

Investigación joven con perspectiva de género

Investigación joven con perspectiva de género

Edición y coordinación:

**Marian Blanco
Rosa San Segundo**

Edita: Instituto de Estudios de Género, Universidad Carlos III de Madrid. 2016.



Creative Commons Reconocimiento – NoComercial – SinObraDerivada (by-nc-nd): **No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.**

Edición electrónica disponible en internet en e-Archivo:

<http://hdl.handle.net/10016/23966>

ISBN: 978-84-16829-08-8

La responsabilidad de las opiniones emitidas en este documento corresponde exclusivamente de los/as autores/as. El Instituto Universitario de Estudios de Género de la Universidad Carlos III de Madrid no se identifica necesariamente con sus opiniones.

Instituto Universitario de Estudios de Género, Universidad Carlos III de Madrid. 2016

Libro de Actas del I Congreso de jóvenes investigadorxs con perspectiva de género (Getafe, 16 y 17 de junio de 2016)

EL AMOR ROMÁNTICO EN LOS "SÚPER-ÉXITOS" MUSICALES ENTRE ADOLESCENTES

Marian Blanco

Universidad Carlos III de Madrid

marianblancor@gmail.com

RESUMEN: El amor romántico es una construcción social y cultural, con sus correspondientes mitos como el de "la media naranja" o la omnipotencia del amor, que actúa como configuradora de prácticas interpersonales, sociales e individuales. A través de los medios de comunicación, se actualizan y reformulan dichos mitos, al mismo tiempo que potencian tópicos sexistas, se erotiza la sumisión y entrega de la mujer a la vez que se potencia la agresividad y dominio en el hombre. Entre los "súper-éxitos" más escuchados vemos como los y las adolescentes reciben un doble mensaje, por un lado se habla de libertad de elección, y por otro, se siguen estableciendo roles de género con una nueva reformulación, pero que remarcan la dominación masculina y la sumisión/debilidad femenina. Todo ello bajo el paraguas del deseo eterno, la pasión sin límites, y en definitiva, del amor romántico.

PALABRAS CLAVE: amor romántico, mitos, radio musical, roles de género, éxitos musicales.

1. INTRODUCCIÓN

El amor ha sido objeto del pensamiento filosófico, la literatura, series, películas, conversación e investigación a lo largo de toda nuestra historia. No obstante, la forma de entender y describir qué es el amor no ha sido siempre la misma, ni tampoco es igual en todas las sociedades. Sin embargo, ¿por qué somos capaces de identificar "historias amorosas" en las canciones en otras lenguas? ¿Existe un código compartido sobre el amor? ¿El amor es una reacción química o hay algo más?

Muchas investigaciones que defienden las bases físicas y neurológicas del enamoramientos admiten que el amor no es pura fisiología, sino que hay influencias culturales que habrían ido haciendo mucho más complejo el sentimiento amoroso (Esteban, 2011, 156). Según Lévi-Strauss en palabras de Bauman (2005, 59) *"el encuentro entre los sexos es el terreno en el que la naturaleza y cultura se enfrentaron por primera vez. Asimismo, es punto de partida y origen de toda cultura"*. El deseo sexual es la tendencia "natural" del

ser humano más *"irrefutable, obvia y unívocamente social"* sobre la que se crearon construcciones artificiales y arbitrarias.

Es precisamente la definición del amor romántico como una específica construcción social y cultural, con sus correspondientes mitos como el de "la media naranja" o la omnipotencia del amor, que actúa como configuradora de prácticas interpersonales, sociales e individuales; la que ha sido objeto de estudio desde la perspectiva feminista debido a su estrecha relación con la perpetuación del sistema sexo-género.

1.1. ¿A qué tipo de amor nos referimos? Concepto de amor romántico.

Todas las personas de nuestra sociedad tienen una idea sobre "lo romántico", pero ¿cuál es el concepto de amor romántico?

Analizar lo amoroso puede proporcionarnos pista para comprender el amor, no sólo desde el punto de vista interno, sino también en una perspectiva más global de la relación del amor con las instituciones, la sociedad y el poder.

