



Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social

ISSN: 1578-8946

Lupicinio.Iniguez@uab.cat

Universitat Autònoma de Barcelona

España

Sánchez-Sicilia, Alejandro; Cubells Serra, Jenny
Discurso amoroso adolescente: análisis del repertorio del amor romántico en el programa chicos y chicas
Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social, vol. 19, núm. 2, 2429, 2019
Universitat Autònoma de Barcelona
España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53765152012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEV
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

DISCURSO AMOROSO ADOLESCENTE: ANÁLISIS DEL REPERTORIO DEL AMOR ROMÁNTICO EN EL PROGRAMA CHICOS Y CHICAS

LOVING TEEN DISCOURSE: ANALYSIS OF THE ROMANTIC LOVE REPERTOIRE FROM THE BOYS AND GIRLS PROGRAM

Alejandro Sánchez-Sicilia; Jenny Cubells Serra

Universitat Autònoma de Barcelona; sicilia_a@outlook.es;
jenny.cubells@uab.cat

Historia editorial

Recibido: 23-04-2018

Primera revisión: 08-02-2019

Aceptado: 08-02-2019

Publicado: 25-06-2019

Palabras clave

Amor romántico

Repertorios interpretativos

Adolescentes

Género

Resumen

En el presente artículo, identificamos y analizamos los repertorios interpretativos de los jóvenes en sus discursos sobre el amor. Desde una perspectiva socio constructorista y de género, realizamos análisis del discurso, en concreto de los repertorios interpretativos que aparecen en el programa *Chicos y Chicas* emitido por la plataforma YouTube en España. El análisis de los repertorios utilizados por los participantes en el programa –jóvenes en edades comprendidas entre los 14 y 19 años– ha permitido identificar la preferencia por el uso del repertorio del amor romántico, que se manifiesta por el uso de unas figuras retóricas y estrategias características, repertorio guía sobre las formas adecuadas de sentir, productor y sustentador de prácticas discriminatorias que sitúan lo femenino sexualizado y subordinado a lo masculino, fomentando y permitiendo esta desigualdad entre hombres y mujeres.

Abstract

In this article, we're going to identify and analyse interpretive repertoires of the youngsters on their speeches about love. From a social constructionist and gender perspective, we perform an analysis of the speech, in concrete of the interpretative repertoires that appear in the program Boys and Girls issued on the YouTube platform in Spain. The analysis of the used repertoires by the participants of the program – youngsters in ages understood between 14 and 19 years old – has allowed to identify the preference by the use of romantic love repertoire, manifested by the use of figures of speech and characteristic strategies, repertoire guide about suitable ways of feeling, producer and supporter of discriminatory practices that situate the sexualized feminism subordinate to the masculine, encouraging and allowing this inequality between men and women.

Sánchez-Sicilia, Alejandro & Cubells Serra, Jenny (2019). Discurso amoroso adolescente: análisis del repertorio del amor romántico en el programa chicos y chicas. *Athenea Digital*, 19(2), e2429.
<https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2429>

Introducción

En este trabajo, analizamos los repertorios interpretativos presentes en el programa de Youtube *Chicos y Chicas*, en lo que a las relaciones afectivo sexuales se refiere. Para ello, utilizamos análisis del discurso, en concreto de repertorios interpretativos de Jonathan Potter y Margaret Wetherell (1987), definidos por los autores como las estrategias retóricas y gramaticales a los que recurrimos con el fin de construir nuestras interpretaciones sobre el mundo.

Nos interesa focalizar la atención en la construcción del sentimiento amoroso en las relaciones sexo-afectivas de la adolescencia, puesto que es una etapa que se identifica con la búsqueda de autonomía y autoconocimiento que, a menudo, conlleva una separación progresiva de los que hasta ahora habían sido un apoyo incuestionable. Así mismo, es en esta etapa en la cual se inician las primeras relaciones sexo afectivas, donde se pueden identificar las prácticas vinculadas al patriarcado y a los mitos y/o repertorios del amor romántico que posibilitan la aparición y mantenimiento de la violencia de género en las relaciones. Marina Cacace (2006) hace hincapié en la importancia de trabajar con los adolescentes, quienes tienden a no registrar, a no interpretar coherentemente los datos negativos respecto a las cuestiones de género. En los grupos de iguales se establecen las primeras pautas y relaciones amorosas. Estas pautas están mediatizadas por unos discursos que orientan a los adolescentes en las primeras relaciones de pareja. El programa que analizamos se desarrolla en la plataforma Youtube y tiene amplia aceptación y seguimiento por parte del público adolescente. El programa con formato *reality Show* va encaminado a la búsqueda de pareja entre las personas jóvenes.

En el programa participan adolescentes de edades comprendidas entre los 14 y 19 años. Asimismo, participan en él otros agentes que, a pesar de no entrar en la categoría adolescente, contribuyen a construir y reproducir discursos respecto al fenómeno amoroso. Por tanto, no solo son los tronistas, pretendientes y el público, con edades comprendidas estos entre los 14 y 19 años los que acaparan nuestro análisis, sino también aquellas figuras no adolescentes, que ostentan el *saber experto* para legitimar o no lo que en el programa sucede.

Los agentes que intervienen en el programa son diversos y con funciones inicialmente diferenciadas. El programa lo componen en orden jerárquico (entendiendo éste como quien o quienes otorgan el derecho a hacer y/o deshacer en el) de arriba a abajo:

- Propietarios de los derechos, director y equipo técnico.
- Presentador que dinamiza y marca los tiempos de intervención.
- Consejeros del amor que realizan preguntas, intervienen y en algunas ocasiones marcan los tiempos de intervención.
- Tronistas, adolescentes de ambos sexos que reciben pretendientes/as que vienen a *conquistarlos*.
- El público del plató, compuesto en su mayoría por adolescentes de sexo masculino, que interviene como unidad o a través de miembros del mismo, manifestando su opinión con lo que en el programa sucede.

- Pretendientes/as, adolescentes de ambos sexos que van a *conquistar* a los y las tronistas.
- Por último, podemos considerar parte activa del programa a los espectadores, los cuales, con sus críticas y comentarios van modificando el contenido del programa.

Un episodio tipo se desarrolla en una sala amplia, donde se sitúan los *tronistas* sentados en sillones independientes en forma de *Trono*, y a su lado, los sillones donde se sientan sus pretendientes. Cada tronista tiene a su lado a un consejero del amor (un hombre y una mujer ejercen este papel), y el presentador se mueve libremente por la sala. El público permanece cerca pero fuera de la escena principal, compuesta por los agentes nombrados anteriormente. Durante el programa, los participantes como tronistas conversan con sus pretendientes con el objetivo de seleccionar a uno/a para tener una cita romántica. Si las citas son exitosas y se forma una pareja el o la tronista cede el trono a otro/a aspirante. A su vez, el público participa activamente dando su opinión sobre las personas aspirantes a encontrar pareja y las citas que se suceden.

En el programa, los jóvenes hablan libremente sobre sus relaciones y la forma de entender el amor. El programa se encuentra disponible en la plataforma YouTube, con una media en torno al millón de visualizaciones en la temporada completa que analizamos. Que el programa se desarrolle en la plataforma Youtube, recoge la práctica actual de desarrollar interacciones afectivas sexuales en entornos virtuales, ya que, como señala Zygmunt Bauman (2003), los entornos virtuales posibilitan la formación de relaciones virtuales de fácil acceso y salida. Como recogen Adolfo Estalella y Elisenda Ardèvol (2007), somos conscientes que estudiar un entorno *virtual* o *digital* no está exento de polémica, ya que, por una parte; marca una polaridad frente a *real*, dando a entender que las relaciones que se estudian son menos *reales* que las que mantenemos físicamente, cara a cara o incluso por teléfono; y por otra, se pueden descuidar los aspectos *fuera de cámaras* de las interacciones. En nuestro caso, los aspectos *fuera de cámaras* no son un aspecto determinante, pues son precisamente los aspectos que son reproducidos, los que nos interesan por su alcance y su capacidad discursiva.

La concepción de poder de Michel Foucault (1977) constituye un aspecto central de nuestro trabajo, no solo por las relaciones de poder en torno a la reproducción y mantenimiento de las formas románticas que hemos comentado anteriormente con esta noción de dualismo, sino por la diversidad de agentes que intervienen en el programa. Debemos tener en cuenta que se trata de un contenido donde destaca la presencia de unos agentes que, por su posición de *experto* o por su posición estructural, ostentan un poder legitimador. En definitiva, como cuestionaba Michel Foucault (1969/1997 p. 69):

¿Quién habla? ¿Quién, en el conjunto de todos los individuos parlantes, tiene derecho a emplear esta clase de lenguaje? ¿Quién es su titular? ¿Quién recibe de él su singularidad, sus prestigios, y de quién, en retorno, recibe ya que no su garantía al menos su presunción de verdad?

En resumen, no es semejante la influencia que ejerce alguien que es presentado como *experto en el amor* que alguien que viene a *encontrar el amor*. Y esto es algo que tenemos que tener en cuenta y que irá apareciendo a lo largo del análisis. Pretendemos crear conciencia sobre los discursos que operan en la voz de los diferentes agentes que forman parte del programa, y en palabras de Michel Foucault (1970/1992), cómo estos coaccionan, limitando los poderes, dominando las apariciones aleatorias, y seleccionando a los sujetos que pueden hablar.

