

# Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social  
Licenciatura en Periodismo

Monografía

La femineidad en las Revistas  
**Cómo es vista la mujer por la Revista Cosmópolis**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Realizado por: Mariela Longhi

Director de la Carrera: Lic. Erica Walter

Buenos Aires, diciembre de 2008

## **INDICE**

INTRODUCCIÓN .....	4
HIPÓTESIS .....	5
CAPITULO I .....	6
1. MEDIOS GRAFICOS EN LA ARGENTINA .....	6
1.1 Breve historia de los medios gráficos en nuestro país .....	6
1.2 Presentación de la Revista Cosmopolitan .....	15
1.2.1 Como nace la revista Cosmopolitan en el mundo. ....	15
1.3 Características y temáticas de la revista .....	17
1.4 Secciones más destacadas de la Revista .....	21
CAPÍTULO II .....	25
2. EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN EL TIEMPO .....	25
2.1 La Mujer moderna actual: sus roles .....	25
2.2 La evolución de la Imagen de la Mujer en los medios .....	31
2.2.1 Desde sus inicios hasta la actualidad.....	31
2.2.2. La mujer y la Publicidad .....	34
2.3 Qué es ser una chica Cosmo .....	36
CAPÍTULO III .....	41
3. LA MUJER COMO IMAGEN, EL HOMBRE COMO PORTADOR DE LAS MIRADAS.....	41
3.1 La imagen de la mujer en la TV.....	41
3.2 Publicidad e imagen en la revista femenina .....	44
3.3 La imagen corporal.....	47
3.4 El mito de la belleza .....	48
3.5 La explotación del cuerpo femenino.....	50
3.6 Combatiendo el mito de la belleza .....	52
4 . LA SUBJETIVIDAD FEMENINA Y LA LUCHA CON LOS HOMBRES.....	53
4.1 ¿Qué es la subjetividad?.....	53
4.2 La Construcción de la subjetividad.....	53
4.3 La guerra de los sexos por la búsqueda de la igualdad .....	55
4.4 Revolución sexual vs. Liberación de la mujer:.....	56
4.5 Las mujeres hoy .....	59

CAPÍTULO IV .....	60
5: Oferta y demanda.....	60
5.1 ¿Porqué las mujeres exponen su cuerpo? .....	60
5.2 La satisfacción de seducir .....	61
5.3 El Sentimiento de tener el poder: .....	63
5.4 La gran presión de estar bien.....	64
5.5 La estética femenina atrae más que la masculina.....	65
5.6 Los hombres son más consumidores.....	66
6. CONCLUSIÓN .....	68
ANEXOS .....	72
7. BIOGRAFÍAS .....	72
8. BIBLIOGRAFÍA .....	77



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **INTRODUCCIÓN**

Atravesamos un tiempo donde muchos esquemas de la vida se ven invertidos, donde muchas cosas jamás pensadas forman ahora parte de la cotidianeidad, y nos enfrentamos a una época donde las mujeres ya no cumplen solamente su rol de amas de casa, ni los hombres su misión de sostener el hogar.

Las características propias de cada sexo ahora se entremezclan, se confunden, se mimetizan en algunos aspectos y se alejan en tantos otros.

En el presente trabajo, estaré trabajando con la “Revista Cosmopolitan”, una de las más actuales en el rubro, que apareció para satisfacer la demanda del género femenino, cuando en realidad complacería al sexo opuesto. En cuanto a temas de su interés; la misma les brinda información sobre música, ropa, belleza, autos, ocio, bienestar, deportes, salud, sexo y hombres.

No me animo a afirmar que analizaré a una u otra parte, pero sí me enfocaré a las mujeres a través de los ojos de los hombres. Un buen comienzo para comprender ambos lados.

Muchas son las preguntas que surgen a raíz del destape, de ver a las mujeres exponiéndose y mostrándose para ellos; ¿porque?, ¿cuál es el fin que persiguen las mujeres con esto?, ¿qué satisfacciones les proporciona?, ¿porqué los hombres las disfrutan?

Procuraré develar los secretos de esta exposición, sus causas, sus consecuencias, las ventajas y las desventajas, en un espacio puro y exclusivo de los hombres donde las mujeres somos casi protagonistas.

## **HIPÓTESIS**

La hipótesis a través de la cual basaré la presente investigación es la siguiente: “Demostrar que en la Revista Cosmopolitan las mujeres son vista como objetos de deseo para el sexo masculino y que además dicha revista no es específicamente “femenina”.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **CAPITULO I**

### **1. MEDIOS GRAFICOS EN LA ARGENTINA**

#### **1.1 Breve historia de los medios gráficos en nuestro país**

Cuando se hace historia mediática se está haciendo historia cultural. Y hablar de 'historia cultural' es mencionar a dos términos (historia y cultura) profundamente ligados a posturas ideológicas, a diferentes visiones y a diferentes formas de abordaje.

