, un ejercicio de voluntad libre y decidida. Son las mujeres las que buscan "ansiosamente cumplir el mandato de género, en este caso a través de las imágenes de la feminidad normativa contemporánea" (Puleo 2005: 40). Estas nuevas imágenes de la feminidad normativa seguirán el esquema de la ideología neoliberal, demostrándose así la capacidad que tiene el patriarcado para legitimarse y perpetuarse como sistema de dominación gracias a su capacidad para transformarse y asimilarse, en nuestro caso, al neoliberalismo.

Como teoría económica, el neoliberalismo aparece con fuerza en la década de los 80 del siglo pasado, defiende que no se debe poner restricciones de ningún tipo a la promoción del desarrollo libre de las propias capacidades, y supone un ataque frontal a la idea de la redistribución igualitaria. Las políticas neoliberales han incentivado una idea de bienestar ligado a la cultura consumista, naturalizando la máxima del individualismo y de la realización personal a través del consumo. De esta manera, ha conseguido invisibilizar la realidad del sexismo, el racismo y/o el clasismo, y se marginaliza el

cuestionamiento del papel que tiene el capitalismo en las formas de subordinación que estructuran la sociedad. Para Banet-Weiser, Gill & Rottenberg, “the fact that post-, neoliberal and popular feminism all depend on and validate media platforms and organisations as well neoliberal capitalism. These iterations of contemporary feminism do not critique or challenge the hegemony of neoliberal capitalism (or the media platforms that are co-constitutive with capitalism), but rather contribute to its normalisation and conceit of inevitability” (Banet-Weiser, Gill & Rottenberg 2020: 4). Maria Mies (2014) se sitúa en la misma línea en su denuncia de lo que denomina “patriarcado capitalista”, concepto que la permite abordar la manera por la que el objetivo básico del capitalismo (la acumulación continua de capital) se consigue por el mantenimiento invisible del patriarcado (dominio masculino en las relaciones hombre-mujer). Y llevará más allá su crítica con el concepto de “neopatriarcado” según el cual se ha dado un proceso de convergencia entre “la división sexual del trabajo (los hombres son los trabajadores y las mujeres las amas de casa) y la división entre las zonas de producción (mayoritariamente en las colonias y zonas rurales) y los consumidores (mayoritariamente en los países ricos o en las ciudades). Dentro de esta división también se encuentra la división entre las mujeres principalmente como productoras -en las colonias- y como consumidoras -básicamente en Occidente.” (Mies 2014: 221).

En paralelo, algunos movimientos feministas irán abandonando la lucha por promover la igualdad económica para pasar a centrarse en las políticas de reconocimiento y denunciar, ya no las estructuras androcéntricas y sexistas de la economía capitalista, sino el androcentrismo mediático y cultural (Fraser 2015). La misma autora (2015) alerta sobre la manera cómo la ideología neoliberal será capaz de fagocitar y apropiarse de algunas de estas nuevas reivindicaciones feministas neutralizando cualquier crítica a la falta de igualitarismo social. Como resultado, el neoliberalismo ha ido diseminando la idea de que se vive un momento en que toda mujer puede decidir libremente su propio camino y tomar sus propias decisiones acerca de cómo construir su vida. Las legítimas aspiraciones emancipadoras propias del feminismo de la segunda ola son resignificadas bajo la ideología neoliberal y reconvertidas en productos de consumo (programas de televisión, anuncios, libros de autoayuda, etc.) centrados en ayudar a la nueva mujer del siglo XXI a construirse como consumidora empoderada que decide libremente (sin tener en cuenta que su elección siempre está delimitada en el marco de lo que el mercado ofrece) abandonando las luchas por la redistribución socioeconómica para centrarse en la lucha por el reconocimiento cultural. Como advierte Fraser: “El cambio al reconocimiento encajaba muy claramente con un neoliberalismo ascendente, que no quería más que reprimir cualquier recuerdo del igualitarismo social” (Fraser 2015: 148). La nueva