Nuestra investigación parte de la visión socio-construccionista de Kenneth y Mary Gergen (Gergen, K., 2007; Gergen, K y Gergen, M, 2011), los estudios del amor desde la perspectiva de género (Cubells y Calsamiglia, 2015; De Beauvoir, 1949/1969; De Miguel, 2017; Doménech, 2012; Esteban y Távora, 2008; Hooks, 2000; Jónnasdóttir, 1996; Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018) y la perspectiva de género (Bourdieu, 1998/2001; Coral-Díaz, 2010; De Beauvoir, 1949/1969; Gil y Lloret, 2007; Bartky, 1990; Olsen, 2000; Pujal, 2007; Smart, 2000; Wollstonecraft, 1792).

Podríamos situar el nacimiento del amor romántico en la Edad Media, cuando la religión católica comienza a regir las relaciones de pareja (amorosas y sexuales), reprimiendo los placeres sexuales (Flandrin, 1981). Un amor cortés que entre sus normas se observa el sufrimiento, la fidelidad, la monogamia, el adulterio no consumado... (García Gual, 1982). En la Edad Contemporánea el romanticismo vuelve a su punto más álgido, se produce una vinculación de los conceptos de amor romántico, matrimonio y sexualidad. Aparece el matrimonio por elección libre basado en el enamoramiento y se establece el amor romántico como algo mayoritario, aceptándose la expectativa social de mantener la pasión (erótica y romántica) por una misma persona durante toda la vida, así como la fidelidad sexual hacia la misma. (Yela, 2000).

En nuestro estudio, es un aspecto central del análisis la perspectiva de género y los valores patriarcales que fomentan las formas románticas. Simone de Beauvoir (1949/1969, p. 407) recoge que, a la mujer todo la incita a dejarse sitiar y dominar por existencias extrañas, y singularmente en el amor, se niega en vez de afirmarse. Anna Jónnasdóttir (1996) sostiene que la organización social del amor es la base del patriarcado occidental contemporáneo, y que la mujer para ser una persona necesita amar y ser amada para habilitarse socio existencialmente. Bell Hooks (2000 p.37) nos presenta el desamor como una preocupación colectiva para las mujeres, “como muchas mujeres creen que nunca conocerán un amor pleno, se disponen a conformarse con estrategias

que alivien el dolor y acrecienten la paz, el placer y la alegría en sus relaciones existentes, en especial las sentimentales”. Rosa María Medina Doménech (2012) sostiene que el amor, al ser tema de trabajo de hombres, se convierte en política emocional para el sometimiento de las mujeres. En ese espacio, las mujeres quedaban presas de las normativas del amor. La misma Rosa María Medina Doménech (2012) y Estíbaliz De Miguel (2017), nos presentan, por otro lado, el papel del amor en contextos adversos como la posguerra o la prisión, respectivamente, donde adquiere una función de liberación, entendiéndose en sentido metafórico. Respecto al proceso de socialización diferencial, Mary Wollstonecraft (1792) condenaba la educación que se daba a las mujeres, pues las hacía “más artificiales y débiles de carácter de lo que de otra forma podrían haber sido” y porque deformaba sus valores con “nociones equivocadas de la excelencia femenina”. Siguiendo en la misma línea de la socialización diferencial, Simone de Beauvoir (1949/1969) lo expresó así:

Ya hemos visto que, en verdad, toda su educación conspira para cerrarle los caminos de la revuelta y la aventura; la sociedad entera —empezando por sus respetados padres— le miente al exaltar el excelso valor del amor, de la devoción y la abnegación, y al ocultarle que ni el amante, ni el marido, ni los hijos estarán dispuestos a soportar su embarazosa carga. Acepta ella alegremente tales mentiras, porque la invitan a seguir la pendiente de lo fácil: y ese es el peor crimen que se comete contra ella; desde su infancia y a todo lo largo de su vida, la miman y corrompen, designándole como vocación esa dimisión que tienta a todo existente angustiado por su libertad; [...] y ella se abandona de buen grado, contando con la protección, el amor, la ayuda y la dirección de otro; se deja fascinar por la esperanza de poder realizar su ser sin hacer nada. (De Beauvoir, 1949/1969, p. 411)

Mediante el proceso de socialización en el amor se atribuyen roles y expectativas distintas en función del género (Esteban y Távora, 2008; Gil y Lloret, 2007; Pujal, 2007). Asimismo, Mari Luz Esteban y Ana Távora (2008) sostienen que el amor romántico supone la subordinación de las mujeres. Como afirman Jenny Cubells y Andrea Calsamiglia (2015):

El repertorio del amor romántico orienta las formas adecuadas (normativas) de sentir, pensar y actuar, favoreciendo las relaciones heterosexuales, románticas, monógamas y duraderas. Así, genera subjetividades convenientes para la reproducción y mantenimiento del heteropatriarcado. (Cubells y Calsamiglia, 2015, p. 1692)

Metodología

En tanto que nuestro estudio se enmarca en la perspectiva socio construcccionista, la metodología a utilizar es de corte cualitativo, con ella a través de la interpretación, pretendemos comprender la naturaleza de los procesos sociales más que explicarla o predecirla (Íñiguez, 2008).

Partimos de la idea que al comunicarnos unos con otros construimos el mundo en el que vivimos, nuestras acciones no están condicionadas por nada tradicionalmente aceptado como verdadero, lógico o correcto (Gergen y Gergen, 2011). El construccionismo entiende el conocimiento como el producto de comunidades determinadas, guiadas por supuestos, creencias y valores concretos. No existe la *Verdad (con mayúsculas) para todos* sino la *verdad (con minúsculas) de cada comunidad* (Gergen, 2007).

En el trabajo que presentamos adoptamos la perspectiva del sistema de dualismos masculino/femenino (Bartky, 1990; Bourdieu, 1998/2001; Coral-Díaz, 2010; Olsen, 2000; Smart, 2000). En cada par de este dualismo, el término identificado como *masculino* es privilegiado como superior, mientras que el otro es considerado como negativo, corrupto o inferior (Olsen, 2000). Por tanto, la experiencia femenina ha sido jerarquizada y dominada en este binomio polarizado sujeto masculino neutro/feminidad. Las mujeres se convierten en lo que los hombres no son en el entramado occidental del dualismo (Coral-Díaz, 2010). Sandra Lee Bartky (1990) emplea el término objetivación sexual al referirse a la definición de una persona por sus partes o funciones sexuales, al separarlas del resto de su personalidad y, de esta forma, se las aísla del todo y se las reduce a instrumentos que logran representar al sujeto dominado. Siguiendo esta misma línea de la corporeidad como sustentadora de este dualismo diferenciador y jerarquizado, Carol Smart (2000) sostiene que la mujer, además de constituir uno de los lados de la diferenciación binaria anterior, representa el dualismo. En el discurso jurídico, la prostituta es construida como la mala mujer, pero al mismo tiempo se erige en el epítome de la Mujer en contraposición al Hombre, porque es lo que cualquier mujer podría ser, y porque representan una tortuosidad y un libertinaje surgidos de su forma corporal (que se supone naturalmente dada), mientras que el hombre permanece inofensivo. Pierre Bourdieu (1998/2001) continúa en esta línea y sostiene que las construcciones sobre masculinidad y feminidad se escriben sobre el cuerpo, que de alguna manera está relacionado con la forma como se ha propuesto el uso de la fuerza, un ejemplo de ello sería hablar de la fuerza superior de la masculinidad, frente a la fragilidad física y emocional femenina.

En nuestro trabajo analizamos el discurso amoroso adolescente, el cual emerge de las interacciones socio-afectivas durante el programa. Para ello, hemos llevado a cabo un análisis de discurso, entendiendo este como:

El conjunto de prácticas lingüísticas que mantienen y promueven ciertas relaciones sociales. El análisis consiste en estudiar cómo estas prácticas actúan en el presente manteniendo y promoviendo estas relaciones: es sacar a la luz el poder del lenguaje como una práctica constituyente y regulativa. (Íñiguez y Antaki, 1994 p. 63)

De las prácticas que se incluyen dentro del análisis del discurso, llevaremos a cabo un análisis de repertorios interpretativos para explicar los mecanismos lingüísticos a los que recurrimos con el fin de construir nuestras versiones sobre el mundo (Potter y Wetherell, 1987). De esta forma, los repertorios interpretativos se dibujan como estrategias encaminadas a construir, con una finalidad concreta, una representación determinada de la realidad. Para comprender el fenómeno que aquí analizamos, estudiamos la función a través del estudio de la variabilidad en la construcción de los discursos (Wetherell y Potter, 1996). La variabilidad es un índice de la función, como un índice de las distintas maneras en que se puede fabricar una explicación. La construcción nos guía hasta el lugar en el que el discurso se construye a partir de recursos lingüísticos preexistentes con características propias (Wetherell y Potter, 1996). Las funciones que encontramos en el análisis corresponden a formas de justificación, rechazo, corroboración, apoyo, entre otras, éstas emergen gracias a la interrelación que mantienen con las variaciones del lenguaje, a su poder de construir y reproducir un discurso y a los repertorios que destacan.

De esta forma, los repertorios interpretativos se dibujan como estrategias encaminadas a construir, con una finalidad concreta, una representación determinada de la realidad.

