



*Cosas de mujeres. Conversacionalización, narrativas  
y representación en un corpus de revistas  
femeninas argentinas*

PAULA GARCÍA

JULIA ZULLO

Universidad de Buenos Aires

RESUMEN. En este trabajo nos proponemos indagar en qué medida, las narrativas de experiencia personal publicadas en algunas revistas actuales para mujeres argentinas forman parte de las estrategias de conversacionalización del discurso (Fairclough 1993b). Nuestra hipótesis central es que estas estrategias, al menos en este tipo de revistas, no hacen más que reproducir –bajo una apariencia de proximidad y confianza, representaciones sociales ya estereotipadas sobre las mujeres (Zullo 2011). Concretamente, analizamos estos procedimientos en un corpus conformado por los números del mes de julio de 2013 de dos revistas femeninas argentinas impresas y digitales: *Cosmopolitan* y *mujeresdemiedad.com* respectivamente. En primera instancia, para dar cuenta de las estrategias de conversacionalización, abordamos el corpus en dos dimensiones: a nivel del diseño (Kress y van Leeuwen 2006) y a nivel de la enunciación (Ducrot 1984). En una segunda instancia, trabajamos localmente las narrativas de experiencia personal (Labov y Waletzky 1967, Labov 1972, 1997, 2013) de las lectoras, incluidas en algunas secciones específicas de ambas publicaciones. Finalmente, en la fase de integración de los resultados corroboramos que los cambios registrados a nivel de la práctica discursiva (Fairclough 1993a), incluyendo las narrativas de experiencia personal como parte de las estrategias de conversacionalización, no implican cambios en el nivel de las representaciones de las mujeres que estas publicaciones sostienen.

PALABRAS CLAVE: *revistas para mujeres, representaciones sociales, conversacionalización, narrativas de experiencia personal*

ABSTRACT. The aim of this paper is to show that personal experience narratives that appear in contemporary Argentinian women's magazines make use of discursive conversationalisation strategies (Fairclough 1993b) and that these strategies, at least in this type of magazine, reproduce, under an illusion of proximity and similarity, a set of stereotyped social representations of women (Zullo 2011). We analyze these strategies in a corpus of the printed and digital issues for the month of July 2013 of two Argentinian women's magazines: *Cosmopolitan* and *mujeresdemiedad.com*. At first, we describe the conversationalisation strategies on two levels: at the level of design (Kress and van Leeuwen 2006) and at the level of enunciation (Ducrot 1984). In a second instance, we analyze the narratives of personal experience (Labov y Waletzky 1967, Labov 1972, 1997, 2013) written by the readers in specific sections of each magazine. Finally, we confirm that the changes at the level of the discursive practice, including narratives of personal experience as part of conversationalisation strategies (Fairclough 1993a) do not involve changes at the level of the representations of women that these publications hold.

Recibido: 2 de marzo de 2015 • Aceptado: 13 de abril de 2015.

KEYWORDS: *women's magazines, social representations, conversationalisation, narratives of personal experience*

RESUMO. Neste trabalho nos propomos a investigar em que medida as narrativas de experiência pessoal publicados em algumas revistas para mulheres argentinas hoje analisamos as estratégias discursivas de conversacionalização (Fairclough 1993b). Nossa hipótese central é que essas estratégias, pelo menos neste tipo de revistas, não fazem mais que reproduzir –sob uma aparência de proximidade e confiança– representações sociais já estereotipadas sobre as mulheres (Zullo 2011). Concretamente, analizamos esses procedimentos em um corpus constituído pelos números do mês de julho de 2013 de duas revistas femininas argentinas impressas e digitais: *Cosmopolitan* e *mujeresdemiedad.com*, respectivamente. Em primeira instância, para dar conta das estratégias conversacionalização, abordamos o corpus em duas dimensões: no nível do design (Kress e van Leeuwen 2006) e no nível da enunciação (Ducrot 1984). Em uma segunda instância, analizamos localmente as narrativas de experiência pessoal (Labov e Waletzky 1967, Labov 1972, 1997, 2013), das leitoras, incluídas em algumas seções específicas de ambas as publicações. Por fim, na fase de integração dos resultados corroboramos que as mudanças registradas no nível da prática discursiva (Fairclough 1993a), incluindo as narrativas de experiência pessoal como parte das estratégias de conversacionalização, não implicam mudanças no nível das representações das mulheres que essas publicações oferecem.

PALAVRAS-CHAVE: *revistas femininas, representações sociais, conversacionalização, narrativas de experiência pessoal*

## *Introducción*

Algunas personas piensan que las revistas para mujeres son todas iguales, que combinan un poco de moda, belleza, cocina y consejos con mucha publicidad. Sin embargo, en cada época –desde principios del siglo XX<sup>1</sup>– han convivido varias revistas para mujeres en el mercado editorial argentino y todas lo han hecho con relativo éxito. Evidentemente no son iguales y tampoco se dirigen a las mismas mujeres. Son muchos los investigadores que se han propuesto analizar el fenómeno de las revistas para mujeres: cuál es su razón de ser, los motivos de su supervivencia por más de un siglo (Segura y Selva 1984, Feliú-Arquiniola *et al.* 1999, Gaudino-Fallegger 2000). El objetivo de este trabajo es, en parte, determinar de qué modo estas revistas se renuevan y adoptan formatos textuales variados y, al mismo tiempo, analizar cómo –pese a los cambios– a nivel de las representaciones sociales, se reproducen roles femeninos ya socialmente instalados.

Para alcanzar este propósito, en primer lugar abordaremos una serie de características textuales que reconocemos como innovadoras respecto de otras publicaciones similares.<sup>2</sup> Asumimos que algunas de estas características innovadoras forman parte de un proceso de cambio a largo plazo que Fairclough (1993b) denomina *conversacionalización* de los discursos sociales. Este proceso-simulacro de conversación informal cara a cara que adoptan en las últimas décadas los discursos mediáticos e institucionales– alcanza a estas publicaciones para mujeres al menos

en dos dimensiones: a nivel del diseño y a nivel de la enunciación. En segundo lugar, a partir del análisis de estas estrategias, nos detendremos especialmente en las secciones que incluyen narrativas de experiencia personal de las lectoras (Labov y Waletzky 1967, Labov 1972, 1997, 2013). Como mostraremos, estos relatos forman parte de las estrategias de conversacionalización del discurso que estas revistas despliegan para resignificar el contrato de lectura (Verón 1985)<sup>3</sup> con sus lectoras.

Dado que el lenguaje es un soporte material necesario para que las representaciones se transmitan dentro de la comunidad (Raiter *et al.* 2002), consideramos que el análisis, de las formas lingüísticas en particular y simbólicas en general, posibilita un acercamiento al modo en que se están representando las prácticas sociales, incluidos sus participantes y sus roles, en un momento histórico dado. En definitiva, a través del análisis del discurso, buscamos dar cuenta de los cambios o permanencias en los modos de ser mujer que estas publicaciones promueven, no solo desde los roles que promueven explícitamente a través de sus contenidos sino también desde las posiciones enunciativas que propician con sus lectoras.

Nuestro corpus de trabajo está conformado por la edición en papel de la revista *Cosmopolitan* del mes de julio del año 2013 y por los textos examinados en las consultas correspondientes al mismo mes en la revista digital *mujeresdemiedad.com*. Si bien la primera fase del análisis aborda cuestiones generales de las dos revistas, en la segunda etapa nos detendremos especialmente en las secciones en las cuales se publican experiencias personales de las lectoras en primera persona. De la revista *Cosmopolitan* seleccionamos las secciones *Confesiones* y *Sexo&Pareja Hot* porque son las que presentan la mayor concentración de colaboraciones de las lectoras en forma de narrativas, mientras que de *Mujeresdemiedad.com* trabajamos con el espacio *Historia del día*, destinado específicamente a las experiencias personales narradas por las lectoras. Las narrativas analizadas en este caso corresponden a las siguientes entradas de 2013:

<http://www.mujeresdemiedad.com/malen-amor-por-internet>

<http://www.mujeresdemiedad.com/cristina-con-un-dilema-que-pone-en-juego-su-felicidad>

<http://www.mujeresdemiedad.com/azucena-aprender-a-ser-feliz-con-lo-que-uno-tiene>

## 1. *Objetivos e hipótesis*

De manera más específica, nos proponemos:

- Realizar un aporte al estudio de las revistas femeninas como género, dando cuenta de los formatos y soportes más novedosos.
- Contribuir al estudio de la conversacionalización de los discursos sociales (Fairclough 1993b).
- Explicar la función de las narrativas de experiencia personal como parte de este proceso de conversacionalización.

- Indagar en las consecuencias que estos cambios discursivos tienen en las representaciones de las mujeres que estas publicaciones producen/reproducen.

