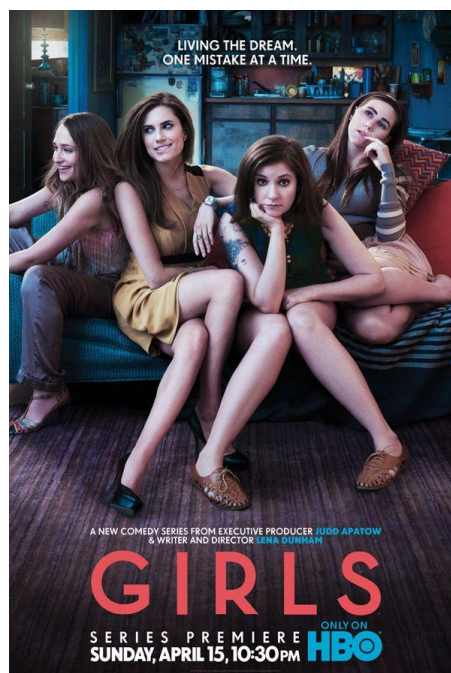


Universidad del Norte
Maestría en Comunicación

Girls: Una voz de una generación

*Transformaciones del discurso postfeminista en
una serie de televisión de la generación millennial.*



Autora: Alana Farrah Roa
alanafarrah@gmail.com

Bajo la dirección de la Doctora Pamela Flores Prieto
paflores@uninorte.edu.co

Barranquilla, Colombia
Julio de 2014
2014

Tesis de Maestría presentada por
Alana Farrah Roa

Bajo la dirección de la Doctora
Pamela Flores Prieto

Girls: Una voz de una generación

*Transformaciones del discurso postfeminista en
una serie de televisión de la generación millennial.*

Barranquilla, julio de 2014.

Para Cris,

quien ha alzado entre sus brazos y abrazado a la Hannah Horvath que llevo dentro.

Resumen

La presente investigación establece las transformaciones en el discurso postfeminista que presenta la serie de televisión *Girls*, (HBO), tomando como base la caracterización realizada por Ferris y Young (2007). Su creadora, la guionista y directora de 28 años Lena Dunham, expone en la serie el estilo de vida, las dificultades, los errores y la aventura de ser mujer en el siglo XXI, a través de detalles dolorosamente incómodos, algunos humillantes, que no se identifican con la visión idealizada del postfeminismo chick de *Sex and the City* (1998), sino que representan un retrato cínico y pesimista sobre una generación que busca abrirse camino en la vida, en el amor y en la carrera. Los Millennials, generación compuesta por los nacidos entre 1977 y 1994, ha sido definida por su familiarización con la tecnología digital y las redes sociales, hacer lo que les apasiona, buscar la felicidad, estar muy preparados académicamente, ser egocéntricos, narcisistas y negarse a crecer.

Debido a la alta incidencia del universo emocional en las subjetividades postfeministas, realizamos el análisis del recorrido pasional de Hannah, la protagonista, utilizando la metodología planteada por Greimas y Fontanille (1991), el cual nos permitió conocer las subjetividades postmodernas y, más específicamente, millennials presentes en la serie. Aunque no se presenta una ruptura propiamente en el discurso postfeminista, éste sí se ha transformado asumiendo posiciones más extremas, producto de la individualización y de la autovaloración del sujeto postmoderno. Desde su profundo individualismo, estas chicas no aceptan condiciones para definir sus formas de ser mujer.

Palabras clave: millennials, postfeminismo, *Girls* HBO, género, cultura popular.

Abstract

This research aims to establish the transformations in the postmodern discourse of the TV series *Girls*, based on the characteristics given by Ferris and Young (2007). Its creator, screenwriter and 28 years old' director Lena Dunham, exposes in the series the lifestyle, difficulties, mistakes, and adventures of women in the XXI century, through painful, uncomfortable, and sometimes, humiliating details. This vision is far from the idealized perspective of the chick post feminism that characterized *Sex and the City* (1998). It represents a cynical and pessimistic portrait about a generation that is looking for new opportunities in life, love and profession. The Millennial, those who were born between 1977 and 1994, has been defined by their skills with technology and social network. They do what they love, they look for happiness, and they are, academically, very well prepared. They are also egocentrics, narcissistic and refuse to grow.

Due to the importance that this generation gives to emotions, we decided to establish Hannah's passional journey. To accomplish this objective, we used Greimas and Fontanille's semiotics of passion (1991) which revealed the postmodern subjectivities, or to be more specific, the millennial subjectivities. Even though we did not find a complete rupture in relation to the postfeminist discourse, we did find important transformations produced by the individualization and auto valuation of these postmodern subjectivities. Based on their profound individualism, these girls do not accept conditions or definitions that tell them which is the meaning of being a woman.

Key words: millennials, postfeminism, *Girls* HBO, gender, popular culture.

Agradecimientos

Este trabajo no habría visto la luz sin la tenacidad y la ya amistad de tantos años de mi Directora, la Doctora Pamela Flores. Su inteligencia ha motivado la mía desde el primer día de mi carrera, y su pasión por los discursos y el audiovisual han acompañado tanto mis retos intelectuales como los cafés de largas tardes de animada conversación. A ella, infinitas gracias.

A mi mamá, mi abuelita y mi tía, por sostenerme siempre, por ser mi polo a tierra en los momentos más difíciles y nunca dejar de estimularme en la búsqueda de lo que me apasiona.

A mis amigos de Internet, que me han acompañado por más de un lustro en las diversas y enriquecedoras formas del entretenimiento, con quienes he compartido series, películas, libros, música, cómics, *gifs* y miles de reflexiones que han dado tanta felicidad y sentido a mi vida. Estamos unidos por lazos más fuertes que la proximidad física. Un día escribiré un ensayo sobre ustedes y no les cambiaré los nombres.

En especial a tres amigas que trascendieron ese espacio mágico que es la red y se instalaron ya para siempre en mi corazón. A Romina, un millón de gracias; sin ella ni hubiera reparado en *Girls* y, con toda seguridad, no habría hallado la motivación ni el tiempo para terminar estas líneas. A Estefanía, cuya mente me maravilla, cuya pluma fue mi espejo y mi mapa por mucho tiempo. Y a Valentina, nacida en la misma ciudad que yo y vuelta a encontrar a miles de kilómetros, por la complicidad de los pensamientos más lúcidos y los feminismos todavía necesarios.

A Ana Cecilia, amiga cómplice y confidente con quien compartí los avatares de Bridget Jones, Carrie Bradshaw y Ally McBeal.

A mis compañeras de podcast, Vanessa y Pilar, por aguantar mis ausencias y animarme a concentrarme en este trabajo. Este año ha sido mejor gracias a ellas.

A Bertha, quien me enseñó a amar y me acompañó durante tantos años y tantas conquistas. Jamás en toda la vida, como decía Frida Kahlo, olvidaré su presencia.

A Virginia Woolf y Betty Friedan, por sus *white girl problems*, que tanto aportaron al feminismo. A Lena Dunham, por *Tiny Furniture*, por *Girls* y por todo lo que escribe y comparte en Twitter e Instagram.

A Anina y Naiana, quienes me impulsan a ser mejor cada día. Verlas crecer me dará mucha felicidad, pero, estoy segura, también muchos debates académicos.

Y gracias a Angela Cristina, mi inspiración. Mis letras de antes, y las de ahora, son todas tuyas.

In every generation, one slayer is born... because a bunch of men who died thousands of years ago made up that rule. They were powerful men. This woman is more powerful than all of them combined. So I say we change the rule. I say my power... should be our power.

Buffy the Vampire Slayer. Chosen.
Temporada 7, Episodio 22, Emitido 5/20/03

Tabla de Contenido

<i>Introducción</i>	11
<i>1. Planteamiento del problema</i>	14
<i>2. Justificación</i>	16
<i>3. Marco teórico</i>	18
3.1. La subjetividad postmoderna en Gilles Lipovetsky.....	19
3.2. Feminismos.....	21
3.2.1. Virginia Woolf y su habitación propia.....	21
3.2.2. Simone de Beauvoir y la mujer que se hace	21
3.2.3. Betty Friedan y el problema que no tiene nombre.....	22
3.2.4. Luce Irigaray y la reivindicación de los valores femeninos.....	23
3.2.5. Monique Wittig y el pensamiento heterosexual.....	24
3.2.6. Judith Butler y performatividad del género.....	25
3.2.7. Donna Haraway y El manifiesto Cyborg.....	26
3.3. Postfeminismo, medios y cultura popular.....	26
3.4. Representación femenina en la ficción televisiva norteamericana.....	30
3.5. Postfeminismo chick y <i>Sex and the City</i>	31
3.6. La generación del Milenio.....	34
<i>4. Objetivos</i>	39
4.1 Objetivos específicos.....	39
<i>5. Metodología</i>	39
5.1. Los componentes de la pasión.....	40
5.2. Esquema pasional canónico.....	42
5.3. Características de los <i>millennials</i>	43
5.4. Diferencias Feminismo / Postfeminismo según Ferriss y Young.....	44

6. Resultados	45
6.1. <i>Girls</i>	45
6.1.1. Ficha técnica.....	45
6.1.2. Clasificación y descripción de los personajes.....	47
6.1.2.1. Personajes Principales.....	47
6.1.2.2. Personajes recurrentes.....	47
6.1.3. Argumento.....	48
6.1.3.1. Primera temporada.....	48
6.1.3.2. Segunda temporada.....	51
6.1.4. El universo pasional de Hannah Horvath.....	53
6.1.4.1. Una voz de una generación.....	53
6.1.4.2. Mírame, no me mires	63
6.1.4.3. Quiero lo que no quiero	68
6.1.4.4. Quiero lo que todo el mundo quiere.....	73
6.1.5. Transformaciones en la subjetividad postfeminista.....	78
6.1.5.1. Es muy diferente	78
6.1.5.2. Who are "the ladies"?.	81
6.1.5.3. Amor, narcisismo y tecnología.....	85
6.1.5.4. El postfeminismo de <i>Girls</i>	87
7. Análisis de resultados	88
7.1. Lo personal es político	89
7.2. La elección es individual.....	90
7.3. No hay una forma correcta de ser mujer	91
8. Conclusiones.....	93
9. Bibliografía.....	98

Introducción

La presente investigación busca establecer las transformaciones en el discurso postfeminista, presentadas en la serie de televisión *Girls*, producto televisivo representativo de la generación *millennial*.

Para conseguirlo, nos aproximamos al estudio de la dimensión pasional de la protagonista, Hannah Horvath, a través del modelo propuesto por Greimas y Fontanille (1991) el cual nos permitió conocer las subjetividades postmodernas y, más específicamente, *millennial* presentes en la serie.

A mediados del siglo pasado, François Truffaut intuyó que la película del mañana sería incluso más personal que una novela autobiográfica. Como una confesión o como un diario íntimo, dijo, los jóvenes cineastas se expresarían en primera persona y nos contarían cuanto les había pasado: podría ser la historia de su primer amor o del más reciente, su toma de postura política, una crónica de viaje, una enfermedad, un servicio militar, su boda, las pasadas vacaciones, y eso gustará porque será algo verdadero y nuevo... “La película del mañana será un acto de amor”.

Esta visión del cineasta se hace presente en *Girls*. En el episodio piloto de la serie, emitido por HBO el 15 de abril de 2012, Hannah Horvath, la protagonista de 24 años, aspirante a escritora que renuncia a su trabajo y a quien sus padres deciden dejar de apoyar económicamente, les dice a éstos en un acto desesperado porque le sigan

girando dinero: *Creo que puedo ser la voz de mi generación. O, al menos, una voz de una generación -I think I may be the voice of my generation. Or at least, a voice of a generation.* Su creadora, la guionista y directora de 28 años Lena Dunham, expone en la serie el estilo de vida, las dificultades, los errores y la aventura de ser mujer en el siglo XXI, a través de detalles dolorosamente incómodos, algunos humillantes, antipáticos, pero que por el impacto que han tenido en la crítica y en las redes sociales, han probado no dejar a nadie indiferente. Ya no se trata de la visión idealizada de las neoyorkinas de *Sex and the City* (1998), sino de un retrato cínico y pesimista acerca de una generación que busca abrirse camino en la vida, en el amor y en la carrera, desde una perspectiva femenina y, más que feminista, postfeminista.

Pero ¿de qué postfeminismo hablamos? ¿Qué distingue y qué une a estas chicas con las protagonistas de *Sex and the city*? Dunham ha dejado claro en una entrevista su deseo de compartir en *Girls* aquello que le avergüenza (Karlin, 2012), lo cual podría implicar la liberación de algunos estereotipos de *ladies* postfeministas identificadas con la última moda que obtienen su empoderamiento a través del glamour y los zapatos de tacón, y que se enfrentan a las crisis económicas y sociales de nuestro tiempo hipermoderno. Pero también es claro que las chicas de *Sex and the city* son un referente que se hace explícito en la serie en más de una ocasión. De hecho, Dunham ha dicho que *Girls* conecta *Gossip Girl* (2007-2012), adolescentes convirtiéndose en adultas, con *Sex and the City*, mujeres adultas que trabajan y empiezan una familia, una parte de la población de la que no se ha hablado. (Goldberg, 2012)

Hannah, al igual que las cuatro protagonistas de la serie, hace parte de la generación conocida como La Generación Y, del Milenio o *Millennials*, nacidos entre

1977 y 1994 bajo la prosperidad económica, y definidos mayormente por su familiarización con la tecnología digital y las redes sociales de Internet, hacer lo que les apasiona, buscar la felicidad, ser flexibles y optimistas, estar muy preparados académicamente, pero también por ser egocéntricos y narcisistas, inmaduros y malcriados que se rehúsan a crecer (Taylor, 2005; Howe y Strauss, 2000; Stein, 2013).

Con estas premisas, nos propusimos buscar los elementos de transformación al interior del postfeminismo, tomando como base la caracterización realizada por Ferris y Young. Igualmente, debido a la alta incidencia del universo emocional en las subjetividades postfeministas, realizamos el análisis del recorrido pasional de Hannah utilizando la metodología planteada por Greimas y Fontanille (1991). Con ello, esperamos aportar a la caracterización de una generación que, en virtud de las dinámicas de comunicación de nuestro tiempo, no es solo norteamericana o blanca o clase media alta, como han afirmado algunos detractores de la serie, sino que podríamos llamar transnacional ya que las problemáticas planteadas en la serie nos revelan algunas de las dificultades que conlleva ser mujer hoy.

¿Qué tipo de postfeminismo plantea *Girls*? Independientemente de la respuesta, la serie muestra la vigencia de los feminismos ya que Hannah y sus amigas revelan que ser mujer sigue siendo difícil. Y que la contemporaneidad añade, a los retos ya existentes, nuevos desafíos que, como Hannah y sus amigas, las jóvenes de hoy deberán asumir.

1. Planteamiento del problema

El cartel promocional de la serie de televisión *Girls* (Dunham, 2012), estrenada en abril de 2012 sobre cuatro veinteañeras que viven en Nueva York, lleva una leyenda: *Viviendo el sueño, un error a la vez*. La serie en cuestión ofrece una representación de las jóvenes actuales, en tono de tragicomedia, repleta de tintes cotidianos y realistas, desbordando ternura y atrocidad al mismo tiempo con personajes que lucen desesperadamente terrenales y en edad de crecimiento.

Las emociones de los personajes de esta serie de televisión –ubicada en la segunda década del siglo XXI– acerca del amor, el sexo, la belleza, la carrera, la familia, dan pistas sobre los diversos debates en el feminismo actual y lo que algunos consideran una nueva ola del mismo proceso histórico: el postfeminismo. A través de esta investigación, se quiere determinar si *Girls* presenta transformaciones en la visión del postfeminismo neoliberal, establecida a través de productos de la cultura popular como la serie de televisión de la misma cadena, *Sex and the City*. Las protagonistas de *Girls*, *millennials* o nacidas en la denominada Generación del Milenio, representan a una generación de 18 a 30 años, narcisista, de nativos digitales, caracterizada por hacer lo que les apasiona, buscar la felicidad, ser egoístas, curiosos, inquietos y hedonistas, y queremos saber en qué medida su realidad generacional juega un papel importante en la forma como asumen la problemática de ser mujer.

Entonces mi pregunta problema es: **¿Qué transformaciones en el discurso postfeminista plantea *Girls*?** Para responder a esta pregunta se decidió abordar la

dimensión pasional de su personaje principal, Hannah Horvath, como representante de la generación *millennial*, con el fin de determinar los elementos de ruptura presentes en su discurso en relación con el discurso postfeminista presentado por Ferriss y Young. El análisis se hizo desde el universo pasional debido a que, tal como se insiste a lo largo del trabajo, estamos ante una generación cuya visión del mundo se define desde las emociones; y cuyas acciones revelan, en mayor medida que nunca antes en la historia, los dictámenes de su universo pasional.

2. Justificación

La producción cultural, en este caso la televisión, es representativa e informativa sobre una época o momento de la historia, por poseer una serie de detalles y aproximaciones que tienden a extenderse, encubrirse, repetirse y reproducirse hasta acabar conformando a su vez la realidad. Los textos de la cultura popular pueden emplearse como material de análisis para desentrañar los imaginarios colectivos, por su capacidad de llegar a un amplio público que los consume y disfruta aparentemente sin reflexionar en su contenido, pero cuya influencia se entrelaza con los hilos de la vida cotidiana, ese espacio con el que los nuevos feminismos están tan comprometidos. Esta investigación se presenta, entonces, como un estudio sobre ficción televisiva y representaciones de género en la televisión contemporánea.

Como nos dice Clúa:

La inmensa mayoría de las feministas suscribirían la idea, creo yo, de que el principal cometido político del feminismo es cambiar un imaginario colectivo, entrecruzado por discursos de la naturaleza más variada, que construyen categorías –como el género– y les atribuyen una serie de marcas que, a base de extenderse, camuflarse, repetirse y perpetuarse acaban conformando la realidad. Si, en efecto, entendemos que ése es el cometido del feminismo, resulta difícil –por no decir imposible– olvidar el análisis y el trabajo con toda esa producción cultural (la cultura popular, la baja cultura, la cultura de masas... nombres todos ellos

insuficientes y sesgados) que, nos guste o no, es más representativa y desde luego mucho más ubicua que la mayoría de textos canónicos que se estudian en las aulas de cualquier Facultad de Humanidades (2005).

La serie de televisión elegida para el análisis es *Girls*, producida por la cadena de cable HBO. El criterio para elegirla obedece en primer lugar a que se trata de una narración especialmente femenina. Tanto sus personajes principales (4 mujeres) como su perspectiva y predominante audiencia poseen esa categoría de género. *Girls* parece poseer un discurso postfeminista mucho menos glamuroso y más realista, adecuado para los años de la profunda crisis económica que estamos viviendo.

En segundo lugar, es una serie que ofrece recursos semánticos fuertes para el análisis. Si entendemos que el feminismo contemporáneo atraviesa la formación de las subjetividades, necesariamente debemos analizar el universo de la cultura popular, donde se están representando estos nuevos feminismos.