Siguiendo la metodología propuesta por Wetherell y Potter (1996), es preciso llevar a cabo una serie de codificaciones preliminares para poder trabajar con un grupo de datos manejable. El análisis de los repertorios se llevó a cabo realizando varias lecturas del material atendiendo tanto a las estrategias retóricas utilizadas por los participantes, como a los contenidos de las intervenciones. Este análisis ha permitido identificar patrones recurrentes cuanto a la temática y a la forma del discurso que caracterizan los repertorios.

El proceso de recogida de información lo hemos llevado a cabo mediante el visionado y posterior transcripción completa de la primera temporada del programa, compuesta por 9 capítulos con un total de 185 minutos de material analizable. La transcrip-

ción ha sido llevada a cabo siguiendo la adaptación del código de Jefferson para las ciencias sociales (Bassi Follari, 2015). El material se encuentra disponible para el público general, las personas que participan en el programa se han expuesto y accedido a que sus intervenciones formen parte de un material de dominio público, a pesar de ello, en aras de no relacionar las intervenciones que se presentan en el análisis con personas concretas, hemos tenido en cuenta a todos los agentes que intervienen en el programa, y cada uno cuenta con un código diferente dependiendo de la función que cumplen en este, del mismo modo, en las citas textuales, sus nombres han sido sustituidos por otros.

Se trata de un contenido accesible y disponible en la red para cualquiera que desee visionarlo. El artículo 32 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, considera en lo que a nuestro caso se refiere:

Lícita la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras ajenas de naturaleza escrita, sonora o audiovisual (...) siempre que se trate de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Tal utilización sólo podrá realizarse con fines docentes o de investigación.

Resultados y discusión

Del análisis realizado al material completo emergen fundamentalmente dos repertorios sobre el amor. El repertorio del amor líquido, recogido en el trabajo de Alejandro Sánchez-Sicilia y Jenny Cubells (2018), caracterizado por el uso generalizado de figuras y argumentos considerados racionales o con intenciones objetivas; entre ellas, destacan los lugares de lo existente, los lugares de cantidad, los razonamientos basados en las probabilidades, los argumentos pragmáticos y los argumentos a fortiori. El repertorio del amor romántico, a partir del cual hemos desarrollado el trabajo que aquí se presenta, se hace presente mediante el uso generalizado de figuras como las metáforas, mecanismos para la exteriorización, estrategias lingüísticas para la amplificación y maximización de los sentimientos, el uso de máximas, los valores de unicidad, los lugares de cualidad, lugares de esencia y persona, epanortosis y metonimias entre otras.

Características predominantes del repertorio interpretativo del amor romántico

Las principales características del repertorio del amor romántico identificadas por Cubells y Calsamiglia (2015) son **el uso de metáforas, mecanismos para la exteriori-**

zación (Potter, 1998) para hablar del amor, el uso de **estrategias lingüísticas** encaminadas a **amplificar** (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989; Pomerantz, 1986) y **maximizar** (Potter, 1998) **el sentimiento**. Asimismo, en nuestro trabajo prestamos especial atención a aquellas figuras que emergen con asiduidad a lo largo del material, las **máximas, figuras de presencia**, los objetos de acuerdo: **valores de unicidad y concreción, lugares de cualidad, esencia, y persona** (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989)

Metáforas

Como Cubells y Calsamiglia (2015) recogen en su trabajo, las metáforas han sido abordadas desde diversos ámbitos, como la lingüística cognitiva con la *teoría de la metáfora conceptual* (Lakoff y Johnson, 1980, 2008) o la *nueva retórica* (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989). El análisis socio-metafórico de Emmánuel Lizcano (1999), nos ofrece la posibilidad de realizar un análisis social a la vez que lingüístico del uso de las metáforas, y es por ello que trabajamos desde esta perspectiva.

Lizcano (1999) reconoce a las metáforas como un potente analizador social, pues a través de su análisis, el científico social puede perforar los estratos más superficiales del discurso para acceder a lo no dicho en el mismo (Lizcano, 1999, p. 29). Lizcano sostiene que el concepto es metáfora, y la metáfora es social. Todos y cada uno de los conceptos científicos son metafóricos (Lizcano, 1999, p. 30). La actividad metafórica es una actividad lingüística (Lizcano, 1999; Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989) a la vez que una actividad en la que se trasluce el contexto y la experiencia del sujeto —social— de la enunciación, un sujeto concreto histórica y socialmente situado (Lizcano, 1999, p. 31). Lizcano hace una distinción entre metáforas vivas y metáforas muertas o zombis. Para este autor, las metáforas vivas son aquellas que establecen una conexión insospechada entre dos significados hasta entonces desvinculados, aquellas que ofrecen una perspectiva sobre algo familiar y nos hace verlo con otros ojos. Las metáforas muertas o zombis son aquellas que ya no se perciben como tales metáforas, sino como conceptos bien definidos. Este olvido de la ficción original, lejos de desactivar la potencia metafórica, la refuerza, pues al mantenerla inconsciente hace imposible el control sobre la ficción que la constituye (Lizcano, 1999, p. 42)

Diversos estudios hacen referencia al uso metafórico para referirse al fenómeno amoroso: el amor como construcción, el amor como camino, el ser amado como ideal, el amor como trabajo, el amor como contenedor, el amor como propiedad, el amor como caza (Barcelona, 1992 y 1995; Cubells y Calsamiglia, 2015; Glucksberg y McGlone, 1999; Lakoff y Johnson, 2008; Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018).

Máximas

Las máximas hacen referencia a juicios de valor, en palabras de Aristóteles “confieren al discurso un carácter ético”. Su significado depende de su elaboración social. Cuánto más se reconozca tradicionalmente su forma, más fácilmente será aceptado su enunciado. Los refranes son breves máximas que se han popularizado (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 266).

Mecanismos exteriorizadores

En palabras de Steve Woolgar, los mecanismos exteriorizadores permiten interpretar que el fenómeno descrito existe en virtud de acciones que sobrepasan el ámbito de la agencia humana (Woolgar, 1988). En nuestro caso, el amor existe como categoría independiente del agente que realiza la descripción del mismo (Potter, 1998).

Mecanismos amplificadores y de presencia

Anita Pomerantz (1986) expone que las personas maximizamos o minimizamos los hechos o argumentos que queremos destacar, recurriendo a los casos extremos para describir las situaciones de forma interesada, permitiendo que esté en mente el objeto del discurso. De este modo, figuras retóricas como la **sinécdoque**, la **epanortosis**, la **repetición**, el **conduplicatio**, la **sinonimia o metábole**, la **corroboración**... (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989), posibilitan este efecto.

Valores de unicidad y concreción

La valoración de lo concreto y el valor dado a lo único están estrechamente relacionados entre sí: desvelar el carácter único de algo es valorizarlo por el hecho mismo. Los escritores románticos, al revelarnos el carácter único de ciertos seres, grupos... provocaron una reacción contra el racionalismo abstracto. A la clase de valores concretos y únicos pertenecen las nociones de compromiso, fidelidad, lealtad... (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 136).

Lugares de cualidad

Los lugares de la esencia conceden un valor superior a los individuos en calidad de representantes bien caracterizados por esta esencia. En nuestro caso, atribuimos valor a una persona que presenta todas las peculiaridades de una persona, siendo “encontrar el amor” (como veremos en el apartado de resultados) característico de una persona completa. (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 163)

El análisis del material transcrito nos permite identificar las estrategias retóricas que las personas utilizamos para comprender el mundo que nos rodea y nuestras experiencias (Cubells y Calsamiglia, 2015). El análisis metafórico y retórico nos permite acceder al sistema de normas que —asumidas acríticamente— nos sujetan, orientando las maneras de sentir, pensar y actuar (Butler, 1997/2001; Foucault, 1975/1976, 1979; Pujal, 2007).

A continuación, presentamos los resultados del análisis de repertorios interpretativos. Con el objetivo de facilitar la lectura y comprensión del análisis, presentamos las principales ideas sobre el amor que las y los jóvenes construyen con los repertorios y las analizamos identificando y explicando las diferentes estrategias retóricas utilizadas en sus intervenciones.

Características del repertorio interpretativo del amor romántico

Sin amor estamos incompletos

La palabra *encontrar* aparece frecuentemente a lo largo del material analizado. La definición de *encontrar* remite primeramente a dar con alguien o algo que se busca, y en segundo lugar a dar con alguien o algo sin buscarlo. Encontramos referencias a la primera acepción de la palabra *encontrar*, entendemos esta como una **metáfora muerta**, pues ya no se percibe como metáfora, sino como un concepto bien definido, como la realidad misma (Lizcano, 1999, p. 42), *encontrar el amor*, marcada por la agencia de su búsqueda:

Presentador: ¿Por qué dejaste el trono y estás aquí ahora?

Público Fran: ☹ No, porque yo ya he **encontrado** el amor ☺.

Presentador: ¿Has **encontrado** el amor?

Público Fran: ☺Sí((ríe)) fuera de aquí y todo☹(FilmNight Barcelona, 2015a)

(...) < ¿tú ya has **encontrado** el amor?, ¿has **encontrado** el amor o no?>
(presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

Siguiendo en la misma línea, encontramos referencias a *perder*, entendido este como dicho de una persona: Dejar de tener, o no hallar, aquello que poseía, sea por culpa o descuido del poseedor, sea por contingencia o desgracia. Podemos apreciar la connotación negativa que presenta esta expresión tanto en la acepción inicial que hemos presentado como en las siguientes. Del mismo modo que en el caso anterior, entendemos las expresiones de este estilo como **metáforas muertas**. En la siguiente interacción se recoge esta idea:

Presentador:(...) ¿qué les dirías a nuestros tronistas? (...)