En cuanto a nuestras hipótesis, estamos en condiciones de plantear que: i. las dos revistas incluyen estrategias de conversacionalización del discurso, aunque lo hacen a través de diferentes recursos; ii. en el marco de este proceso, tienen lugar las colaboraciones directas de sus lectoras que adoptan la forma de la narrativa de experiencia personal (Labov y Waletzky 1967); iii. a partir de las características de este intercambio entre cada revista y sus lectoras, y de sus lectoras-colaboradoras entre sí, es posible analizar los lugares simbólicos que se les asignan a las mujeres; y iv. estos lugares, pese a las diferencias, no hacen más que reforzar roles ya establecidos y en muchos casos refuerzan su estigmatización.<sup>4</sup>

## 2. *Conceptos teóricos y metodología de análisis*

Fairclough (1993a) plantea algunos cambios, a nivel de las prácticas discursivas, surgidos en relación con las transformaciones sociales venidas en el capitalismo tardío. Entre esos cambios, introduce el concepto de conversacionalización del discurso institucional para describir “el simulacro de privacidad, del cara a cara, el habla ‘al aire’ de la audiencia de los medios masivos” (Fairclough 1993a:76). Este estilo que implica cambios en los diversos niveles de realización de los textos, es sólo aparente y no se corresponde con un proceso de verdadera democratización de las prácticas. Por el contrario, por lo general encubre o disimula relaciones asimétricas. Por otra parte, Fairclough agrega:

Es una característica notablemente extendida en los órdenes del discurso contemporáneos (...) puede ser visto como una apropiación de prácticas de dominio privado por parte del dominio público (Fairclough 1993b:55).

Este proceso no sólo se registra en las prácticas institucionales. En Argentina, otras prácticas discursivas orales y escritas también incorporaron desde mediados de la década de 1990 transformaciones de este tipo (García 2008). En el corpus de revistas femeninas que nos ocupa, la publicación más antigua es *Cosmopolitan* (que se edita en Argentina desde 1996). Desde un primer momento, la revista planteó un estilo conversacional que las demás revistas para mujeres no tenían hasta ese momento. Como el proceso aún se encuentra en curso, con el paso del tiempo, estas marcas se fueron acentuando.<sup>5</sup> Para el caso de *mujeresdemiedad*, la revista presenta estas características desde su inicio, en enero de 2011.

Desde el punto de vista del análisis del corpus, destinaremos una sección extensa al análisis de las estrategias generales de conversacionalización en las dos revistas y, posteriormente, dedicaremos un apartado especial al análisis de los segmentos de narrativas de experiencia personal.

En el apartado de análisis de la conversacionalización diferenciaremos dos tipos de estrategias: las *estrategias de diseño*<sup>6</sup> y las *estrategias de enunciación*.

Entendemos por *diseño* –junto con Kress y van Leeuwen (2006)– la fase de la elaboración de un evento multimodal (una revista) en la que se resuelve la distribución de secciones y espacios así como también las instancias de autoría, coautoría y colaboración. A nivel global, las estrategias de este tipo prevén la inclusión de la voz de las lectoras en secciones completas o partes sustanciales de las mismas. Estas secciones, que tienen como antecedente directo las “cartas de lectores” o el “consultorio sentimental”, están diseñadas desde la organización general de cada revista y recurren desde el punto de vista gráfico a diferentes marcas para diferenciar la voz de las lectoras de la voz de la redacción. Por su parte, las *estrategias de la enunciación* contemplan la configuración de dispositivos específicos en cada publicación. Esto significa no sólo que se construye una imagen de un enunciador, un destinatario y un tercero discursivo (Verón 1985) sino que, además, en cada revista se construye una imagen de un locutor global –la revista– quien a su vez cede la palabra a los columnistas/colaboradores/redactores y, como veremos en seguida, también a sus lectoras.

De manera general, como adelanto de los resultados que exponemos a continuación, podemos decir que, desde el punto de vista del diseño, ninguna de las dos publicaciones es exclusivamente conversacional, es decir que las colaboraciones de las lectoras aparecen siempre enmarcadas por la voz de la revista y se les da espacio como colaboradoras sólo en algunas secciones. Además, como veremos, las características del soporte o medio influyen en este proceso de aparentar una conversación espontánea.

Desde el punto de vista de la enunciación, podemos afirmar que la mayor parte de las estrategias conversacionales consisten en crear una relación de intimidad y de confianza entre las lectoras y la revista que para tal fin se ubica en el lugar de “amiga”. Sostenemos que estos últimos recursos a nivel de los enunciados locales aseguran la efectividad de las estrategias del diseño a nivel más global.

### 3. Resultados del análisis

#### 3.1. COSMOPOLITAN, JULIO 2013

##### 3.1.1. Estrategias de conversacionalización desde el diseño

El soporte papel y la periodicidad mensual limitan el intercambio día a día que permite el soporte digital: la redacción convoca a sus lectoras a enviar colaboraciones y recién al mes siguiente estas aparecen publicadas.

Las primeras cinco secciones están estructuradas en función de las colaboraciones de las lectoras:<sup>7</sup> *Cartas y e-mails* (pág. 26); *Entre vos y yo* (pág.28); *El staff de Cosmo responde: ¿Qué es lo que más te gusta del invierno?*<sup>8</sup> (pág.30); *Confesiones* (pág.36); *Socorro. Consejos de nuestro gurú Ky Henderson* (pág.38).

Además, la sección *Sexo&Pareja Hot* contiene varios artículos conformados por relatos de experiencias o consultas de las lectoras: *Cómo resolví un problema sexual*; *Respuestas a las preguntas que sólo podés plantearle a Cosmo* (pág. 128).

Desde el punto de vista del diseño de estas secciones, la revista destaca la voz de las lectoras con diferentes recursos tipográficos: tamaños de letra, colores, fondos, recuadros y la tipografía misma funcionan como diferenciadores.<sup>9</sup> Consideramos que estos son recursos que, desde el diseño, señalan la presencia de esas voces ajenas a la revista.

En la sección *El staff de Cosmo responde*, se destacan las respuestas del equipo editorial en letra manuscrita: como si, sobre el listado institucional, cada integrante del equipo hubiera respondido escribiendo a mano, con tinta azul la respuesta a la consigna del mes. Con esta estrategia, la revista aparenta cierta igualdad ante la situación de confesión de gustos e intimidades que pretenden ser manifestaciones hechas por sus lectoras. Como veremos, estas estrategias se complementan con los recursos de la enunciación.

### 3.1.2. Estrategias de conversacionalización desde la enunciación

La estrategia principal de la revista consiste en sostener una doble posición de enunciación: por un lado, al comienzo de cada nota, una enunciativa que se identifica con un *nosotras* inclusivo (“las mujeres”) para generalizar el asunto o problema que se está planteando –como problema común, compartido– pero en los enunciados siguientes, esta posición se desplaza hacia la segunda persona del singular para pautar lo que siente, piensa, hace y deberá hacer la lectora.

[1] *Ya cruzamos la mitad del año y el invierno está desplegando su encanto. ¿Sos de las que protestan por la baja temperatura?* (pág. 28).

[2] *Sí, nosotras también eyaculamos* (pág. 136).

Por otro lado, de modo complementario, también aparece un uso excluyente de la primera persona del plural equivalente a nosotros –la redacción desde donde se detenta el saber o el poder<sup>10</sup> para solucionar el problema planteado. De esta manera, la mayor parte de las notas de la revista poseen una estructura pseudo conversacional en la cual la redacción, como un conjunto, interpela a sus lectoras de manera individual. Esta estructura se refuerza con dos estrategias que van más allá del dispositivo de enunciación: una, vinculada a las formas de tratamiento<sup>11</sup> y otra, la presuposición de que los temas tratados forman parte de la esfera de intereses de cada lectora.

[3] *Te mostramos las más lindas pieles de imitación* (pág. 28).

[4] *Respondemos a tus dudas más frecuentes sobre belleza* (pág. 94).

Desde esta posición de “amiga experta” que la redacción construye como lugar de enunciación (Verón 1985),<sup>12</sup> puede formular órdenes directas a sus lectoras: se dirige a ellas casi siempre en modo imperativo sin modalizaciones ni paráfrasis:

[5] *Decodificá sus citas favoritas* (pág. 59).

[6] *Evitá mandarle mensajes de texto como los siguientes...* (pág. 59).

Decimos estructura pseudo-conversacional no sólo por la recurrencia en el uso de imperativos de parte de la redacción sino porque, al contrario de lo que sucede en la conversación, el uso de la segunda persona del singular nunca se corresponde con el uso de la primera persona del singular, prototípica del diálogo (*yo-vos*),<sup>13</sup> la forma más recurrente es *nosotras-vos*. Tampoco se registran formas en segunda persona plural, *ustedes*: nuestras lectoras. Como consecuencia, el supuesto diálogo se da siempre de manera asimétrica: *Cosmo* (un equipo) y una sola lectora. Las consecuencias ideológicas de esta estructura son fuertes: los problemas son comunes, los diagnósticos (las clasificaciones) y las soluciones son individuales. La redacción se dirige a cada lectora en particular como si nada tuviera que ver con las demás mujeres. El diálogo entre amigas no es más que un simulacro de horizontalidad. Parafraseando este esquema, resultaría: “A nosotras nos suele pasar esto, vos hacés aquello (pero te equivocás). Entonces, nosotros te decimos cómo deberías hacerlo/evitarlo”. De este esquema a la charla informal entre amigas hay una enorme distancia.

Sin embargo, las destinatarias suscriben este pacto de lectura (Verón 1985) que propone la revista: en la sección *Cartas y e-mails*, por ejemplo, las lectoras se dirigen a la redacción alternativamente como *Cosmo* o, *chicas lindas*, *chicas de Cosmo* o *amigas de Cosmo*.