Y es precisamente a través la cultura popular que cada vez más los grupos de personas se mantienen simbólicamente unidas, más allá de las similitudes demográficas, por las identidades y los discursos (Skovmand & Shroder, 1992), por lo que considero pertinente analizar una serie que, aunque estadounidense, cuenta o pretende contar la historia de una generación cuyos signos aparecen reflejados en distintas culturas y países.

3. *Marco teórico*

En conformidad con los objetivos de esta investigación, iniciamos la discusión teórica exponiendo las características fundamentales de la subjetividad postmoderna desde la teoría del sociólogo Gilles Lipovetsky quien, desde su obra inicial *La era del vacío* (1983), reconoció las transformaciones que se estaban operando en la subjetividad occidental y la necesidad de construir nuevas categorías para explicarlas y entenderlas. Estas transformaciones en la subjetividad incidieron, como era de esperarse, en el feminismo, y las mujeres, al igual que otros colectivos, incorporaron las nuevas formas de subjetividad a las luchas que tradicionalmente habían librado. Por tanto, en la segunda sección de este marco teórico abordaremos las diferencias entre feminismo y postfeminismo, principalmente desde la perspectiva de Ferris y Young.

En esta sección es importante realizar un recorrido teórico por las obras más significativas que han caracterizado el concepto de género y de los elementos que conformaron las diferentes teorías feministas, de la mano de autoras que hablaron cada una en su tiempo sobre lo que les afectaba. También anoto los trabajos que han estudiado las relaciones entre género, medios y cultura popular y por qué es pertinente estudiarlos hoy en día, la representación femenina en la ficción norteamericana y, más concretamente, en la serie de televisión *Sex and the City*, por tratarse de un producto que los académicos, como Ferriss, Young, Radner y Arthurs, han vinculado con el postfeminismo neoliberal.

Finalmente se establecen las características principales de la Generación del Milenio, a través de artículos académicos y periodísticos que han intentado definirlos.

3.1. La subjetividad postmoderna en Gilles Lipovetsky. Para establecer qué se entiende por Postmodernidad en este trabajo de investigación, emplearemos la perspectiva presentada por el filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky, por tratarse de un acercamiento sobre el desarrollo del individualismo actual y la comprensión de nuevas sensibilidades.

En su obra inicial, *La era del vacío*, Lipovetsky plantea la conmoción del individuo contemporáneo en la era del consumo masificado, un “proceso que funciona por la seducción, donde los individuos adoptan sin dudarlo los objetos, las modas, las fórmulas de ocio elaboradas por las organizaciones especializadas pero a su aire, aceptando esto, pero no esto otro, combinando libremente los elementos programados”. (1983, pág. 107) Lipovetsky reflexiona sobre una sociedad postmoderna que, según él, se sustrae de la esfera pública y pierde el sentido de las grandes instituciones sociales y políticas colectivas, a la vez que se funda un concepto de cultura caracterizado por la cotidianidad. En la postmodernidad hay “nuevos procedimientos inseparables de nuevos fines y legitimidades sociales: valores hedonistas, respeto por las diferencias, culto a la liberación personal, al relajamiento, al humor y a la sinceridad, al psicologismo, a la expresión libre: es decir, que priva una nueva significación de la autonomía dejando muy atrás el ideal que se fijó la edad democrática autoritaria” (Ibídem, pág. 7)

En la postmodernidad, se redefine la individualidad en torno al consumo y el placer, lo que ha propiciado la extensión del narcisismo como forma de vida social:

El narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo. En el momento en que el ‘capitalismo’ autoritario cede el paso a un capitalismo hedonista [...] acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario a nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro, desprovisto de los últimos valores sociales que coexistía aún con el reino glorioso del *homo economicus*, de la familia, la revolución y el arte. Emancipada de cualquier marco trascendental, la propia esfera privada cambia de sentido, expuesta como está únicamente a los deseos cambiantes de los individuos. (1983, pág. 50)

En la concepción del nuevo individualismo, Lipovetsky hace énfasis en lo paradójico como una de las características más importantes del tiempo hipermoderno. El nuevo concepto de cultura, la revolución del consumo y el acceso democrático al lujo, han impactado la relación del individuo consigo mismo. “He aquí la paradoja mayor: las satisfacciones que se viven son más numerosas que nunca, la alegría de vivir no avanza, léase retrocede; la felicidad parece siempre inaccesible, aunque, al menos en apariencia, disponemos de más ocasiones para recoger sus frutos”. (2007, pág. 148)

3.2. Feminismos

3.2.1. Virginia Woolf y su habitación propia. Virginia Woolf trajo en su literatura un referente feminista vigente aún en el debate de nuestros días y muy adelantado a su tiempo. En su obra *Una habitación propia* (1929), recopilación de dos conferencias que pronunció en Cambridge en 1928 sobre la literatura y la mujer, Woolf responde a la pregunta: ¿Qué necesitan las mujeres para escribir buenas novelas? y su respuesta: “deben tener dinero y una habitación propia”, es decir, independencia económica y personal, constituye la base para los feminismos que surgirían posteriormente.

Woolf explica la necesidad de que la mujer tenga derecho de elegir quién quiere ser como un humano íntegro, fuera de la imposición y los presupuestos sociales de su condición de género limitados a la maternidad y el cuidado de la casa. Una habitación propia que le conceda la autonomía y la privacidad para poder escribir, lejos del ruido de los niños y los familiares. Woolf quiso que el sexo desapareciese de sus palabras con base en un concepto: la androginia. Para ella, es funesto ser un hombre o una mujer a secas y tener que pensar en el propio sexo cuando se escribe, hablar conscientemente como un hombre o una mujer; uno debe ser “mujer con algo de hombre” u “hombre con algo de mujer”, sostenía, una “boda entre elementos opuestos”. Pensaba que las mentes elevadas deberían ser andróginas.

3.2.2. Simone de Beauvoir y la mujer que se hace. En la segunda mitad de siglo XX, una obra será referente y fundadora del feminismo contemporáneo: *El segundo sexo* (1949), en la cual Simone de Beauvoir reflexiona sobre el hecho de ser mujer: un producto cultural socialmente construido, que la coloca en condición de inferioridad a lo

largo de la historia a través de las tradiciones y los prejuicios. Beauvoir rechaza la biología como destino de la mujer y llega a la conclusión y frase muy célebre que resume su teoría: “No se nace mujer, se llega a serlo”. Y si la feminidad no es un destino biológico, si las diferencias entre varones y mujeres son de orden cultural y no natural, todos deberíamos formar parte de un mismo género humano y tener los mismos derechos y oportunidades.

Esta filósofa existencialista se plantea la pregunta “¿qué es una mujer?” y concluye: “El enunciado mismo del problema me sugiere inmediatamente una primera respuesta. Es significativo que me lo plantee. A un hombre no se le ocurriría escribir un libro sobre la situación particular que ocupan los varones en la humanidad. Si me quiero definir, estoy obligada a declarar en primer lugar: «Soy una mujer»; esta verdad constituye el fondo sobre el que se dibujará cualquier otra afirmación. Un hombre nunca empieza considerándose un individuo de un sexo determinado: se da por hecho que es un hombre. Si en los registros civiles, en las declaraciones de identidad, las rúbricas hombre o mujer aparecen como simétricas es una cuestión puramente formal. La relación entre ambos sexos no es la de dos electricidades, dos polos: el hombre representa al mismo tiempo el positivo y el neutro, hasta el punto que se dice «los hombres» para designar a los seres humanos, pues el singular de la palabra “vir” se ha asimilado al sentido general de la palabra homo” (1998, pág. 141)

3.2.3. Betty Friedan y el problema que no tiene nombre. Tanto en el feminismo de Woolf como en el de Beauvoir existe la convicción de que el trabajo es necesario para superar los condicionamientos económicos, pero con Betty Friedan el trabajo adquiere una nueva dimensión: es también una vía de realización personal. Su análisis se centró

sobre la frustración de las mujeres norteamericanas de los años 50, dedicadas a sus maridos y a sus hijos como única aspiración. Se la considera en todo el mundo una de las madres fundadoras de la segunda ola del feminismo. En *La mística femenina* (1965), habla de una sociedad que embauca a las mujeres, comprándole su intelecto y sus ambiciones por el precio miserable de una nueva lavadora y otros electrodomésticos, padeciendo "del problema que no tiene nombre" y buscando una solución en los tranquilizantes y el psicoanálisis.

Este problema que no tiene nombre es su gran descubrimiento. En el primer párrafo de *La Mística Femenina* escribió: "yació enterrado, no formulado, durante muchos años en la mente de las mujeres estadounidenses. Era una extraña agitación, una sensación de insatisfacción, un anhelo que las mujeres sufrieron a mediados del siglo 20 en Estados Unidos. Toda esposa suburbana luchó con eso sola... Tenía incluso miedo de hacerse la pregunta informulable: «¿Esto es todo?»". Dos críticas se le hacen al libro: la superficialidad como ciencia social y que su preocupación se centrara en mujeres blancas de mediana edad y de clase media, pero en su defensa se puede decir que era más asequible de lo que hubiese sido un libro académico. Coincidencia o no, el movimiento feminista ha sido desde el principio más fuerte entre las mujeres ricas y educadas.

3.2.4. Luce Irigaray y la reivindicación de los valores femeninos. Luce Irigaray, en su obra más representativa *Speculum* (1974), explica que el mundo es una representación de la proyección del sujeto masculino. Entonces, se pregunta, ¿cómo ser sujeto femenino en un mundo de representación masculina? Irigaray critica la tendencia del feminismo posmoderno a neutralizar la diferencia sexual, para ella sólo se podrá

superar la situación de subordinación de las mujeres partiendo de la diferencia sexual y reivindicando los valores propios de las mujeres, históricamente silenciados o despreciados, creando un orden simbólico específico desde su ser mujeres, desde la diferencia sexual. “Querer suprimir la diferencia sexual implica el genocidio más radical de cuantas formas de destrucción ha conocido la historia. Lo realmente importante es elaborar una cultura de lo sexual, desde el respeto a los dos géneros” (1992, pág. 10)

3.2.5. Monique Wittig y el pensamiento heterosexual. En un esfuerzo por superar la determinación biológica y por abarcar la condición humana más allá de lo puramente sexual, Monique Wittig se opone a los feminismos tradicionales (hetera-feminismos) que habían promovido la identificación con lo femenino olvidándose de cuestiones que planteaban las lesbianas. En *El pensamiento heterosexual* (1978), obra que supuso uno de los antecedentes de la Teoría Queer, analiza que los discursos que oprimen a las minorías son los que dan por sentado que la base fundadora de la sociedad es la heterosexualidad. Estos discursos no permiten hablar a los que no hablan en el mismo idioma que ellos y, además, son una forma de violencia hacia esas minorías.

Para Wittig, el término “mujer” sólo tiene sentido en el pensamiento heterosexual, es mujer la que vive de acuerdo con el sistema patriarcal, con su orden simbólico. Comparte con Beauvoir la afirmación de que el sexo femenino está marcado mientras que el masculino no. Las lesbianas, al estar fuera de la lógica heterosexual, son lesbianas en cuerpo de lesbianas. De ahí, su célebre frase: “Las lesbianas no somos mujeres”. Su pensamiento tiene como base a de Beauvoir: “No se nace mujer, se llega a serlo”, y si esto es así, también se llega a ser del género femenino y uno podría, si quisiera, no ser ni de género femenino ni de género masculino, ni hombre ni mujer:

lesbiana. La importancia de los aportes de Wittig para la teoría Queer reside, fundamentalmente, en su interés por la abolición de las categorías hombre y mujer, que habían sido aceptadas plenamente por los movimientos “gay & lesbiana” de las décadas anteriores.

3.2.6. Judith Butler y performatividad del género. La concepción de Judith Butler es muy radical, o al menos lo es en *El Género en disputa* (Butler, 2006), donde sostiene que “no hay naturaleza” sino que todo es disciplinamiento cultural. Ella ubica las nociones de “diferencia sexual” en la cultura, en las narraciones: no hay nada más allá del ámbito de la lengua. Todas las clasificaciones pertenecen a ese ámbito. Por ejemplo, si observamos el sexo en occidente, notamos que se basa en la construcción binaria varón y mujer, pero si observamos otras culturas, esta clasificación no siempre funciona, tienen otra forma de categorizar, es decir, de dividir los sexos diferente a como nosotros lo hacemos. Butler trata de mostrar que nuestra clasificación “natural” es un constructo cultural donde ciertos datos se seleccionan como relevantes en virtud de intereses, que Butler denomina políticos y que son fundamentalmente intereses de poder: “Quizá esta construcción llamada “sexo” está tan culturalmente construida como el género, de hecho, tal vez siempre fue género, con la consecuencia de que la distinción entre sexo y género no existe como tal”. (2006, pág. 55)

La performatividad comienza en el momento anterior a nacer, desde que somos y cuando se nos asigna arbitrariamente un sexo. A partir de ahí, las tecnologías de género actúan para que imitemos, repetidamente, aquello que se supone propio del sexo que se nos ha asignado, (“actos performativos”). En ese momento, es cuando comienza el proceso de masculinización o feminización en el cumplimiento de una norma para ser

así un sujeto normativo aceptable, para que seamos *alguien*. Butler sostiene que el lenguaje es también un acto performativo que, repetido de un determinado modo, constituye una realidad, una identidad.

3.2.7. Donna Haraway y El manifiesto Cyborg. En razón de incorporar nuevas teorías feministas postmodernas que argumenten en contra del esencialismo, incluyo en la literatura revisada *El manifiesto Cyborg* (Haraway, 1991), una metáfora que relaciona y cuestiona la desigualdad de género y ve en las nuevas tecnologías una posibilidad de empoderamiento para las mujeres y una multiplicidad de subjetividades que pueden transformar los roles de género convencionales. Haraway plantea un feminismo no ya que abogue por la diferenciación de la mujer, sino por un mundo cyborg que permita la fluctuación de identidades y la absoluta indefinición con su consecuente libertad: “Las feministas del cyborg tienen que decir que nosotras no queremos más matriz natural de unidad y que ninguna construcción es total”. (Haraway, 1991)

3.3. Postfeminismo, medios y cultura popular

Una corriente que también estudia el concepto “postfeminismo”, en el terreno de las opciones personales y el estilo de vida (lifestyle) dentro del neoliberalismo, que coincide con los objetivos de esta investigación es el trabajo de Angela McRobbie (2009). Principalmente en el terreno de los Estudios Culturales, está enfocado en revelar los nuevos mecanismos mediáticos con los que se transfieren los estereotipos y las ideologías de género. Sus investigaciones tienen como objeto de estudio la prensa, las novelas, las películas y las series de televisión para chicas, que resultan difíciles de precisar y demarcar con las herramientas tradicionales de la teoría feminista.

Para McRobbie, el postfeminismo tiene una doble faz: el feminismo es visto como algo perteneciente a otra época, pero los logros femeninos como el acceso al mundo económico y laboral se celebran dentro de la sociedad neoliberal. Es decir, rechaza la furia contra la cultura patriarcal y propone un regreso a la feminidad y a la sexualidad (Ferriss & Young, 2007). Este posfeminismo admite el triunfo del feminismo –en relación con la libertad de elección e igualdad con relación a los hombres–, pero considera que el activismo feminista de los sesenta ya cumplió su ciclo y que “el exceso de las campañas feministas se ha "destapado" como una fiebre anti masculina muy pasada” (Alice, 1996). Esta negación del feminismo que señala McRobbie no se produce al interior de la teoría académica sino en la vida cotidiana y en la narrativa popular de género cuyo centro de atención es la mujer blanca, joven, de clase media, con estudios y un trabajo bien remunerado, que tiene ante sí todas las opciones de la sociedad de consumo. Es la lucha del éxito personal y no la colectiva. Durante este periodo post, a diferencia de los primeros movimientos, las implicaciones no son políticas directas y eluden, a propósito, toda terminología alusiva al Feminismo inicial. Un periodo que utiliza los medios de la cultura popular para acercarse al público femenino.

En *The aftermath of feminism. Gender, culture and social change* (2009), trata de cómo se ha deshecho el feminismo en los últimos veinte años y de cómo este proceso ha sido inexorable. Pero esta desarticulación de la que habla la autora se está incorporando a un discurso que parece estar más en boga sobre la capacidad de elegir, el empoderamiento y la libertad. Cree que tenemos que ser conscientes sobre cómo dicho discurso “sobre la libertad imbuido de un falso feminismo” está siendo

instrumentalizado tanto por la cultura popular como por la gobernabilidad para, en realidad, acabar con el feminismo.

Clúa sostiene sobre este tema:

La inmensa mayoría de las feministas suscribirían la idea, creo yo, de que el principal cometido político del feminismo es cambiar un imaginario colectivo, entrecruzado por discursos de la naturaleza más variada, que construyen categorías –como el género– y les atribuyen una serie de marcas que, a base de extenderse, camuflarse, repetirse y perpetuarse acaban conformando la realidad. Si, en efecto, entendemos que ése es el cometido del feminismo, resulta difícil –por no decir imposible– olvidar el análisis y el trabajo con toda esa producción cultural (la cultura popular, la baja cultura, la cultura de masas... nombres todos ellos insuficientes y sesgados) que, nos guste o no, es más representativa y desde luego mucho más ubicua que la mayoría de textos canónicos que se estudian en las aulas de cualquier Facultad de Humanidades. (2005, pág. 9)

Tema que Clúa retomaría en *Máxima audiencia. Cultura popular y género* (2011), un libro que ya es la prueba del interés que también existe en el ámbito hispano por cuestionar y analizar a la cultura popular desde el feminismo. Las editoras, Clúa y González, escriben en su prólogo:

La cultura popular ha proporcionado un espacio de acción, identificación y experimentación identitaria para las mujeres, quienes, lejos de limitarse a ser receptoras pasivas de lo popular, han desarrollado una intensa actividad como

creadoras y consumidoras activas. Esta apreciación no supone una aceptación acrítica de cualquier texto o práctica procedente de la cultura popular. Por ello, nuestra principal conclusión es que la cultura popular sigue siendo, para la crítica feminista, un espacio incómodo lleno de ambigüedades y contradicciones sobre lo femenino. La apropiación de ese espacio desde una perspectiva feminista pasa, a nuestro entender, por el desarrollo de un aparato teórico que haga de esta tensión un elemento productivo y por las lecturas alternativas de los muchos y múltiples textos que la cultura popular ofrece. (2011, págs. 13,14)

Muchas académicas feministas deberían dirigir sus estudios a las relaciones entre las mujeres y la cultura popular, sobre todo en lo concerniente a los géneros cinematográficos y televisivos de corte juvenil, ya que muchas de las protagonistas o personajes femeninos de estos productos culturales cuestionan las representaciones familiares de la feminidad, afirmando la amistad femenina, la agentividad y el poder físico (Rowe, 2005). Rowen también argumenta:

A pesar de las preferencias de muchos adultos educados por los más refinados ejemplos de la cultura –la Emma de Jane Austen antes que Clueless de Amy Heckerling, Frankenstein de Mary Shelley antes que la trilogía Scream de Wes Craven– la cultura popular impregna el mundo en el que viven las mujeres jóvenes hoy, y el rostro del feminismo actual, para bien o para mal, está siendo escrito a través de la cultura de masas. (Rowe Karlyn, 2005, pág. 45)

Gill reflexiona sobre una serie de cuestiones acerca de la relación entre la cultura y la subjetividad. Su particular enfoque se concentra en las interrelaciones entre

el cambio en las prácticas de representación en la cultura visual y el cambio de subjetividad/es. La autora sostiene que el neoliberalismo y el postfeminismo son fundamentales para comprender la cultura mediática contemporánea. (Gill, 2008)

3.4. Representación femenina en la ficción televisiva norteamericana

Si miramos la historia de la ficción televisiva de máxima audiencia en Estados Unidos (Cascajosa & Morales, 2008), vemos cómo en los años cincuenta las mujeres aparecían en el santuario de la domesticidad y acompañadas de risas enlatadas, por ejemplo, *I Love Lucy*). También fue común el estereotipo del ama de casa, incluso en los años sesenta con *Embrujada* y *Mi bella genio*. Aunque para esta época y con tintes de ciencia ficción, estas mujeres exhibían una cualidad sobrenatural a la que renunciaban –o hacían que renunciaban– para quedarse cuidando la casa. Durante estas dos décadas, la presencia femenina se veía más en la comedia.