Público Fran: Pues que lo **encuentren** que van un poco **perdidos** y yo que se.

Presentador: ¿Tú también **ibas perdido** no?

Público Fran: Bueno un poquillo((ríe)). (FilmNight Barcelona, 2015a)

La expresión *encontrar el amor* produce el efecto de construir el amor como algo externo que debemos buscar y encontrar. Se trata de un **mecanismo exteriorizador** que sitúa el amor como externo a nosotros y por tanto fuera de nuestro control. Este *escapa* de nosotros, no perdemos el amor, sino que vamos perdidos, una parte de nosotros se ha ido, y es esta la que debemos volver a encontrar para así volver a completarnos. Esto que se desprende del material analizado anteriormente, hace referencia los **lugares de esencia y persona**, es decir al “hecho de conceder un valor superior a los individuos en calidad de representantes bien caracterizados por esta esencia” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 163). En este caso, la esencia hace referencia al amor, aquellas personas que hayan encontrado y posean esta esencia serán consideradas *personas completas*

En la misma línea, en el material analizado también encontramos referencias a *conocer*, entendido este como el ejercicio de descubrir, entender, advertir... algo o a alguien, en este caso, al amor. A continuación, presentamos algunas de las expresiones metafóricas muertas identificadas en el análisis:

Laura viene (...) a **conocer de verdad el amor** (tronista Laura). (FilmNight Barcelona, 2015c)

(...) ¿qué esperas del programa? ¿**conocer**, encontrar el amor? (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

Asimismo, este apartado coincide con una **máxima** tradicionalmente aceptada, *el mito romántico de la media naranja* (Yela, 2000), la creencia de que existe alguien especial que está predestinado en cierta medida a estar con nosotros y completarnos como persona.

El amor aparece de forma espontánea

La palabra *suerte* se entiende como el encadenamiento de los sucesos, considerado como fortuito o casual. La palabra *surgir* se define como aparecer o manifestarse, brotar. Se trata nuevamente del uso de **metáforas** que construyen el amor como algo **externo** a nosotros:

Pues venimos a ver (...) que quieren **buscar** y si **surge** el amor (invitada Carolina). (FilmNight Barcelona, 2015a)

Porque fuera (...) no he tenido la **suerte**, he estado tres años de relación y::: por desgracia mira (...) (pretendiente Carla tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015b)

Consejero: ¿Esperas **encontrar** aquí el amor de tu vida?

Tronista Alex: De mi vida no creo((ríe)) pero= (incomprensible, 2).

Consejero: =Bueno, vamos a ver si hay **suerte**. (FilmNight Barcelona, 2015a)

Observamos esta contraposición entre buscar (tomamos parte activa en ella) y surgir (no depende de nosotros) que produce el efecto de construir el amor como algo que escapa de nuestro control. Lo podemos buscar, pero no hay garantías de encontrarlo, es una *cuestión de suerte y de que surja*. Observamos cómo, a pesar de ser intencional su búsqueda, sus resultados escapan de nuestras intenciones. Esto trae a colación la división entre **lugares para clásicos y románticos**, donde los románticos hacen referencia al carácter de lo irremediable (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 167) en el surgir del amor

El amor es incomprensible

Aconsejar, solucionar y ayudar son tres expresiones que aparecen en el programa. Estas son habilidades de unos pocos, aquellos que en el programa ostentan aquellas *claves* para afrontar este fenómeno que parece escapar de las intenciones de nuestros adolescentes. El amor se presenta como un problema que debemos solucionar con la ayuda o consejos de otros. Presentamos de nuevo **metáforas muertas** respecto al tema:

Quiero presentaros a dos **consejeros del amor** (...) Dos managers y representantes que tienen la **clave del amor**, la tienen, la **solución** (...) dispuestos a **ayudar en el amor** a nuestros tronistas (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015a)

Vengo (...) para **aconsejarles en el amor** a ver si lo **encuentran** (invitada Ariadna). (FilmNight Barcelona, 2015a)

Estamos presenciando una relación de poder entre aquellos que ocupan posiciones de *expertos*, ya sea por edad o por función en el programa, y los adolescentes, quienes están deslegitimados para encontrar por sí solos el amor. Observamos cómo, para los adolescentes, es considerado algo que escapa de sus conocimientos.

Este apartado recoge la contraposición entre el amor romántico presentado como irracional y el amor líquido presentado como racional (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018).

La batalla en la conquista del amor

Entendemos *batalla* como el conjunto de acciones ofensivas encaminadas a conseguir un objetivo. En nuestro caso el objetivo es encontrar el amor, y para esto, se hace referencia a términos como *lucha*, *guerra*, *pelea*, para conquistarlo, el cual se esconde en la persona que en ese momento lo posee. A continuación, presentamos las **metáforas muertas** que lo reflejan:

•↑Tú no puedes estar ahí de brazos cruzados, tú tienes que venir aquí a **luchar**, a **conseguirla**↑•, te gusta ella (2) pues a por ella, **a pelear** (consejero). (FilmNight Barcelona, 2015g)

(...) soy una niña que me gusta **luchar** por lo que quiero (...) (pretendiente Anna tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015e)

En las referencias anteriores se hace alusión a esta idea de que, para conseguir el amor, para conquistarlo, es necesario un ejercicio de fuerza.

↑¿Vienes, vienes **guerrera** o no vienes **guerrera**? ↑ (presentador) (FilmNight Barcelona, 2015c)

(...) Toma asiento al lado de tu compañera y también de tu **contrincante** (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

En las referencias anteriores, el presentador hace uso del **conduplicatio** (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 280) al hacer hincapié en *guerrera*, duplicando no solo el efecto de presencia, sino que cargando al segundo término de valor, y destaca el uso **metonímico** (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 277) de *contrincante*. Además, se añade la idea que no solo luchamos contra una fuerza imaginaria que nos impide conquistar el amor, sino con los otros que, al igual que uno, están en esta búsqueda del amor.

Donde hay celos hay amor

A lo largo del material aparecen intervenciones donde se presentan los *celos* como una cualidad deseable en tanto que se consideran una prueba de amor. A continuación, presentamos ejemplos de **metáforas muertas** al respecto, metáforas que lejos de desactivar la potencia metafórica, la refuerza, pues al mantenerla inconsciente, hace imposible el control sobre la ficción que la instituye (Lizcano, 1999, p. 42), en este caso, la ficción vendría determinada por la idea de que amor y celos “van felizmente de la mano”:

Presentador: Paula ¿qué esperas de un chico?

Tronista Paula: Pues:::, no sé, **lo normal**, que me trate bien, **que sea celoso**, que esté por mí, que le de igual lo que diga la gente=.

Presentador: = ↑Que sea **celoso** eh↑.

Tronista Paula: Sí.

Presentador: ¿**Para qué te dedique más tiempo a ti?** ¿O para que esté=?

Tronista Paula: =Claro, **donde hay celos hay amor**.

Presentador. **Genial** (1) ¿Qué edad tienes Paula? (FilmNight Barcelona, 2015c)

Observamos la connotación positiva que tienen los celos, pues se trata de una característica que deben tener aquellos chicos que vengan a pretenderla. Prestamos especial atención a cómo normaliza su respuesta, *lo normal, claro*. Asimismo, el presentador está mostrando un discurso positivo detrás de los celos, *para que te dedique más tiempo a ti*. Importante recordar que es de las figuras que más poder ostenta en el programa. En este caso, observamos cómo el presentador, en lugar de inmutarse ante tales declaraciones, **repite** lo que acaba de decir la tronista para visibilizarlo aún más, *celoso eh*. Al igual ocurre ante la intervención que titula este patrón, ante la cual el presentador responde un *genial*, **corroborando** esta declaración, y pasa a otro tema. A continuación, presentamos otras referencias al respecto:

Consejero: ¿Te gustan celosos?

Tronista Paula: A mí sí. Yo prefiero, **si un chico no es celoso es porque no le importas**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

(...) **El único que le da importancia** a Paula es el primer chico de allí, que los otros **ni hablan ni nada sobre la foto** de Carles (...) (Público Arnau). (FilmNight Barcelona, 2015g)

Continúa la idea que donde hay celos hay amor, ser celoso o sentir celos y que la persona te importa van de la mano. En la última cita de público Arnau, hace referencia a una foto en la que la tronista sale en una posición cariñosa con un pretendiente, en esta intervención se muestra cómo sentir celos denota que la otra persona te importa. Queremos ahora prestar especial atención a que todos los pretendientes que entran para Tronista Paula resultan ser celosos. Han entendido que para ella esto es una cualidad deseable, y no dudan en presentarla como una característica destacable de su persona:

Consejera: ¿Eres cariñoso?

Pretendiente Oriol tronista Paula: Muy cariñoso, también **soy un poco celoso**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

Presentador: ¿A qué te dedicas? (...)

Pretendiente Mateu tronista Paula: Estoy en prácticas de mecánica y hago gimnasia en barra y::: **soy un poco celoso** y cuando voy a una relación voy a to=

Presentador: =<Perdón, perdón un momento>, **¿celoso? Te gustaban celosos** (dirigiéndose a tronista Paula) (FilmNight Barcelona, 2015d)

Pretendiente Fabio tronista Paula: (...) No no, pero me gusta::: todo(1)bueno a ver, todo de físico

Presentador: ¿Cómo eres? **¿eres celoso?**

Pretendiente Fabio tronista Paula: [**Si, soy celoso**]

Presentador: [¿De dónde provienes?]