Si nos fijamos, las tres primeras acepciones de la definición de la Real Academia Española (RAE)³³ nos están dando algunas pinceladas sobre lo que entiende como amor romántico: sentimiento intenso, sentimiento de entrega a alguien, deseo de unión que nos alegra, necesidad de encuentro y unión con otro ser, tendencia a la unión sexual... El concepto de amor romántico que empleamos en esta investigación es el utilizado por la antropóloga Mari Luz Esteban (2005, 2008, 2011) en el que por un lado, cuando hablamos de amor romántico nos estamos refiriendo a una atracción intensa universal entre dos (o

³³En la edición de 2015 del diccionario de la RAE las tres acepciones con las que se define el amor son las siguientes:

1. m. Sentimiento intenso del ser humano que, partiendo de su propia insuficiencia, necesita y busca el encuentro y unión con otro ser.
2. m. Sentimiento hacia otra persona que naturalmente nos atrae y que, procurando reciprocidad en el deseo de unión, nos completa, alegra y da energía para convivir, comunicarnos y crear.
3. m. Sentimiento de afecto, inclinación y entrega a alguien o algo.

más) personas, que suele implicar idealización y erotización de la otra persona, deseo de intimidad y durabilidad de la relación. Según el autor o autora que consultemos comprobaremos como utilizan indistintamente los términos de amor romántico, amor pasional, pasión amorosa... En nuestro caso utilizaremos preferentemente amor romántico.

Pero también, el amor romántico constituye al mismo tiempo un modelo cultural de amor que aparece a mediados del siglo XIX en Occidente, y cuya normatividad se ha extendido por todo el mundo gracias a la hegemonía cultural de Occidente (especialmente de EE.UU.), y en particular, a la difusión de la ficción romántica.

El amor, como ideología cultural, pero también como discurso configurador de prácticas sociales e individuales, es parte intrínseca de la construcción de las relaciones de género. Por discurso, entendemos que es un conocimiento socialmente construido de algún aspecto de la realidad, una construcción desarrollada en un contexto social específico -el mundo occidental- y en formas que son apropiadas a los intereses de los actores sociales en esos contextos, sean contextos muy amplios o no, contextos explícitamente institucionalizados o no y demás (Kress y Van Leeuwen, 2001).

Por tanto, el concepto de amor de la sociedad ha ido variado a lo largo de las épocas del mismo modo que se ha transformado la cultura. Hay principalmente dos revoluciones amorosas en la historia, una primera que llegó de la mano del *amor cortés* en la Baja Edad Media y del cual tenemos enormes muestras en la literatura pero no fue una práctica mayoritaria en la sociedad, y una segunda de la mano del amor romántico. Según diferentes investigadores/as (Yela, 2000; Esteban, 2011; Herrera, 2009), el amor romántico surgió a finales del siglo XIX como respuesta reaccionaria al amor victoriano, un tipo de amor que consagraba a las mujeres al cuidado de la familia y la virtud de la maternidad, por tanto, surgió como la reivindicación del triunfo de la pasión frente al orden establecido. Aunque esta característica rupturista hace que algunos

investigadores califiquen al amor romántico como un sentimiento emancipatorio (Giddens, 1998), hay una parte perversa en el discurso amoroso que esconde el mantenimiento del sistema sexo-género (tal y como se pone de manifiesto desde la perspectiva de género como p. ej.: Jónasdóttir (1993); Lagarde (2001); entre otras).

El amor romántico tiene ciertas características "*adictivas*" como *la dependencia, la búsqueda de un vínculo seguro, necesidad del otro, estricta fidelidad sexual, renuncia a la independencia personal, ausencia de libertad, celos, rutina...* (Yela, 2000, 70) las cuales, junto a un conjunto de creencias compartidas por la mayoría de la población conocidas como mitos del amor romántico, constituyen el estereotipo cultural occidental del amor romántico.

En definitiva, vemos como el amor romántico se convierte en el estilo amoroso popular, normativo y universal (al menos en la cultura occidental). Además, dicho amor se convierte en la razón fundamental para formar una pareja, permanecer juntos, tener relaciones sexuales, y finalmente, consolidar esa unión en matrimonio.

2. EL AMOR ROMÁNTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Tradicionalmente, el amor ha ocupado un segundo plano en la teoría de género. El voto, la igualdad de derechos ante la ley, las condiciones laborales, la educación, la familia y el deseo sexual han sido siempre objeto de un mayor número de publicaciones y análisis por parte del feminismo.

Una de las primeras feministas en hablar sobre las implicaciones que tenía el amor en la vida de las mujeres fue Alexandra Kollontai (1872-1952). Kollontai (1978) advertía en su *Autobiografía de una mujer emancipada* del lado perverso que el amor romántico tenía para las mujeres, ya que para ella, el amor únicamente era beneficioso para el capital y para el hombre, no para la mujer obrera. A pesar de que Kollontai declara al amor monogámico como el

ideal de la humanidad, también da cuenta de la complejidad de este sentimiento y de su evolución a lo largo de la historia.

Además, Kollontai también es pionera en criticar, desde el punto de vista marxista, la "doble moral" hacia las mujeres y cómo la "propiedad privada" juega un papel fundamental en las parejas (independientemente de su clase social).