Aunque las primeras protagonistas femeninas que ejercían una actividad profesional en la ficción televisiva norteamericana aparecieron en los 50, en el que de todas maneras el eje era encontrar el ideal caballero que las llevara al matrimonio y de vuelta al hogar, no fue sino para los años setenta que con *The Mary Tyler Moore Show* y *Los Ángeles de Charlie* que éstas aparecían desempeñando una carrera. La diferencia fundamental era que el matrimonio no era su objetivo central, aunque no lo descartaban, y mantenían diferentes relaciones sentimentales con varios hombres, con el sexo como materia implícita. (Cascajosa & Morales, 2008)

El gran legado de *The Mary Tyler Moore Show*, fue quizás mostrar a ese tipo de familia compuesta no sólo por los lazos de sangre sino por los vínculos afectivos, representados en los compañeros y en los amigos. Testigo que recogió *Murphy Brown* en los 80, sobre una periodista de 40 años que según avanzaba la serie enfrentó problemáticas de la mujer moderna como tener un hijo estando soltera o sufrir cáncer de mama.

Ya en los años noventa, la aparición de mujeres como heroínas de acción o estrellas laborales se puso de moda, sobre todo con el gran éxito de series de televisión como *Ally McBeal* y *Buffy, la Cazavampiros*. Una gran cantidad de series exitosas protagonizadas por mujeres seguiría este camino a partir de 1998 y hasta el nuevo siglo: *Charmed*, *Felicity*, *Sex and The City*, *Judging Amy*, *Dark Angel*, *Gilmore Girls*, *Alias*, *The L Word*, *Verónica Mars*, *Desperate Housewives*, *Commander in Chief* y *Grey's Anatomy*, siendo *Sex and the City* uno de los más destacados por tratar tan ampliamente un tema tabú como lo es la sexualidad.

3.5. Postfeminismo chick y Sex and the City

Hilary Radner (2011) explora las temáticas utilizadas en las chick flicks y cómo afectan y son afectadas por el público femenino. Para hacerlo, examinó películas taquilleras y que ocupan un lugar importante para la cultura popular contemporánea como *Pretty Woman*, *Legally Blonde*, *The Devil Wears Prada* y *Sex and the City: The Movie*. La autora encontró en estos films algunas características de la nueva ola del feminismo (que ella llama neo-feminismo) como un énfasis especial en la moda y la cultura del consumo, a través de las cuales las mujeres obtenían empoderamiento, así

como la desaparición de la castidad como una virtud femenina. Las protagonistas de estas películas son mujeres trabajadoras, para quienes, sin embargo, el “romance” es un tema significativo. Esta representación del “querer tenerlo todo” coincide con lo que algunos autores han apuntado sobre el postfeminismo.

Según Suzanne Ferriss y Mallory Young en su libro *Chick Flicks: Contemporary Women at the Movies, la chick culture* (2007) puede ser definida como un grupo de formas mediáticas preferentemente norteamericanas y británicas, pensadas principalmente para mujeres de clase media en sus veinte y treinta años. Junto con las “pelis para chicas” (*chick flick*), la literatura para chicas (*chick lit*) y la televisión para chicas (*chick TV*) se suman otras manifestaciones de la cultura pop como revistas, blogs, música u otros productos mayoritarios que también pudieran incluir una línea para mujeres jóvenes, desde marcas de coches hasta bebidas energéticas. Se acepta generalmente que la explosión de esa cultura comercial femenina se inició en el año 1996 con la publicación del libro de Helen Fielding *El diario de Bridget Jones*, que partía de una columna periodística y que dio paso a toda una serie de productos similares como la serie de televisión *Sex and The City* basada en la novela de Candace Bushnell (2003) que acabó convirtiendo este tipo de productos en un boom comercial a escala global.

Jane Arthurs (*Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist Drama*, 2003) sostiene que ha aparecido un nuevo tipo de representación de la sexualidad femenina a partir del drama televisivo *Sex and the City*. El artículo muestra cómo el éxito de la serie es sintomático de las fuerzas que dan forma a los programas en una era de televisión digital y multicanal que permiten la innovación por

su forma sexualizada de interpelar a la audiencia. También sugiere que este proceso puede entenderse a la luz de los debates políticos concernientes a la cultura posfeminista. Arthurs explora cómo la creación de una marca exitosa en este mercado abigarrado depende de la habilidad para innovar al interior de un patrón predecible de placeres y crear una identidad reconocible para un producto que apela a una audiencia comercialmente atractiva. La novedad de la serie radica en la migración de un discurso que es explícitamente sobre la sexualidad y centrado en las mujeres. Su atractivo surge de su habilidad para “re-medar” las formas conocidas del sitcom familiar y las revistas para mujeres. La re-mediación es un término empleado para describir las formas en que surgen nuevos medios, en tanto que cada uno de ellos responde a, reutiliza, compete con y reformula otros medios.

Entre los análisis de *Sex and the City* se encuentra el de Hunting, donde examina el subgénero de las series de televisión tipo chick-lit, enfocándose en su discursividad, multiplicidad y performatividad y argumentando que estos programas deberán ser reexaminados para el potencial político y no fácilmente descartados como regresivamente posfeministas (2012); el de Robinson, quien encuentra en el postfeminismo un marco para explorar las conexiones entre la cultura popular y la vida de las mujeres jóvenes (2011); el de Imre, que sostiene que la proliferación global de la llamada "televisión de calidad" en las últimas décadas, también representa un reto y una oportunidad para una comprensión transnacional del feminismo y el postfeminismo (2009); y el de Thornham, quien explora la relación entre *Campion's In the Cut* (2003) y *Sex and the City* (1998–2004), argumentando que *In the Cut* pertenece a algo que llama “la generación *Sex and the City*” que vive bajo la fantasía que la serie ofrece: la

de un feminizada Nueva York como el lugar en el que el romance puede ser re-escrito por las mujeres para servir a un narcisismo femenino postfeminista. (2007)

3.6. La generación del Milenio

Tienen muchos amigos en Facebook, pero no casa propia. No tienen trabajo, pero pueden recitar de memoria frases de películas y series de televisión. Son un poco tontos, pero con muchos estudios. Ellos van a salvar el mundo, si no deciden dejarlo para mañana.

La edición de mayo de 2013 de la Revista Time traía como artículo de portada “The ME ME ME generation: Millennials are lazy, entitled narcissists who still live with their parents. Why they’ll save us all”.¹ El artículo, escrito por Joel Stein, define a los *millennials* como esta generación de adolescentes y veinteañeros conocida por sostener constantemente sus cámaras fotográficas, tomar fotos de sí mismos y postearlas en la red. (Stein, 2013)

También conocida como la Generación Y, se refiere a los nacidos entre finales de los años 70 y mediados de los 90. Diversos estudios sobre este grupo se han desarrollado durante al menos una década en Estados Unidos y Europa, así como investigaciones incipientes y encuestas a nivel global en Latinoamérica, EEUU, Europa Occidental, Europa Central y del Este, Asia y Oriente Próximo/África, con un universo de 12.000 jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y 30 años (Telefónica, 2013). En Estados Unidos, se destacan los trabajos de Howe y Strauss (2000; 2007) que

¹ “La generación YO YO YO: los de la generación del milenio son perezosos, narcisistas profesionales que aún viven con sus padres. Por qué ellos nos salvarán a todos”.

analizan la historia norteamericana a través de las características de cada generación. A la generación actual la llaman *Millennial*, hijos de la generación de los Baby Boomers (conocidos como The Me Generation), con quienes comparten algunos valores e ideales, pero con nuevos estilos laborales y modos de aprendizaje.

Para Taylor (2005), las características que estos jóvenes evidencian son producto del impacto de la posmodernidad, donde prima más la interpretación y los juegos del lenguaje que la “verdad” alcanzada por métodos científicos aprobados, se valoran más las opiniones y preferencias personales que la razón y la ciencia.

Son la primera generación criada totalmente en Internet, por lo que algunos autores también la llaman Nativos Digitales (Prensky, 2001), y por lo tanto no conciben el mundo sin Internet, sin dispositivos móviles o redes sociales. Son cada vez menos hábiles en la comunicación cara a cara, pero cada vez más diestros en compartir en la red cada minuto de su vida e interactuar con personas de todo el mundo a través de las plataformas tecnológicas o aplicaciones. Los *millennials* interactúan con distintas pantallas en su día a día: responden una notificación, o toman una fotografía de lo que comen o viven, con su teléfono celular, mientras leen en su tablet, o descargan y comparten información o entretenimiento de su computador. Son la generación *Touch*, toda su tecnología funciona con el tacto (Elman, 2013).

Para el *millennial* imperan dos cosas: la inmediatez y el acceso directo. El placer está relacionado con lo instantáneo, lo que no los hace esperar y a lo que pueden acceder en el momento deseado. Es así como las fotos digitales, la televisión a la carta, el correo electrónico, el *whatsapp* vienen a contribuir con la satisfacción rápida de los

deseos. En la hipermodernidad, como dice Lipovetsky, la experiencia de la espera como elemento de felicidad desaparece en beneficio de una cultura de la impaciencia:

«Hago una foto: la veo, la envío, la borro»: el placer se vincula aquí con la experiencia de lo instantáneo. En la civilización del hiperinstante, los servicios de 24 horas y en 1 hora exacta se multiplican, los viajes decididos en el último minuto y las reservas tardías aumentan: es el tiempo de la espera cero, de «lo que quiero, cuando quiero, donde quiero», ya que el turboconsumidor lo quiere todo y enseguida, sin que importe el día ni la hora. (Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, 2007, pág. 104)

La proliferación no sólo de cadenas de cable sino de plataformas para ver contenidos audiovisuales como *Netflix* o escuchar música como *Spotify online* demuestra esta tendencia en alta: esta generación no está dispuesta a esperar, quiere todo el contenido al instante para poder devorarlo en un solo momento o reservarlo de acuerdo a su tiempo y necesidades.

Stein también define a los *millennials* como narcisistas profesionales, obsesionados con la fama cuyo egoísmo tecnológico se encuentra exacerbado: “Mientras en las familias de los años 50 se ostentaba en casa la foto de la boda, una foto del colegio y tal vez una foto militar, el promedio de la familia americana de clase media hoy oscila alrededor de 85 fotografías de sí mismo y sus mascotas”. La vida de los *millennials* es como un reality de televisión, que han crecido viendo, documentando a cada minuto lo que les sucede y necesitando el reconocimiento o la alabanza de sus semejantes a través de comentarios o *likes* de lo que comparten en las redes sociales

como Facebook, Twitter o Instagram. “Y si lo haces suficientemente bien en Instagram, Youtube o Twitter, puedes convertirte en una microcelebridad”. (2013, pág. 30)

La tendencia cada vez más popular de tomarse *selfies* (fotos de sí mismo) y compartirlas en la red es acaso un síntoma del egocentrismo de la época. Si bien los autorretratos se han hecho durante siglos, la incorporación de la palabra en la última edición del diccionario Oxford habla de que cualquiera puede ser un artista, con una cámara al alcance de la mano. Y cualquiera puede crear una imagen de sí mismo a gusto, para que todos la vean y aprueben, convertirse en un personaje de su propia novela:

No nos tomamos fotos a nosotros mismos para que los demás nos vean o para que sepan quiénes somos, sino para crear, a través de la recurrencia, la imagen de nosotros mismos. En forma más sintética: nos hacemos *selfies* o autofotos para reconocernos a nosotros mismos a través de los demás. Pero, en nuestros días, el reconocimiento pasa por el tamiz de la fama: la recurrencia de la imagen, su repetición y reproducción, vuelve a una persona perfectamente anodina como Kim Kardashian una celebridad en la red por la simple repetición de su propia imagen. Parafraseando a Goebbels, si repites una mentira lo suficiente, podrías convencerte incluso a ti mism@ (sic) de que es verdad. (Raya, 2013)

Y aunque existen diferencias entre los *millennials* de un país y otro, gracias a la globalización y las tecnologías digitales, se pueden apreciar las mismas características fundamentales. “Los *millennials* de todo el mundo son más similares entre sí que con

las antiguas generaciones de sus propios países” (Stein, 2013). Se parecen los *millenials* coreanos a los estadounidenses y a los latinoamericanos, con algunas variantes debido a la situación política y económica de su propio entorno, pero la tendencia es transnacional y esto se explica en mayor medida por un fenómeno cultural de la globalización que se llama transculturación y que se refiere al proceso mediante el cual las formas culturales se trasladan literalmente a través del tiempo y el espacio, entran en interacción con otras formas culturales allí donde se instalan, reciben y ejercen influencia y producen nuevas formas. Aunque con frecuencia esto es producto del movimiento físico de personas de un lugar a otro, muchos entrecruzamientos culturales son posibles en virtud de la acción de los medios masivos y de las industrias de la cultura. (Lull, 1997, pág. 203)

4. Objetivos

El objetivo general de esta tesis es analizar las transformaciones en el discurso postfeminista realizado por los *millennials* representados en la serie de televisión *Girls* (2012-2013).

4.1 Objetivos específicos

4.1.1 Reconstruir el universo pasional de Hannah Horvath, como representante de la generación *millennial*, desde la semiótica de las pasiones.

4.1.2 Analizar las transformaciones en la subjetividad postfeminista a partir de la caracterización hecha por Ferris & Young con el fin de establecer qué tendencias se representan en la serie en relación con los postulados y posiciones postfeministas.

5. Metodología

Para llevar a cabo este proyecto, realicé una investigación de tipo cualitativo-descriptivo con nivel transdisciplinario, pues se adoptó una base de análisis teórico que combina el aporte de distintos campos como la semiótica, la fenomenología, la filosofía, los estudios culturales y los estudios de género. El análisis abarcó las dos primeras temporadas de la serie de televisión *Girls* producida por HBO (10 episodios por temporada, de 30 minutos de duración), emitidas en los años 2012 y 2013.

En la consecución del objetivo principal se ha desarrollado una metodología de investigación compuesta por dos fases, comprendiendo cada una un objetivo específico.

Para reconstruir el universo pasional, se utilizó la Semiótica de las Pasiones (Greimas & Fontanille, 1991), la cual añade al análisis tradicional de la narratividad una dimensión distinta que es el universo pasional de los personajes. En primer lugar, abordamos la intrínseca relación entre pasión y acción, la cual, como eje del proyecto de una semiótica pasional, hace de la narratividad ya no un “estudio de los relatos” sino de “las concatenaciones y transformaciones de acciones y pasiones” (Fabbri, 1998, pág. 61). Se trata de reconfigurar un recorrido que permita, a partir de lo manifestado por el sujeto apasionado, reconstruir el universo no manifestado de la presignificación y establecer las sucesivas etapas que conduzcan a captar el sentido (Flores, 2010). Las pasiones analizadas representan las características de la generación *millennial*, de acuerdo a la revisión de textos periodísticos y académicos sobre el tema, presentados en el marco teórico.

5.1. Los componentes de la pasión

Para categorizar la experiencia pasional se utilizaron los componentes de la pasión, tal como los enuncia Fabbri (Fabbri, 1998, págs. 64-68):

5.1.1. Componente modal: las pasiones se caracterizan por una radicalidad modal. Se refiere a las modalidades clásicas: Poder, Querer, Saber, Deber y a otro tipo de modalidades del tipo cierto/incierto, posible/imposible y demás. La curiosidad, por ejemplo, es una pasión del saber, la venganza una pasión del deber.

5.1.2. Componente temporal: La dimensión del tiempo es crucial en las pasiones. Los estoicos decían que las pasiones son enfermedades del tiempo. Por ejemplo, la

esperanza está dada por un querer algo referido al futuro y la desesperación es el saber que hay algo que se quiere, pero que no se alcanzará.

5.1.3. Componente aspectual: se relaciona con el tiempo y con el despliegue de los procesos, es decir, con el aspecto. Cada pasión al tener un tiempo, tiene un ritmo. Tiene que ver con la vivencia de la pasión por parte de un observador externo. Un ejemplo puede ser pensar que uno puede tener miedo toda la vida, pero no puede vivir aterrorizado. Si existe una diferencia semántica entre miedo y terror, tiene que ver con que el primero es durativo y el segundo es intenso y sólo dura cierto instante.

5.1.4. Componente estésico: Un último punto es el de lo sensorial, no hay pasión sin cuerpo. Una transformación pasional implica siempre una transformación de la estesia, es decir, de la percepción de la expresión corporal. La pasión origina cambios en el estado físico, en el color, incluso cada pasión parece tener su propio color. Es esencial que haya descripciones en las que el lenguaje necesite utilizar definiciones de la corporeidad. Mientras el paradigma semiótico había separado rigurosamente del cuerpo la valoración de los signos, considerándola en términos puramente cognitivos y conceptuales, la vuelta de la dimensión afectiva obra en la dirección fenomenológica de tomar en consideración el papel fundamental de la implicación del carácter físico del signo.

Para poder hacer inteligible el discurso y determinar la sintaxis discursiva de la acción y de la pasión, utilicé el *esquema pasional canónico* que explica Fontanille (2001, págs. 108-111) y lo apliqué al personaje de Hannah Horvath, por tratarse del principal, y considerado alter ego de la creadora de la serie, Lena Dunham.