narrativa del capitalismo neoliberal estará mucho más interesada en apoyar las políticas de reconocimiento que no las de redistribución, y tendrá como interlocutor real la imagen de un varón blanco, libre, sin ataduras y autoconstruido. No hace falta insistir en que esta “sensibilidad neoliberal”, caracterizada por el individualismo, la subjetividad empresarial, la invisibilización total de las desigualdades por razón de género, y el énfasis en la capacidad para la transformación personal (Gill & Kanai 2018), va a ser posible únicamente para una minoría de mujeres, la mayoría de estas blancas y occidentales.

Mujer empoderada/Mujer hipersexualizada: el nuevo binomio de la industria de consumo.

El problema es que nos topamos con poderosas industrias capitalistas: el rosa y el azul han encontrado una floreciente industria de consumo. [...]. Ellas siguen-seguimos interpretando la coacción como libre elección, tanto en los taconazos de aguja o el culto al cuerpo como en la elección de estudios no tecnológicos, la asunción de los trabajos domésticos o el abandono del empleo porque alguien tendrá que cuidar a los niños (de Miguel 2017: 36-37).

La industria mediática ha actualizado los modelos de feminidad tradicionales. Las antiguas representaciones vinculadas al cuidado abnegado del otro y a una actitud pasiva dan paso a nuevas representaciones en las que se hace énfasis una subjetividad vinculada a la individualidad y la libre decisión. A partir de la década de los 90 del siglo pasado, la representación estereotipada de la feminidad empezará a dar un giro hacia el modelo individualista neoliberal propio del patriarcado del consentimiento (Puleo 2005) y con un marcado tono hipersexualizado. Como ya señalamos en otro trabajo previo (Medina y Talamán 2020: 508-509): “... este nuevo marco [...] da paso a un nuevo modelo de mujer liberada, disciplinada en el autocontrol, decidida, glamurosa y sexy [...]. Es una mujer inteligente y capaz de conciliar (sin protestas al sistema) sus aspiraciones profesionales con las necesidades emocionales de su entorno, reencontrándose de nuevo con la felicidad que proporciona dedicarse a la familia y al hogar, y todo ello revalorizando y reivindicando el controvertido concepto de capital erótico defendido por Hakim (2011) bajo el mito de la libre elección (de Miguel 2017)”.

Este empoderamiento hipersexualizado, o quizá debiéramos decir, esta nueva hipersexualización empoderada resulta uno de los ejercicios más evidentes del patriarcado del consentimiento. Como nos recuerda Esteban (2004: 73, la cursiva es nuestra): “los objetivos principales del aprendizaje corporal de las mujeres son la reproducción y la *seducción*.”. Este énfasis en

el capital sexual propio de la modernidad tardía (Illouz y Kaplan 2020) profundiza en las desigualdades sexuales, refuerza la retórica disciplinaria del feminismo neoliberal (tal y como lo define Rottenberg 2018) y rompe con la tradicional separación entre el espacio privado y el espacio público. Nos presenta un modelo de mujer joven, heterosexual, sexy y emprendedora, que no renuncia a formar una familia de la que encargarse con afecto y felicidad; la crítica del feminismo de la segunda ola queda reducida a un empoderamiento individual altamente sexualizado, que elude la falta de equidad o el acoso sexual. Difícilmente vamos a poder entender este discurso individualista y consumista como discurso feminista (Sánchez-Gutiérrez 2020).