Imagen 1: *Cosmopolitan* - Estrategias de conversacionalización

### 3.2. MUJERSEDEMIEDAD.COM, JULIO 2013

#### 3.2.1. Estrategias de conversacionalización desde el diseño

Esta revista se publica desde enero de 2011 de manera gratuita en formato digital. Si bien contiene las secciones habituales de este tipo de revistas (moda, salud, belleza, cocina, decoración, etc.) el soporte de la publicación es un blog,<sup>14</sup> es decir, una página web que constituye una publicación periódica, en la que las entradas más recientes, se visualizan primero. Como cualquier página de Internet, el acceso es libre y gratuito pero los blogs permiten además

la participación de los lectores. Esta participación es restringida en dos sentidos: porque solo pueden participar las lectoras registradas y porque solo pueden hacerlo en las secciones que el administrador disponga para tal fin. Estas colaboraciones pueden ser de diversos tipos: información, comentarios, enlaces a otras páginas, fotos, videos, etc. El administrador de la página también puede subir actualizaciones extraídas de otras páginas.<sup>15</sup>

En el caso de la revista *mujeresdemiedad.com*, estas posibilidades están explotadas al máximo: no sólo colaboran las lectoras escribiendo secciones completas –*Historia del día, Yo opino, Yo soy*– sino que también tienen la opción de incluir comentarios en las secciones que tradicionalmente poseen las revistas femeninas. Además, en la mayor parte de estas secciones los artículos están tomados de otras publicaciones especializadas:

- [7] *Belleza: ¡a cuidar el contorno de los ojos!* Fuente: [HOLA.com](#)
- [8] *Amor: consejos para buscar pareja.* Fuente: [Discovery mujer](#)
- [9] *Recetas: sopa crema de queso.* Fuente: [Actitud Fem](#)

Con respecto al diseño, la página principal de la revista posee un encabezado horizontal en el que figuran el nombre y el logo y más abajo, los botones para ingresar a las secciones:

*Inicio-Mujeres-Amor-Belleza-Cocina-Deco-Moda-Vida sana-Salud-Yo soy*

Desde el punto de vista gráfico, las secciones a cargo de las lectoras se destacan especialmente de las demás desde el menú: el botón de *Mujeres* se despliega en un menú que ofrece historias por décadas: *Mujeres de 20, Mujeres de 30, etc.* El botón *Yo soy*, si bien no contiene un menú propio es el único de color rojo.



Imagen 2: *mujeresdemiedad.com* - Estrategias de conversacionalización

Hasta aquí y desde la perspectiva del diseño general de la publicación y las características del soporte, *mujeresdemiedad* parece suponer, más instancias de intercambio que *Cosmopolitan*. De todos modos, así como afirmamos que



en el caso de *Cosmo* se trataba de una pseudo-conversación, en este caso decimos que se trata de un intercambio, porque entendemos que una instancia no necesariamente implica la otra.

### 3.2.2. Estrategias de conversacionalización desde la enunciación

Ya desde el nombre, la publicación asume la voz de otro/a a través del uso del posesivo en primera persona del singular. Sin embargo, en la presentación establece una relación entre *nosotros* (la redacción)-*vos / ustedes* (las mujeres lectoras-colaboradoras).

[10] ¡Bienvenidas a “mujeresdemiedad”!

*Queremos que sea un espacio donde puedas relajarte y reírte como en el mejor café con amigas después de un día de mucho trabajo.*

*Donde puedas compartir TU historia con el resto de las mujeres que están viviendo lo mismo que vos.*

*Vamos a proponer diferentes temas todos los días para que cada Mujer columnista opine. No es lo mismo la de 20 que la de 30, 40, 50 o 60 años. Mirá las diferencias de opinión, los sueños, fantasías y realidades según la edad.*

*Agarrá tu mejor taza con té o café, algún bocadito dulce y recorré este espacio pensado para vos.*

*Te invitamos a que te presentes en el sitio y nos cuentes TU HISTORIA, tu edad, de dónde sos, tus sueños y todo lo que desees compartir con nosotras dejando un comentario aquí abajo.*

*¡Bienvenidas Mujeres!* (Fuente: <http://test.mujeresdemiedad.com/mujer-de-20/post/bienvenidos-a-mujeres-a-medida>, consulta 31-7-14).

En este caso, a diferencia de *Cosmopolitan*, no se hace presente la forma inclusiva de la primera persona del plural (*nosotras*, las mujeres). Si bien la redacción se ubica en una posición neutra respecto al género y excluyente respecto de las lectoras, no se posiciona en el lugar de la orden directa respecto de “qué hacer” sino en el acto de la invitación: el imperativo se restringe a crear una situación de charla. Las formas en segunda persona alternan en singular y en plural: las lectoras son interpeladas como singularidades pero también como colectivo. Quizás sea esta la razón por la cual la mayor parte de los intercambios *yo-vos* se dan entre lectoras, ya sean narradora-comentadoras o bien comentadoras-narradora. Desde el lugar de la enunciación se propicia este intercambio presuponiendo en este caso, no una serie de problemas comunes –como en *Cosmo*– sino la afinidad de intereses y problemas entre las lectoras por el solo hecho de pertenecer al mismo grupo de edad. En términos de Tabachnik (2012), esta propuesta se adecua a las características de las comunidades virtuales en las que el “vínculo comunitario se sostiene en la ficción de una homogeneidad sin fisuras” (Tabachnik 2012: 19).

Otra diferencia respecto de la revista impresa es que las formas verbales en imperativo no se relacionan con el deber ser/deber hacer sino con la instancia

de lectura de la revista, asociada con una situación placentera, relajada, de charla entre amigas.

- [11] *Agarrá tu mejor taza con té o café, algún bocadito dulce y recorré este espacio pensado para vos.* (Fuente: <http://test.mujeresdemiedad.com/mujer-de-20/post/bienvenidos-a-mujeres-a-medida>, consulta: 31-7-14).

Las formas de tratamiento en general siguen la pauta rioplatense del voseo (ver nota 13) aunque muchos artículos y colaboraciones provienen de otros países de manera que en muchas notas prevalece también el tuteo.

- [12] *Animate a compartir tu historia.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/yo-soy>, consulta: 31-7-14).
- [13] *Te invitamos a que te presentes en el sitio y nos cuentes tu edad, de donde sos.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/yo-soy>, consulta: 31-7-14).
- [14] *Si tienes las caderas prominentes, no puedes perderte esta nota.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/modatips-para-esconder-las-caderas>, consulta: 31-7-14).

Más allá de las diferencias y pese a que el análisis revela que la conversacionalización no es equivalente a conversación cara a cara, debemos reconocer cierto éxito en la aplicación de estos recursos tanto en *Cosmopolitan* como en *mujeresdemiedad.com*, en tanto logran que las lectoras a) efectivamente colaboren en las secciones, b) reconozcan en estas revistas un espacio propicio para hacerse escuchar, como si se tratara de una charla entre amigas, tal como lo reconocen en las secciones de cartas, agradecimientos, etc. y c) aprovechen estos lugares para narrar sus experiencias personales.

En el ejemplo 15, una lectora se expresa de la siguiente manera:

- [15] *Yo espero que en este foro encuentre quien me escuche y me de consejos de cómo seguir adelante* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/rosaura-sola-y-triste-consejos>, consulta: 31-7-14).

Este último punto es el que nos va a ocupar la última sección de este trabajo.

#### 4. Las secciones narrativas

Como vimos en la sección introductoria, las estrategias de conversacionalización tienen como efecto secundario, la presencia en ambas publicaciones de estructuras narrativas. Esta particularidad se debe precisamente a que uno de los objetivos de estas estrategias es darles la palabra a sus lectoras, simulando una charla entre amigas, como si las participantes tomaran su turno en la conversación; de modo que se espera que ese marco de interacción, si es reconocido como tal por las participantes, también facilite una forma típica de la conversación como lo son estas anécdotas personales.<sup>16</sup>

La extensa bibliografía sobre este tipo de narrativas<sup>17</sup> coincide en confirmar tanto sus aspectos formales específicos como su naturaleza conversacional.<sup>18</sup> Las observaciones de Labov y Waletzky (1967) a partir de narrativas elicidadas contribuyeron fundamentalmente al reconocimiento de su organización formal interna. Sin embargo, en las últimas décadas, los analistas—entre ellos el propio Labov— han focalizado sus descripciones en la estrecha relación de dependencia que tienen las estructuras narrativas con el contexto local de interacción y en la importancia del rol jugado por las estructuras de participantes en su producción y recepción (De Fina y Georgakopoulou 2012). Nuestro interés en esta sección es mostrar de qué manera las narrativas de las lectoras-colaboradoras responden al marco de *conversacionalización* impuesto por cada revista. En el análisis que sigue veremos cómo estas producciones se adaptan a ese contexto, presentando, en algunos casos, características que las asemejan a las narrativas canónicas típicas de contextos de interacción altamente estructurados (Labov 1997) y en otros, rasgos conversacionales propios de la interacción espontánea cara a cara (Tripp y Küntay 1997), aun cuando sus autoras no estén participando de una conversación real.