5.2. Esquema pasional canónico

Para dar sentido a la pasión, se le procura la forma de una secuencia canónica, en la que una cultura reconocerá sus pasiones típicas. Tal como sucede con las otras esquematizaciones, el reconocimiento cognitivo permanece asociado a la impresión sensible:

**Despertar afectivo → Disposición → Pivote pasional →
Emoción → Moralización**

5.2.1. El despertar afectivo: Etapa en que el actante es sacudido, su sensibilidad es despertada y una *presencia* afecta su cuerpo, creando una modificación en la intensidad y extensión.

5.2.2. La disposición: Se supera el simple sobresalto y el actante es ahora capaz de imaginar los escenarios respectivos. Se forma la *imagen* pasional, esa escena o escenario que provocará el placer o el sufrimiento.

5.2.3. El pivote pasional: Es el momento de la transformación pasional que no se puede traducir en los términos de la junción. El actante conoce el sentido de la turbación (*despertar*) y de la imagen (*disposición*) que preceden. En este momento es dotado de un rol pasional identificable: la supera o la vuelve certeza.

5.2.4. La emoción: Es la consecuencia observable del pivote pasional: el cuerpo del actante reacciona a la tensión que padece, se sobresalta, se estremece, tiembla, llora, grita. Es la expresión del acontecimiento pasional a sí mismo y a los otros. Socializa la pasión y permite conocer el estado interior del actante apasionado.

5.2.5. La moralización: La pasión puede ser evaluada, medida, juzgada por un observador exterior. La pasión revela los valores sobre los cuales se funda, son confrontados con la comunidad y sancionados positiva o negativamente, según si comprometen o refuerzan los valores establecidos por esa comunidad.

5.3. Características de los *millennials*

- Dificultad para dejar el hogar paterno y mantenerse financieramente ellos mismos.
- Alta valoración de la experiencia personal.
- Narcisismo.
- Inmersión en la tecnología desde el comienzo de sus vidas.
- Placer por lo instantáneo
- Desvalorización del esfuerzo
- Vivir el presente
- Hacer lo que les apasiona

Para realizar el segundo objetivo, el análisis de las transformaciones en la subjetividad postfeminista, me basé en las características del *postfeminismo* presentadas por Ferriss y Young (2007, págs. 3-4) en comparación con el feminismo tradicional y

que pueden verse en el Cuadro No. 1. Tomé las tipologías establecidas en la columna de la derecha y exploré si en *Girls* se han presentado transformaciones.

En otras palabras, lo que hice fue tomar las características del postfeminismo y verificar, en cada caso, cómo se dan en *Girls*, con el fin de establecer de qué manera las posiciones postfeministas expresadas en la serie coinciden o no con los postulados y posiciones postfeministas.

5.4. Diferencias entre el Feminismo y el Postfeminismo según Ferriss y Young.

Cuadro No. 1

<i>Feminismo</i>	<i>Postfeminismo</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confianza en la acción política, los movimientos políticos y las soluciones políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lo personal es político, la agenda es reemplazada por la actitud.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primacía de la igualdad; resistencia y crítica al patriarcado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechazo de la rabia y la culpa de la Segunda Ola hacia el patriarcado.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La elección es un concepto colectivo: se refiere al derecho de las mujeres a <i>no</i> tener hijos y a entrar en las carreras y profesiones antes cerradas para ellas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La elección es individual, ya sea la familia, la carrera, la cirugía plástica o el color de las uñas.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechazo –o al menos cuestionamiento– a la feminidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Retorno a la feminidad y a la sexualidad.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sospecha y resistencia a la cultura popular mediática y al consumismo que promueve. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Placer en la cultura popular mediática y en la alegría del consumismo.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El humor está basado en la disyunción entre los roles tradicionales de las mujeres y las mujeres como personas poderosas e independientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El humor está basado en la discrepancia entre los ideales fabricados tanto por el feminismo como por los medios, y la realidad de la vida moderna. Como tal, el humor del postfeminismo es a menudo irónicamente auto denigrante.

6. Resultados

6.1. *Girls*



6.1.1. Ficha técnica

Serie de televisión:	<i>Girls</i>
Creador:	Lena Dunham
Reparto:	Lena Dunham (Hannah Horvath) Allison Williams (Marnie Michaels) Jemima Kirke (Jessa Johansson) Zosia Mamet (Shoshanna Shapiro) Adam Driver (Adam Sackle) Christopher Abbott (Charlie Dattolo) Alex Karpovsky (Ray Ploshansky) Andrew Rannells (Elijah Krantz)
País de origen:	Estados Unidos
Idioma:	Inglés
Género:	Comedia - Drama
Temporadas:	3
Episodios:	32
Duración episodios:	30 minutos
Prod. Ejecutivos:	Lena Dunham Judd Apatow

Jennifer Konner

Ilene S. Landress

Bruce Eric Kaplan

Cía. Productora:

Apatow Productions

I Am Jenni Konner Productions

HBO Entertainment

Fecha de estreno:

Abril 15 de 2012 (Actualmente en emisión)

Premios:

2013: Emmy: 5 nominaciones, incluyendo mejor serie comedia y actriz (Dunham)

2012: Emmy: Mejor casting en serie comedia. 5 nominaciones

2012: Globos de Oro: 2 nominaciones (serie comedia y mejor actriz)

2012: Globos de Oro: Mejor serie comedia y mejor actriz (Lena Dunham)

2012: Premios BAFTA TV: Mejor serie de TV - Internacional

2012: American Film Institute (AFI): Top 10 - Mejores Programas de TV del año

2012: Directors Guild of America (DGA): Mejor director (Serie de TV - Comedia)

6.1.2. Clasificación y descripción de los personajes. Antes de proceder con el análisis, haré una descripción de los personajes principales y recurrentes, como son presentados la primera o primeras veces que los vemos:

6.1.2.1. Personajes Principales

Hannah Horvath (Lena Dunham): Veinteañera aspirante a escritora, que vive en Greenpoint, Brooklyn.

Marnie Michaels (Allison Williams): Es la mejor amiga de Hannah y, al comienzo de la primera temporada, su compañera de apartamento.

Jessa Johansson (Jemima Kirke): Es la prima británica de Shoshanna y amiga de Hannah.

Shoshanna Shapiro (Zosia Mamet): la alegre e inocente prima estadounidense de Jessa.

Adam Sackler (Adam Driver): el amante de Hannah, actor y artista.

Charlie Dattolo (Christopher Abbott): Es el novio de Marnie, de quien se encuentra aburrida.

Ray Ploshansky (Alex Karpovsky): Amigo de Charlie. Gerencia una cafetería, donde luego entra Hannah a trabajar.

Elijah Krantz (Andrew Rannells): Ex novio de Hannah de la época universitaria, quien le revela que es gay.

6.1.2.2. Personajes recurrentes

Loreen and Tad Horvath (Becky Ann Baker y Peter Scolari): Son los padres de Hannah, profesores que viven en East Lansing, MI. Ellos le cortan el apoyo financiero a su hija en la primera escena de toda la serie.

Laird (Jon Glaser): Vecino de Hannah y adicto en recuperación.

Hermie (Colin Quinn): Es el jefe de Ray en la cafetería.

Sandy (Donald Glover): Novio republicano de Hannah durante los primeros episodios de la segunda temporada.

Katherine and Jeff Lavoyt (Kathryn Hahn y James LeGros as: Son los padres de las dos niñas que cuida Jessa.

Rich Glatter (Richard Masur): Jefe de Hannah en la firma de abogados, quien tiene gestos sexuales hacia todas las chicas que trabajan allí.

Thomas-John (Chris O'Dowd): Capitalista de riesgo que tiene un encuentro con Jessa y Marnie y que termina casado con la primera.

Booth Jonathan (Jorma Taccone): Artista conceptual que Marnie conoce en la galería donde trabaja.

David Pressler-Goings (John Cameron Mitchell): Editor del *e-book* de Hannah.

6.1.3. Argumento

6.1.3.1. Primera temporada.

En el primer capítulo conocemos a los personajes principales de la serie: cuatro chicas en la mitad de sus veinte años, que viven en New York. Ellas son Hannah, aspirante a escritora y graduada en Inglés; Marnie, compañera de apartamento de Hannah y amiga personal desde hace 9 años; Jessa amiga británica de Hannah que regresa a Nueva York

después de haber estado viajando; y Shoshanna, prima de Jessa y con quien ésta se quedará a partir del piloto.

Hannah lleva un año trabajando gratuitamente de becaria en una editorial esperando que estar allí le ayude a publicar un libro que está escribiendo desde hace tiempo. Sus padres llegan a visitarla a New York, donde vive, y le dicen que no la van a seguir manteniendo a partir de ese momento. Hannah pide que le paguen un salario por el trabajo que hace, pero ante la negativa del jefe, debe abandonar su empleo. Al día siguiente, va al hotel donde se hospedan sus padres y les pide que lean el manuscrito de su libro y le giren 1.100 dólares al mes para poder sobrevivir. Ellos se niegan rotundamente.

Hannah también tiene una relación con Adam, que, por el momento, parece ser sólo de naturaleza sexual. Adam le envía una foto de sus partes íntimas y luego un mensaje pidiéndole perdón porque la foto 'no era para ella'. Hannah decide ignorar eso y le manda una foto de ella semidesnuda. Por otro lado, ella comienza a trabajar en una oficina y pronto descubre que a su jefe le gusta tocar a sus empleadas y la mayoría de ellas lo dejan porque gracias a eso luego él les da aumentos o les regala cosas. A Hannah esto la indigna, pero termina dejándolo pasar. Hannah intenta seducir a su jefe para conseguir alguna de las ventajas que logran sacar sus compañeras de trabajo, pero él le deja claro que no quiere acostarse con ella, y a pesar de que ella trata de extorsionarlo, él la deja conservar su trabajo, pero ella renuncia.

Más tarde, Hannah va a confrontar a Adam por el mensaje de texto que le mandó y termina diciéndole que ella quiere alguien que la cuide, que no quiere que la traten

más tan horriblemente como él lo hace y que quiere estar con alguien que quiera tener sexo solamente con ella, Adam responde besándola y aparentemente aceptando tener una relación exclusiva con ella. Más adelante, Hannah y Adam van a un bar en el que unos amigos de él le cuentan a Hannah que Adam participa en reuniones de Alcohólicos Anónimos, lo que toma a Hannah por sorpresa. Hannah le recrimina a Adam el no haberle contado que él era alcohólico, a lo que Adam le remarca que ella nunca le preguntó porque lo único que hace es pensar en ella. La conversación termina con el preguntándole si lo que quiere es que sean novios y la respuesta es obviamente que sí.

Hannah y las chicas van al lanzamiento del libro “Leave me Alone” escrito por una ex compañera de la universidad que Hannah en realidad, odia. Allí se encuentra con un ex profesor de literatura y la invita a leer en un grupo de lectura al otro día. Hannah no está muy entusiasmada con la propuesta, pero termina aceptando. Lo que Hannah prepara para el grupo de lectura termina siendo un desastre y cuando llega a su casa encuentra una copia del libro *Leave me Alone* sobre la mesa, el cual Marnie había comprado, pero esto altera más de la cuenta a Hannah y la discusión termina escalando al punto de recriminarse lo malas amigas que son una con la otra. Hannah termina diciéndole a Marnie que no le importa ser una mala amiga, y esto lleva a que Marnie decida irse a vivir a otro lado.

Por su parte, Adam da por sentado que ahora que Hannah vive sola, ellos van a vivir juntos, pero Hannah aparentemente no capta las intenciones de Adam, por lo cual él termina. Cuando Hannah lo va a buscar, ellos terminan discutiendo en la calle y a Adam lo atropella un auto. Él está bien, pero cuando llega la ambulancia le dice a Hannah que no lo acompañe, que ella es un monstruo.

6.1.3.2. Segunda temporada

Hannah ahora está saliendo con alguien nuevo, Sandy, pero convenientemente ella no se lo dice a Adam, quien piensa que está completamente soltera y siguen teniendo una relación prácticamente igual a la que tenían antes, ya que ella lo está cuidando (él tiene la pierna quebrada) y pasan mucho tiempo juntos. Pero Hannah, a pesar de haberse creído feliz con Sandy, se da cuenta de que no están en el mismo lugar tanto emocionalmente como en un montón de cosas que ella piensa de la vida, así que la relación termina. A su vez, Adam intenta recuperar a Hannah pero el resultado no es positivo.

Luego Hannah conoce a Joshua, un vecino del lugar en el que ella trabaja, el cual conoce de casualidad y con quien termina acostándose y pasando dos días llenos de conversaciones profundas y autodescubrimiento, tratando de entender qué es lo que realmente quiere en esta vida, el significado del amor y la felicidad.

Hannah logra un acuerdo para publicar un *e-book*, pero no logra inspirarse y poder escribir. Se vuelven más notorios los trastornos obsesivos compulsivos (TOC) de la chica, quien viene controlando su ansiedad hace tiempo, pero entre los nervios que le provoca la futura publicación de su *e-book* y la visita de sus padres, sufre una recaída, que la hace repetir las cosas 8 veces. Al darse cuenta de esto, los padres de Hannah la obligan a ir a terapia y allí confirma que este trastorno lo tiene desde la adolescencia.

Teniendo mucha más presión que antes por la publicación de su *e-book* y con el editor diciéndole que el material que presentó para el mismo no es bueno, la ansiedad y el TOC hacen que Hannah termine en el hospital.

Adam está yendo a reuniones de alcohólicos anónimos, en una de ellas saca a relucir su honestidad y comenta que en su relación con Hannah se dio cuenta de que el amor no era como lo imaginaba. Una señora nota lo frágil y honesto que él se muestra y decide presentarle a su hija, Natalia, con quien inicia una relación. Natalia no se siente cómoda con la manera cómo él la trata en la cama (él la trata como trataba a Hannah), lo que hace que la relación no sea tan simple como quizás él esperaba. Después de mucho tiempo, Hannah y Adam se cruzan en la calle cuando ella vuelve del hospital y él sale de un bar. El reencuentro deja entrever los sentimientos del uno por el otro.

Hannah aún no termina su *e-book* por lo cual quien la contrató le dice que se puede estar enfrentando a un juicio si no entrega el material a tiempo. Esto genera una recaída aún mayor en ella. Se encierra en sí misma, no sale de su departamento, se corta el pelo y se da cuenta de que su salud mental no es buena.

Adam y Natalia siguen intentando que su relación funcione, pero las cosas cambian cuando Hannah, asustada al ver cómo su vida se viene abajo y no tener con quien hablar por estar distanciada de todos sus amigos, lo llama por teléfono y le dice que lo necesita. Adam le dice que se quede donde está y empieza a correr por la calle hasta llegar a su departamento y abrazarla. Ella le dice *estás aquí*, a lo que él responde *siempre estuve aquí*.

6.1.4. El universo pasional de Hannah Horvath

*“La vida sólo puede ser comprendida hacia atrás,
pero únicamente puede ser vivida hacia adelante”.*
Soren Kierkegaard

A continuación, analizo mediante el esquema pasional canónico propuesto por Fontanille (2001, págs. 108-111), la dimensión pasional del personaje de Hannah Horvath, protagonista principal de la serie y representante de la generación *millennial*.

6.1.4.1. Una voz de una generación. La primera escena de *Girls* en el episodio piloto (S01E01) nos muestra a Hannah Horvath engullendo grandes trozos de la cena frente a sus padres. Su madre le dice a ella y a su padre: *Ustedes dos, ¿pueden ir más despacio? Comen como si se lo fueran a quitar*, a lo que Hannah responde: *Estoy en edad de crecer*. Este primer diálogo resume muy bien la voracidad de Hannah en todos los términos, como si el mundo fuera a terminarse y ella se pudiera quedar sin su tajada de una comida prestada por la generación que sí tiene con qué proveer porque ella está todavía en edad de seguir recibiendo. Por esto, cuando sus padres le anuncian que no seguirán manteniendo sus gastos en Nueva York, su *estilo de vida fiestero, el alquiler, el seguro médico, el teléfono celular*, dos años después de que ha terminado sus estudios, le parece un movimiento arbitrario: ella no tiene trabajo real, sólo es becaria en una editorial y necesita continuar recibiendo su apoyo para convertirse en la persona que tiene en mente ser. Al fin y al cabo, les dice, podría ser peor: *podría ser una drogadicta, ¿no se dan cuenta de lo afortunados que son?*



Uno de sus argumentos es que todos los padres de sus amigos los mantienen o ayudan económicamente y eso que no son tan buenas personas como ella. Hannah Horvath se tiene en un gran concepto a sí misma, al menos en el aspecto intelectual. Esto me lleva a aseverar que en Hannah, la sintaxis modal pasional es *querer-hacer-saber*, siendo su pasión dominante la vanidad. No *poder-hacer-saber* al otro, que no está interesado en conocer, es lo que le produce mayor inquietud.

La vanidad también es un deseo. Es un afán excesivo y predominante de ser admirado, lo que lleva a buscar el halago o el elogio. (Marina & López, 1999, pág. 340) Lo que sus padres interpretan como “un estilo de vida fiestero” es para ella sólo el camino que la llevará a la grandeza literaria. Y a la fama. Para Hannah, su estilo de vida hace también parte de lo que tiene que vivir para poder escribirlo, por lo tanto su felicidad y bienestar, la búsqueda de su ser, es lo único que importa. “Cada uno se convierte en el ombligo del mundo, a la búsqueda del Yo perdido. El propio hedonismo se personaliza y se vuelve narcisismo psi”. (Trechera Herrera, 1996)

Es como si ella conociera un secreto de sí misma que los demás no: ser “la voz de su generación”. Hannah necesita que los demás lo reconozcan y actúen en consecuencia: que sus padres la sigan apoyando, que su jefe le empiece a pagar por el trabajo que ha venido desempeñando. “Términos como orgullo, vanidad, vergüenza, timidez, desvergüenza, culpa, arrepentimiento, que implican una evaluación que hace el sujeto de sí mismo, directamente o a partir de la imagen que tienen los demás de él. Son sentimientos muy íntimos y, a la vez, muy sociales”. (Marina & López, 1999)

Se podría decir que en la sintaxis de la dimensión afectiva, Hannah entra en la etapa del *despertar afectivo* en el momento en que llega a Nueva York, recién graduada en Inglés en Oberlin y allí se queda por dos años, imaginando que se convertirá en una gran escritora, escribiendo poco a poco un conjunto de ensayos y trabajando gratis en la editorial que se los publicará. Y viviendo la vida que anhela vivir para poder después contarla, en lo que se conoce como la etapa de *disposición*, donde el sujeto se forma la *imagen* pasional que le provocará el placer o el sufrimiento. Cuando sus padres le cortan la manutención y pide a su jefe que no puede seguir trabajando sin remuneración, algo a lo que él no accede, sufre un revés en este objetivo, en este deseo.

Vemos cómo la vanidad de Hannah se ve herida al enfrentarse a la realidad. “Tras las promesas de felicidad de la empresa de «tercer tipo» se esconde el continente desconocido de la ansiedad, la decepción, el yo herido”. (Lipovetsky, La felicidad paradójica, 2007, pág. 161) A partir de este momento, el *pivote pasional* se desencadena.