Otra de las obras de referencia es el "Segundo Sexo" de Simone de Beauvoir publicado en 1949 donde señala que el amor es una forma de preparar a las mujeres para ser para los hombres, ya que las mujeres según el esquema patriarcal son seres para los hombres. Únicamente si se buscaban otros esquemas amorosos más igualitarios, en los que la mujer se reafirmase y pudiera *amar con su fuerza y no con su debilidad*, podría ser el amor una fuente de igualdad. (Beauvoir, 1998)

A mitad del siglo XX, comienzan a proliferar las publicaciones científicas relacionadas con el amor, en especial desde el campo de la psicología y la sociología. La Segunda Ola del Feminismo con su famoso eslogan *lo personal es político* incorpora la perspectiva de género a la investigación introduciendo temas como el amor romántico o la sexualidad dentro del ámbito académico. Kate Millet en una entrevista en 1984 hacía un símil con la famosa frase de Marx "la religión es el opio del pueblo", y decía que el amor ha sido el opio de las mujeres. Para Millet, no es que el amor en sí mismo sea malo, sino que se ha empleado para perpetuar la diferencia sexual, hacer a la mujer dependiente, *mientras las mujeres se dedicaban al amor y el cuidado de la familia, los hombres gobernaban*.

Las teóricas contemporáneas han analizado con mayor profundidad las relaciones amorosas ya que aunque –dentro del contexto occidental- son libres, están establecidas desde la desigualdad. Según Marcela Lagarde (2001), la ideología amorosa nos hace creer que el amor es idéntico para hombres y para

mujeres, que es universal, pero no es así. Su análisis parte de la antropología cultural, desde la que afirma que el sujeto simbólico del amor en diversas culturas y épocas ha sido el hombre y los amantes han sido los hombres.

Lagarde señala que el amor romántico evoca la ruptura de límites, la simbiosis entre dos personas, el anhelo de ser correspondido en la misma medida por la otra persona. Sin embargo, esto no significa la equidad en las relaciones amorosas, el establecimiento de una relación más igualitaria no se dará hasta *que las mujeres se transformen en sujetos del amor y dejen de ser objetos del amor.*

Anna G. Jónasdóttir (1993) y Mari Luz Esteban (2011) también apuntan en sus investigaciones en la misma dirección. El amor constituye un discurso alienante para las mujeres, y supone una configuración no sólo simbólica sino también de prácticas sociales que resulta fundamental para la reproducción del patriarcado.

El amor romántico es por lo tanto el régimen emocional hegemónico por excelencia, que produce una construcción y una expresión cultural de las emociones que tiende a enfatizar el amor por delante de otras emociones y valores humano, lo que convierte al amor en la *forma dominante de representar lo humano, aplicada de distintas maneras a mujeres y hombres* (Esteban, 2011).

Al final se constituye "*una utopía emocional colectiva*" (Herrera, 2009) entorno al amor romántico, un sentimiento claramente idealizado en nuestra sociedad que las personas utilizan como mecanismo para calmar sus miedos a la vida y a la soledad. Se concibe al sentimiento amoroso como un medio para ser feliz, para autorrealizarse, para huir de la soledad que nos acompaña toda la vida, o para sentir emociones que nos hagan sentir vivos/os.

No obstante, una de las características más revolucionarias del amor romántico respecto a los anteriores conceptos históricos y sociales del amor, fue la

creación de una conexión directa entre los conceptos de amor romántico, matrimonio y sexualidad (que se mantiene en vigor en la actualidad y posteriormente veremos cómo se refleja en las canciones entre otras manifestaciones).

En la cultura occidental, el amor es la razón fundamental para formar una pareja, permanecer juntos y consolidar esa unión en matrimonio. Es lo que Eva Illouz (2012) llama *mercado matrimonial autorregulado*, una transformación social que desvincula el matrimonio de su contexto moral y social, e introduce nuevos criterios en la elección de pareja como el atractivo sexual y el amor romántico.

El amor sirve para racionalizar lo irracional, diferencia a mujeres y hombres en la manera de sentir, constituye la heterosexualidad, y pone a la pareja (heterosexual) en el centro de la sociedad. Según Noizet (1996) citada por Esteban (2011, 107), esto se consigue concibiendo el amor como algo propio de la feminidad, lo que trae consigo que “aunque todas las mujeres no aspiren a encontrar un hombre rico o ni siquiera se sientan atraídas por hombres, y/o estén satisfechas con sus propios proyectos, sí sigan fantaseando (muchas) con alguien que está en algún lugar esperándolas” (el conocido como mito de la media naranja).