#### 4.1. COSMOPOLITAN, JULIO 2013

Íntegramente compuesta por cuatro narrativas atribuidas a lectoras,<sup>19</sup> la sección *Confesiones* propone a las lectoras “compartir historias picantes y algunos papelones” (pág. 36). Podría decirse que con este tipo de consignas la redacción está regulando la narratividad (Labov 1997 y 2013) de las historias a los tópicos editoriales más frecuentes en esta revista (sexo, hombres, pareja, otras mujeres). En términos de Labov, la narratividad es la característica de la narrativa que determina el interés que pueda tener ésta para la audiencia y, por ende, justifica la acción de narrarla. En este caso, las colaboradoras deberán seguir las temáticas propuestas si desean contar sus experiencias. Asimismo, la selección de las historias por parte de la redacción—según su adecuación al tópico propuesto— ofrece a las narradoras la seguridad de no ser sancionadas por eventuales trasgresiones al límite superior de lo narrable (Norricks 2005), condición que obviamente dista de asemejarse a la negociación de ese límite por parte de los participantes en contextos conversacionales reales. Sin embargo, esto no significa que estas narradoras estén exentas de cumplir con el requisito básico de hacer que su narrativa sea lo suficientemente interesante para la audiencia (en este caso, las otras lectoras) y así, justificar la acción de relatarlas. El logro en una conversación cara a cara sería “ocupar más espacio social que otros en el intercambio conversacional y lograr la reasignación automática del rol de narrador” (Labov 1997: 50) pero aquí el éxito consiste en que la historia sea elegida y publicada. Dentro de este contexto altamente restrictivo, las historias no surgen espontáneamente de la conversación sino que son elicidadas mediante las estrategias de conversacionalización de la revista y se asemejan

estructuralmente a las narrativas canónicas surgidas en contextos de entrevista, las que “frecuentemente se presentan como monólogos descontextualizados de la conversación” (Labov 1997: 46).

Las características más evidentes de estas historias son, por una parte, que presentan un Evento Más Narrable<sup>20</sup> claramente identificable (que la revista se ocupa de destacar con títulos sugerentes tales como *Crucero del amor*, *Flashdance en topless*) y que contienen todas las partes obligatorias de la Narrativa Canónica. El desarrollo del Evento Más Narrable es breve: aunque la redacción no especifica cantidad máxima de palabras, las secciones de orientación, nudo, evaluación y desenlace se desarrollan en unas pocas cláusulas. Las más extensas incluyen también una coda, sumando en total no más de quince cláusulas en cada narrativa.



Imagen 3: narrativa de la sección *Confesiones*

Por otra parte, se observa una ausencia de rasgos conversacionales dentro de la narrativa, especialmente en el tipo de evaluación utilizada por las narradoras. Labov y Waletzky (1967) explican que la sección de la evaluación —típica de las narrativas de experiencia personal— desempeña la función de revelar la actitud del narrador hacia su propia historia. Una característica de las cláusulas que cumplen dicha función es el grado de inclusión de la evaluación, que puede manifestarse formalmente desde un tipo más integrado a la historia —a través de recursos como los intensificadores lexicales o el discurso directo, por ejemplo—, hasta evaluaciones externas a la narrativa. En contextos interaccionales cara a cara, la evaluación externa es el recurso que manifiesta más claramente la naturaleza conversacional de toda narrativa, ya que permite al narrador suspender el relato de los hechos para evaluarlos frente al oyente desde el presente de la enunciación, muchas veces recurriendo al uso del tiempo verbal presente y a las formas pronominales personales deícticas (Labov y Waletzky 1967 y Labov

1972, Silva Corvalán 1987). Pero, como se puede apreciar en los siguientes ejemplos, las narrativas de las lectoras de *Cosmo* presentan exclusivamente variantes de la inclusión interna.

En los ejemplos 16 y 17 se observan casos de evaluación interna por la acción en las cláusulas del nudo:

[16] *Mi chico me desafió / a que lo hiciéramos ahí* (C.d.6-7).<sup>21</sup>

[17] *No tuvimos otra opción que actuar como desconocidos* (C.b.15-16).

Los ejemplos 18 y 19 muestran casos de evaluación interna por la acción y/o evaluación definida semánticamente:

[18] *Terminamos chapando* (C.b.9).

[19] *Me tapé rápido las lolas con las manos* (C.c.11).

En los ejemplos 20 y 21 se hace énfasis en la coda:

[20] *Compartir los siguientes días con él fue reavergonzante* (C.a.11).

[21] *¡Quedé totalmente traumatada!* (C.c.14).

Ahora bien, aunque carecen de marcas conversacionales, las historias que aportan las lectoras terminan formando parte de una suerte de interacción. Las estrategias de conversacionalización que las convocan también son utilizadas por la revista para armar el simulacro de charla entre mujeres que describimos en los apartados anteriores. Observemos este procedimiento en el ejemplo del titular de la sección *Sexo&Pareja Hot*:



Imagen 4: Titular de la primera página de la sección *Sexo&Pareja Hot*

La primera persona del singular y las comillas remiten a una voz que no es la de la revista sino la de una supuesta lectora/colaboradora que ha superado la prueba de narratividad requerida para esta nota: contar su propia experiencia sobre una solución eficaz a un problema sexual. En la bajada del título, aparecen las órdenes –ahora sí de la revista– interpelando a las otras lectoras que

aún no han resuelto su problema, a participar leyendo “lo que hicieron otras”. Esta última referencia en plural indica que, a pesar del singular, la primera persona del título en realidad representa a un conjunto de lectoras que han logrado el éxito (tanto en resolver su problema sexual como en ser elegidas por la redacción). De este modo, quedan delimitados los roles del intercambio: por un lado, las narradoras exitosas y poseedoras de un saber y por otro, las que ocuparán el lugar de receptoras de ese saber. Presentado así, este intercambio adopta la forma de una exhibición, de un muestrario de historias con alto grado de narratividad, en el que las mejores ocuparán un lugar de privilegio en el diseño de la nota.



Imagen 5: segunda página de la sección *Sexo& Pareja Hot*

Como puede observarse en la segunda página de esta sección, los diferentes recursos de diseño ponen en competencia varios testimonios que son destacados con las marcas gráficas de tamaño de letra, destacado, color, negrita (en ese orden de importancia). Cada una de estas historias desarrolla la afirmación del título y ofrece soluciones de distintos grados, según los límites superior e inferior de narratividad propuestos por la redacción.

Resumiendo, las historias de las lectoras que incluye la revista presentan rasgos estructurales similares a la narrativa de experiencia personal prototípica que responderían a la simulación de ciertos contextos conversacionales “entre chicas”. Sin embargo, los textos resultantes no constituyen auténticas narrativas conversacionales. Como consecuencia de la conversacionalización impuesta por la revista, se presentan “como si lo fueran” pero adoptando características más cercanas al perfil editorial que se intenta promocionar, como veremos en el apartado “Imagen de la mujer”. De este modo, se constituyen en textos “híbridos” (Fairclough 1993a), típicos de los procesos de apropiación de las prácticas discursivas interpersonales privadas por parte de los ámbitos públicos.

## 4.2. MUJERESDEMIEDAD.COM, JULIO 2013

La sección *Yo soy* propone un espacio de participación e intercambio que se inicia con la elección y publicación por parte de la redacción de *La historia del día* y se sostiene con las intervenciones de cada usuaria, las cuales pueden adoptar tanto la forma de comentarios evaluativos como de otras narrativas de experiencia personal.



Imagen 6: Sección *Historia del día*



Imagen 7: Intervenciones de las usuarias en la sección *Historia del día*

En el espacio que ofrece esta sección, las lectoras/usuarias tienen una libertad mayor para la extensión y los tópicos de las narrativas y los comentarios, dado que no aparece del todo definido cuál es el criterio de selección de

las historias. Esta característica se evidencia claramente en la amplitud de la consigna editorial:

[22] *Te invitamos a que cuentes TU historia, tu edad, de dónde sos, tus sueños y todo lo que desees compartir con nosotras...*

A diferencia de lo que analizamos en *Cosmo*, los límites de la narratividad parecen depender escasamente de las restricciones temáticas de la redacción y, en cambio, mucho más de la aceptación de las historias por parte de las mismas lectoras. Efectivamente, observemos que la página contiene el recurso de ranquear las historias más votadas y las más comentadas, aplicación que facilita a las lectoras-narradoras la elección de temas acerca de los cuales desean intervenir. Del mismo modo, si bien los productores del blog eligen la historia del día, ésta funciona tan sólo como un disparador de sucesivas interacciones únicamente reguladas por sus propios participantes. En este esquema comunicativo, si bien depende del soporte técnico y en gran medida está controlado por la redacción de la revista, se recrean ciertas características propias del intercambio de narrativas y comentarios en la conversación cara a cara. De acuerdo con nuestra hipótesis inicial, tanto las estrategias de conversacionalización del diseño como las de la enunciación estarían promoviendo un uso pseudo-conversacional de la sección.

En el siguiente ejemplo se puede observar cómo se inicia un intercambio a partir de la convocatoria de Malen, la narradora elegida del día, quien en el cierre de su propia narrativa propone a otras interlocutoras virtuales que aporten al tópico introducido por ella con sus historias:

- [23] *Me gustaría saber las historias de otras mujeres en situaciones similares a la mía, y compartir nuestros sentimientos, dudas, miedos y alegrías!!* (M.a.23. Malen, 42, cuenta una relación con un hombre menor que ella).
- [24] *Hola malen!! Yo estoy pasando por algo parecido (...)* (M.a.a<sup>22</sup> 1-2. Mujer, 42, responde/se identifica con Malen).
- [25] *Malen, me pasa exactamente lo mismo (...)* (M.a.b.1. Mujer, responde/se identifica con Malen).

Un rasgo característico de estos intercambios es que la narradora inicial suele plantear un problema:

[26] *aunque me gustaría poder vernos más seguido, sé que no podríamos tener una relación "formal"* (M.a.19).

Luego, ese planteo es retomado en las colaboraciones de las otras participantes con historias similares. Estos comentarios suelen tomar la forma de evaluaciones y codas que aportan consejos o afirmaciones acerca de la situación en común:

[27] *solo disfruto cada instante con él y es maravilloso* (M.a.a.26-27).



[28] *Continuá con lo tuyo!!!!!!* (M.a.b.15).