Impulsada por el juicio que han hecho sus amigos de su situación, Hannah va a visitar a sus padres al hotel y les expone por qué deben seguirla manteniendo. Asistimos entonces a la consecuencia observable del *pivote pasional: la emoción*. Aquí Hannah socializa la pasión y conocemos su estado interior.

Pero sus padres, que son de otra generación, no entienden sus razones: la *moralización*, que no es otra cosa que la evaluación que hace un observador exterior sobre la pasión del actante en relación con los propios valores de su comunidad, la presenta ante sus ojos como una persona vanidosa y egoísta.

Hannah no puede sobrevivir en Nueva York como Carrie Bradshaw (personaje de *Sex and the City*) y ni siquiera puede mantener un empleo que cumpla con las expectativas nacidas por lo que se invirtió en su educación. El mismo jefe que la “deja ir” porque no quiere empezar a pagarle el trabajo que desde hace un año ella desempeña de forma gratuita le dice: *¿sabes cuántas peticiones para ser becario tengo cada día? 50, unas 50. Casi las marco directamente como correo basura. Así que si crees que ya no tienes nada más que aprender de nosotros...* Y añade: *cuando te mueras de hambre, ya lo entenderás.*

La imagen de mujer independiente y poderosa se desvanece con las realidades de la vida moderna, donde, como la misma Hannah le dice a Marnie: *cuesta mucho dinero parecer así de cutre*, refiriéndose a que aún con su vida poco acomodada, tiene gastos a los que no está dispuesta a renunciar. Tal y como afirma Lipovetsky:

Al difundir por todo el cuerpo social el ideal de la realización personal, la sociedad de hiperconsumo ha exacerbado las discordancias entre lo deseable y lo afectivo, lo imaginario y lo real, las aspiraciones y vivencias cotidianas. Como los modos de existencia se destradicionalizan y como las vidas personales y profesionales se vuelven inseguras y precarias, se multiplican las ocasiones en que se siente tristeza, se duda de uno mismo y se emiten juicios negativos sobre la propia vida: el individuo está hoy condenado a conocer de manera más o menos regular la sensación de fracaso personal. Esto, naturalmente, no es lo propio de la época: pero todo hace pensar que la civilización hipermoderna, al remitir

cada vez más al individuo a sí mismo, crea más ocasiones de angustia.

(2007, pág. 162)

Y es que, tal como se caracteriza a la generación del milenio, abandonar el amparo familiar es algo que no están dispuestos estos jóvenes a hacer en tanto no consigan hacer realidad *la imagen* que han proyectado para su futuro. La conversación con Adam, justo después de “perder” este “trabajo” confirma lo que ya sabemos de los *millennials*: son jóvenes listos, preparados académicamente, pero que no logran dar con el trabajo de sus sueños o ganarse la vida haciendo lo que les apasiona.

Hannah:

Estaba caminando hacia aquí y estaba entrando en pánico, pero se me ocurrió que estoy licenciada en Inglés. Tiene que haber...

Adam:

Eso no importa. Yo lo soy en Literatura Comparada y no me sirvió de nada.

Existe un desaliento, producto de la desregulación del mercado de trabajo y de la precarización del empleo, pero también de la cultura consumista. Estos jóvenes realmente no se están muriendo de hambre, pero se sienten fracasados porque no pueden cumplir las promesas de felicidad laboral que se les hicieron cuando empezaron su formación académica. Y como la cultura consumista “ha destruido las identidades y culturas de clase, todo se remite a la responsabilidad individual: por este motivo, los reveses del mundo laboral se sienten cada vez más como deficiencias y fracasos personales”. (Lipovetsky, *La felicidad paradójica*, 2007, pág. 160)

Hannah le revela a Adam con vergüenza, que sus padres pagaban todos sus gastos hasta el momento y él le dice que su abuela le *da 800 dólares al mes*, lo que le proporciona la libertad para no tener que ser el esclavo de nadie. La vergüenza, que es

una “turbación en el ánimo por la aprehensión de algún desprecio, confusión o infamia que se padece o teme padecer” (Marina & López, 1999, pág. 261), sólo le dura un instante al confirmar, como ya había manifestado a sus padres, que su situación es la misma en la que se encuentran los amigos de su misma edad.



Y Adam no es el único: Ray, amigo de Charlie, le dice como respuesta a su negativa a trabajar en un McDonald's: *Yo también fui a la universidad. ¿Sabes qué saqué de eso? Una deuda de 50.000 dólares. Así de endeudado estoy.* Pero Ray, mayor que Hannah unos 10 años, la exhorta a conseguir un empleo precario y a abandonar sus sueños de momento, mientras que sus amigas, Jessa y Marnie, le dan otras alternativas como que diga a sus padres que la mantengan un tiempo más ya que ella es una artista, como Flaubert.

Y es que en la **moralización**, la pasión es evaluada y juzgada por el observador exterior en relación con los propios valores de su comunidad. Aquí la dimensión ética de la misma generación de Hannah le da la razón a su pasión, le concede el “derecho” a

vivir su “vanidad” de considerarse una artista en potencia, en cambio generaciones anteriores, más concretamente la de sus padres, la juzgan como desproporcionada.

Una vez perdido el apoyo de sus padres y, además, la posibilidad de conservar el empleo que le permitiría solucionar este problema, que era su mayor esperanza, se configura el componente temporal de la pasión en Hannah al caer presa de la desesperación, “que es el saber que hay algo que ya no se puede querer, aunque sea necesario, pero algo que ha sucedido en el pasado”. (Fabbri, 1998, págs. 65, 66). Como nos desentrañan Marina y López: “La desesperación puede negar la esperanza no porque falte la confianza en que algo sucederá, cosa que expresa la palabra *desesperanza*, sino porque ya ha sucedido algo que lo impide”. Hannah realmente confiaba en poder mantener su empleo, ahora con un salario, pero ante la pérdida de esta posibilidad, se ha quedado sin armas con qué enfrentar el futuro. En esta etapa, del *pivote pasional*, “el actante conocerá el sentido de la turbación (*despertar*) y de la imagen (*disposición*) que preceden” (Fontanille, Semiótica del discurso, 2001, pág. 109). Hannah ahora sabe que lo que había proyectado en su cabeza para su vida y la solución que pensaba que tenía a la mano ya no están más. Entonces, es momento de socializar su pasión, de hacerla observable mediante *la emoción*, que es donde “el cuerpo del actante reacciona a la tensión que padece, se sobresalta, se estremece, tiembla, enrojece, llora, grita...” y le permite, entre otras cosas, “manipular” las interacciones. (Fontanille, Semiótica del discurso, 2001, págs. 109, 110).

Pretende que sus padres lean allí mismo el libro que está escribiendo con el argumento *no quiero que se asusten, pero creo que puedo ser la voz de mi generación. O, por lo menos, una voz de una generación* y así comprendan por qué deben darle *1.100 dólares al mes durante los próximos dos años para poder acabar este libro.*

Madre:
Eso es una locura.

Padre:
Un montón de dinero.

Hannah:
Tú dices que es una locura. ¿Pero quién puede vivir en Nueva York con 1.100 dólares al mes? Tengo tantas esperanzas en este libro que estoy dispuesta a gastar mucho menos.

Madre:
¿Por qué no consigues un trabajo o empiezas un blog? Eres tan malcriada.

Hannah:
¿Y de quién es la culpa, mamá?

Madre:
De tu padre.

Padre:
Esto me entristece tanto. Me estoy sintiendo horrible.



Nos dicen Greimas & Fontanille: “La desesperación conlleva un dispositivo modal de tipo conflictivo: el *querer-estar-ser*, por una parte, y el *saber-no-estar-ser* y el *no-poder-estar-ser*, por la otra, coexisten sin modificarse recíprocamente, se contradicen y se contrarían hasta provocar la fractura interna del sujeto”. (1991, pág. 64)

Hannah se tira al piso, casi desvanecida, producto del té de opio que ha tomado en casa antes de salir y su padre le pregunta si está drogada. Cuando lo confirma, le dice:

Padre:
(Gritando)

¡Vas a beberte una buena taza de café!

Hannah:
(Gritando)

¡Tengo 24 años! ¡No me digas lo que tengo que hacer!

Madre:
Menuda función.

Padre:
Es el resultado de lo que hicimos. No podemos quitarle la paga de cuajo.

Hannah:
¿Por qué me hacen esto?

Padre:
Deberíamos quedarnos unos días más.

Madre:
Admiro tu bondad. De verdad. ¡Pero te está manipulando una maestra de la manipulación!

Padre:
¡Lo sé! Pero me duele verla en ese estado.

(...)

Madre:
Quiero la casa del lago. Trabajé duro. Quiero sentarme al lado del puto lago.

Padre:
Te mereces un lago.

Hannah:
Moriré como Flaubert en una buhardilla.

Hay varias cosas por analizar en este diálogo y en esta situación. La primera es que Hannah posee una excesiva evaluación de su propio valor, una *egolatría*, que es un sentimiento de amor excesivo hacia uno mismo. Egolatría que es un síntoma de narcisismo, uno de los signos de los *millennials* según Stein: “La incidencia de trastorno de la personalidad narcisista es casi tres veces más alta para las personas en sus 20 años que para la generación que ahora es de 65 años, según los Institutos Nacionales de Salud; 58% los estudiantes universitarios tuvieron una mayor puntuación en una escala de narcisismo en 2009 que en 1982” (2013, pág. 30).

Se conoce al *narcisista* como una persona presumida o vanidosa que se preocupa mucho de su atavío o está muy satisfecho de sus propias dotes. (Marina & López, 1999, págs. 338-339) La caída de los grandes proyectos que supuso la postmodernidad, hizo que el hombre se refugiara en la subjetividad: cada sujeto es el centro del mundo y de su universo y, en esa medida, sólo le importa lo que le pase a sí mismo. El vanidoso pierde la noción de las necesidades de los demás, Hannah no ve que sus padres ya han hecho lo propio con ella y desean también sus cosas, cumplir sus deseos y objetivos. Sin embargo, todos tienen aspiraciones, el mundo hipermoderno hace que se privilegien todas las historias, que todos puedan ser pequeños dioses. Hannah quiere seguir viviendo la vida que lleva para poder seguir escribiendo: porque considera que lo que le sucede es interesante en sí mismo. No tiene que ser la voz de una generación, puede ser *una* voz de *una* generación y, aun así, será, bajo su concepción, digno de la mayor admiración. La vanidad se ha democratizado y cualquiera puede ser merecedor del elogio de los demás.

Otro aspecto que hay que destacar es que Hannah parece estar reclamando lo que Virginia Woolf en los años 20: un cuarto propio y una renta de 500 libras al año para poder elevar su voz y escribir en paz. Pero Hannah no quiere ganárselo ella y hará cualquier cosa para evitar trabajar realmente por su objetivo. Como caracteriza a los *millennials*, una generación que no valora el concepto de esfuerzo, ella quiere la gratificación instantánea. “Aunque los miembros de otras generaciones fueron considerados algo mimados en su juventud, los *millennials* sienten que merecen muchísimo más. Los adultos mayores critican a los novatos de alto mantenimiento por exigir demasiado, demasiado pronto”. (Alsop, 2008) Condición que es propia, a su vez, de la cultura individualista: la ausencia de compromiso. A Jessa también la escuchamos decir en el episodio 1x04 (Capítulo S01E04 - *Hannah's Diary*): *¿Sabes cuál es la parte más rara de tener un trabajo? Tienes que estar allí todos los días, incluso los días en los que no tienes ganas. Shoshanna le pregunta: ¿Hoy no tienes ganas?, a lo que ella responde: Hoy está bien. Sólo que no sé cómo me sentiré mañana.*

6.1.4.2. Mírame, no me mires. En el noveno episodio de la primera temporada (Capítulo S01E09 - *Leave Me Alone*), Hannah asiste con sus amigas al lanzamiento del libro “Leave me Alone”, escrito por Tally Schifrin, una ex compañera de la universidad que Hannah en realidad odia. Se refiere a ella de la siguiente manera: *Yo solía quejarme de lo horrible que era como escritora y como persona. Quiero decir, era básicamente mi némesis.* El concepto de némesis no se encuentra consignado en el diccionario de la Real Academia Española (RAE), pero se le conocen varios usos. Uno es el de enemigo, pero también significa lo opuesto, lo que se opone a algo o alguien de manera completa. Al usar esa palabra, Hannah deja saber no sólo que piensa muy mal de Tally sino muy bien de sí misma. El vanidoso se compara con el otro, necesita sentirse más grande que

los demás y le asaltan sentimientos de envidia. He aquí que Tally ha podido hacer lo que ella no: publicar. Pero no lo atribuye a su talento, sino a la suerte:

Hannah:

No tiene talento. Únicamente escribía sobre sus aventuras sexuales y después se metió en una relación monógama. Por lo que supuse que se revelaría su verdadera naturaleza aburrida y que empezaría a escribir blogs de viajes o algo parecido, pero no... Su novio se suicidó.

Jessa:

Tu novio debería suicidarse. Te lo mereces.

Hannah:

Bueno, gracias. Pero estás diciendo eso porque me quieres.

Luego habla con Tally en un contrapunteo de indirectas acerca de lo que piensa cada una de la otra.

Tally:

¿Sigues escribiendo?

Hannah:

Sigo escribiendo. En realidad, sí.

Tally:

¿Tienes un agente?

Hannah:

No tengo un agente. No, quiero decir, tengo un novio. Vive en Prospect Heights. Está vivo y bueno, entonces...

Tally:

Bueno, eso es genial. Esperemos que sea hetero (El ex novio de Hannah es gay). ¿Sabes qué? Una editora de "New York Magazine" me está acosando y si no voy a saludarla se va a volver loca.

Hannah predica su gran talento, pero parece necesitar todavía de la admiración incluso de aquellos a quienes no tiene en un buen concepto:

Los seres humanos dan la impresión de que desean cosas contradictorias: quieren estar apoyados por el grupo y distinguirse de él, necesitan el halago de gente a quien van a despreciar después apoyándose en ese mismo halago, pecan, se arrepienten y vuelven a pecar, predicán a la vez la autosuficiencia y la solidaridad, aman a los demás y a sí mismos, a veces odian a los demás y a sí mismos también (...) elogian la transgresión y la temen, necesitan a los otros para apuntalar su ego, pero no aceptan la gratitud, buscan complicidades, excusas, se enredan en sentimientos de culpa. Necesitan ser mirados y no ser mirados. Parece que lo que piensan los demás constituye una parte importante de la idea que cada uno tiene de sí mismo. (Marina & López, 1999, pág. 332)

La secuencia pasional de la envidia en Hannah inicia con la comparación que hace de su propia situación y la de otra persona. Sobrevivir en Nueva York está bien, pero que otros puedan publicar, y ella no, es algo que sencillamente no puede soportar. En este momento del *despertar afectivo*, Hannah discierne la ausencia: no hay nada que pruebe su gran talento, no tiene agente, no ha publicado nada, ha fracasado. Y lo que es peor: otros han triunfado. La actualización de la envidia asume la forma de la vanidad: que no se note. El envidioso siente la necesidad de ser más que los otros, “en el fondo del fondo de la envidia está el deseo de ser preferido, de sobresalir. El envidioso siente que la existencia del envidiado «le hace de menos». Esto explicaría que toda la tradición occidental relacionaba la envidia con la soberbia, cosa que no se percibe a simple vista”. (Marina & López, 1999, pág. 314)

Cuando Hannah se encuentra con su ex profesor de literatura en la universidad, quien le dice que Tally es *una escritora de mierda* y ella, Hannah, una buena escritora, se siente un poco mejor. El ex profesor la invita a leer en un grupo de lectura al día siguiente, y aunque no está muy entusiasmada con la propuesta, termina aceptando. Tales sentimientos, como la vanidad, “influyen poderosamente en la acción. Los humanos hacen muchas cosas por el qué dirán, siguen las reglas de la tribu con sumisión, o la transgreden con miedo, rebeldía, indiferencia o arrepentimiento”. (Marina & López, 1999, pág. 331)

De esta forma, se inicia la etapa de la **disposición** frente a lo que provocará el placer o el sufrimiento. Hannah experimenta algo de confianza ante la mirada halagadora de su ex profesor, alguien que respeta, y consigue la oportunidad de mostrar a su vez su valía. Su acción va encaminada a aliviar su envidia, prefigurando la imagen de que ella también es una escritora. Es como si Hannah se dijera a sí misma: “no tengo un agente, pero tengo talento”.

Le envía un cuento a su ex profesor sobre Phil el Acumulador, un tipo por el que se flechó en la universidad a pesar de sus hábitos desagradables. Pero tanto Marnie, quien juzga su participación en la historia (*Si fue tan antipático y olía tan mal, ¿por qué no te fuiste sin más?*), como Ray, quien la acusa de escribir algo trivial (*¿Hay algo real sobre lo que puedas escribir? / La muerte es algo real, escribe sobre la muerte*) la desaniman en seguir adelante con esa historia. Hannah escribe algo sobre la muerte, en el metro, camino al grupo de lectura, que termina siendo un desastre, tanto para los asistentes como para Powell, quien le había dicho que la historia sobre el acumulador que le había enviado era perfecta.

Como las cosas no salieron como Hannah esperaba, se genera una etapa de frustración, pues se pierde el objeto valor que el sujeto esperaba encontrar después de hacer un esfuerzo. “Cuando nuestra actitud ante el futuro no se limitaba a desear o prever sino que se había concretado en un esfuerzo, aparece la *frustración*, que suele estar teñida de impotencia. La frustración, según los psicólogos, es uno de los motivos claros y típicos de la cólera” (Marina & López, 1999, pág. 231). Hannah experimenta un sentimiento de fracaso, producto, en gran medida, de no haber seguido su instinto inicial de lo que sabía que debía compartir, por lo que al llegar a su apartamento y encontrar una copia del libro de Tally, se enfurece con Marnie por haberlo comprado. Es el *pivote pasional* que desencadenará la *emoción* o socialización de la pasión: una reacción agresiva.

Marnie le confirma que el libro de Tally Schifrin le ha gustado, que la considera una escritora muy buena que sabe captar la incertidumbre de tener esa edad y que, incluso, lloró dos veces leyéndola. Hannah trata de cambiar el tema a sí misma, contándole lo que le pasó en el club de lectura, pero Marnie no está interesada en escucharla: *Pago todas las facturas en este departamento. ¿Eso no me da una noche libre de hablar de ti y de tus problemas?* Continúan discutiendo sobre varias cosas hasta que Hannah toca el tema del éxito, una prueba más de lo ofuscada que está con que a Tally le hayan resultado bien las cosas y a ella no.

Hannah:

Honestamente, Marnie, estás tan obsesionada con el éxito, y quién es quién, qué tienen y cómo lo han conseguido. Estaba mirando a Tally Schifrin la otra noche y pensaba que probablemente deseas que sea tu mejor amiga. Es bastante transparente. Así que puedes decirle a todo el mundo que sintonice y escuche a tu mejor amiga en el aire.

Marnie:

Me gusta estar rodeada de gente que sepa lo que quiere.