En la misma línea, tanto Lagarde (2001) como Herrera (2009) coinciden en señalar que el discurso del amor romántico crea la necesidad de auto completarse o autorrealizarse gracias a otra persona (mito de la media naranja), instaura la creencia de que el amor lo puede todo, y crea dependencias emocionales que pueden resultar dañinas si no se establecen relaciones igualitarias. Para mantener y perpetuar el sistema sexo-género actual, la repartición de roles tradicionales crea “hombres que necesitan mujeres, y mujeres que necesitan hombres. La necesidad, sin embargo, no tiene que ver mucho con la libertad y el deseo” (Herrera, 2009).

En las sociedades modernas y postmodernas, romanticismo, consumo y capitalismo tienen una estrecha relación, ya que el capitalismo se reafirmaría a sí mismo a través de una doble lógica: la romantización de los bienes de consumo (la pareja en el centro de la publicidad) pero también en la mercantilización absoluta del romance (Illouz, 2012).

El amor romántico conlleva la presencia del deseo y pasión sexual como motor de las acciones, se percibe como singular, distintivo y únicamente validado por la sociedad respecto de otras formas amorosas. Por ello, "tiene un papel fundamental en el mantenimiento y perpetuación de la subordinación social de las mujeres y que, además, puede tener una importancia directa y crucial en temas tan importantes como la violencia contra las mujeres" (Esteban, Medina y Távora, 2005).

3. MÉTODO.

Los medios de comunicación son parte activa en la difusión de este ideal romántico a través de múltiples canales/productos como la publicidad, el cine, la música, la ficción televisiva, o incluso, en la "imparcialidad" de las noticias de los informativos. La performatividad amorosa se retroalimenta continuamente de las referencias recibidas en el entorno familiar, la escuela, la publicidad, el cine, la literatura, la música, la televisión... y de esta forma cumple con su papel en la división de los roles de género.

Nuestro objetivo en esta parte de la investigación es comprobar qué mensajes reciben los y las adolescentes a través de un producto de alto consumo como es la música, y cuáles de estos perpetúan el discurso del amor romántico.

Por ello, siguiendo la metodología de análisis de contenido empleada por Esperanza Bosch (2011) en la investigación *Profundizando en el análisis del mito del amor romántico y sus relaciones con la violencia contra las mujeres en la pareja: Análisis cualitativo* promovida por el Ministerio de Igualdad, hemos

hecho un análisis de contenido de los éxitos más escuchados entre adolescentes. Para ello hemos establecido las siguientes variables o dimensiones a estudiar:

Actitudes hacia el amor, según los estilos de amor definidos por Lee (1973): el amor pasional (pasión irresistible, fuerte atracción física, intensidad sexual), el amor lúdico (poca implicación emocional y pocas expectativas de futuro), el amor amistoso (compromiso duradero que se desarrolla lentamente), el amor obsesivo (dependencia de la pareja, celos intensos, posesividad...), amor pragmático (basado en la búsqueda racional de la pareja ideal) y el amor altruista (entrega absoluta y desinteresada al otro).

Presencia de los mitos del amor romántico descritos por Esperanza Bosch (2011) como: mito de la equivalencia (el amor implica necesariamente una fuerte pasión), mito de la media naranja (en alguna parte hay alguien predestinado para cada persona), mito de la exclusividad (es imposible estar enamorado de dos personas a la vez), mito de la pasión eterna (la pasión intensa de los primeros tiempos debería durar siempre), mito de la omnipotencia (el amor verdadero lo puede todo), mito de la fidelidad (estar enamorado implica ser fiel), mito del matrimonio (el amor es la única razón para el matrimonio), mito de la pareja (la relación de pareja es inherente a la naturaleza humana y está presente en todas las culturas) y el mito de los celos (los comportamientos de control de la pareja son una muestra de amor hacia la misma).

La selección de canciones para analizar se ha acotado un espacio temporal, de enero a marzo de 2015, y se han utilizado las listas elaboradas por prescriptores musicales como Spotify y la revista para adolescentes BRAVO. Dichos prescriptores tienen una gran influencia para nuestro público objetivo.

Seleccionamos una lista de cuarenta canciones más “populares” para el análisis. La selección para determinar la “popularidad” de cada canción se basó en el

número de veces que cada tema aparecía tanto en la lista de las 10 canciones más escuchadas en España según Spotify (Febrero 2015) y en la lista semanal de los 10 temas del momento según la revista para adolescentes BRAVO (de enero a marzo de 2015) (ver tabla 1).