[29] *Es increíble cómo se disfruta mucho mejor la vida con alguien así a tu lado* (M.a.b.16)

Podemos observar que, de modo similar al de muchas situaciones conversacionales, la historia de Malen invita a otras historias relacionadas, tal como ilustran para las narrativas orales Tripp y Küntay (1997) y De Fina y Georgakopoulou (2012), entre otros. El ejemplo que acabamos de describir corresponde al caso de las denominadas “narrativas problemáticas”, en las que el narrador presenta una situación abierta (M.a.19) e invita a la audiencia a participar en las posibles resoluciones (M.a.23.). Por una parte, es típico de las conversaciones de sobremesa y en general, la presentación de un problema a través de la narrativa que incita a finales potenciales que son co-construidos por los participantes (Tripp y Küntay 1997: 17).

Por otra parte, uno de los recursos más frecuentes en la construcción de estas historias es la evaluación externa. Mientras que en el análisis de las narrativas de *Cosmopolitan* este tipo de evaluación estaba completamente ausente, aquí funciona como la clave de contextualización<sup>23</sup> de la situación comunicativa y de la relación que se establece entre las interlocutoras, que contribuyen al sostenimiento del intercambio.

Veamos en los siguientes ejemplos, extraídos de dos narrativas que conversan entre sí, las conexiones que se establecen a través del uso del tiempo verbal presente, del deíctico de segunda persona, de la implicatura convencional y del uso generalizador del pronombre de segunda persona:<sup>24</sup>

[30] *Sé que es una locura / que es una relación que no tiene futuro...* (M.a.20-21).

[31] *y puedo decirte que comenzamos una relación hermosa* (M.a.a.15).

[32] *yo tampoco pienso mucho en el futuro* (M.a.a.25).

[33] *al principio, te detienen muchas cosas, para llevar una relación así* (M.a.a. 20).

Entre los recursos de este tipo que puede utilizar el hablante se encuentra la evaluación explicativa, mediante la cual el narrador describe desde su punto de vista acciones y hechos que no son familiares al oyente (Labov 1972). Por lo tanto, funcionan también como evaluaciones externas dirigidas al interlocutor y como claves para la interpretación. Este elemento evaluativo está en general asociado a la asignación de culpa y elogio (Labov 1997) de los protagonistas de la historia contada. En esta suerte de clasificación de los hechos y de los personajes, el narrador se adelanta con sus explicaciones a la audiencia y “la induce a ver el mundo a través de sus ojos” (Labov 1997: 53). La presencia de estas evaluaciones en el corpus de narrativas de *mujeresdemiedad.com* evidencia que las narradoras reconocen un contexto interaccional en el que sus narrativas tienen lugar y que, en el esfuerzo por construir una imagen de sí mismas frente a las demás interlocutoras, despliegan recursos similares a los utilizados en charlas informales entre interlocutoras conocidas.

- [34] *Yo tengo muy claro las limitaciones de esta relación/ por su edad / porque sus estudios, mi trabajo y mi familia...* (M.a. 15-17).
- [35] *Me costaba dar clases / porque, era insegura y muy tímida* (M.c.6-7).

A pesar de que las historias son parte de intercambios mediatizados y diferidos, sigue siendo relevante que las narradoras justifiquen los hechos o las propias acciones frente a un público potencialmente solidario o sancionador. En el siguiente ejemplo, la narradora plantea un dilema entre irse a vivir con un hombre o quedarse en su casa con su hijo de 23 años, adelantándose a una supuesta objeción de alguna interlocutora con su propia explicación:

- [36] *Y por otro lado, no quiero dejar mi casa y mi hijo /Sé que es grande / pero es mi familia* (M.b. 17-19).

En efecto, esta historia recibe respuestas/comentarios encontrados acerca de la posible decisión a tomar, sus fundamentos y sus consecuencias:

- [37] *No estás dejando a tu hijo...estás tratando de ser feliz...* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/cristina-con-un-dilema-que-pone-en-juego-su-felicidad#comments>, consulta: 31-7-14)
- [38] *La relación madre-hijo es la más pura y permanente que tenemos en la vida...* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/cristina-con-un-dilema-que-pone-en-juego-su-felicidad#comments>, consulta: 31-7-14)

La presencia de estas características formales propias de la narración oral en contexto conversacional parece indicar que estas narrativas son sensibles y se adecuan a las condiciones creadas por las estrategias de conversacionalización que les dan lugar. Esas condiciones son algo distintas a las que vimos anteriormente en *Cosmopolitan* fundamentalmente porque facilitan la aparición de formas, como la evaluación externa, que funcionan como claves de contextualización para el reconocimiento de la situación comunicativa. En este sentido, los textos resultantes aparecen también como híbridos pero porque incorporan rasgos de la oralidad al tiempo que pueden mantener algunas características del intercambio epistolar. Esto se hace evidente en las cláusulas de inicio y especialmente en las de cierre, en donde alternan fórmulas coloquiales del código oral y del código escrito que, sin embargo, conservan su valor de señalización<sup>25</sup>:

- [39] *Fue un gusto, hasta pronto* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/azucena-aprender-a-ser-feliz-con-lo-que-uno-tiene>, consulta 31-7-14).
- [40] *Gracias, saludos a todas* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/marcela-en-busca-de-encuentros>, consulta 31-7-14).
- [41] *Toda la suerte del mundo!!!* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/malen-amor-por-internet>, consulta 31-7-14).
- [42] *Buena vida para todas, mujeres.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/jacqueline-con-cicatrices-de-por-vida>, consulta 31-7-14)

## 5. *La imagen de la mujer*

En trabajos anteriores (Zullo 1999, 2009, 2011) hemos logrado concluir que las revistas femeninas comparten, además de una destinación recortada por género –rasgo que, en general, no comparten con otras publicaciones–, una intencionalidad específica y explícita del orden del deber ser con respecto a determinadas áreas de la vida privada: cuestiones estéticas respecto del cuidado y arreglo del propio cuerpo, prácticas reparadoras o preventivas sobre el mismo, conductas y comportamientos en determinados contextos sociales y en relación a determinados roles. En general, estas cuestiones aparecen articuladas sobre el eje de lo lindo/feo; lo que se usa o no se usa; lo correcto/incorrecto; lo bueno/malo para las propias usuarias. Estos ejes se reproducen en las secciones a cargo de las lectoras, tanto en las narrativas como en los comentarios a dichas secciones en *mujeresdemiedad.com*. Estas valoraciones establecen también determinados modos o estilos de ser mujer. De esta manera, se produce una relación especular entre la imagen que las revistas producen de sus lectoras y la imagen que sus lectoras proveen de sí mismas y si bien estos modelos no son completamente homogéneos, en cada revista predominan algunos y no otros:

### 5.1. COSMOPOLITAN, JULIO 2013

La lectora ideal, en este caso, aparece explícitamente: es *la chica Cosmo*. Independiente, solitaria, autosuficiente y autocomplaciente. No depende de los demás, quiere progresar en términos laborales y económicos, busca cierto nivel de compromiso con su pareja (siempre tiene pareja y obviamente es heterosexual), pero no tanto: desde la revista nunca se habla de convivencia ni de hijos. Todas sus actividades incluyen alguna instancia de consumo y de seducción y por eso, debe verse constantemente espléndida. Es competitiva con otras mujeres, incluso algunas de ellas –como las jefas– pueden transformarse en un obstáculo a sortear. Aspira a tener un control total de su chico y descubrir sus más recónditos secretos. El límite a su independencia total es la misma revista que es, en definitiva, la única garante para hacer las cosas bien. Paradójicamente, la única forma de ser realmente independiente es depender de las lecciones de la redacción.

Estos rasgos comunes en las notas, reaparecen en la voz de las protagonistas de las narrativas. Frente a los tópicos que propone la revista, se definen por la acción: son protagonistas, atrevidas, llaman la atención, participan activamente de situaciones picantes o resuelven solas un problema sexual.

[43] *Como mi chico no era muy creativo en la previa / le propuse un juego* (Pág.129).

Sus acciones están enmarcadas por cláusulas de orientación que describen los ámbitos en que se llevan a cabo y que incluyen pautas de consumo y hábitos asociados típicamente a los miembros de los sectores socioeconómicos privilegiados:

[44] *El edificio en el que vivo tiene un salón con jacuzzi* (Pág. 36).

[45] *La hermana de mi novio cumplió 20 / e hizo una fiesta en el country* (Pág.36).

## 5.2. MUJERESDEMIEDAD.COM, JULIO 2013

Las notas de la revista construyen un modelo más tradicional de mujer: cuidada en su aspecto físico, no deja por ello de prestar atención a su casa ni a sus hijos: las entradas de “cocina” y “manualidades” son prácticamente diarias. Si bien incluyen notas sobre pareja y sexualidad, también contemplan la posibilidad de estar solas. Sin embargo, la casa, la cocina y los hijos parecen ser sus bienes inalienables en todos los casos.