Hannah:

¿Gente como tú? ¿Porque qué más quieres además de un novio con un alquiler lujoso? De verdad, esas son tus prioridades. Siempre has sido así y ahora es peor.

Marnie:

No, ¿sabes qué? Tú eres peor. No te soporto más. Crees que todos están en el mundo para humillarte. ¡Eres como una grande, fea y jodida herida! Adam dice que estás tambaleándote al borde de la amargura psicótica pero sonrías con la boca tan abierta que nadie podría decirlo.

Hannah:

Tú eres la herida.

Marnie:

Yo no soy la herida. Tú eres la herida.

En este momento, la envidia de Hannah queda finalmente al descubierto y la manifestación de la *emoción* es provocada por descubrir que para su mejor amiga, el envidiado –Tally– se encuentra en un nivel de valoración más alto que el suyo. Por lo tanto, no sólo expone su pasión sino que, además, hace víctima de su agresividad a Marnie, por considerar que ahonda aún más en su dolor. Pero Marnie no sólo tiene un buen concepto a Tally, lo que exacerba la envidia de Hannah, sino que, a su vez, cumple el papel de *observador exterior* de la pasión de Hannah: juzga y evalúa su envidia como algo desproporcionado y, además, le deja ver que sus esfuerzos por ocultarla son en vano. He aquí la fase de *moralización*.

6.1.4.3. Quiero lo que no quiero. La relación de Hannah con Adam al inicio de la serie es puramente sexual: ella lo llama o busca cuando desea tener sexo, o lo visita directamente. Él nunca atiende sus llamadas o no las contesta; ni siquiera responde a los mensajes de texto, sin embargo siempre está dispuesto a recibirla cuando ella va hasta su casa. La primera vez que los vemos tener sexo (Capítulo S01E01 – Piloto), se trata

de una relación sin mirarse a las caras y de forma mecánica. La segunda vez que presenciamos un encuentro sexual (Capítulo S01E02 - *Vagina Panic*), vemos cómo Adam disfruta imaginando y verbalizando otros escenarios como que ella es una *sucia putilla yonqui de 11 años, a la que mandará a casa cubierta de semen*. La penetra hasta alcanzar él el orgasmo y le dice que si ella quiere correrse, de ahora en adelante deberá pedirle permiso primero. Es evidentemente un juego, pero resulta bastante fuerte y, aunque Hannah parece disfrutar, no la vemos jamás alcanzar el orgasmo y hasta dice: *Ha estado muy bien. Ha estado bien de verdad, casi me corro*. Cuando terminan, él le ofrece una bebida pero todo lo que vemos en el plano es la cara de Hannah, visiblemente insatisfecha y desilusionada. Más adelante, tienen una conversación sobre el uso del condón y Adam deja ver que no lo utiliza con otras mujeres. Toda la secuencia de acontecimientos apunta a algo que hiere la vanidad de Hannah: es un objeto sexual intercambiable. Por eso cuando Marnie le dice *él no es tu novio* y cuando Shoshanna le lee una lista de reglas entre las que se encuentra *no hacer el amor nunca por detrás*, Hannah se da cuenta de que para sus amigas –la sociedad– lo que tiene con Adam no es una relación de verdad. Es éste el *despertar afectivo* de Hannah. Siente vergüenza, pero no la expresa para no sentirse humillada. Para disimular la humillación, finge descaro, pero en sus gestos podemos adivinar que no es una situación que le guste.

La conversación con Adam sobre el uso del condón la deja preocupada, lo que podemos comprobar cuando *googlea* posibles enfermedades por *no usar el condón por un segundo*. Finalmente, es diagnosticada con VPH – Virus del Papiloma Humano, una enfermedad de transmisión sexual (Capítulo S01E03 - *All Adventurous Women Do*), por lo que va a reclamarle a Adam el habérselo contagiado. Discuten, pero él le dice que no se lo contagió y ella le cree y hasta le pide disculpas. Luego va donde su ex novio Elijah

a reclamarle lo mismo y durante la discusión llama “novio” a Adam, lo que nos deja ver que ante los demás, no está dispuesta a admitir que su relación es puramente sexual y que él sí tiene otras parejas mientras ella solamente se acuesta con él. “Por vergüenza, se oculta la propia intimidad” (Marina & López, 1999, pág. 355). Pero esta vergüenza no es producto del puritanismo, sino de la propia valoración personal y de la necesidad de reconocimiento subjetivo. Como bien anota Lipovetsky, la sociedad hipermoderna “no deja de rendir culto al ideal amoroso” y “la «vida de verdad» se asocia a lo que se gusta en pareja, la relación estable y exclusiva constituye todavía un objetivo ideal”. (Lipovetsky, La felicidad paradójica, 2007, pág. 236)

Esto se explica en la medida en que el sujeto postmoderno –y sobre todo de la generación *millennial*– desea ser reconocido como una subjetividad incanjeable. Es decir, la “felicidad de ser distinguido, deseado, adorado por uno mismo: si la experiencia amorosa propicia siempre una exaltación así es porque es inseparable de las seducciones del espejo narcisista, porque halaga al yo, que se siente valorado o está esperando ser valorado como sujeto único”. (Ibídem, 2007, pág. 237) En medio del culto al erotismo extremo y la promiscuidad, se erigen el individualismo y la vanidad como limitadores y autoreguladores: a Hannah le gusta el sexo *sucio* con Adam, pero desea algo más, en virtud de que ella lo vale. Es el momento de la *disposición*, cuando Hannah se hace consciente de la carencia y se forma la *imagen* pasional de lo que realmente quiere y piensa que merece.

Un día Hannah recibe una foto pornográfica de parte de Adam y se la enseña a su amiga Marnie y al novio de ésta, Charlie. Unos minutos después, y estando ellos todavía presentes, recibe un mensaje de texto que dice *disculpa, no era para ti*. Sus

amigos le dicen que no le responda y sus compañeras de oficina, al contarles el suceso como algo gracioso, la aconsejan de terminar esa relación en ese mismo momento. Hannah, ahora en evidencia, expuesta su relación ante la mirada evaluadora de los demás, sufre una transformación de la presencia, *pivote pasional*. Ya no puede ocultar más su vergüenza, ya no puede huir del hecho de que esa relación no le da lo que ella considera a la altura de lo que piensa de sí misma. Es esto lo que desencadena la *emoción*: ya no puede quedarse callada y ante el silencio por parte de Adam va a su apartamento y le suelta un monólogo de cómo se siente.

Observemos la conversación de Hannah con Adam:

Hannah:

Vine aquí para decirte que no creo que debamos vernos más. No creo que debamos vernos más, y me hace sentir estúpida y patética recibir una foto de tu pene que sé que era para otra persona, y ni siquiera te molestaste en explicarte, porque te hice pensar que no tenías que explicarte. Así que...

Adam:

¿Qué estás pidiendo?

Hannah:

No estoy pidiendo nada. Realmente no te estoy pidiendo nada. Nunca te he pedido nada. Ni siquiera quiero nada, ¿vale? Respeto tu derecho a ver y hacer lo que quieras, y ni siquiera quiero un novio. Solo quiero alguien que quiera pasar conmigo todo el tiempo y piense que soy la mejor persona del mundo y quiere acostarse solo conmigo. Y me hace sentir muy estúpida decirte esto, porque me hace sonar como una chica que quiere, algo como, ir a un brunch. Y realmente no quiero ir a un brunch, y no quiero que tú te sientes en un sofá mientras voy de compras o, ni siquiera que conozcas a mis amigos. Ni siquiera quiero eso, ¿vale? Pero tampoco quiero compartir la pareja sexual con una chica que parece haberse asqueado por una foto de tu pene. Y además, no quiero una foto de tu pene porque vivo muy cerca de ti, así que si quieres que vea tu pene, podría pasarme por aquí y ver tu pene. Y realmente no veo que me escuches y no veo que cambies. Así que... Solo te lo resumí. Y lo siento si no me di cuenta de esto antes, y debes pensar que soy aún más estúpida de lo que ya pensabas que era. Pero considéralo como un testamento por tus encantos, porque probablemente no lo sepas, pero eres muy, muy encantador. Y realmente me preocupo por ti. Y no quiero hacerlo más, porque es muy jodido para mí. Así que me voy a marchar.

Durante este último tramo, casi un monólogo de Hannah, su labio inferior tiembla considerablemente. Hannah se debate entre expresar lo que realmente desea, entre hacerse valer como persona y mujer, y no parecer una de esas chicas que quieren una relación seria. No una de esas *que van de compras mientras su novio se sienta en un sofá*, una directa alusión a la *lady* postfeminista. Identifica esto como una debilidad y por ello se resiste. Adam la atrae hacía él y terminan besándose, sin aclarar realmente qué tipo de relación tendrán a partir de ahora. En el siguiente capítulo (Capítulo S01E05 - *Hard Being Easy*), Adam le deja claro a Hannah que no seguirán adelante con lo que tienen, pues ella ya expresó lo que quiere y él no puede dárselo. Hannah se encierra en el baño a llorar. Cuando sale, él se está masturbando e inician un juego en el que ella le habla fuerte y toma su dinero por *hacerla ver todo lo que vio esta tarde*. Vuelven, de esta forma, a la relación impúdica que sostienen, en la que Hannah deja de sentirse humillada y avergonzada. De momento.

La **moralización** de esa pasión, ahora expresada, llegará en el momento en que Adam, hasta ahora convencido de que Hannah disfrutaba y aceptaba el tipo de relación que tenían, decide que no seguirán adelante. Luego de que ella le reclame el no haberle contado jamás que es un alcohólico en recuperación, detalle que conoce a través de una amiga de él en una fiesta, él la enfrenta diciéndole que nunca preguntó: *Nunca me preguntas nada, tú no quieres conocerme. Tú quieres venir de noche y que te folle a lo perrito. Después quieres irte y escribirlo en tu diario. No quieres conocerme*. Adam piensa que Hannah sólo se interesa por sí misma y que exige una relación cuando no está dispuesta a *estar* realmente en una.

6.1.4.4. Quiero lo que todo el mundo quiere. Hannah consigue un trabajo como *freelancer* y quien la contrata le propone probar la cocaína para poder tener material del cual escribir (Capítulo S02E03 - *Bad Friend*). Al principio se divierte, pero después de discutir con Elijah por haberse acostado con su amiga Marnie, pierde totalmente el control de sus emociones y va a confrontarla. Hannah vuelve más tarde a su edificio y decide ir a acostarse con su vecino para usar esa experiencia como parte del artículo que debe escribir. En la secuencia pasional de la inquietud en Hannah, el *despertar afectivo* se presenta cuando empiezan a darle historias sobre las cuales escribir, a cambio de dinero. Aquí Hannah siente que puede dedicarse a lo que siempre deseó: vivir experiencias fascinantes y contarlas a otros. Y además, pagarse el alquiler con ello.

Cuando le publican el artículo ofrece una cena en su casa para sus amigos, en la que ella misma cocina porque *eso hace la gente grande* (simulacro del sujeto *potencializado*) y todas las conversaciones y actuaciones giran alrededor de ser adulto. Esta es la etapa de la *disposición*, donde el actante supera el sobresalto y es capaz de imaginar los escenarios respectivos.

Luego, conoce a Joshua, un médico de 42 años recién separado y vecino del café donde trabajan Ray y Hannah. Joshua llega al café a reclamar que la basura de la cafetería ha terminado en su contenedor y se enfrasca en una discusión con Ray. Hannah, quien es la culpable de tal cosa, se va detrás de él a contárselo y terminan besándose y teniendo sexo. Durante dos días, Hannah se queda en su casa, un confortable, lujoso e iluminado apartamento. Lo que ocurre durante el quinto capítulo de la segunda temporada (Capítulo S02E05 - *One Man's Trash*) es lo que identifico como el *pivote pasional* del esquema pasional canónico de la inquietud en Hannah.

Según Fontanille (Fontanille, *Semiótica del discurso*, 2001, pág. 109) esta etapa es el momento mismo de la transformación pasional, que no se puede traducir en los términos de la junción. Aquí, el actante conoce el sentido de la turbación (*despertar*) y de la imagen (*disposición*) que preceden. Y eso es lo que le ocurre a Hannah cuando entra en contacto con las cosas bonitas que ve en casa de Joshua. En este episodio, aparte de Ray al inicio, no vemos a ninguno de sus amigos, padres o ex novios, es sólo Hannah frente a sus perversiones y audacias, aceptándose a sí misma: ante sus miedos y también ante sus deseos.



Como una metáfora de lo que hace con su vida, Hannah se ha aficionado a tirar su basura en los contenedores ajenos, pues ha perdido la llave del propio y no quiere que nadie se entere. Allí, en este mundo sereno y adulto –de verdad– de Joshua, lejos de las experiencias de todo tipo que Hannah hace mucho tiempo se prometió vivir para contárselas a otros, descubre lo que quiere: no sólo la fruta en el frutero, la nevera llena de cosas, la bata para salir del baño, el marido atractivo, es decir, *todas las cosas*, sino que quiere lo que quiere todo el mundo: ser feliz. Y sintiéndolo todo por primera vez (y citando a Fiona Apple cuando lo dice), también descubre que está sola. Pero esa

sensación de soledad es también miedo al fracaso en su carrera. Por eso es consciente de su inquietud.

Cuando consigue un contrato para escribir un *e-book* en un mes (el plazo la hace vomitar una vez sale de la reunión donde le dan noticia) su cuerpo empieza a reaccionar a la tensión que padece. En este escenario es en donde realmente puede convertirse en “la voz de su generación”, según palabras de su editor.

Hannah teclea en su computadora el título del primer capítulo de su *e-book*, mientras toma una bebida energizante. Está escribiendo la primera frase, pero abre otra ventana en Internet con noticias, habla con Jessa, se tira de la oreja, toma su celular por un momento y bebe cuatro veces seguidas de la taza de té. Finalmente, sale a un evento de Marnie porque no consigue inspirarse. No consigue estar tranquila. ¿Qué pensamientos le asaltan? Como afirman Greimas y Fontanille, “el sujeto discursivo inquieto no tiene otra expectativa más que la de controlar la oscilación que lo arrastra”. (1991, pág. 30)

Hannah realmente se enfrenta a cumplir con todo lo que ha venido anunciando sobre sí misma hasta el momento, es el instante preciso en que debe cumplir o naufragar estrepitosamente y la *emoción* empieza a manifestarse.

El trastorno obsesivo-compulsivo (TOC) que sufre Hannah se va intensificando poco a poco, generando una recaída, lo que la hace repetir las cosas 8 veces. Sus padres lo notan y le dicen lo que padece, pero ella lo niega rotundamente. La obligan a ir a terapia y allí confirma que este trastorno lo tiene desde la adolescencia.

El *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (2002) clasifica el trastorno obsesivo-compulsivo (TOC) como un trastorno de *ansiedad* caracterizado por pensamientos intrusivos, recurrentes y persistentes, que producen *inquietud*, aprensión, temor o preocupación, y conductas repetitivas, denominadas compulsiones dirigidas a reducir la ansiedad asociada. Es a través de estas conductas, que los demás pueden identificar que algo le ocurre a quien lo padece.

Cuando el editor de Hannah le devuelve las primeras 200 páginas porque piensa que se ha ablandado, que su escritura ha perdido audacia, tristeza “suciedad”, su ansiedad alcanza el máximo. Limpiándose la oreja fuertemente se rompe el tímpano y llama a sus padres. Ellos le aconsejan ir al hospital y ella lo hace sola, pues no hay nadie para acompañarla. De regreso a casa, luego de la curación, sigue hurgándose en la oreja sana. Hannah es presa de un “malestar agitado, causado por diferentes desencadenantes internos: el temor de lo que va a suceder, la duda de cómo actuar, la espera de algo que deseamos. Se caracteriza por la aceleración de los procesos psíquicos, que lleva a cambios constantes en el terreno físico, –como son los movimientos rápidos, descontrolados–, y psíquico –como la inestabilidad emocional.” (Marina & López, 1999, pág. 110) “No hay pasión sin cuerpo”, nos dice Fabbri (1998, pág. 67), siempre que nos referimos a alguna pasión nos referimos a la corporeidad, a los cambios físicos que origina.

Hannah ve pasar los días entre su trastorno de ansiedad y no avanza con el libro, por lo que su editor amenaza con demandarla: ya le ha dado un cheque y ella no está comprometida con cumplirles. Pero la solución a sus problemas no la encuentra en

ponerse a trabajar juiciosamente en la publicación sino en llamar a su padre para pedirle prestado el dinero del anticipo y así *ganar más tiempo en su proceso creativo*. “La explosión de las depresiones y las ansiedades, los síntomas de deterioro de la autoestima señalan la nueva vulnerabilidad del individuo, que es inseparable de la civilización de la felicidad. Las opiniones negativas sobre uno mismo, las dudas sobre el valor de su existencia presente, la sensación de haber fracasado en la vida constituyen de manera creciente una de las tendencias del individualismo reflexivo”. (2007, pág. 162)

Cuando el vecino viene a cortarle el cabello, pues se mutiló una parte del flequillo imitando el peinado de una actriz que vio en una revista –en vez de ponerse a escribir–, los restos de cabello quedan desparramados por el piso y su reflexión al tomar la escobita y la pala para limpiarlos es: *¿Sabes cuando eres pequeño y se te cae un vaso y tu padre te dice «apártate» para que puedas estar a salvo mientras él lo limpia? Bueno, ahora a nadie le importa si lo limpio yo. A nadie le importa si me corto con cristal. Si rompo algo, nadie dice «déjame ocuparme de eso».*

Hannah sigue siendo una niña pequeña que necesita todavía que la alimenten y ni su precariedad económica, ni sus deseos de destacar, la asustan lo suficiente como para impulsarla definitivamente a tomar las riendas de su vida por sus propios medios.

6.1.5. Transformaciones en la subjetividad postfeminista

De acuerdo a los aportes de Ferriss y Young (2007), analizo las transformaciones que se han dado en la subjetividad postfeminista en *Girls*. Explorando cada uno de los puntos de la segunda columna del Cuadro No. 1, indago si lo que los autores consideran como características del postfeminismo está presente en la serie o si, por el contrario, presenta alguna transformación. Al final, presento en el Cuadro No. 2, una comparación entre el Postfeminismo delineado por Ferris y Young y el Postfeminismo de *Girls*.

6.1.5.1. Es muy diferente. Una de las diferencias del postfeminismo con el feminismo de la Segunda Ola es que la acción política es reemplazada por la actitud personal. La elección ya no es más un concepto colectivo, sino una decisión individual. Cuando Hannah va a trabajar a una oficina y descubre que a su jefe le gusta tocar a todas las empleadas (S01E04-05), incluida ella, primero se indigna, pero luego lo deja pasar. Sus compañeras de oficina lo saben, y también lo permiten, porque les hace regalos, es flexible con los horarios o, tal vez, porque les parece algo inocente que no las ofende completamente. *Te acostumbrarás*, le dicen a Hannah sus compañeras, *sé que es asqueroso, pero él es muy agradable y consiguió seguro médico para Tommy*, dice una de ellas; *no se queja de si vengo o no vengo y esas cosas y pagó el campamento de mi hermana, añade otra; y me regaló un iPod por mi cumpleaños, fue muy amable de su parte*, añade nuevamente la primera.