Tabla 1: Lista de canciones seleccionadas para la muestra

Lista de canciones seleccionadas para la muestra	
1. Romeo Santos - Eres Mía	21. Gemeliers - Lo Mejor Está Por Venir
2. Mark Ronson ft Bruno Mars - Uptown Funk	22. Taylor Swift - Shake It Off
3. David Guetta - ft. Sam Martin – Dangerous	23. One Direction - Story of My Life
4. Taylor Swift - Blank Space	24. One Direction - Night Changes
5. Ed Sheeran - Thinking Out Loud	25. One Direction - Steal My Girl
6. Melendi - La Promesa	26. Calum - Hey Baby
7. Juan Magan ft. Belinda - Si No Te Quisiera	27. Auryn - Saturday I'm in Love
8. Romeo Santos - Propuesta Indecente	28. Auryn - Puppeteer
9. Meghan Trainor - Lips Are Movin	29. Auryn – Heartbreaker
10. Sam Smith - Stay With Me	30. Sweet California - Vuelvo a ser la rara
11. Calvin Harris ft. Ellie Goulding - Outside	31. Sweet California - Comprende
12. Sofía Reyes ft. Wisin - Muévelo	32. Ellie Goulding - Love Me Like You Do
13. Osmani- Taxi	33. Rihanna And Kanye West And Paul McCartney – FourFiveSeconds
14. Enrique Iglesias - Bailando	34. Maldita Nerea - Perdona Si Te Llamo Amor
15. Wisin ft. Jennifer Lopez, Ricky Martin - Adrenalina	35. Enrique Iglesias & Nicky Jam - El perdón.
16. Jonas Brothers - First Time	36. CD9 – Eres.
17. Ariana Grande Love me harder	37. Ruth Lorenzo – Renuncio.
18. Abraham Mateo - All the Girls	38. Ariana Grande- Break Free
19. Abraham Mateo – Señorita	39. Nicky Jam – Travesuras.
20. Gemeliers - Tan Sólo Tú y Yo	40. DVicio – Enamórate.

Fuente: Selección de canciones a partir de la lista de temas más escuchados de Spotify en febrero de 2015 y las listas semanales del TOP 10 de canciones elaboradas por la revista de adolescentes BRAVO.

4. RESULTADOS.

De las canciones seleccionadas para la muestra, únicamente cinco canciones trataban sobre temas no relacionados con el amor, por lo que el 87'5% de las canciones seleccionadas entre las más escuchadas hablaban en sus estrofas sobre algún tipo de amor (o desamor). Por lo tanto, tal y como planteábamos en las hipótesis iniciales, la mayoría de los "super-éxitos" escuchados una y otra

vez en la radio, en Spotify, en la discoteca, en el móvil... hablan sobre algún tipo de amor.

Tal y como ya apuntaba Guarinos (2012), podemos decir que el amor es el eje central de la canción de consumo. Para conocer a qué tipo de amor se refieren las letras de los "súper-éxitos" y hacer un análisis más profundo sobre los mensajes que transmiten repetidamente a través de los distintos medios de difusión, utilizamos la primera variable de análisis: Los estilos de amor. Según las categorías de estilos de amor expuestas por Lee (1973), nos encontramos con los siguientes resultados: 23 canciones de la muestra hablan del amor pasional en sus estrofas, 7 canciones tratan el tema del amor lúdico, 10 canciones cantan al amor obsesivo, 6 canciones incluían al amor altruista en sus letras, 8 canciones trataban sobre el desamor, y ninguna hablaba del amor amistoso ni del amor pragmático.

Vemos como la mayoría de las canciones de la muestra (que suponen más del 90%) que escuchan los y las adolescentes tratan sobre los tipos de amor que describen las características que definen al amor romántico: pasión irresistible con sentimientos intensos, fuerte atracción física y actividad sexual (amor pasional); fuerte dependencia de la pareja, celos intensos, posesividad... (amor obsesivo); entrega desinteresada hacia la otra persona (amor altruista)... Este hecho nos puede dar pistas para futuros análisis ya que, debido a la excesiva reiteración de estos mensajes en las canciones, su concepción sobre el amor y la forma de entender las relaciones de pareja puede estar encaminada hacia los mitos del amor romántico, tal y como apuntan recientes investigaciones (como por ejemplo; Díaz-Aguado, 2014).

4.1. Los mitos del amor romántico como tema principal de los súper-éxitos musicales.

Si hablamos de la presencia de los mitos del amor romántico en las estrofas de las canciones, entendiendo por mitos aquel conjunto de "creencias paradójicas,

problemáticas, y/o sencillamente imposibles, compartidas por la gran mayoría de la población, que constituyen el estereotipo cultural occidental del amor romántico” (Yela, 2000, 71), nos encontramos con una alta presencia de los mismos.