Las protagonistas de las historias plantean problemas y crisis serias que exceden lo anecdótico y circunstancial. Una vez planteado este clima de seriedad –en general a través de las cláusulas de orientación–, solicitan opiniones de otras mujeres lectoras. En general, el relato seguido de un pedido de ayuda o consejo suscita diversos tipos de actos de habla (desde la simple declaración de solidaridad a la recomendación directa o a otras narraciones) pero por sobre todas las cosas, promueve la valoración de los sucesos o estados que motivan el relato central: si un divorcio estuvo bien o mal, si encarar una carrera después de los 50 es o no posible, si intentar buscar pareja por Internet es adecuado o inadecuado, etc. De la misma manera que la revista establece modos correctos de hacer cosas de mujeres, las lectoras siguen el esquema. El problema es que no todas comparten los mismos valores y muchas veces ante un mismo relato, las opiniones y clasificaciones son contradictorias. En las narrativas del corpus muchas veces las mujeres si bien son protagonistas –a diferencia de *Cosmopolitan*–, se construyen como pacientes de las acciones de los demás que las afectan y utilizan predominantemente procesos mentales o psicológicos en los que son experimentantes:

[46] *Mi marido me dejó por otra mujer.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/rosa-maria-empezar-de-cero>, consulta: 31-7-14).

[47] *Hay momentos en que todo se derrumba y no veo más que la oscuridad.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/rosa-maria-empezar-de-cero>, consulta: 31-7-14).

[48] *Él no tiene ningún derecho a hacerme esto.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/luciana-encerrada-en-su-propio-hogar>, consulta: 31-7-14).

También se juzgan a sí mismas y a los hechos a través de evaluaciones por la acción verbal:

[49] *sin embargo me repito que soy una afortunada en poder trabajar, a pesar de la edad.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/azucena-aprender-a-ser-feliz-con-lo-que-uno-tiene>, consulta: 31-7-14).

[50] *Es mucho lo que tengo, me digo cuando la tristeza quiere visitarme.* (Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/azucena-aprender-a-ser-feliz-con-lo-que-uno-tiene>, consulta 31-7-14).

[51] *y vivo diciéndole a él que tiene que buscarse una pareja más joven, de su edad.*  
(Fuente: <http://www.mujeresdemiedad.com/ana-cambio-de-vida-a-raiz-de-un-infarto>, consulta: 31-7-14).

Podemos observar, entonces, que a partir de las pautas de cada una de las propuestas editoriales y de las colaboraciones de las lectoras, se va construyendo una imagen de mujer que se retroalimenta en cada número, en el caso de *Cosmo*, y en cada entrada de blog, en *mujeresdemiedad.com*. En la primera, a través de la promoción de un determinado estilo de vida ligado a cierto nivel socio-económico definido fundamentalmente por determinadas pautas de consumo que, se supone, las lectoras poseen o desean alcanzar. En la segunda, a partir de un fuerte presupuesto de que la clasificación de las mujeres según franjas etarias por decenios facilita el intercambio de experiencias, gustos y opiniones.

## 6. Conclusiones

Elegimos analizar las ediciones de julio 2013 de dos revistas para mujeres relativamente nuevas en el mercado pero bien distintas en todo sentido. Pese a las diferencias, hemos puesto en relieve dos fenómenos concomitantes en ambas y novedosos en este tipo de publicaciones: la aparición de estrategias de conversacionalización junto con la presencia de colaboraciones de las lectoras en forma de narrativas de experiencia personal.

Gracias al análisis, logramos describir a través de qué recursos la redacción de cada revista logra construir una relación con sus lectoras bajo el formato de un simulacro de conversación. En efecto, la conversacionalización está lejos de la conversación cara a cara. Más bien, presenta una oportunidad para que las lectoras se muestren ante la revista y ante las demás lectoras con diversos fines.

También vimos en qué medida, este simulacro se reproduce a nivel de las narraciones aportadas por las mismas lectoras. Las marcas de la conversación espontánea o bien están ausentes o bien se entrecruzan con formas típicas del género epistolar.

En este sentido, los relatos resultan doblemente exitosos: por un lado, porque resultan funcionales a las estrategias de conversacionalización que proponen las revistas sosteniendo el simulacro de diálogo, proximidad y confianza. Esta funcionalidad viene a confirmar análisis anteriores que demuestran hasta qué punto las narrativas son sensibles al contexto (véase al respecto Tripp y Küntay 1997). Y por otro, porque las lectoras en estos relatos construyen imágenes de sí mismas acordes al lugar que les asigna la publicación. Como consecuencia de esta operación, y pese a que ambas revistas plantean modelos diferentes de mujeres-lectoras, en ambos casos la respuesta se vuelve especular respecto de dichos modelos: cada revista recibe la colaboración de la lectora adecuada. Los principios clasificatorios que

le dan razón de ser a cada publicación no sólo siguen vigentes sino que se ven confirmados en cada colaboración. De este modo, las transformaciones registradas a nivel de la práctica discursiva (Fairclough 1993a) no parecen tener un correlato a nivel de las representaciones sociales vigentes respecto de las mujeres. Si bien cada revista construye modos diferentes de ser mujer, los roles planteados desde el enunciador global de la redacción no parecen innovadores. Como contrapartida, hemos corroborado que las posiciones asumidas por las lectoras convertidas en fugaces colaboradoras de determinadas secciones, tampoco presentan cambios. Por el contrario, esta participación parece responder de manera coherente al modelo de mujer que cada publicación propone. En términos de la Lingüística Sistémico-Funcional, podríamos pensar que los procesos a nivel discursivo registrados a lo largo de este análisis se circunscriben más al nivel de los significados interpersonales –en términos de Halliday (1978, entre otros) que a nivel de los significados ideacionales. Esto implicaría que estamos ante un proceso de cambio en las relaciones que tradicionalmente se han planteado entre los productores-enunciadores en los medios masivos de comunicación y sus lectores, más que ante un cambio a nivel de las representaciones sociales comunicadas-compartidas. Tal vez, a largo plazo, estos cambios modifiquen las representaciones que los y las lectores/as tienen de algunos medios y sus productores.<sup>26</sup> Sin embargo, estas hipótesis necesitan ser corroboradas sobre un corpus más amplio de revistas para mujeres y tomando un período completo de, al menos, un año. No estamos en condiciones de extrapolar estas conclusiones a todas las revistas femeninas, como tampoco a todas las lectoras de este tipo de revistas. Nuestro aporte se circunscribe a los cambios que, en algunos textos expresan sutiles transformaciones en ciertas prácticas sociales. Leer revistas, colaborar en ellas. Los pequeños cambios detectados –siempre a nivel de las prácticas productoras de significados– no parecen alcanzar los modos hegemónicos de ser mujer, al menos en Argentina. Los próximos pasos de esta investigación prevén la puesta a prueba de estas afirmaciones preliminares.

## NOTAS

- 1 Se considera que la primera revista femenina en Argentina fue *El Hogar*, publicada por la familia Vigil a partir de 1904 (Fuente: Ulanovsky, 1997).
- 2 Por motivos de extensión no vamos a demostrar aquí este proceso de cambio. Sólo podemos señalar, a modo de prueba, que las dos publicaciones que tomamos aquí conviven con otras más tradicionales como *Para Ti* o *Mía*.
- 3 En esta etapa del trabajo, focalizamos el análisis en las estrategias desplegadas por la producción de cada una de las revistas. Un estudio de la recepción requeriría de un trabajo de campo que excede nuestros objetivos actuales.
- 4 Si bien es enorme la cantidad y variedad de trabajos que abordan este proceso, podemos citar entre los más recientes y acotados al estudio de los medios a: Garmnik (2009), respecto del proceso general de estigmatización y estereotipo y

- sobre la estigmatización de la mujer, Riera y Figueras Maz (2012); Flores Palacios (2005); Franquet, Luzón, Ramajo (2006); Izquierdo Iranzo (2008), entre otros.
- 5 A modo de ejemplo, ya que este proceso merecería una investigación aparte, advertimos que en los números de 2005 las secciones que publicaron colaboraciones de las lectoras eran sólo cuatro y de menor tamaño que en sus versiones actuales.
  - 6 El término proviene de la propuesta de Kress y Van Leeuwen (2006). Entendemos que en esta fase de la elaboración de un evento multimodal como es una revista, se resuelve la distribución de secciones y espacios así como también las instancias de autoría, coautoría y colaboración.
  - 7 Las primeras páginas de la revista conforman un catálogo de publicidades: recién en página 16 aparece la primera parte del sumario que recién se completa en la página 20 (las tres páginas que las separan también son publicitarias).
  - 8 En este caso, la colaboración es de los miembros del equipo de redacción.
  - 9 En *Cartas y e-mails* y en *Confesiones* la voz de la revista se destaca en títulos y apartados con fondos de color y tipografía en negrita mientras que las colaboraciones de las lectoras, se ordenan a dos columnas sobre fondo blanco en letra normal. Cabe destacar que en la sección de cartas se destaca con una tipografía diferente a las demás cartas y sobre un fondo verde la carta de un lector (varón). También, a diferencia de las demás, esta carta se presenta con un subtítulo: *Ellos nos testean*.
  - 10 Porque se trata de saberes que imparte la misma revista o bien porque detenta el poder para convocar a los especialistas capaces de plantear las soluciones adecuadas.
  - 11 Desde que *Cosmopolitan* se edita completamente en Argentina, las formas de tratamiento siguen las pautas de español rioplatense: las desinencias verbales para el voseo no siempre coinciden con las del tuteo (“tú estás” / “vos estás” vs. “tú vienes” / “vos venís”) sino con las formas originarias del vosotros. Esta transformación ha generado la acentuación aguda de muchas desinencias verbales de segunda persona que, teniendo en cuenta las formas de tratamiento españolas, deberían ser graves. Al mismo tiempo, la Real Academia Española hace una década reconoció estas formas de tratamiento informal y fijó como norma opcional la conservación del acento escrito para aquellos casos en los que el pronombre fuera enclítico (si “dejá” lleva tilde, “dejálo” también debería llevarla aun cuando viola las reglas de acentuación establecidas).
  - 12 Este lugar es tan poderoso que le permite “invadir” la vida privada de sus lectoras, sin que estos mandatos sean interpretados como tales sino como trucos y consejos de una amiga experimentada y sabía que da una respuesta frontal para todo, aun para aquellas cosas que –todavía– no constituyen problemas.
  - 13 Ni siquiera aparece esta forma pronominal en la sección *Entre vos y yo* en la que la directora de la revista –María José Grillo– presenta los contenidos de cada número.
  - 14 Según la clasificación de Shepherd y Watter (1998), los blogs forman parte de los llamados “cibergéneros novedosos” enteramente dependientes de internet como nuevo medio.
  - 15 Fuente: <http://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-blog/> consultado 19-8-2013.
  - 16 Los trabajos de Ochs y Capps (1996) y Norrick (2005), por ejemplo, describen cómo los narradores toman decisiones sobre sus relatos teniendo en cuenta el reconocimiento de la situación conversacional y los conocimientos y roles de sus interlocutores.