Como anota McRobbie:

Ahora se da por sentado que los varios asuntos políticos asociados con el feminismo están ampliamente reconocidos y atendidos (se han convertido en sentido común feminista), con el resultado de que ya no

hay cabida para el feminismo en la cultura política actual. Pero esta desautorización permite la sutil renovación de las injusticias de género, al tiempo que también se reinstauran normas patriarcales vengativas. Estas se pasan por alto o se ignoran, porque quedan eclipsadas por los resplandecientes tropos de libertad ahora asociados con las mujeres jóvenes mediante procesos de individuación femenina lograda por medio de un conjunto de tecnologías del yo. (2010, pág. 114)

Hannah se siente incómoda cuando él vuelve a tocarla y le admite, sonriente: *me dirás si el toqueteo te molesta alguna vez, ¿verdad? Simplemente soy un tipo de los que tocan*. Jessa le pregunta a Hannah si no se siente un poco halagada por su acoso y le sugiere que debería “tirárselo”. Y la idea se instala en la cabeza de Hannah, no ya como una imposición o avance de su jefe, sino como una elección propia: la mujer sujeto de deseo a través de una concepción moderna de empoderamiento, dicen las postfeministas. Así que cambia su actitud y ya no se siente más la víctima: lo aborda ella misma, con algo de coquetería. Él la rechaza, burlándose un poco de ella y Hannah se molesta: *¡Lo que pasa es que sigues actuando como si quisieras follar conmigo, así que he dicho que puedes hacerlo!*, en un afán por convertirlo en su decisión. Pero el hombre se niega a seguirle el juego, pues ha perdido el poder. Entonces, ella lo amenaza con una demanda colectiva de parte de todas las chicas de la oficina y él se burla diciéndole que no existe una aplicación en su iPhone que haga eso. Finalmente, Hannah renuncia y le dice que un día escribirá sobre él y no cambiará su nombre: su revancha tendrá que ser personal y no colectiva.



Sin embargo, en lo que a relaciones sentimentales se refiere, todas parecen estar de acuerdo en qué comportamiento es el más adecuado. Salir o acostarse con un hombre que le manda fotos pornográficas a otras, como es el caso de Hannah con Adam, es algo inaceptable para ellas. La opinión es unánime. Las mujeres han ganado mucho terreno como para permitir soportar algo así, es lo que parecen decir. Hannah se encuentra desconcertada cuando le dicen que debe dejar su relación con él inmediatamente, pues es irrespetuoso y saca a relucir el tema del acoso sexual, a lo que ellas responden: *es muy diferente*, como “indicando que toda la atención y la percepción del yo femenino (no diré feminista) se ha trasladado al terreno sentimental olvidando las acciones colectivas” (Moreno Segarra, 2012, pág. 83).

En este sentido, vemos que lo que sucede se ajusta a lo anotado por Ferriss y Young sobre el postfeminismo, en la medida que no hay acciones ni soluciones políticas sino individuales. Todas las decisiones son personales.

6.1.5.2. Who are "the ladies"? Shoshanna está feliz por poder compartir con sus amigas el libro que está leyendo, *Listen, ladies*, un tratado del postfeminismo parecido a *Las Reglas del Juego (The Rules)*, escrito por Ellen Fein y Sherrie Schneider y publicado originalmente en 1995. Se trata de una serie de reglas o consejos para lidiar con los hombres y hacerte respetar como mujer. Ya desde el episodio piloto, Shoshanna nos había dejado ver la confianza y placer que encontraba en los referentes de la cultura popular, comparando su personalidad y la de cada una de las chicas con las protagonistas de *Sex and the City*, cuyo poster adorna su habitación. Jessa, su prima, reacciona con desprecio e indiferencia por lo que quiere decir la autora. Hannah pregunta quiénes son las *ladies* y Shoshanna le dice que ellas. Que todas. Pero Jessa afirma tajantemente no ser una de las *ladies*. Visiblemente molesta, cuestiona el libro: *Me ofenden todas esas supuestas cosas que debemos hacer. No me gustan las mujeres diciéndoles a otras mujeres qué hacer, o cómo hacerlo, o cuándo hacerlo. Siempre que tengo sexo es mi decisión. Sí, y si quisiera tener citas las tendría.*



Hasta aquí, vemos que la elección es individual y no un concepto colectivo, tal como afirman Ferriss y Young. Pero si las feministas de la Segunda Ola decían que las mujeres tenían derecho a *no* tener hijos o a entrar en carreras que antes eran vedadas para ellas, la cultura popular postfeminista también hace lo propio erigiendo una serie

de comportamientos como aceptados. En *Girls*, el personaje de Jessa, se alza como una voz que siente recelo de lo que la cultura mediática promueve y pone a debate las ideas del pensamiento postfeminista, de la misma forma que las postfeministas lo hicieron con las feministas. Jessa siente que sobre ellas se ejerce una presión y vigilancia que no está dispuesta aceptar. Si la decisión es individual y es mía, parece decir Jessa, entonces yo puedo ser la mujer que yo quiera ser, no el producto de unas nuevas reglas de lo que significa ser mujer.

Moreno Segarra (2012) plantea que “uno de los primeros instrumentos para certificar la muerte de una tendencia cultural en un panorama como el actual donde los estilos sobrevienen rápidamente es cuando detectamos cómo un tipo de relato está siendo utilizado de manera irónica por otro tipo de relato que en cierta manera lo sucede”. Anota también cómo *Girls* trata de diferenciarse de los relatos de la *chick culture* como *Sex and the City*, lo que cataloga como un signo de agotamiento de la cultura comercial postfeminista, después de los atentados del 9/11 y de la crisis económica mundial del 2008:

Junto a ese canto a la juventud como edad de la estupidez, la serie está llena de escenarios y situaciones que jamás se darían en una serie de televisión postfeminista: las escenas de sexo son naturalmente desagradables, la gente no tiene trabajo y está llena de deudas por culpa de su educación universitaria, por no hablar del hecho de que una de las protagonistas aborta en los dos primeros episodios mientras sus amigas se debaten entre la seriedad de la ocasión y la normalidad de un derecho adquirido.

Y en realidad se diferencia. *Girls* va más allá de estos relatos y habla de su juventud y de su forma de ser mujer, desde su propia realidad. Bell afirma: “No hay escenas de compras ni espectáculos glamorosos de zonas comerciales o restaurantes, no hay caminos por el río Hudson. El intento sucio, sudoroso y abortado de Hanna de correr junto a Adam dice mucho. El ensimismamiento ansioso abunda, pero no impide por completo el deseo de mantener feminidades. Ver el impulso de las chicas hacia el auto mejoramiento, simplemente como otro triste producto de la ideología posfeminista es mantener una comprensión fragmentada de esta juventud”. (2013, pág. 364)

Esto significa que aun cuando existe un placer por la feminidad y la sexualidad, ésta no se acoge a los modelos que promovían la libertad individual, al mismo tiempo que la vigilaban. Hannah es un personaje con sobrepeso, que muestra su desnudez en la mayoría de sus episodios y que desafía esa estética cuidada del postfeminismo con patrones de belleza muy claros. A la pregunta de Adam sobre su peso, Hannah declara que no ha intentado adelgazar porque *decidió* que “iba a tener otras preocupaciones en (su) vida” (Capítulo S01E03 - *All Adventurous Women Do*). Si lo que persiguen todas las corrientes del feminismo a lo largo de la historia es que se respeten los derechos de las mujeres, estas chicas parten del hecho de que no hay una forma correcta de ser mujer.

Sobre esta estética, Carolina Mateo (2013, pág. 124) hace una anotación sobre la desacralización de la preciada intimidad postfeminista que está en la misma línea de unas declaraciones hechas por Dunham acerca de exhibir lo que le avergüenza (Karlin, 2012):

En *Girls*, el ámbito de socialización de lo íntimo tiende a ser el cuarto de baño, recinto del cual es difícil escapar ante una pregunta incómoda. Las vulnerabilidades de los personajes pasan de compartirse en un espacio de consumo –como suelen hacer en los relatos postfeministas, lo que refuerza su status de mujeres triunfadoras y con recursos económicos– a un espacio de excreción física, desmitificando de esta manera la preciada intimidad postfeminista.



Si en el postfeminismo chick el humor es con frecuencia autodenigrante –recordemos casos concretos de los 90 como la serie *Ally Mcbeal* o la película *El diario de Bridget Jones*–, retratando las diferencias entre los ideales fabricados por los medios y la realidad de la vida moderna, en *Girls* esto va mucho más allá. Si el universo de *Sex and the City* era color de rosa (o fucsia), éste es de colores pasteles. El naturalismo de *Girls* renuncia a la elegancia y nos presenta un punto de vista vulgar y humillante, que también incluye el escenario del aspecto personal y del sexo: las escenas de sexo son incómodas, crudas y brutalmente honestas. Uno de los consejos leídos en el libro que comparte Shoshanna con sus amigas es *El sexo por detrás es degradante, simple y llanamente. Merecen a alguien que quiera mirarles a sus*

preciosas caras, señoritas, cuando la serie nos ha mostrado exactamente esta posición sexual desde el piloto.

6.1.5.3. Amor, narcisismo y tecnología. Pero aunque en *Girls* el sexo sea presentado de forma naturalista, las chicas no hablen de sus relaciones todo el día en restaurantes mientras toman *cosmopolitans* o no quieran seguir los consejos de la cultura popular postfeminista de los 90, sí que tienen sus propios códigos para descifrar cuándo son o no importantes para el sexo opuesto. Al comentar con Marnie sobre la relación que sostienen Hannah y Adam, ésta le dice que él nunca le responde los SMS y le enumera lo que denomina “el tótem” del chat: *Lo más inferior es Facebook, seguido por GChat, después los SMS, después email, después el teléfono. El cara a cara es, por supuesto, lo ideal. Pero no es de esta época. Las reglas no son las mismas de los 90, pero hay otras que surgen en el contexto de la tecnología actual, por ejemplo. Aquí de lo que se trata es de establecer la propia valía.*

En la sociedad postmoderna, todos están deseosos de reconocimiento individual. Como nos dice Lipovetsky:

En tiempos de individualismo narcisista se afirma con un vigor renovado la exigencia de *calidad* en las relaciones íntimas, una calidad que requiere proximidad comunicacional y al mismo tiempo reconocimiento y valoración subjetiva. No ya un proceso de disolución del Yo en las confusiones libidinales anónimas, sino su afirmación, cada vez más exigente, ante el otro. (2007, pág. 238)

Y de esta calidad expresada en la proximidad comunicacional da cuenta *Girls* cuando resuelve en dos ocasiones el distanciamiento de Hannah y Adam, siempre de forma personal, siempre de forma romántica. En el capítulo 1x08 (Capítulo S01E08 - *Weirdos Need Girlfriends Too*), Adam le ofrece disculpas a Hannah por haberle gritado a un auto con una pared repleta de carteles que gritan “lo siento”, en la mitad de la noche. No es de la época, por eso mismo, para los *millennials*, expresar el amor sin usar la tecnología, tiene un valor muy importante.



En otra secuencia, la que da cierre a la segunda temporada (Capítulo S02E10 – *Together*), Hannah, en medio de su recaída en el trastorno de ansiedad que padece y sin ningún amigo o padre cerca, llama por teléfono a Adam. Éste la ve a través de la pantalla de su iPhone pero sabe inmediatamente que la tecnología no es suficiente para expresar su amor y preocupación. En una escena digna de comedia romántica, se

mantiene en contacto con Hannah a través de la comunicación mediada, mientras corre a su encuentro físico, sin siquiera ponerse una camisa, para tomarla entre sus brazos y decirle *Siempre he estado aquí*.

6.1.5.4. El postfeminismo de *Girls*. Transformaciones entre lo presentado por Ferris y Young y lo observado en el análisis de *Girls*.

Cuadro No. 2

<i>Postfeminismo Ferris y Young</i>	<i>Postfeminismo en Girls</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lo personal es político, la agenda es reemplazada por la actitud. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No hay acciones políticas. La agenda es reemplazada por la actitud y las soluciones son individuales. Estas decisiones son tomadas sin pensar en qué repercusiones tendrá para las otras mujeres o la lucha feminista.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechazo de la rabia y la culpa de la Segunda Ola hacia el patriarcado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La crítica es hacia las <i>reglas</i> del postfeminismo y no al patriarcado. El rechazo es hacia otras mujeres que quieren decirles cómo deben comportarse frente a los hombres.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La elección es individual, ya sea la familia, la carrera, la cirugía plástica o el color de las uñas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La elección es individual, pero es llevada a sus últimas consecuencias. No hay una forma correcta de ser mujer. Eligen la familia, la carrera, la cirugía plástica o el color de las uñas, sin reparar en lo que está socialmente aceptado.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Retorno a la feminidad y a la sexualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La feminidad y la sexualidad escapan a la estética postfeminista neoliberal. No van perfectamente bien vestidas siempre y la sexualidad es mostrada de forma cruda y naturalista.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Placer en la cultura popular mediática y en la alegría del consumismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los personajes disfrutaban de la cultura popular mediática, pero algunos de ellos empiezan a mirarla con recelo, por querer imponerles un modo de ser y comportarse.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El humor está basado en la discrepancia entre los ideales fabricados tanto por el feminismo como por los medios, y la realidad de la vida moderna. Como tal, el humor del postfeminismo es a menudo irónicamente auto denigrante. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El humor es auto denigrante, pero paródico con los ideales fabricados por el postfeminismo.

7. *Análisis de resultados*

El objetivo de analizar los cambios en el discurso postfeminista representado en la serie de televisión *Girls* de HBO, en relación con su representatividad de la generación *millennial*, ha guiado este trabajo de investigación. Para conocer las subjetividades de su personaje principal, Hannah Horvath, hemos reconstruido su universo pasional a partir de la manifestación final de las emociones que expresan la consciencia de una carencia, todas ellas relacionadas con su realidad generacional.

Los elementos encontrados en la serie de Lena Dunham, en donde la autora documenta su propia experiencia de vida, nos dieron las herramientas para desentrañar la subjetividad femenina y su postura crítica ante la corriente postfeminista neoliberal.

Para analizar el universo pasional, me he valido del esquema pasional canónico propuesto por Fontanille, que busca hacer inteligible el sentir como algo típico de una cultura. Los recorridos pasionales de Hannah dan cuenta de una emocionalidad propia de su edad y momento histórico. Como se evidencia en la secuencia inicial de *Girls*, Hannah *quiere-hacer-saber* a los otros de su valía, en un ambiente que siente seguro y en conjunción con sus aspiraciones, pero la valoración de anteriores generaciones, en este caso sus padres, instala un mecanismo de transformación pasional que la hace consciente de sus carencias.

Mediante lo enumerado por Ferriss y Young acerca de lo que caracteriza el postfeminismo, pude establecer que aunque no se ha presentado una ruptura propiamente en el discurso, éste sí se ha transformado hasta llevarlo a límites más amplios, producto de la individualización y de la valoración generalizada del sujeto.

7.1. Lo personal es político. En *Girls*, no hay acciones o movimientos políticos llevados adelante por el colectivo, la agenda es reemplazada por la actitud. El acoso sexual del jefe de Hannah es aceptado por todas las mujeres de la oficina como algo desagradable, pero inofensivo, y algo que todas admiten por distintas razones personales: regalos y excepciones que el jefe hace con cada una.

El postfeminismo tiene la presunción de que el feminismo de los setenta ya no es necesario, ya que sus objetivos que otorgaron derechos a las mujeres fueron conseguidos. Las mujeres ahora pueden disfrutar de sus conquistas, sin necesitar al feminismo para ello. La elección de Hannah es personal: ella decide ir por él, haciéndose cargo de su propia sexualidad y no sintiéndose objeto sino sujeto de deseo.

El empoderamiento a través de la sexualidad, tan característico del postfeminismo, tiene en esta secuencia, además, la afirmación de que cada mujer hará lo que le convenga, sin pensar en lo que eso representa para la lucha y los derechos de todas. Hannah cambia la dinámica del acoso sexual por la del cortejo, donde “la mujer adquiere el estatus de soberana del hombre; ya no es tomada ni ofrecida, sino que es ella quien elige darse”. (Lipovetsky, 1999, pág. 40)

Hannah, presa de la vanidad, que se ha demostrado a través de su dimensión pasional, hace una valoración de sí misma que la diferencia de las demás, que conlleva satisfacciones narcisistas, evitando el terreno del acoso para ingresar en el de la aventura.

Cuando el jefe la rechaza, dejando claro que es un hombre casado y que no tiene intenciones de materializar sus avances con ninguna de las mujeres de la oficina, Hannah lo amenaza con presentar una demanda colectiva *a lo Erin Brockovich*, lo que causa la burla de su jefe: *apenas tienes la capacidad de llegar al trabajo a las 10, deja lo de la demanda en paz. No hay ninguna aplicación para demandar en tu iPhone.* Finalmente, Hannah le dice que un día escribirá sobre él y no cambiará su nombre –no sin antes tratar de sacarle 1.000 dólares para dejar de lado la demanda– por lo que no sólo su acción ha sido individual y no colectiva, sino que su revancha, en caso de darse, también tendrá que serlo.

7.2. La elección es individual. Si bien el pensamiento postfeminista considera que la rabia y el rechazo que sentía la segunda ola del feminismo hacia el patriarcado es algo superado, existe todo un aparato mediático encaminado a decirle a las mujeres qué

comportamientos deben permitir por parte de los hombres para hacerse respetar como mujeres. Cuando Shoshanna le lee a Hannah y Jessa un aparte del libro *Listen, ladies*, que da consejos a las mujeres para lidiar con los hombres en el *juego del amor*, Jessa se muestra indignada ante el hecho de que existan *reglas* o formas de comportarse y que otras mujeres deban acogerse a ellas. Defiende el hecho de tomar sus propias decisiones y desconfía del tratado de las postfeministas así como éstas desconfiaron de las feministas de la segunda ola. Es decir, lleva el tema de la libertad individual hasta las últimas consecuencias, incluso para defender su derecho a *sentirse como si tuviera ubres* con un categórico *¡A esa mujer le da igual lo que yo quiera!*, refiriéndose a la autora del libro. En *Girls* queda muy claro que, en virtud de su juventud y de valores distintos como la rebeldía a los esquemas preestablecidos, las jóvenes *millennials* pondrán en entredicho cualquier intento de vigilancia y presión, así venga de parte de un grupo de mujeres que dice luchar por sus derechos y libertad individual.