Uno de los mitos que mayor penetración tiene entre los adolescentes (Andalucía Detecta, 2011; Blanco, 2014; Díaz-Aguado, 2014) es el mito de la pasión eterna, una creencia que fundamenta que el amor romántico y pasional puede y debe perdurar en el tiempo de la relación, sin que la convivencia ni el paso de los meses lo modifiquen. Cuando analizamos el contenido de las letras de las canciones más escuchadas por adolescentes, vemos como alrededor de la mitad de las canciones de la muestra hablan en sus estrofas de que el amor necesariamente implica de una fuerte pasión, y que dicha pasión es irrefrenable (mito del libre albedrío), claro ejemplo de la presencia de esta pasión irrefrenable está en las siguientes estrofas de *Love me harder* de Ariana Grande: *Porque si quieres tenerme, vas a tener, tener, tener, tener, tener que amarme más fuerte (te voy a amar más fuerte) / Y si realmente me necesitas, vas a tener, tener, tener, tener, tener que amarme más fuerte (amarme más fuerte).*³⁴

La pasión irresistible, una fuerte atracción física, la intensidad sexual, etc. Son un denominador común en muchas de las canciones que más se escuchan en la radio, en Spotify o en las discotecas. De forma más o menos sutil se refuerzan los diferentes mitos del amor romántico, creando la falsa creencia de que dichos mitos son ciertos.

El amor lúdico (poca implicación emocional y pocas expectativas de futuro) es el que se da con mayor frecuencia en la etapa de la adolescencia, por ello, muchas de las canciones que hablan sobre él lo relacionan con otras creencias arraigadas en la juventud como la necesidad de disfrutar de la vida al máximo,

³⁴Traducción propia del inglés.

la diversión, el *carpe diem*... lo que entronca perfectamente con la falsa creencia del libre albedrío de los sentimientos.

El mito de la equivalencia (creencia en la que amor y enamoramiento son equivalentes, y si uno deja de estar apasionadamente enamorado es que ya no ama a su pareja), el mito de la exclusividad (creencia de que el amor sólo puede sentirse por una única persona, es imposible estar enamorado de dos persona al mismo tiempo), junto en el de la pareja (la pareja es algo natural y universal) son mitos que se dan "por supuestos" cuando las canciones hablan de amor. Un ejemplo clásico de lo que acabamos de comentar lo encontramos en el tema analizado "Tan solo tú y yo" de Gemeliers que dice en el estribillo lo siguiente: *Tan solo tú y yo disfrutándonos / Con la piel en la arena y prometiéndonos / Un amor verdadero, un te quiero sincero / Una vida sin ti, cariño yo no la quiero*. Estas creencias están tan arraigadas en la sociedad y en la cultura popular, que es lo realmente difícil es encontrar temas que rompan con dichas creencias.

Otro de los mitos más recurrentes en la literatura, el cine, la televisión, y también en la música, es el de la media naranja. La idea de que el destino ha predestinado a la pareja a estar juntos de por vida es irracional, pero está muy presente en la sociedad y también es estrofas como la siguiente: *Todo empezó un mes de agosto, rozábamos solo 15 años, pero supimos que éramos el uno del otro* del tema *Renuncio* de Ruth Lorenzo.

Este sentido de posesión, "el uno del otro", "eres mía, solo mía", "sin ti no soy nada", "ella me pertenece"... que tenemos presentes en multitud de canciones es un mensaje íntimamente relacionado con el amor romántico, y cuyas consecuencias llevadas al extremo pueden desencadenar en situaciones de violencia de género. La creencia de que los celos son un indicador de un "verdadero" amor es uno de los mitos principales en las canciones analizadas. Uno de estos ejemplos lo podemos encontrar en el tema de Enrique Iglesias y Nicky Jam *El perdón*, que probablemente será una de las canciones más

escuchadas en 2015 y cuya letra dice lo siguiente: *Es que yo sin ti y tu sin mi / dime quién puede ser feliz / eso no me gusta, eso no me gusta... / (...)Yo te jure a ti ese eterno amor / y ahora otro te da calor / cuando en las noches tienes frío.*

La posesión, los celos, el control de la pareja... forman parte del mito de los celos como prueba de amor, pero tienen especial arraigo entre los y las más jóvenes (Díaz-Aguado, 2014; Estébanez, 2010), algo que junto al resto de creencias del amor romántico está detrás de muchos casos de violencia de género, especialmente en el reciente aumento entre jóvenes.

También la creencia de que el amor tiene que doler aparece en las letras de las canciones, especialmente cuando no es correspondido o hay algún tipo de problema en la pareja. Un ejemplo lo tenemos con Taylor Swift en el tema *Blank Space* que dice lo siguiente: *Chico sólo hay un amor / Si se trata de tortura.*³⁵

El mito de la fidelidad aparece en todas las canciones de desamor. Una infidelidad, un error, según cantan las canciones, hace que toda la historia de amor se desvanezca. Y por supuesto, también aparece otro de los mitos con más penetración en la sociedad, el mito de la omnipotencia del amor, esa creencia de que el amor lo puede todo, es un sentimiento capaz de solucionar cualquier problema porque lo importante es quererse. Este "poder" del amor está presente en muchas canciones y retroalimenta esa idea de que todo se puede conseguir si dos personas se quieren "de verdad".