Pretendiente Fabio tronista Paula: **Si, soy celoso**

Presentador: **¿Eres celoso?**

Pretendiente Fabio tronista Paula: **Si**

Presentador: ¿De dónde eres? ¿eres de aquí? (FilmNight Barcelona, 2015g)

Bueno tiene razón el chaval porque, bueno, yo quiero recordar una cosa (1) los pretendientes ella **los pedía celosos, son los tres celosos** (...) (consejero) (FilmNight Barcelona, 2015g)

Queremos prestar especial atención a la **repetición** como forma de duplicar el efecto, como forma de visibilizar y reproducir este discurso. Y volvemos a hacernos eco cuando la repetición es usada por las figuras *expertas* y su poder legitimador para dirigir y construir este discurso. En la segunda interacción que presentamos podemos observar cómo el presentador hace hincapié en este tema y lo repite. En la tercera interacción ya va con la idea de la característica positiva de ser celoso y la plantea en busca de una respuesta cómplice. Por último, en la última interacción no solo el consejero vuelve a repetir esta idea, sino que utiliza la **corroboración** confirmando la idea anteriormente planteada, *Bueno tiene razón el chaval*, en otras palabras, está legitimando el derecho a pedir explicaciones por esas fotos, está legitimando mostrar celos porque ella los pedía así.

De las intervenciones de este apartado destaca la presencia de una **máxima** tradicionalmente aceptada, como es el *mito romántico de los celos* (Yela, 2000), la creencia de que los celos indican verdadero amor y que su ausencia es indicativa de falta de amor o de interés hacia el otro.

En el amor soy todo/a y solamente tuyo/a

Exclusividad, fidelidad y posesión, nociones pertenecientes a los **valores concretos y de unicidad**, desvelar el carácter único de algo es valorizarlo por el hecho mismo (Pereleman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 136). A lo largo del material analizado encontramos referencias explícitas a esta idea:

El prototipo de chica realmente no tengo ninguno, mientras sea **fiel** (...) **tampoco me gusta que me mientan**, o sea **sinceridad ante todo** (2) y:: sobre todo **fidelidad**, que no, (x) od- o sea soy muy celoso, **odio que** (2) **se hablen con más, tonteen** (...) (tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015a)

Exclusividad no solo sexual y emocional, sino exclusividad también de palabra. A continuación, en la próxima interacción observamos no solo exclusividad de palabra, sino exclusividad y fidelidad de pensamiento y tiempo:

Pretendiente Mateu tronista Paula: Y **voy a todas en una relación** (...) cuando estoy en una relación **voy con la mente pensando en ella** (Incomprensible, 2).

Tronista Paula: **Eso me gusta eh.**

Presentador: <**Genial, o sea tu tiempo, o sea tú eres para ella, solo para ella, todo tuyo para ella**>.

Pretendiente Mateu tronista Paula: **Sí.** (FilmNight Barcelona, 2015d)

En esta interacción destacamos las **metáforas muertas** que denotan exclusividad y fidelidad pronunciadas por el pretendiente. La **corroboración** de la tronista confirmando lo anteriormente señalado y dotando de valor esta idea, y la corroboración del presentador, *genial*, de nuevo legitimando el discurso romántico y la corroboración hacia el discurso romántico anterior. A esto añadimos la intervención del presentador mediante el uso de la figura de la **metábole**, al repetir la misma idea de la exclusividad con diferentes palabras *o sea tu tiempo, o sea tú eres para ella, solo para ella, todo tuyo para ella*, a modo también de **epanortosis**, con la intención de **amplificar** cada expresión anterior; **lugares de cualidad**, el valor de lo único como original, se distingue, destaca, agrada; la lealtad, la exclusividad incluso de tiempo. Presentamos algunos ejemplos más de esto anteriormente comentado:

Presentador: Paula ¿qué esperas de un chico?

Tronista Paula: Pues::: no sé, **lo normal**, (...) **que esté por mí, que le de igual lo que diga la gente**

(...)

Presentador: ¿**Para que te dedique más tiempo a ti?** (...) (FilmNight Barcelona, 2015c)

En los fragmentos analizados observamos algunas estrategias encaminadas a **amplificar** la intensidad de los sentimientos expresados. Anita Pomerantz (1986) expone que las personas maximizamos o minimizamos los hechos o argumentos que queremos destacar, recurriendo a los casos extremos para describir las situaciones de forma interesada. En la siguiente cita se muestra cómo por medio de la **repetición** se lleva al extremo, y se carga de valor la importancia atribuida a la fidelidad:

(...) sobre todo **fidelidad**, que no, (x) od- o sea soy **muy** celoso, **odio que** (2) **se hablen con más, tonteen** o sea **lo odio, lo odio** (1) **lo odio mucho**, (...). (tronista Alex) (FilmNight Barcelona, 2015a)

En esta intervención, podemos observar cómo se **maximiza** la necesidad de exclusividad y fidelidad a través de la repetición de la palabra *odio* hasta en unas cuatro ocasiones, apoyado este último por el adverbio de cantidad *mucho*. En esta última intervención, el adverbio de cantidad *muy* hace énfasis en esta idea de los celos como una cualidad normal a poseer.

Siguiendo con el tema de la exclusividad, a continuación, presentamos cuatro referencias a este tema en forma de **metáforas**:

(...) Se lió en in time **con uno**, en la feria **con otro** y **vete a saber Dios** = ((el público ríe))= **con cuántos** (público Arnau). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Que no quiero seguirla conociendo y ya está (3) no quiero que esté aquí **si se va liando con otros** (tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Se puso a perrear **con uno en medio de todo el mundo** (...) (público Pau). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Pero es que **lo está diciendo todo el mundo** (tronista Alex). (FilmNight Barcelona, 2015e)

Destacamos el uso de cuatro **metáforas muertas** en las cuatro referencias, donde se **maximiza**, se potencia a través de estas metáforas la supuesta falta de exclusividad por parte de la pretendiente, *vete a saber Dios con cuantos, se va liando con otros, en medio de todo el mundo, lo está diciendo todo el mundo*. **Amplifican** aún más esta idea cuando, a modo de **sinécdoque**, sustituyen *las personas que había en ese momento*, por *todo el mundo*. Metáforas utilizadas para dotar de veracidad su discurso. Observamos cómo se **valora** la exclusividad, lo **único**, en contraposición a lo múltiple. Siguiendo con el uso de **metáforas**, nos centraremos ahora en aquellas que hacen referencia al amor como una conquista, en la que hay que entregarse al **máximo**:

(...) viene::: con ganas de guerra (1) viene e::: dispuesta a **darlo todo**, y sobre todo a **comerse a sus pretendientes** (...) (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

Presentador: ¿vienes, vienes guerrera o no vienes guerrera?

Tronista Laura .- Vengo **a darlo todo**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

Consejera: ¿(...) vienes a por él... y **a darlo todo no?**

Pretendiente Laia tronista Alex. - **Sí** (FilmNight Barcelona, 2015b)

Las intervenciones de este apartado traen a colación dos **máximas** tradicionalmente aceptadas, como son el *mito romántico de la exclusividad* (Yela, 2000), la creencia de que solo podemos enamorarnos o sentir amor por una única persona al mismo tiempo; y el *mito romántico de la fidelidad* (Yela, 2000), la creencia de que todos los deseos sexo afectivos deben satisfacerse exclusivamente con la pareja.

Características de la dualidad masculino/femenino en el repertorio del amor romántico

La construcción de desigualdad por género se expresa de forma transversal a lo largo de todo el material, emerge en el repertorio del amor romántico, a través de sus referencias. A pesar de ello, dada la cantidad de material que hemos encontrado y la relevancia del tema, hemos querido dedicarle un espacio propio. Como ya hemos indicado, trabajamos con la sexualización y jerarquización del dualismo masculino/femenino. En nuestro análisis, la dualidad presentada por Frances Olsen (2000) ha sido nuestro principal punto de referencia. Esta autora sostiene que los hombres se han identificado a sí mismos con un lado de los dualismos: con lo racional, lo activo, el pensamiento, la razón, la cultura, el poder, lo objetivo, lo abstracto, lo universal. Por el contrario, las mujeres resultaron proyectadas hacia el otro lado e identificadas con lo irracional, lo pasivo, el sentimiento, la emoción, la naturaleza, la sensibilidad, lo subjetivo, lo concreto, lo particular. El estudio de la corporeidad en relación a este dualismo (Bartky, 1990; Bourdieu, 1998/2001; Smart, 2000) será igualmente tratada en nuestro análisis. Las características duales por género están íntimamente relacionadas, a pesar de esto, hemos querido organizar el análisis por apartados y características duales destacables, con el fin de proporcionar una mayor comprensión del fenómeno objeto de estudio. El estudio de este apartado será abordado principalmente a partir del análisis de género que nos brindan los estudios de los dualismos y las referentes teóricas feministas, así como algunas figuras retóricas que destaquen de las que hemos empleado en el apartado anterior.