Los discursos oficiales que señalan que ya se ha llegado a la igualdad entre hombres y mujeres conviven con un arsenal de imágenes y mensajes que, de manera informal, redirigen a la mujer occidental del siglo XXI a lo que debe considerar como su auténtico poder: un cuerpo sensual y sexualizado (Gill 2008), entendido como capital erótico, esto es, “una mezcla nebulosa pero determinante de belleza, atractivo sexual, cuidado de la imagen y aptitudes sociales, una amalgama de atractivo físico y social que hace que determinados hombres y mujeres resulten atractivos para todos los miembros de su sociedad, especialmente los del sexo opuesto... [...] *¿Por qué nadie anima a las mujeres a explotar a los hombres siempre que puedan?*” (Hakim 2012: 9, 11, la cursiva es nuestra). Al margen de los matices diferenciadores, si algo tienen en común el patriarcado coercitivo y el del consentimiento es su objetivo central por controlar y dominar el cuerpo de la mujer. Esta vez, y siguiendo los cánones de la sociedad individualista, hiperreflexiva y consumista, el patriarcado del consentimiento ha conseguido (y sigue consiguiendo) que muchas mujeres exhiban su cuerpo creyéndose el mensaje de que esta cosificación es, en realidad, un ejercicio de libre decisión e independencia personal.

La lucha feminista por la emancipación se ha ido acercando peligrosamente a la deshumanización sexual, de modo que la reivindicación feminista que animaba a las mujeres a repensarse autónomamente más allá del servicio y cuidado a los demás, se ha convertido en una autoafirmación del cuerpo, del sexo sin sentimientos y del consumismo (Gill 2007; McRobbie 2009; Walters 2010). Las mujeres reales se ven confrontadas de manera recurrente a mensajes de autoafirmación presentados por una mujer (normalmente blanca, de clase alta o media-alta, profesional liberal) caracterizada por una feminidad basada en un atractivo físico sexualizado y glamuroso.

Este discurso por el que las mujeres desean presentarse a sí mismas y de forma voluntaria como sujetos de deseo, consumidoras, profesionales autónomas a la vez que felices amas de casa, y autodisciplinadas en el

sometimiento a continuos cambios de imagen no silencia ni suprime la agencia sexual femenina sino que la reconstruye bajo el nuevo ideario neoliberal a través de la lente del individualismo y la meritocracia (Sandel 2020). Es un entorno que alimenta el espejismo de la igualdad socioeconómica, y de que las oportunidades están al alcance de todas las mujeres que desplieguen la voluntad suficiente para conseguirlas (Valcárcel 2008). Se celebra la hipersexualización y el constante monitoreo del cuerpo como signos de una renovada actitud feminista (de Miguel 2015; Lupton 2013).

En este sentido, y como advertía McRobbie (2004, 2015), el sistema patriarcal ha conseguido devaluar la agenda feminista presentándose alternativamente como defensor de valores sobre la familia o la sexualidad claramente tradicionales y heteronormativos y, seguidamente, defender lo contrario, esto es, el empoderamiento y libertad individual para elegir formas de vida. Además, los medios de comunicación difunden una ideología postfeminista según la cual las mujeres disponen de un capital (su cuerpo) con el que pueden competir en cualquier ámbito y sin restricciones. Este patrón discursivo en los medios desde el que se construye esta (re)sexualización neoliberal se basa en cuatro ejes básicos sobre el cuerpo de la mujer (Gill 2008, 2011):

1. El cuerpo de la mujer se presenta como su capital principal para alcanzar el éxito laboral, social y/o económico,
2. Es un cuerpo que se presenta liberado, empoderado, lleno de glamour y muy sexy,
3. Bajo la aparente indulgencia, en realidad, es un cuerpo que hay que trabajar, reconstruir y modificar a través de una continua autodisciplina y fuerza de voluntad, siguiendo así las pautas neoliberales del poder individual a través de la autodisciplina y el autocontrol, y
4. La mujer es representada siempre como consumidora invisibilizando así su dimensión como agente político de cambio.