“La historia del medio gráfico nacional comienza a formalizarse a comienzos del siglo XIX con la Revolución de Mayo. Sin embargo este comienzo se relaciona con el comienzo de los medios gráficos franceses e ingleses a fines del siglo XVIII y comienzos del XIX”<sup>1</sup>.

Los grandes cambios tecnológicos producidos por la Revolución Industrial vinculados a las artes gráficas, al mismo tiempo que los grandes cambios estructurales, dieron lugar al desarrollo de la prensa y la literatura, sobre todo en Francia e Inglaterra.

Así aparecen las primeras publicaciones y una nueva figura en escena: el periodista. Los dirigentes jacobinos de la Revolución Francesa, comenzaron a publicar los primeros periódicos modernos.

En el Río de la Plata, la Revolución de Mayo nace bajo la impronta de la Ilustración y de la Revolución Francesa, por lo tanto, la situación material e ideológica de la prensa comienza a tomar un fuerte impulso a partir de 1810.

---

<sup>1</sup> ULANOVSKY, Carlos, *Parén las rotativas*, editorial Espasa, 1996, p 403-404

Se modernizan las imprentas, nacen otras nuevas, y se comienza a dar prestigio a la palabra impresa.

Algunos ejemplos serán La Gaceta de Buenos Aires, de Mariano Moreno, los periódicos como El Censor, El Independiente, Los Amigos de la Patria, El Grito del Sud, etc.

Sin embargo estas primeras publicaciones tenían también su reflejo en la prensa inglesa de esa época, donde los periodistas eran los políticos de esa época, que más que escribir predicaban, enseñaban y adoctrinaban.

Tanto en Inglaterra como en Francia, la revolución industrial y el ascenso de la burguesía opera como motor de cambio del periodismo gráfico dando origen a los nuevos diarios y a la profesión del periodista, a las agencias de noticias, los corresponsales y fundamentalmente la separación entre los periódicos -abocados a la noticias- y las revistas -más dedicadas al análisis político-literario-.

Mientras tanto en nuestro país, se estaban organizando las primeras imprentas. Se comenzaban a fijar los primeros temas importantes para la discusión cultural, como la creación de imprentas y bibliotecas, las academias, la educación etc., esto siempre bajo la influencia de la Ilustración europea.

Con el auge del romanticismo (en las primeras décadas de 1800 en Europa y en América un par de décadas después) comienzan a publicarse obras periódicas ilustradas, generalmente semanales, (las primeras revistas) donde ya no se hace hincapié en la noticia sino que se permiten la licencia de incluir obras de teatro, literarias, noticias sociales, ilustraciones litográficas y el género más importante: el folletín

Este género será hegemónico hasta entrado el siglo XX, cuando sea reemplazado por la historieta o el cómics.

“Los orígenes europeos de la prensa ilustrada no son tan lejanos de los nuestros. En 1835 José Rivera Indarte crea el primer periódico ilustrado de Buenos Aires: *El Diario de Anuncios*”<sup>2</sup>.

Luego llegarán *Museo Americano* de ese mismo año, que era un semanario ilustrado editado por el suizo César Bacle, quien instaló en Buenos Aires, el primer taller de litografía hacia 1828, y *La Moda*, 1837, la primer revista que incluye en sus páginas la frivolidad como tema, aunque de todas formas sigue el estilo de la Ilustración, con sus notas de marcado enciclopedismo.

De todas formas Europa y E.E.U.U. continuaban llevando la delantera, en adelantos técnicos, mediáticos y estilísticos. El crecimiento poblacional, la creciente instrucción y poder adquisitivo hacen del público letrado un mercado más que apetecible tanto en Francia, en Inglaterra como en E.E.U.U.

Por eso comienzan a partir de la tercera década del siglo XIX a florecer lo que se llamó la prensa sensacionalista, dando lugar a temas policiales, crímenes espectaculares, el relato detallado de hechos reales, lo que actualmente llamamos prensa amarillistas.

Este tratamiento y popularización de la prensa junto con las innovaciones técnicas como la prensa rotativa y luego los linotipos, junto con la fabricación cada vez más barata de papel, permitirá el nacimiento de los grandes imperios periodísticos como el de Joseph Pulitzer.

---

<sup>2</sup> ULANOVSKY, Carlos, Ob. Cit, p 423