5. CONCLUSIONES.

El amor romántico es una construcción cultural y social que está muy interiorizada en nuestra sociedad, y la cual, se retroalimenta gracias a los

³⁵ Traducción propia del inglés.

diferentes mensajes que se lanzan una y otra vez desde el cine, la literatura, la televisión y la música, entre otros.

Este discurso amoroso, con sus correspondientes mitos como el de "la media naranja", el emparejamiento, la omnipotencia del amor o el libre albedrío; actúa como configurador de prácticas interpersonales, sociales e individuales.

Analizar la presencia de lo amoroso en los medios de comunicación y los productos de masas, como es en este caso la música, puede proporcionarnos pistas para entender la importancia del amor, no sólo desde el punto de vista interno, sino también en una perspectiva más global de la relación del amor con las instituciones, la sociedad y el poder.

A través de nuestro análisis, hemos comprobado como el amor romántico es el tema por excelencia en los "súper-éxitos" musicales, tal y como ya apuntaba Guarinos (2012) que señalaba al amor como eje central de la canción de consumo. Además, las letras de las canciones seleccionadas ahondan en reproducir una y otra vez los mitos del amor romántico, perpetuando de esta forma tan sutil (al mismo tiempo que repetitiva) las creencias falsas y dañinas de dicho discurso.

Entre las canciones más escuchadas nos encontramos que se canta a la omnipotencia del amor, la existencia de la media naranja, la pasión infinita, al libre albedrío de los sentimientos (en especial de la pasión irrefrenable), a la creencia de que "del amor al odio hay un paso"... Al mismo tiempo que se remarcan ideas como la libre elección y el *carpe diem*, creencias que están muy extendidas y que forman parte del pensamiento en la etapa adolescente.

Al igual que apuntaban estudios anteriores en los que relacionaban los estereotipos de género y la música (Suárez, 2003; Guarinos, 2012; entre otros), los estereotipos sexistas siguen existiendo en las letras de las canciones más escuchadas, y el amor romántico contribuye, tal y como se apunta desde la teoría feminista, a la configuración de modelos de hombres y mujeres.

En nuestra cultura occidental, el amor romántico es la forma normativa de relación amorosa durante la adolescencia y juventud, para convertirse posteriormente en la forma legítima de relación amorosa para el matrimonio en la etapa adulta y de madurez (Yela, 2000). Por ello, el discurso del amor romántico crea la necesidad de autocompletarse o autorrealizarse gracias a otra persona (esto es el mito de la media naranja que podemos escuchar en numerosas canciones), instaura la creencia de que el amor lo puede todo, y crea dependencias emocionales que pueden resultar dañinas si no se establecen relaciones igualitarias.

En concreto, hemos podido apreciar (aunque no era el objetivo de nuestra investigación y por ello no tenemos una muestra representativa para hacer afirmaciones) que en las canciones se remarca la idea por parte de las cantantes femeninas de que los hombres siempre mienten en el amor para conseguir lo que quieren, y por parte de los cantantes masculinos, que las mujeres siempre hacen daño cuando se enamoran de ellas y les entregan sus sentimientos amorosos.

Por tanto, comprobamos como el discurso del amor romántico sigue teniendo plena vigencia en la actualidad. Aunque se hayan reformulado en cierta forma los mitos del amor romántico y se mezclen con otros discursos como el *carpe diem*, la libertad amorosa, libre elección de la pareja... analizando el contenido de las canciones vemos como siguen transmitiendo una idea de amor que no tiene una base igualitaria. Esto es lo que Marcela Lagarde (2001) llama *sincretismo amoroso*, en el que cosas viejas se mezclan con cosas nuevas para que las nuevas generaciones acepten el discurso amoroso que perpetúa la desigualdad de género.

Mitos como la omnipotencia del amor, el sufrimiento por amor, la equivalencia de amor y pasión... ayudan a mantener y perpetuar el sistema sexo-género actual, en el cual la repartición de roles tradicionales crea una necesidad entre hombres y mujeres por complementarse, aunque dicha necesidad no tiene nada

que ver con la libertad y el deseo (Herrera, 2009). Además, todas ellas sustentan el modelo de pareja heterosexual y las posiciones desiguales entre mujeres y hombres.