De esta manera se va construyendo el mito de la nueva belleza femenina neoliberal, un mito que liga las imágenes de empoderamiento femenino a cuerpos hipersexualizados, cuerpos por otra parte tratados como objetos a trabajar y disciplinar si hay voluntad real de conseguirlo. El discurso de que el cuerpo es algo a ‘mimar’ con (aparente) indulgencia esconde la realidad de un discurso orientado a la vergüenza y la ansiedad si se fracasa en un trabajo que ha de ser invisible y aparentemente desenfadado. La gran paradoja es que, en esta cultura de empoderamiento hipersexualizado, el cuerpo “antinatural” (un cuerpo depilado, liposucionado, con botox, adelgazado, etc.) es

presentado como el cuerpo “natural” (Wolf 1991), penalizando con crueldad cuando no se consigue el objetivo.

¿Qué relación puede tener el ejercicio de la libertad con esta mayor y constante exhibición del cuerpo de la mujer? Nos hacemos la misma pregunta que Valcárcel (2020) y compartimos la respuesta que se da:

“Mi hipótesis es que [...] con la libertad femenina ha aparecido un *deber de agrado* cada vez más erotizado. Que estamos ante el expresionismo de la feminidad. Siento que para entender un cuerpo como femenino ha de parecerse o casi lindar con su presentación pornográfica para que se entienda como femenino [...] Y creo que ello se debe a que la *ley del agrado* sigue funcionando. Solo que la ley del agrado antes expresaba agrado y obediencia, y ahora solo expresa agrado erótico y lo hace en directo” (Valcárcel 2020: 114, las cursivas son nuestras).

Conclusión

El feminismo es siempre una vanguardia y actualmente las prácticas sociales han abierto nuevos interrogantes que debemos poder responder desde la reflexión teórica. Cierto es que se han superado antiguas maneras de opresión, pero esto no debe llevarnos a la conclusión ingenua de que ya no hay opresiones. Si un elemento clave de la no opresión tiene que ver con la libertad de elección, una pregunta clave que el feminismo debe seguir formulándose es si en la actual sociedad patriarcal se dan las condiciones para un ejercicio real de libertad.

Si bien el mensaje dominante en nuestras sociedades occidentales hace hincapié en que se ha llegado a un momento de igualdad y libertad para las mujeres, lo cierto es que los mensajes que nos inundan revelan un discurso de fondo bien distinto. En un momento en el que el feminismo ha vuelto a entrar en el debate social y político ha aparecido una nueva retórica disciplinaria para reasegurar las relaciones de poder. Los mensajes sobre el empoderamiento de la mujer son, en realidad, una *respuesta* al feminismo. Si ya Faludi (1991) supo entrever los ejes discursivos que sostenían el discurso antifeminista de inicios de los años ochenta del siglo XX (el feminismo es cosa del pasado porque la igualdad entre hombres y mujeres es ya un hecho en las sociedades occidentales; y la igualdad, en realidad, ha estresado a las mujeres haciéndolas más infelices), el momento actual se caracteriza por una paradoja mayor (McRobbie 2009). La industria mediática, a través de su tono lúdico y afirmativo, ha reducido el discurso feminista de emancipación y de denuncia de la desigualdad económica a un mero proyecto de empoderamiento consumista. Este reduccionismo no puede ser más descorazonador: los discursos de empoderamiento son, en realidad, nuevas retóricas disciplinarias para la domesticación patriarcal, esta vez, además, con nuestro aparente consentimiento. Así que, como bien denuncia Fraser: “No

será el momento de hablar de posfeminismo mientras no podamos hablar legítimamente de postpatriarcado” (Fraser 2015: 188).

Agradecimientos

Estoy muy agradecida a Montserrat Ribas y Rosa Cerarols por sus útiles y estimulantes comentarios al artículo.

Notas

¹ Sheryl Sandberg es un claro exponente de una corriente del feminismo que defiende y mantiene las premisas neoliberales.