- 17 Sobre la importancia de las narrativas en las revistas femeninas, véase Caldas-Coulthard (1999).
- 18 Para más desarrollo de este punto, véase Norrick 2005; De Fina y Georgakopoulou, 2012.
- 19 Las narrativas analizadas se encuentran en el anexo.
- 20 El evento más narrable puede ser definido como el que es menos probable de que haya ocurrido y el que tiene mayor efecto en la audiencia, según las experiencias y las condiciones de vida de los participantes (Labov 2013).
- 21 Las referencias de notación corresponden: letra inicial, a la revista; letra siguiente, a la narrativa; numeración, al número de la/las cláusulas citada/s. Ver Anexo correspondiente al corpus.
- 22 Las narrativas de *mujeresdemiedad* muchas veces aparecen como comentario a una narrativa inicial. En estos casos, lo señalamos con una letra adicional.
- 23 Seguimos a Gumperz (1982) para entender estos recursos como parte de las características formales del mensaje a través de las cuales los participantes indican/interpretan el tipo de actividad que está teniendo lugar, cuáles son los tópicos aceptados, el estilo permitido, etc.
- 24 Tal como describe Beatriz Lavandera (1984) los pronombres de segunda persona y sus inflexiones verbales solo adoptan un significado generalizador o indefinido cuando éste deriva del contexto interaccional.
- 25 Según Gumperz (1982) el potencial de señalización de las claves es siempre una cuestión de convenciones sociales. En el caso que nos ocupa, podría considerarse hasta qué punto las estrategias de conversacionalización contribuyen en los procesos de interpretación, por ejemplo, al generar ciertas expectativas respecto de la situación comunicativa en las participantes.
- 26 Por ejemplo, pueden llegar a suponer que los medios digitales son más democráticos y/o más participativos que los medios gráficos, aunque esta participación como vimos resulte de un proceso muy complejo que se aleja bastante de la horizontalidad.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALDAS-COULTHARD, R. 1999. O picante sabor do proibido: narrativas pessoais e transgressão. *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad* 3: 87-102.
- DE FINA, A. y GEORGAKOPOULOU, A. 2012. *Analyzing narrative. Discourse and sociolinguistic perspective*. Cambridge: University Press.
- DUCROT, O. 1984. *El decir y lo dicho*. Barcelona: Paidós.
- FAIRCLOUGH, N. 1993a. *Discourse and social change*. Cambridge-Oxford: Polity Press and Blackwell Publishers.
- FAIRCLOUGH, N. 1993b. Critical discourse analysis and the marketization of public discourse of universities. *Discourse and Society* 4, 2: 133-169.
- FELIÚ-ARQUINOLA, E., DE LA GARZA, M. L., MARTÍN ROJO, L., DEL OLMO CAMPILLO, G., SARABIA BARQUERO, M., PÉREZ GÓMEZ, C., DE LOS REYES LÓPEZ, G. 1999. Decálogos comunicativos para la nueva mujer. El papel de las revistas



- femeninas en la construcción de la feminidad. *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad* 3: 31-72.
- FLORES PALACIOS, M. L. 2005. [Disponible en línea en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68720405>]. Representación de la mujer en anuncios de revistas comerciales mexicanas. *Global Media Journal* 2, 4. [Consulta: 16 de febrero de 2015].
- FRANQUET, R., LUZÓN, V. y RAMAJO, N. 2006. Mujer y medios de comunicación on-line. Un análisis de género. F. Sabés, (ed.) *Actas del VII Congreso Nacional Periodismo Digital*, pp. 94-108. Huesca: Asociación de Prensa de Aragón. Edición en CD-Rom.
- GAMARNIK, C. 2009. [Disponible en línea en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/826/727>]. Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. UNLP. *Questión. Revista especializada en periodismo y comunicación* 1, 23. [Consulta: 13 de marzo de 2014].
- GARCÍA, P. 2008. El discurso institucional de las nuevas universidades. En A. Raiter y J. Zullo (eds.) *La Caja de Pandora. La representación del mundo en los medios*, pp. 69-89. Buenos Aires: La Crujía.
- GAUDINO-FALLEGGER, L. 2000. [Disponible en línea en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/circulo/no2/gaudino-fallegger.htm>]. Notas sobre la sintaxis en los titulares de las revistas femeninas. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 2. [Consulta: 13 de marzo de 2014].
- GUMPERZ, J. 1982. *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HALLIDAY, M.A.K. 1982. *El lenguaje como semiótica social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- IZQUIERDO I. 2008. Representación de la minoría entre la minoría: relaciones inter-género e inter-étnicas en la publicidad. *Feminismols* 11: 73-94.
- KRESS, G. y VAN LEEUWEN, T. 2006. *El discurso multimodal. Los modos y medios de la comunicación contemporánea. Cuadernos de Sociolingüística y Lingüística Crítica*, 8. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- LABOV, W. y WALETZKY, J. 1967. Narrative analysis: oral versions of the personal experience. En J. Helms (ed.) *Essays on the verbal and visual arts*, pp. 12-44. Seattle: University of Washington Press.
- LABOV, W. 1972. The transformation of experience in narrative syntax. En W. Labov (ed.), *Language in the inner city: Studies in Black English vernacular*, pp. 354-396. Philadelphia: University of Washington Press.
- LABOV, W. 1997. [Disponible en línea en [www.ling.upenn.edu/wlabov/papers.html](http://www.ling.upenn.edu/wlabov/papers.html)]. *Some further steps in narrative analysis*. [Traducción y adaptación de la cátedra de Sociolingüística]. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras. UBA. [Consulta: 14 de abril de 2014].
- LABOV, W. 2013. *The language of life and death. The transformation of experience in oral narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LAVANDERA, B. 1984. *Variación y significado*. Buenos Aires: Hachette.
- NORRICK, N. 2005. The dark side of tellability. *Narrative Inquiry* 15: 323-343.

- OCHS, E. y CAPPS, L. 1996. Narrating the self. *Annual Review of Anthropology* 25: 19-43
- RAITER, A., ZULLO, J., SÁNCHEZ, K., BELLORO, V. GARCÍA, P. y SZRETTET, M. 2002. *Representaciones sociales*. Buenos Aires: Eudeba.
- RIERA, S. Y FIGUERAS MAZ, M. 2012. El modelo de belleza de la mujer en los blogs de moda. ¿Una alternativa a la prensa femenina tradicional? *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia* 7: 157-176.
- SEGURA, I. Y SELVA, M. 1984. *Revistes de dones 1846-1935*. Barcelona: Edhasa.
- SHEPHERD M. Y WATTERS, C. 1998. The evolution of cybergenres. En R.H.Sprague Jr. (ed.). *Proceedings of the 30th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 97-109. Los Alamitos, CA: IEEE-Computer Society.
- SILVA CORVALÁN, C. 1987. La narración oral española: estructura y significado. En E. Bernárdez (ed.) *Lingüística del texto*, pp. 265-292. Madrid: Arco Libros
- TABACHNIK, S. 2012. *Lenguaje y juegos de escritura en la red. Una incursión por las comunidades virtuales*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- TRIPP, S. Y KÜNTAY, A. 1997. The occasioning and structure of conversational stories. En T. Givon (ed.) *Conversation: cognitive, communicative and social perspectives*, pp. 133-166. Amsterdam: John Benjamins.
- ULANOVSKY, C. 1997. *Paren las rotativas*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- VERÓN, E. 1985. [Disponible en línea en [http://arfuch2.files.wordpress.com/2009/10/veron\\_eliseo\\_analisis\\_del\\_contrato\\_de\\_lectura.pdf](http://arfuch2.files.wordpress.com/2009/10/veron_eliseo_analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)]. El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media. *Les Médias: Experiences, recherches, actuelles, applications*, IREP, París. [Consulta: 1 de marzo de 2014].
- ZULLO, J. 1999 ¿Qué significa ser mujer? La construcción textual de la destinataria en las revistas femeninas argentinas. *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad* 3: 87-102.
- ZULLO, J. 2009. *Las recetas de la Chica Cosmo. Cuadernos de Sociolingüística y Lingüística Crítica, 10: Análisis del discurso y género*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA.
- ZULLO, J. 2011. *Entrená tu felicidad*. Acerca del modelo de lectora de *Cosmopolitan* Argentina. Un acercamiento desde los textos y las prácticas discursivas. *Páginas de Guarda. Revista de lenguaje, edición y cultura escrita* 11: 48-60.