Parece difícil pensar en que no haya cierta influencia en la concepción amorosa de los y las adolescentes después de la repetición continua y constante de estas canciones "románticas" en la radio, en la televisión, en los bares cuando salen de fiesta, en sus listas de reproducción o a través de los contenidos que comparten en las redes sociales.

Por tanto, podemos concluir que a través de los "súper-éxitos" musicales se recibe un doble mensaje. Por un lado se habla de libertad de elección, y por otro, se siguen estableciendo roles de género con una nueva reformulación, pero que continúan remarcando la dominación masculina y la sumisión/debilidad femenina (a pesar de la libertad que tienen). Todo ello bajo el paraguas del deseo eterno, la pasión sin límites, y en definitiva, del amor romántico.

6. BIBLIOGRAFÍA.

Andalucía Detecta. 2011. *Sexismo y Violencia de Género en la juventud andaluza e Impacto en su exposición en menores*. Instituto Andaluz de la Mujer. Sevilla.

Disponible en: www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/ [consulta: 20 de agosto de 2013]

Bauman, Zygmunt. 2005. *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Fondo de Cultura Económica de España. Madrid.

Beauvoir, Simone. 1998. *El segundo sexo*. Ediciones Cátedra. Madrid.

Blanco Ruiz, María Ángeles. 2014. Implicaciones del uso de las redes sociales en el aumento de la violencia de género en adolescentes. *Comunicación y Medios*, nº 30, 124-141. Universidad de Chile. [versión electrónica]

- Bosch Fiol, Esperanza. 2007-2011. *Profundizando en el análisis del mito del amor romántico y sus relaciones con la violencia contra las mujeres en la pareja: Análisis cualitativo*. Universidad de las Islas Baleares y Ministerio de Igualdad.
- Díaz-Aguado, María José. 2014. *La evolución de la adolescencia española sobre la igualdad y la prevención de la violencia de género*. Universidad Complutense de Madrid y Ministerio de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad.
- Esteban, Mari Luz, y Ana Távora. 2008. El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas. *Anuario de Psicología*, nº 1, 59-73.[versión electrónica]
- Esteban, Mari Luz, Rosa Medina y Ana Távora. 2005. ¿Por qué analizar el amor?. Nuevas posibilidades para el estudio de las desigualdades de género. *Simposio "Cambios culturales y desigualdades de género en el marco local-global actual"* . 1-16. Sevilla: X Congreso de Antropología de la F.A.A.E.E. [versión electrónica]
- Esteban, Mari Luz. 2011. *Crítica del pensamiento amoroso. Temas contemporáneos*. Edicions Bellaterra. Barcelona.
- Estébanez Castaño, Ianire. 2010. "Te quiero...(Sólo para mi)" Relaciones adolescentes de control. *TABANQUE. Revista Pedagógica*, nº 23, 45-68. Universidad de Valladolid. [versión electrónica]
- Guarinos, Virginia. 2012. Estereotipos y nuevos perfiles de mujer en la canción de consumo. De la romántica a la mujer fálica. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 2012, nº 7, 297-314. [versión electrónica]
- Herrera, Coral. 2009. *La construcción sociocultural de la realidad, el género y el amor romántico*. Director de tesis: Don Gerard Imbert. Universidad Carlos III de Madrid. [versión electrónica]
- Disponible en: <http://ebookselrincondehaika.blogspot.com.es/> [consulta: 23 de febrero de 2015]
- Illouz, Eva. 2012. *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*. Ed. Clave Intelectual. Madrid.

- Jónasdóttir, G. Anna. 1993. *El poder del amor. ¿Le importa el sexo a la Democracia?*. Ediciones Cátedra. Madrid.
- Kollontai, Alexandra. 1978. *Autobiografía de una mujer emancipada*. Editorial Fontamara. Barcelona.
- Kress, Gunther, y Theo Van Leeuwen. 2001. Introduction. En G. Kress, & T. Van Leeuwen, *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, 1-23. Londres: Arnold.
- Kress, Gunther, y Theo Van Leeuwen. 2006. *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge.
- Lagarde, Marcela. 2001. *Claves feministas para la negociación en el amor*. Ed. Puntos de Encuentro.
- Millet, Kate. 1984., *Kate Millet: "El amor ha sido el opio de las mujeres"*. Entrevista en el diario *El País* publicada el 21 de mayo de 1984. [versión electrónica]
Disponible en:
http://elpais.com/diario/1984/05/21/sociedad/453938405_850215.html
[consulta: 05 de marzo de 2016]
- Suárez, Laura. 2003. La construcción de las identidades de género en la música popular. *Dossiers feministas*, , nº 7, p. 11-31. [versión electrónica]
- Yela, Carlos. 2000. *El amor desde la psicología social. Ni tan libres, ni tan racionales*. Ediciones Pirámide. Madrid.