Referencias

- Banet-Weiser, Sarah, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg.** “Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation”. *Feminist Theory* 21, nº 1, 3–24 (2020).
- De Miguel, Ana.** *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección.* Valencia: Cátedra, 2017.
- Faludi, Susan.** *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna.* Barcelona, Anagrama, 1991.
- Fraser, Nancy.** *Fortunas del feminismo.* Madrid: Traficantes de sueños, 2015.
- Gill, Rosalind.** “Empowerment/sexism: Figuring female sexual agency in contemporary advertising”. *Feminism & psychology* 18, nº 1, 35-60 (2008).
- Gill, Rosalind.** “Sexism reloaded, or, it's time to get angry again!”. *Feminist Media Studies* 11, nº 1, 61-71 (2011).
- Gill, Rosalind and Akane Kanai.** “Mediating Neoliberal Capitalism: Affect, Subjectivity and Inequality”. *Journal of Communication*, 68, nº 2, 318–326 (2018).
- Hakim, Catherine.** *Capital erótico. El poder de fascinar a los demás.* Barcelona: Random House Mondadori, 2012.
- Hernando, Almudena.** *La fantasía de la individualidad. Sobre la construcción sociohistórica del sujeto moderno.* Madrid: Traficantes de Sueños, 2018.
- Illouz, Eva.** *Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía.* Madrid: Katz, 2019.
- Illouz, Eva y Dana Kaplan.** *El capital sexual en la Modernidad tardía.*

Barcelona: Herder, 2020.

Jónasdóttir, Anna G. *El poder del amor: ¿le importa el sexo a la democracia?* Valencia: Ediciones Cátedra Universitat de València, 1993.

Lupton, Deborah. “Quantifying the body: Monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies”. *Critical Public Health*, 23, nº4, 393-403 (2013).

McRobbie, Angela. “Post-Feminism and popular culture”. *Feminist Media Studies* 4, nº 3, 255-264 (2004).

McRobbie, Angela. *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture, and Social Change*. London: Sage Publication, 2009.

McRobbie, Angela. “Notes on the Perfect: Competitive Femininity in Neoliberal Times”. *Australian Feminist Studies* 30, nº 83, 3-20 (2015).

Medina-Bravo, Pilar y Antoni Talarn. “El patriarcado y sus letales consecuencias”. En *Ideología y maldad*, editado por Antoni Talarn, 493-528. Barcelona: Xoroi Edicions, 2020.

Mies, Maria. *Patriarcado y acumulación a escala mundial*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2014.

Sandel, Michael J. *La tiranía del mérito. ¿Qué ha sido del bien común?* Barcelona: Penguin Random House, 2020.

Puleo, Alicia H. “El patriarcado: ¿una organización social superada?” *Temas para el debate* 133, 39-42 (2005).

Puleo, Alicia H. *Claves ecofeministas. Para rebeldes que aman a la tierra y a los animales*. Madrid: Plaza y Valdés, 2019.

Rottenberg, Catherine. *The Rise of Neoliberal Feminism*. New York: Oxford University Press, 2018.

Sánchez-Gutiérrez, Bianca. “La mujer en la publicidad comercial: de la violencia mediática al *femvertising*”. En *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*, coordinado por Irene Liberia Vayá y Bianca Sánchez-Gutiérrez, 187-210. Sevilla: Advook, 2020.

Valcárcel, Amelia. *Ahora, feminismo. Cuestiones candentes y frentes abiertos*. Valencia: Cátedra, 2020.

Walter, Natasha. *Muñecas vivientes. El regreso del sexismo*. Madrid: Turner Publicaciones, 2010.

Wolf, Naomi. *The Beauty Myth: How images of beauty are used against women*. Londres: Vintage, 1991.

Nota biográfica



Pilar Medina-Bravo. Doctora en Psicología y profesora en la Facultat de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Su línea de investigación se centra en el análisis crítico de los *media* desde un enfoque feminista. Para más información sobre sus publicaciones e investigaciones, consultar [orcid](#)

E-mail: pilar.medina@upf.edu