Como mujer, necesito ser cuidada. Como mujer, necesitas ser cuidada

A lo largo del material, se hace visible la dualidad poder/sensibilidad (entendida también como poder/subordinación), actividad/pasividad y fortaleza/fragilidad, a las que hace referencia Frances Olsen (2000) en su trabajo. La mujer se presenta y es presentada como un ser frágil y necesitado de cuidados. Bourdieu (1998/2001) sostiene que las construcciones sobre masculinidad y feminidad se escriben sobre el cuerpo, que de alguna manera está relacionado con la forma como se ha propuesto el uso de la fuerza, un ejemplo de ello sería hablar de la fuerza superior de la masculinidad, frente a la fragilidad física y emocional femenina.

En este caso, no hemos encontrado una inversión o presencia de un dualismo no correspondiente por género. Es decir, no hemos observado, por lo general, casos en los que la sensibilidad (o subordinación), la pasividad y la fragilidad se presenten en el polo masculino, ni los del polo masculino en el femenino. A continuación, presentamos referencias de esta dualidad:

(...) Me gusta una chica con **carácter**, también **que me marque, que no sea yo quien diga todas las cosas**, que **me ponga a raya** (...) (Tronista Carles).
(FilmNight Barcelona, 2015a)

En la cita anterior, cuando el tronista parece dotar de agencia a las mujeres al referirse a ellas con las expresiones *con carácter, que me marque*; nos recuerda a las palabras de Kate Millet (1969) al referirse a que un mínimo de cultura en las mujeres resultaba más agradable para los hombres que la ignorancia completa y mantenía al mismo tiempo su tan deseable inferioridad. El hombre se posiciona en una situación de poder, mientras que la mujer se sitúa en una situación de subordinación. Esto se hace evidente en la expresión *que no sea yo quien diga todas las cosas*, utilizada como mecanismo de **amplificación del sentimiento**, en este caso el sentimiento de superioridad. Observamos la utilización de dos **metáforas muertas** que se sitúan antes y después respectivamente de la cita anterior, *que me marque, que me ponga a raya*, con la utilización de dichas metáforas cede, le otorga la posibilidad de que la mujer ejerza también poder en la relación, pero volviendo a la cita que amplifica el sentimiento, siempre ella en una situación subordinada. Una vez presentada esta primera cita, nos centraremos ahora en mayor medida en esta idea de *cuidados*:

(...) es una grandísima persona (...) y **sobre todo (1) cuida a las mujeres**, que es lo que tú, no sabes hacer. (Público Arnau). (FilmNight Barcelona, 2015b)

Esta cita ocurre antes de que ellas presenten esta *necesidad de cuidado*, descartamos que se haya utilizado como estrategia de agrado. Prestar atención a *sobre todo*,

empleada como estrategia para **amplificar** que el cuidado a las mujeres es una característica deseable en los hombres. Esta cita nos recuerda a las palabras del sociólogo Hugo Beigel (1951) cuando se refiere al amor cortés y a la galantería como un paliativo y un disfraz de la injusticia inherente a la posición social de la mujer. Además, es utilizado para crear una división entre aquellos que ostentan este papel protector de activo/poder y aquellos que no, *que es lo que tú, no sabes hacer*. La idea de la fragilidad femenina está presente, mediante esta **metáfora** del cuidado:

El chico ideal ya no lo necesito (1) **solo necesito que::: me traten bien, que sepan cuidarme** y que estén solo por mí (Tronista Laura). (FilmNight Barcelona, 2015c)

En la referencia anterior, observamos cómo esta necesidad de cuidado no solo es legitimada por el género masculino, sino que lo es también por el femenino. *Solo necesito*, **amplifica**, esta fragilidad femenina, subordinada al cuidado del hombre. Asimismo, a pesar de que el uso de la metáfora *chico ideal*, nos invita a entender a este tipo de chico como un hombre completo, donde según el repertorio romántico se incluiría también el cuidado a la mujer como una característica que formaría parte de este *ideal*, a pesar de ello, la tronista muestra su rechazo a este tipo de hombre y aboga por un hombre cuya función principal sea mantenerla en esta posición de subordinación.

Por último, en la siguiente cita, la **metáfora** del cuidado emerge a través de su variante más física, primero por medio de la **repetición**, el presentador destaca un deporte de defensa personal, y es entonces cuando la tronista muestra su fragilidad física, y **corrobor**a su misma intervención anterior, *está bien*. A pesar de que no le atrae físicamente el pretendiente, muestra interés por este cuando hace acto de presencia su fuerza masculina, su poder de cuidado:

Tronista Laura: A ver (1) ¿aficiones?

Pretendiente Roberto tronista Laura: Fútbol, boxeo y Muay.

Presentador: Boxeo, movidito ¿te gusta?

Tronista Laura: **Bueno, que me sepa defender** (1) **está bien**. (FilmNight Barcelona, 2015c)

Esta última referencia, trae a colación las palabras pronunciadas por Simone de Beauvoir (1949/1969):

La mujer ya ha sido privada naturalmente de las lecciones de la violencia: ya he dicho hasta qué punto la inclina a la pasividad su debilidad física; cuando un muchacho resuelve una pendencia a puñetazos, adquiere conciencia de que puede confiar en sí mismo para su propia defensa. (p. 407)

La mujer es cuerpo. El cuerpo es propiedad

En este apartado, hacemos referencia al cuerpo femenino objetivizado. Del mismo modo que comentamos en el apartado anterior, no hemos encontrado por lo general referencias, o al menos tan claras como las que mostramos a continuación en las que la utilización de la corporeidad como constructora de diferencia, sitúa en una posición subordinada al dualismo masculino. Considerar a la mujer como cuerpo, significa situarla en una posición de subordinación y pasividad, carente de agencia. Sandra Lee Bartky (1990) emplea el término objetivación sexual al referirse a la definición de una persona por sus partes o funciones sexuales, al separarlas del resto de su personalidad, y de esta forma, aislarla del todo y reducirla a instrumentos que logran representar al sujeto dominado:

Público Cristian: La Paula (...) tenía una **P, tatuada en el pecho**.

Presentador: ¿En el pecho **tienes una P tatuada**?

Tronista Paula: **No, me lo hice con lo de los ojos**.

Público Cristian: (...) **era una P de Pau, era una P de Pau**. (FilmNight Barcelona, 2015d)

Dibujarse la inicial del chico que le gusta en el pecho se relaciona con la emoción del amor romántico, la emoción se asocia con el corazón, el corazón se sitúa en el pecho. Mi corazón es tuyo, yo soy tuya, podríamos interpretar. Esta expresión sitúa a la mujer como propiedad transitoria, no tatuarse, sino hacerlo con algo tan efímero como la tinta de un lápiz de ojos o rímel, denota el frágil establecimiento de los vínculos relaciones (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018) y en este caso, es la mujer la que se presenta como propiedad, a la espera de ser adquirida, al igual que observamos a continuación:

Tronista Carles: (...) fíjate bien en ella.

Tronista Alex: ☺**Si, lleva un colgante con mi nombre**☺.

Consejera: ¿Ah sí?

Tronista Alex: ☺**Y si, es muy bonito**☺.

Consejero: ¿Y por qué llevas un colgante con su nombre?

Pretendiente Laia tronista Alex: Lo veo cada dos semanas y (2) **quiero algo que me recuerde a él cada día**.

Consejera: **Muy bien (2) encima, encima romántica**. (FilmNight Barcelona, 2015e)

Al igual que en la referencia anterior, la mujer porta en su cuerpo el nombre del chico que le gusta, mostrándose de nuevo como propiedad de este. Del mismo modo

que en el caso anterior, el simple hecho de sacarse el colgante la desvincula de él. Queremos prestar atención a las estrategias de **corroboración** que apoyan lo que acaba de acontecer. Primero con la reacción del tronista, *Y si, es muy bonito*, el cual está encantado con ello. Y segundo, cuando la consejera dota de valor a su gesto con el **conduplicatio** *Muy bien, encima, encima romántica*. Estas dos referencias anteriores traen a colación las palabras de Ana De Miguel (2015) sobre la importancia dada al amor “el amor puede ser algo muy valioso en la vida de los hombres, pero nunca el sentido de su vida, algo que sí podría seguir siendo para las mujeres”. En la próxima referencia, a través del **uso metonímico**, la pretendiente queda desprovista de cualquier característica de personalidad o atributo, para reducirla a sólo cuerpo, un cuerpo pasivo, subordinado y frágil, al igual que una muñeca:

Tronista Carles: A primera impresión es como **una mini Barbie**.

Presentador: ↑**Una mini Barbie**↑, **una mini Barbie**.

(...)

Presentador: **Una mini Barbie**. (FilmNight Barcelona, 2015e)

Mujer como muñeca, objeto frágil, manejable, pasivo, subordinado a las manos de quien la posee. Ya no solo referirse a ella como Barbie, sino **amplificar** el sentimiento de inferioridad con la expresión *mini* que es repetida a modo **anafórico** las mismas cuatro veces que *Barbie*. Barbie es una muñeca de unos 20 centímetros, aun así, el tronista y presentador con sus continuas **repeticiones** le dan una subordinación aún menor que a la muñeca. Para finalizar, en la siguiente referencia, la mujer queda de nuevo desprovista de cualquier característica aplicable a una persona, y se convierte en una mera propiedad de su tronista, prestemos especial atención a la interacción no verbal que se nos presenta entre paréntesis “*hace gestos con las manos y le echa una mirada de arriba abajo*”, y cómo se ajustan al concepto de objetivación sexual de Sandra Lee Bartky (1990):

Presentador: ¿Te quedas? ¿Carles, te gusta?