7.3. No hay una forma correcta de ser mujer. *Girls* es constantemente comparada con *Sex and the City*. El cartel con Carrie Bradshaw y sus amigas decora la habitación de Shoshanna y le hemos escuchado referencias a sus personajes en el piloto de la serie: *es gracioso porque eres como Carrie, pero con algunos aspectos de Samantha y el pelo de Charlotte*, dice Hannah para definir a su prima Jessa. Shoshanna encuentra mucho placer en la cultura popular mediática y en las formas estéticas que asignó esta serie a toda una generación. Pero en *Girls* las chicas no aparecen perfectamente arregladas siempre, no visten tacones, tienen su propio estilo, nunca las hemos visto ir de compras, reunirse en restaurantes lujosos para hablar de hombres, tener empleos glamurosos. Al contrario, en *Girls*, los personajes hablan y comen *cupcakes* en el baño, van a clínicas de aborto, tienen sexo incómodo, realizan empleos precarios que no pueden cubrir sus

deudas universitarias y exhiben su desnudez así tengan muslos gruesos. Nada que ver con lo presentado por otras series de corte postfeminista, con mujeres triunfadoras y con poder adquisitivo como protagonistas, siempre de punta en blanco y manteniendo un estándar de belleza de revista femenina. La crisis económica mundial de 2008 hizo que los *millennial*, jóvenes que crecieron en la prosperidad económica, hoy en día enfrenten un panorama completamente distinto. *Cuesta mucho parecer así de cutre*, dice Hannah, reconociendo que no tiene ningún interés por verse como Carrie Bradshaw. Hannah aparece desnuda en la mayoría de los episodios de la serie, aunque se trata de un personaje con sobrepeso.

Las chicas de esta serie parecen afirmar en todo momento: *No nos importa cuál sea la idea del éxito que quieran vendernos, nosotras estamos demasiado ocupadas intentando convertirnos en quienes somos.*

8. Conclusiones

Hannah Horvath, la protagonista de la serie que hemos analizado, representa a los miembros de la generación *millennial*, que sueñan con ganarse la vida haciendo aquello que les apasiona, que crecieron en la abundancia, pero hoy enfrentan el derrumbe de sus expectativas sobre el bienestar laboral y la serenidad emocional. Tal y como afirma Lipovetsky, “ocupaciones ingratas que ofrecen pocas oportunidades de promoción, que alimentan a menudo sentimientos de frustración y nuevas formas de sufrimiento” y “decepción profesional que viene con un alud de decepciones de naturaleza comunicacional, sentimental y familiar”. (2007, pág. 161)

Su clara tendencia al narcisismo y la vanidad, como no podía ser de otra manera en el escenario postmoderno centrado en la figura del individuo, les ha obligado a redefinir el éxito en los términos que lo habían planteado las generaciones anteriores y confiar en que su valía se encuentra en el placer de vivir, de actualizarse y transformarse a cada momento.

Por esto Hannah siente que ella puede contar la historia de su generación: porque su voz es importante. Si las postfeministas querían tenerlo todo (Alice, 1996), estas jóvenes quieren sentirlo todo. Y contarlo. Ya la permanencia y la durabilidad no son atributos para exhibir y sí lo son la capacidad de adaptarse y vivir sólo el presente.

Su inquietud juvenil es un recurso para poner en cuestionamiento los conceptos establecidos por generaciones anteriores, en lo perteneciente a la carrera o a la vida

personal, y por eso no están dispuestas a que nadie les diga lo que deben hacer. Eso sí, desean seguir disfrutando de los beneficios que estas generaciones les ofrecen y aprovechar el terreno ganado de las luchas que otros ganaron antes que ellas.

Las jóvenes *millennials* desconfían del postfeminismo porque también quiso imponerles una forma específica de ser mujer, así como sus padres les dijeron que estudiaran para conseguir un trabajo fenomenal. Viendo –y viviendo– el fracaso en el terreno laboral y sentimental, ya no quieren seguir más reglas y prefieren armarse su propio camino.

Es en la cultura popular de masas donde hoy, más que nunca, podemos saber qué está ocurriendo en el entorno. En *Girls*, este debate –entre la representación postfeminista neoliberal y una realidad menos colorida y más ajustada con las transformaciones socioeconómicas– se está dando a través del humor paródico y la ironía incómoda, recursos de una generación que no sabe si odiar que el espejo le devuelva una imagen grotesca y vergonzosa o reírse y satisfacer sus ganas de exhibirla ante todos. Al fin y al cabo, es una generación que está acostumbrada a la exposición en las redes sociales, a una neurosis de la vanidad: compartir también aquello que debería ocultarse.

Bauman advierte que la tendencia que parece primar es la de la colonización de la esfera pública por temas que antes eran considerados privados e inadecuados para exponer en público. “Lo que está ocurriendo actualmente no es tan solo una nueva renegociación de la móvil frontera entre lo privado y lo público. Parece estar en juego

una redefinición de la esfera pública como plataforma donde se ponen en escena los dramas privados, exponiéndolos a la vista del público”. (2006, pág. 75)

Por esto, la búsqueda del ser es lo único que importa. Estas chicas no son poderosas a través de sus posesiones, sino de sus vivencias. Cualesquiera que éstas sean. Y como se democratizó la vanidad, ellas ocupan todo su tiempo en *convertirse en la persona que quieren ser*.

En la concepción misma de empoderamiento, heredada de la postura postfeminista, han dejado de sentirse víctimas y han decidido desafiar incluso los comportamientos aceptados por esa generación que quiso liberarlas. Así como las postfeministas se enfrentaron a las ideas de las feministas de la Segunda Ola, ellas se rehúsan a aceptar la vigilancia que las primeras quieren imponer sobre ellas ante su forma de asumir la sexualidad y el amor. Desde su profundo individualismo, estas chicas no aceptan condiciones para definir sus formas de relacionarse.

Se sienten solas, como niños pequeños que todavía hay que alimentar, pero en virtud de ello, han decidido que eso también les brinda la independencia y el derecho a vivir sus propias vidas a su manera y no a la manera de los demás.

La serie todavía presenta momentos y personajes que van en concordancia con lo establecido por el pensamiento postfeminista neoliberal, pero la presencia de elementos que lo ponen en entredicho ya habla de querer romper estas ataduras y generar el diálogo en condiciones de igualdad.

Cuando revisaba los distintos pensamientos feministas para este trabajo, dos nombres destacaron ante mis ojos: Virginia Woolf con su *cuarto propio* y Betty Friedan y su *problema que no tiene nombre*. ¿No eran acaso Virginia y Betty como Lena Dunham, unas mujeres privilegiadas, blancas, de clase media alta, que no tenían problemas aparentes y que sin embargo desafiaban el sistema impuesto hasta el momento? Creo que gracias a que lo eran, podían alzar su voz y hacerse escuchar. Las grandes revoluciones inician en la mente de los jóvenes, y la revolución feminista se gesta en el corazón de cada mujer y las decisiones que toma. Hannah se corrige muy bien cuando dice “al menos *una voz de una generación*”: en esta época de la diversidad y de la pluralidad, poner sobre el papel o la pantalla las vivencias particulares nutre la discusión y abre una puerta para que otras mujeres, tal vez no con sus soluciones, pero sí con sus problemas, puedan verse representadas y animadas también a hablar.

Es por esto que considero que las críticas hechas a *Girls*, sobre la ausencia de diversidad étnica en la serie, no están fundamentadas: Hannah no tiene por qué hablar en nombre de una generación como tal, pero puede hablar por ella misma y esto necesariamente generará cambios profundos en cómo se mirará una generación a sí misma de aquí en adelante. Al fin y al cabo, a partir del narcisismo *millennial* que teatraliza la propia vida, nuevos discursos que no han sido escuchados podrán emerger. Lena Dunham ha reconocido que “la idea de poder hablar por todo el mundo es absurda, pero qué lindo sería si pudiera hablar por mí misma y eso resonara para los demás”. (McKay, 2012)

Si el personaje de Hannah Horvath está basado en las vivencias de la propia creadora, escritora, directora y protagonista de la serie, Lena Dunham, podemos esperar que más adelante *Girls* nos muestre cómo esta experiencia de vida, esta búsqueda del

propio ser en medio de una carrera de errores, le dará a Hannah precisamente el reconocimiento y la fama de los que hoy goza Lena, quien aparte de tener su propia serie de televisión a los 28 años ha conseguido firmar un contrato de 3.5 millones de dólares con Random House para publicar su primer libro, un ensayo titulado *Not That Kind of Girl: A Young Woman Tells You What She's Learned* (No ese tipo de chica: Una joven te cuenta lo que ha aprendido). ¿Qué generación está mejor preparada para contar su propia historia que ésta? ¿Qué generación ha tenido nunca más medios, y al alcance de la mano, para hacerlos?

Con esta investigación me propuse poner una luz sobre una serie de televisión que, por sus mismas características contestatarias e independientes, no recibirá la atención y, sobre todo, la popularización que discursos postfeministas neoliberales como *Sex and the City* obtuvieron, pero que abre el debate sobre el agotamiento de los mismos y documenta una época en pleno cambio. Tal vez yo también soy una pequeña Lena Dunham que no busca contar/estudiar la historia de todos, pero sí la de una voz particular que canta en un tono distinto.

Un punto a esclarecer en futuras investigaciones sería cómo estas nuevas puestas en escena y estas representatividades de chicas desesperadas, torpes, fracasadas, gordas, inseguras, audaces, aventureras y con poco respeto por las reglas, pueden cambiar el imaginario de lo que está socialmente aceptado y *normalizar* la diversidad y el propio lugar en el mundo.

9. Bibliografía

- Sex and The City. (1998-2004). *Serie de Televisión*. HBO.
- Gossip Girl. (2007-2012). *Serie de Televisión*. The CW.
- Alice, L. (1996). *¿Qué es postfeminismo? (Querer tenerlo todo)*. Recuperado el 20 de febrero de 2012, de Estudios online sobre arte y mujer:
<http://www.estudiosonline.net/texts/queespost.html>
- Alsop, R. (2008). The trophy kids go to work. . *The Wall Street Journal*., p.
<http://sec.online.wsj.com/article/SB122455219391652725.html>. (Junio 29 de 2014).
- Arthurs, J. (2003). Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist Drama. *Feminist Media Studies*, 3(1), 83-98.
- Azurmendi, L. (2011). *¿Qué es un hipster?* Retrieved Junio 29, 2014, from
<http://suite101.net/article/que-es-un-hipster-a67187#.U7LJ8rH51v0>
- Bauman, Z. (2006). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Beauvoir, S. (1998). *El segundo sexo* (Vol. 1). Madrid: Cátedra.
- Bell, K. (2013). Obvie, We're the Ladies!" Postfeminism, privilege, and HBO's newest Girls. *Feminist Media Studies*, [Online] Disponible en:
<http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2013.771886> (26 de abril de 2013).
- Bushnell, C. (2003). *Sexo en Nueva York*. Barcelona: Debolsillo.
- Butler, J. (2006). *El género en disputa: Feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Cascajosa, C., & Morales, M. F. (2008). IV. Televisión. Género y Estudios Televisivos. In I. C. (ed.), *Género y Cultura Popular*.
- Clúa , I., & González Fernández, H. (2011). *Máxima audiencia. Cultura popular y género*. Barcelona: Universitat de Barcelona, Centre Dona i Literatura.

- Clúa, I. (2005). Género y Cultura Popular. *Lectora: revista de dones i textualitat*(11), 9-14.
- Clúa, I. (2005). Género y Cultura Popular. *Lectora: revista de dones i textualitat*(11), 9-14.
- De Beauvoir, S. (1998). *El segundo sexo* (Vol. 1). Madrid: Cátedra.
- DeCarvalho, L. J. (2013). Hannah and Her Entitled Sisters: (Post)feminism, (post)recession, and Girls. *Feminist Media Studies*, [Online] Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2013.771889> (26 de abril de 2013).
- Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997). *Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman*. (P. D. Gay, Ed.) Londres: Sage.
- Dunham, L. (2012). *Girls*. Serie de Televisión. HBO.
- Elman, J. (2013). Generation Touch Will Redraw Consumer Tech. *TechCrunch*, Disponible en: <http://techcrunch.com/2013/09/29/generation-touch-will-redraw-consumer-tech/> (Junio 29 de 2014).
- Fabbri, P. (1998). *El Giro semiótico*. Barcelona: Gedisa.
- Ferriss, S., & Young, M. (Edits.). (2007). *Chick flicks: contemporary women at the movies*. New York: Routledge.
- Ferriss, S., & Young, M. (2007). *Chick flicks: contemporary women at the movies*. (S. Ferriss, & M. Young, Eds.) New York: Routledge.
- Flores, P. (2010). Ciudad, Espacio y Subjetividad en las Tres Películas de Sofía Coppola. Una Tipología de la Postmodernidad desde la Semiótica de las Pasiones. *Tesis de Doctorado*. Universidad de Sevilla.
- Fontanille, J. (2001). *Semiótica del discurso*. Lima: Universidad de Lima - Fondo Editorial.

- Fontanille, J. (2001). *Semiótica del Discurso*. Lima: Universidad de Lima & Fondo de Cultura Económica-Perú.
- Friedan, B. (1965). *La Mística de la feminidad*. Barcelona: Sagitario.
- Fuster García, F. (2007). *Betty Friedan. La Mística de la Feminidad*. (C. d. Práctica, Ed.) Retrieved Septiembre 2012, from http://www.elboomeran.com/upload/ficheros/noticias/claves_articulo177_fuster.pdf
- Gill, R. (2008). Culture and Subjectivity in Neoliberal and Postfeminist Times. *Subjectivity: International Journal Of Critical Psychology*, 432-445.
- Goldberg, L. (2012, Enero 13). *TCA: Lena Dunham Says HBO's 'Girls' Isn't 'Sex and the City'*. Retrieved Junio 15, 2014, from The Hollywood Reporter.: <http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/tca-hbo-girls-lena-dunham-judd-apatow-281483>
- Greimas, A., & Fontanille, J. (1991). *Semiótica de las pasiones: De los estados de cosas a los estados de ánimo*. (2002, 2 ed.). México: Siglo XXI.
- Haraway, D. (1991). *A Cyborg Manifiesto*. In *Simians, Cyborgs and Women*. Nueva York: Routledge.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising. The Next Great Generation*. New York: Vintage.
- Howe, N., & Strauss, W. (2007). *Millennials Go to College*. EE.UU.: Life Course Associates.
- Hunting, K. (2012). Women Talk: Chick Lit TV and the Dialogues of Feminism. *The Communication Review*, 15(3), 187-203.
- Imre, A. (2009). Gender and quality television. *Feminist Media Studies*, 9(4), 391-407.
- Irigaray, L. (1992). *Yo, tú, nosotras*. Madrid: Cátedra.

- Karlin, S. (2012, Abril 13). *"Girls" Creator Lena Dunham Helps Judd Apatow Get Small Again*. Retrieved Junio 25, 2013, from Co.Create:
<http://www.fastcocrete.com/1679390/girls-creator-lena-dunham-helps-judd-apatow-get-small-again>
- Lincoln, Y., & Denzin, N. (1994). Fifth moment. In N. Denzin, & Y. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research* (M. E. Perrone, Trans., pp. 375-586). Sage Publications.
- Lipovetsky, G. (1983). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Anagrama.
- López-Ibor Aliño, J. J. (2002). *DSM-IV-TR. Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales. Texto revisado*. Barcelona: Masson.
- Lull, J. (1997). *Medios, comunicación, cultura : aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Marina, J. A., & López, M. (1999). *Diccionario de los sentimientos*. Barcelona: Anagrama.
- Mateo Cecilia, C. (2013). Domesticidades disidentes en la ficción televisiva contemporánea. *Revista Europea de Investigación en Arquitectura*(1), 124.
- McKay, H. (2012). *Criticism of HBO's 'Girls' for being about 'white girls, money, whining' justified?* Recuperado julio 15, 2014, from FoxNews.com:
<http://www.foxnews.com/entertainment/2012/04/18/criticism-hbo-girls-for-being-about-white-girls-money-whining-justified/>
- McRobbie, A. &. (2010). ¿Las chicas arriba? Las mujeres jóvenes y el contrato sexual posfeminista. *Debate Feminista*, 113-135.

- McRobbie, A. (1998). More! Nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres. In J. Curran, D. Morley, & V. (. Walkerdine, *Estudios culturales: Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. (pp. 263-296). España: Paidós Ibérica.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255-264.
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism. Gender, culture and social change*. London: SAGE.
- Moreno Segarra, I. (2012). *Postfeminismos. Representaciones de género en la cultura popular neoliberal*. Retrieved junio 26, 2014, from Trabajo final de master en estudios feministas. Instituto de estudios feministas (UCM): <http://eprints.ucm.es/15978/>
- Powers, A. (1997). Everything and the Girl. *Spin*, 74-80.
- Preciado, B. (22 de 11 de 2004). *Entrevista a Beatriz Preciado por Jesús Carrillo*. Recuperado el 19 de agosto de 2011, de http://www.ddooss.org/articulos/entrevistas/beatriz_preciado.htm
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *Cross Currents: Cultures, Communities, Technologies*. In *On the Horizon* (p. Vol. 9 No. 5). MCB University Press.
- Radner, H. (2011). *Neo-feminist cinema: girly films, chick flicks and consumer culture*. New York: Routledge.
- Raya, J. (2013). Breve teoría del autorretrato en la era del "selfie". *Pijama Surf*, Disponible en <http://pijamasurf.com/2013/12/breve-teoria-del-autorretrato-en-la-era-del-selfie/> (Junio 29 de 2014).

- Robinson, P. (2011). Mobilizing postfeminism: Young Australian women discuss Sex and the City and Desperate Housewives. *Continuum: Journal Of Media & Cultural Studies*, 25(1), 111-124.
- Rowe Karlyn, K. (2005). Scream, la cultura popular y el feminismo de la Tercera Ola: 'Yo no soy mi madre'. *Lectora. Revista de Dones i Textualitat*(11), 54.
- Skovmand, M., & Shroder, K. (1992). *Media Cultures: Reappraising Transnational Media en Lull, James. Medios, comunicación, cultura : aproximación global. .* Buenos Aires: Amorrortu.
- Stein, J. (2013). The Me Me Me Generation. *Time*, 28-35.
- Taylor, M. (2005). "Generation NeXt: Today's postmodern student-meeting, teaching, and serving". *Collection of Papers on Self-Study and Institutional Improvement*.
- Telefónica. (2013). *Telefónica global millennial survey: Global Results*. Retrieved Junio 29, 2014, from <http://survey.telefonica.com/es/>
- Thornham, S. (2007). Starting to feel like a chick. Re-visioning romance in *In the Cut*. *Feminist Media Studies*, 7(1), 33-46.
- Trechera Herrera, J. (1996). *El narcisismo: epidemia de nuestro tiempo*. Retrieved Junio 29, 2014, from Envío: <http://www.envio.org.ni/articulo/243>
- Winch, A. (2012). We Can Have It All. *Feminist Media Studies*, 12(1), 69-82.
- Woolf, V. (1967). *A room of one's own*. (L. Pujol, Trans.) Barcelona: Seix Barral.