JULIA ZULLO es Doctora en Filosofía y Letras (Área Lingüística) por la Universidad de Buenos Aires (Argentina) con un trabajo sobre la representación social del movimiento piquetero en la prensa argentina. Actualmente, es profesora adjunta en el Departamento de Letras de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Dicta Sociolingüística y Análisis de los Lenguajes de los Medios Masivos de Comunicación. Co-dirige un equipo de investigación sobre análisis del discurso y representaciones sociales. Ha publicado varios artículos sobre las revistas para mujeres de Argentina.

Correo electrónico: [juliazullo@gmail.com](mailto:juliazullo@gmail.com)

PAULA SYLVINA GARCÍA es Licenciada en Letras por la Universidad de Buenos Aires. Es docente de las cátedras de Sociolingüística y de Análisis de los Lenguajes de los Medios Masivos de Comunicación en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA. Desde hace varios años trabaja como investigadora en proyectos dirigidos por el Dr. Alejandro Raiter y la Dra. Julia Zullo. En el marco de esos proyectos, ha participado en la publicación de varios libros sobre los medios y las representaciones sociales.

Correo electrónico: garciapaula1964@gmail.com

#### ANEXO:

Las narrativas se transcribieron conservando la ortografía original con la que fueron publicadas en cada revista. La segmentación en cláusulas sigue las pautas de Labov y Waletzky, 1967. La denominación corresponde a la inicial de la revista (C y M respectivamente) y, seguidamente la letra señala el orden de aparición (a, b, c, d, etc.). La denominación de tercer orden corresponde a los comentarios sobre el relato principal.

Cosmopolitan año 16, N° 203, Julio de 2013.

*Sección Confesiones: Las lectoras comparten sus historias picantes... Y algunos papelones*

#### C.a. *Georgina:*

El último verano mi novio y yo nos fuimos de vacaciones con mis viejos. Una noche, como no teníamos demasiada privacidad en la casa que alquilábamos, con mi chico salimos a dar una vuelta por el jardín Y empezamos a tener sexo. De repente, escuchamos un grito. Era mi papá que había ido a dar un paseo después de la cena. Se quedó horrorizado con la situación y, obviamente, huyó lo más rápido que pudo. De más está decir que compartir los días siguientes con él fue reavergonzante

#### C.b. *Bianca:*

Después de recibirme, con mi familia hicimos un crucero a Brasil para festejar. Una tarde, mientras tomaba sol en la pileta, fiché a un chico divino que también estaba con parientes. Era obvio que había onda entre nosotros. Cuando cayó el sol se acercó a hablarme y me invitó un trago. Terminamos chapando. Esa noche, me encontré con mi familia para cenar Y mi papá contó que se había hecho unos amigos nuevos: la familia del chico! Cuando hizo la presentación no tuvimos otra opción que actuar como desconocidos. Después de eso fue incómodo continuar con nuestra historia.

#### C.c. *Karina:*

La hermana de mi novio cumplió 20 años e hizo una fiesta en el country. Como el día estaba lindo, organizamos un partido de voley en la pileta, hombres contra mujeres. Las chicas íbamos ganando y me tocó meter un remate para hacer un punto. Me emocioné tanto que empecé a bailar en el medio de la pileta. De golpe, todos comenzaron a gritarme y me di cuenta de que tenía el top de la bikini levantado. Me tapé rápido las lolas con las manos pero ya me las habían visto todos, incluso el papá de mi novio. Quedé totalmente traumatada

#### C.d. *Laura:*

El edificio en el que vivo tiene un salón con jacuzzi. Una noche, mi novio vino a visitarme y me propuso tener sexo en el agua. Cuando llegamos al jacuzzi, había una pareja en una reposera

muy cerca. En vez de volver a mi departamento mi chico me desafió a que lo hiciéramos ahí, aun con esas personas a unos metros. ¿Lo mejor? Ellos nunca se dieron cuenta de lo que pasaba. Jamás me sentí más excitada en la vida, por hacer en público algo privado. Cuando la pareja se fue, nos reímos a carcajadas de la situación.

M.a (Malen)

Mujeresdemiedad.com, Julio de 2013. <http://www.mujeresdemiedad.com/malen-amor-por-internet>

Soy una mujer separada de 42 años, tengo 2 hijas. Hace casi un año conocí un hombre por internet de mi ciudad, desde un principio hubo atracción por los temas y posiciones frente a la vida, después de unos meses decidimos conocernos...pero él resulto ser un hombre mucho menor que yo, aunque yo lo sabía no tenía claro cuantos años...¡20 años!!!, es un chico estudiante universitario, muy inteligente y a pesar de que al principio decidimos mantener una amistad, la atracción fue evidente. Hace 8 meses salimos y tenemos relaciones, a pesar de que él tiene un temperamento reservado, cuando compartimos me siento muy bien, a pesar de la diferencia de edad estamos juntos en sitios públicos y hacemos diversas actividades. Yo tengo muy claro las limitaciones de esta relación, por su edad, porque sus estudios, mi trabajo y mi familia... pero obviamente me siento superbien, no sólo en el aspecto sexual sino en lo que compartimos como amigos, aunque me gustaría poder vernos más seguido, sé que no podríamos tener una relación "formal". Sé que es una locura, que es una relación que no tiene futuro.... pero la estoy viviendo y ya... me gustaría saber las historias de otras mujeres en situaciones similares a la mía, y compartir nuestros sentimientos, dudas, miedos y pues alegrías!!

M.a.a

Hola malen!! yo estoy pasando por algo parecido, enviude hace casi 4 años, tengo 2 hijos adolescentes, y hace unos 3 años, conocí al hermano de mi amiga, salimos a bailar, para ese entonces solo convivimos una sola ocasión y nada paso. Hace cuatro meses volvimos a encontrarnos y algo comenzó a suceder, nos veíamos todos los días por el trabajo, y había una atracción, puedo decirte que algo inexplicable, ninguno de los dos lo había planeado, las cosas solo se fueron dando!! El es hermano de una amiga y tiene 26 años, yo tengo 42 y puedo decirte que comenzamos una relación hermosa, llena de respeto confianza pero sobre todo mucho amor, en donde tenemos muchas cosas en común, y las disfrutamos juntos, al principio te detienen muchas cosas, para llevar una relación así, sobre todo por el qué dirán, o la opinión en mi caso de mis hijos, no me arrepiento porque estoy muy feliz, contenta, yo tampoco pienso mucho en el futuro, solo disfruto cada instante con él y es maravilloso, felicidades tambien por ti.

M.a.b

Malen, me pasa exactamente lo mismo. EL es 20 años menor, nos conocimos por internet y como vos, decidimos conocernos personalmente y desde allí empezó algo que al principio era solo para tener sexo y de a poco nos hicimos tan compañeros, tan amigos y empezamos a compartir muchísimas cosas juntos y nos sentimos como nunca nos habíamos sentido con otra persona. Hasta que hace un año y medio decidí ofrecerme tener una relación formal somos novios, aunque la mayoría no nos entienda a ninguno de los dos, somos felices y nos amamos y hacemos proyectos juntos para el futuro. Continúa con lo tuyo!!!!!! es increíble como se disfruta mucho mejor la vida con alguien así a tu lado. Toda la suerte del mundo!!!!

M.b (Cristina)

<http://www.mujeresdemiedad.com/cristina-con-un-dilema-que-pone-en-juego-su-felicidad>

Hola, soy Cristina, tengo 49 años, un hijo de 22 y dos ex parejas con las cuales conviví mucho tiempo, con ninguno de ellos fuí feliz, creo que después de mi segunda separación pude empezar a ser yo misma, reencontrarme, lo que al principio me pareció muy malo terminó siendo muy bueno. Ahora comencé una nueva relación con un hombre muy bueno, también

con algunos fracasos sobre sus espaldas, desde el principio pusimos las cartas sobre la mesa y así comenzamos una hermosa y sana relación...el tema es que me propone irme a vivir con él y yo no sé que hacer, por un lado quiero hacerlo, y por otro no quiero dejar mi casa y mi hijo, sé que es grande, pero es mi familia, quién ha estado siempre a mi lado en mis peores y mejores momentos, mi vida, él no entiende eso... sé que seré infeliz si lo pierdo, pero tampoco seré feliz si abandono mi casa y mi hijo.

M.c 12 (Azucena):

<http://www.mujeresdemiedad.com/azucena-aprender-a-ser-feliz-con-lo-que-uno-tiene>

Soy Azucena, tengo 58 años, cuando estaba por las cuatro décadas retomé el trabajo y comencé a estudiar el secundario. Luego con el apoyo de mi esposo, el Profesorado de Lengua y Literatura. Me costaba dar clases porque era insegura y muy tímida. Pero igual seguí adelante. Hace poco me recibí de Licenciada en la Enseñanza de Lengua y Literatura. Estuve sin trabajar casi dos años, porque me operaron las dos rodillas. Quedé bien, por lo menos no uso bastón y camino derecha. Me está costando habituarme a dar clases a adolescentes, sin embargo me repito que soy una afortunada en poder trabajar, a pesar de la edad, tengo dos hijos, casados ya. Vivo con mi esposo y mi perro. Hace poco pudimos juntarnos con mis cuatro hermanos en la casa de nuestra infancia con sobrinos, tío y primas. Es mucho lo que tengo, me digo cuando la tristeza quiere visitarme. Me gusta contar que cursé mis estudios siendo “mayorcita” para ayudar a alguna persona que piensa que porque tiene 40 años ya está fuera del sistema laboral. Fue un gusto, hasta pronto. Azucena.