Tronista Carles: **Mm:::(4) no se**. ((hace gestos con las manos y le echa una mirada de arriba a abajo))

Presentador: (...) Para presentar a la siguiente y para continuar el programa debes decir si se queda o se tiene que ir.

Tronista Carles: ¿**No puede ser cuando pase alguna más?**

(...)

Presentador: ¿entonces la dejas o no la dejas?

Tronista Carles: **Déjala, pero::: quiero que pase alguna más.**

Presentador: **La dejo, la dejo (...).** (FilmNight Barcelona, 2015e)

Lo masculino es hombre, lo femenino es mujer

En este apartado, queremos prestar atención al efecto que produce asociar o mantener un polo del dualismo que no te viene dado. En primer lugar, analizamos la contradicción que produce asociar a las mujeres con el polo masculino, en segundo lugar, analizamos cómo el polo femenino es denigrado y glorificado al mismo tiempo (Olsen, 2000). Por último, analizamos el rechazo al hombre por no comportarse como su polo masculino le exige, por no encarnar una masculinidad tradicional (Bourdieu, 1998/2001). Hemos estado observando a lo largo del material una fuerte contradicción entre cómo se presenta a la mujer, y cómo esta se muestra y es mostrada:

Ella promete ser diferente (...) es una princesa guerrera. Pues (1) vamos a conocer a esta princesita. (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015b)

En la referencia que acabamos de presentar, el presentador, a través del uso **metonímico**, dota a este —en principio— ser que muestra como frágil, pasivo, que espera que su príncipe la salve, la capacidad de actividad, poder, la fuerza asociada a lo masculino de la guerra. Luego se contradice eliminando el apelativo *guerrera* y **minimizando** el de *princesa* añadiendo el sufijo *-ita*, sufijo con significación diminutiva, mediante el cual potencia esta fragilidad, pasividad y subordinación femenina. La contradicción general que encontramos está entre intentar mostrar a la mujer empoderada, y acabar mostrando todo lo contrario.

(...) viene::: **con ganas de guerra** (1) viene e::: dispuesta a **darlo todo**, y sobre todo a **comerse a sus pretendientes** (...) (presentador). (FilmNight Barcelona, 2015c)

Presentador: ¿vienes, **vienes guerrera o no vienes guerrera?**

Tronista Laura: Vengo a darlo todo. (FilmNight Barcelona, 2015c)

En estas referencias observamos cómo el presentador emplea el **uso metafórico** de la guerra para dotar de agencia y poder a las mujeres, pero a pesar de su intento, unos segundos después de esta intervención del presentador, las dos tronistas, y algunos participantes masculinos, hacen hincapié en la necesidad del cuidado hacia las mujeres, como hemos recogido en el apartado *Como mujer, necesito ser cuidada. Como mujer, necesitas ser cuidada*.

Como hemos indicado, en segundo lugar, analizamos cómo el polo femenino es denigrado y glorificado al mismo tiempo:

Consejera: ¿Diferente por qué? (...).

Pretendiente Laia tronista Alex: Porque **no me considero::: como (2) como una guarra de las tantas que hay.**

Tronista Carles: ((ríe)) ¿ha llamado a todas las niñas guarras?

Consejera: ¿No te consideras una guarra (1) como quién?

Pretendiente Laia tronista Alex: **Como todas.**

Tronista Carles: ↑Bua, este:::, ESPERA, ESPERA, ESPERA, ESPERA, [ESPERA, ESPERA], **¡TODAS!** ↑.

Presentador: (refiriéndose a tronista Alex) [le ha cambiado la cara].

Pretendiente Laia tronista Alex: No no.

Tronista Carles: ↑¿**Ellas son unas guarras?** ↑ (Refiriéndose a sus pretendientas).

Pretendiente Laia tronista Alex: No.

Tronista Carles: **Entonces no son todas.**

Pretendiente Laia tronista Alex. Cállate ((ríe)) He dicho luego **casi todas.**

(...)

Tronista Carles: **Ah vale, vale, vale.**

Presentador: Uy uy, casi todas, pero a él le ha cambiado la cara.

Consejero: ¿**Te gusta eh?**

Tronista Alex.- **Sí sí.**

Presentador: ¿Por qué te ha cambiado la cara?

Tronista Alex: Eh?, no, porque es muy guapa y:::.

Consejera: =**Le gusta su carácter.**

Tronista Alex: Si, y me gusta. (FilmNight Barcelona, 2015e)

La pretendiente se muestra con un **valor concreto, único...** lo único es original, se distingue, puede expresarse por oposición a lo común, lo vulgar, lo banal... valores que constituyen la forma despectiva de lo múltiple (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1976/1989, p. 153). En este caso lo múltiple sería lo que, mediante la **sinécdoque**, llama *todas o casi todas* para referirse a las mujeres que muestran prácticas líquidas (Sánchez-Sicilia y Cubells, 2018). La pretendiente se separa de lo que hasta ahora se había mostrado como característico del polo femenino, de lo irracional, lo emocional, el sentimiento, y se acoge a la racional, el pensamiento, al uso de la razón de lo asociado a lo masculino. Ésta es vista de forma positiva, pues se ha situado en el polo superior de

esta jerarquía y además muestra **valores concretos** propios de los **lugares de cualidad** y por tanto de las nociones de fidelidad, lealtad, compromiso... propias del amor romántico. Como comentaba Olsen (2000), las características del polo femenino, son glorificadas y denigradas al mismo tiempo. Como bien observamos en los apartados anteriores, la mujer era glorificada por ser pasiva, subordinada, frágil, al mismo tiempo como observamos en este, es denigrada por mostrar características del polo que se le ha asociado, por ser irracional, emocional, dejarse llevar por el sentimiento. Asimismo, esto trae a colación las palabras recogidas en el trabajo de Smart (2000) donde hace referencia a la prostituta (en este caso se emplea el apelativo *guarra*), la cual es construida como la mala mujer, pero al mismo tiempo se erige en el epítome de la Mujer en contraposición al Hombre, porque es lo que cualquier mujer podría ser, y porque representan una tortuosidad y un libertinaje surgidos de su forma corporal (que se supone naturalmente dada), mientras que el hombre permanece inofensivo. En la referencia anterior observamos la **amplificación** del sentimiento de incredulidad ante las declaraciones de la pretendiente, parece, en un principio, de uno de los tronistas, mediante la **repetición** de la palabra *espera* y de *todas*, pero si continuamos analizando, nos damos cuenta de que lo único que le interesaba es que no se le asociara esta característica a sus pretendientes. En referencia a lo que acaba de acontecer, Simone de Beauvoir (1949/1969) nos presenta la siguiente idea:

La idea de posesión es siempre imposible de realizar positivamente; en verdad, nunca se tiene nada ni a nadie; por tanto, uno intenta cumplirlo de un modo negativo; la manera más segura de afirmar que un bien es mío, consiste en impedirle a otro que lo use (De Beauvoir, 1949/1969, p. 80)

El tronista crea una división entre *todas*, haciendo referencia a aquellas que se asocian con lo múltiple, que no muestran nociones de lealtad, fidelidad... y las suyas, a las que desea no se les asocie esta característica de lo múltiple, propia de los lugares de cantidad. Asimismo, como estrategia de **amplificación** de lo que la pretendiente acaba de decir, se utiliza el *casi*, con el cual se legitima y desdramatiza su intervención, y el tronista por medio de la repetición y **corroboración** *ah vale, vale, vale*, confirma esto que acaba de decir. El presentador es consciente que, en el tronista ha habido una reacción ante lo que acaba de suceder, los consejeros **corroboran** esto, presentándose como algo que ha sido percibido de forma positiva *¿te gusta eh?, le gusta su carácter* y, a su vez, el tronista corrobora lo que acaba de suceder, respondiendo de forma positiva a esto.

Por último, analizamos el rechazo al hombre por no comportarse como su polo masculino le exige. Razón, Racionalidad, Pensamiento, son características masculinas que se exigen estén presentes en los hombres:

↑Tú **tienes que tener cabeza** y (sic) irte↑ (Público Luis). (FilmNight Barcelona, 2015g)

Yo de vosotros me iría ya (...) ¿y el orgullo chavales?, iros de aquí (...) (Público Cristian). (FilmNight Barcelona, 2015g)

Observamos el uso de la **metáfora** *tener cabeza*, con la que nos quiere decir que el hombre debe ser racional, no dejarse influenciar por la emoción. También se hace referencia al orgullo, acompañando a *chavales*, orgullo masculino, donde el poder, la actividad, la razón hacen acto de presencia para destacar este dualismo.

Conclusiones

El repertorio del amor romántico se hace presente a través del uso predominante de unas figuras y mecanismos retóricos concretos, metáforas, máximas, mecanismos exteriorizadores, figuras de maximización y presencia, valores de unicidad y concreción y lugares de cualidad, esencia y persona, principalmente. Los adolescentes reproducen el repertorio del amor romántico, un repertorio caracterizado por la exteriorización del fenómeno amoroso, situado como una entidad externa, incomprensible, que surge de forma espontánea, cuya pérdida nos deja incompletos, sin esa esencia que nos completa como personas, y que tenemos que recuperar. Asimismo, se reproduce el discurso positivo que gira en torno a los celos, entendidos como una característica deseable, una señal de verdadero amor. Del mismo modo, se reproduce el discurso positivo que gira en torno a la fidelidad, posesión y exclusividad, reconocidas como un aspecto normativizado y fundamental a la hora de establecer las relaciones afectivas sexuales. Destacar que no solo se fomentan prácticas de exclusividad sexual o emocional, sino que, asociadas a estas, también de palabra, tiempo e incluso pensamiento. Por tanto, del análisis se desprende que los mitos románticos de la media naranja, los celos, la exclusividad y la fidelidad siguen presentes en el discurso que los jóvenes reproducen y transmiten al resto de adolescentes que han seguido el programa.

En nuestro trabajo se aprecia cómo el amor romántico fomenta prácticas diferenciadoras por género. El dualismo masculino/femenino es mantenido y reproducido durante el programa, la mujer y el polo femenino permanecen subordinados al poder del hombre y al polo masculino. La mujer es presentada como un ser frágil, subordinado y pasivo que necesita ser cuidado. Asimismo, la mujer es desprovista de sus características de personalidad, y es tratada como cuerpo en propiedad. Es en este sentido que afirmamos que la preferencia por el uso del repertorio interpretativo del amor romántico crea las condiciones de posibilidad para la aparición y el mantenimiento de prácticas que fomentan la desigualdad entre hombres y mujeres.

Referencias

- Barcelona, Antonio (1992). El lenguaje del amor romántico en inglés y en español. *Atlantis*, 14, 1(2), 5-27.
- Barcelona, Antonio (1995). Metaphorical models of romantic love in Romeo and Juliet. *Journal of Pragmatics*, 24(6), 667-688. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00007-f](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00007-f)
- Bartky, Sandra Lee (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203825259>
- Bassi Follari, Javier Ernesto (2015). El código de transcripción de Gail Jefferson: adaptación para las ciencias sociales. *Quaderns de psicologia. International journal of psychology*, 17(1), 39-62.
- Bauman, Zygmunt (2003). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Barcelona: Fondo de Cultura Económica.
- Beigel, Hugo (1951). Romantic love. *American Sociological Review*, 16(3), 326-334.
- Bourdieu, Pierre (1998/2001). *Masculine domination*. Stanford: Stanford University Press.
- Butler, Judith (1997/2001). *Mecanismos psíquicos del poder: teorías sobre la sujeción*. Madrid: Cátedra.
- Cacace, Marina (2006). *Mujeres jóvenes y feminismo. Valores, cultura y comportamientos frente a frente*. Madrid: Narcea.
- Coral-Díaz, Ana Milena (2010). El cuerpo femenino sexualizado: entre las construcciones de género y la Ley de Justicia y Paz. *International Law*, 17, 381-409.
- Cubells, Jenny, & Casamiglia, Andrea (2015). El repertorio del amor romántico y las condiciones de posibilidad para la violencia machista. *Universitas Psychologica*, 14(5), 1681-1694. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-5.rarc>
- De Beauvoir, Simone (1949/1969). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo Veinte.
- De Miguel, Ana (2015). *Neoliberalismo sexual: El mito de la libre elección*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- De Miguel, Estíbaliz (2017). Explorando la agencia de las mujeres encarceladas a través de sus experiencias amorosas. *Papers: revista de sociologia*, 102(2), 311-335. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2340>
- Estalella, Adolfo & Ardévol, Elisenda (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum Qualitative Social Research*, 8(3), 25.
- Esteban, Mari Luz & Távora, Ana (2008). El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas. *Anuario de Psicología*, 39(1), 59-73.
- [FilmNight Barcelona]. (2015a, abril 28). Chicos Y Chicas - EPISODIO 1 (Parte 1/2) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tBv2c-KOTz4>

- [FilmNight Barcelona]. (2015b, abril 28). Chicos y Chicas - EPISODIO 1 (parte 2/2) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=DYgN6Wgasrc>
- [FilmNight Barcelona]. (2015c, mayo 5). Chicos Y Chicas - EPISODIO 2 (Parte 1/2) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=0jIWY9BIp4c>
- [FilmNight Barcelona]. (2015d, mayo 7). Chicos Y Chicas - EPISODIO 2 (Parte 2/2) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ewujqcX2A3E>
- [FilmNight Barcelona]. (2015e, mayo 14). Chicos Y Chicas - EPISODIO 3 (Parte 1/1) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=P1I0qPiRrJ0>
- [FilmNight Barcelona]. (2015f, mayo 25). Chicos Y Chicas - EPISODIO 4 (mini) [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=NvVLH-ce_k8
- [FilmNight Barcelona]. (2015g, junio 3). Chicos Y Chicas - EPISODIO 5 [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=H_2uhYULg6Y
- [FilmNight Barcelona]. (2015h, junio 10). CHICOS Y CHICAS - [ALEX & MARTA] [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GysgHMD5Tqc>
- [FilmNight Barcelona]. (2015i, junio 22). Chicos Y Chicas - EPISODIO 6 [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MrFtskyL-GQ>
- Flandrin, Jean-Louis (1981). *La moral sexual en occidente*. Barcelona: Ediciones Granica.
- Foucault, Michel (1969/1997). *La arqueología del saber*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, Michel (1970/1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets Editores.
- Foucault, Michel (1975/1976). *Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión*. México D. F.: S. XXI.
- Foucault, Michel (1977). *Historia De La Sexualidad I. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI.
- Foucault, Michel (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: Ediciones de la Piqueta.
- García Gual, Carlos (1982): Amores de Lanzarote y de la reina Ginebra. *Revista de occidente*, 15-16, 115-132.
- Gergen, Kenneth J. (2007). *Constructivismo social: aportes para el debate y la práctica*. Bogotá: Universidad de Los Andes.
- Gergen, Kenneth J. & Gergen, Mary M. (2011). *Reflexiones sobre la construcción social*. Madrid: Paidós.
- Gil, Eva Patricia, & Lloret, Imma (2007). *La violencia de género*. Barcelona: UOC.
- Glucksberg, Sam, & McGlone, Matthew S. (1999). When love is not a journey: What metaphors mean. *Journal of Pragmatics*, 31(12), 1541-1558.
[https://doi.org/10.1016/s0378-2166\(99\)00003-x](https://doi.org/10.1016/s0378-2166(99)00003-x)
- Hooks, Bell (2000). *All about love: New visions*. New York: William Morrow.

- Íñiguez, Lupicinio (2008). El debate sobre metodología cualitativa versus cuantitativa. *Material preparado para la Maestría en Ciencias Sociales*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Íñiguez, Lupicinio, & Antaki, Charles (1994). El análisis del discurso en psicología social. *Boletín de psicología*, 44, 57-75.
- Jónnasdóttir, Anna (1996). *El poder del amor: ¿le importa el sexo a la democracia?*. Madrid: Cátedra.
- Lakoff, George., & Johnson, Mark. (1980). The metaphorical structure of the human conceptual system. *Cognitive Science*, 4, 195-208.
https://doi.org/10.1207/s15516709cog0402_4
- Lakoff, George, & Johnson, Mark (2008). *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226470993.001.0001>
- Lizcano, Emmánuel (1999). La metáfora como analizador social. *Empiria*, 2, 29-60.
<https://doi.org/10.5944/empiria.2.1999.709>
- Medina Doménech, Rosa M. (2012). *Ciencia y sabiduría del amor: una historia cultural del franquismo*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Millet, Kate (1969). *Política sexual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Olsen, Frances (2000). El sexo del derecho. En Ruiz, Alicia & Amorós, Celia (Eds.). *Identidad femenina y discurso jurídico* (pp. 25-43). Buenos Aires: Biblos.
- Perelman, Chaïm, & Olbrechts-Tyteca, Lucie (1976/1989). *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Pomerantz, Anita (1986). Extreme case formulations: A way of legitimizing claims. *Human Studies*, 9, 219-229. <https://doi.org/10.1007/bf00148128>
- Potter, Jonathan (1998). *La Representación de la realidad: discurso, retórica y construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Potter, Jonathan, & Wetherell, Margaret (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behaviour*. London: Sage.
- Pujal, Margot (2007). *El Feminisme*. Barcelona: UOC.
- Real decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril (Boletín Oficial del Estado 22 de abril de 1996, núm. 97), por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley de propiedad intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>
- Sánchez-Sicilia, Alejandro, & Cubells Serra, Jenny (2018). Amor, posmodernidad y perspectiva de género: entre el amor romántico y el amor líquido, *Investigaciones feministas* 9.1, 151-171. <https://doi.org/10.5209/INFE.58143>
- Smart, Carol (2000). La teoría feminista y el discurso jurídico, en Haydée Birgin (Comp.), *El Derecho en el Género y el Género en el Derecho* (pp. 31-71). Buenos Aires, Biblos.
- Wetherell, Margaret & Potter, Jonathan (1996). *El análisis del discurso y la identificación de los repertorios interpretativos*. En Ángel J. Gordo y José Luis Linaza (Eds.), *Psicologías, discurso y poder (PDP)* (pp. 63-78). Madrid: Visor.

Woolgar, Steve (1988). *Science: the Very Idea*. Chichester, Ellis Horwood, Londres: Tavistock.

Wollstonecraft, Mary (1792). *A Vindication of the Rights of Woman*. New York: Courier Corporation.

Yela, Carlos (2000). *El amor desde la psicología social. Ni tan libres ni tan racionales*. Madrid: Pirámide.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)