

## Las reglas del género femenino en las revistas femeninas

María Eugenia Álvarez  
[malvarez@hum.unrc.edu.ar](mailto:malvarez@hum.unrc.edu.ar)  
Universidad Nacional de Río Cuarto

Para la elaboración de este trabajo, partiremos de la idea de que la construcción de la categoría de *género* es una actividad que se desarrolla permanentemente, de manera colectiva y a través de diversas prácticas, dentro de las cuales se pueden distinguir de manera notable las prácticas discursivas. Desde esta posición, Judith Butler (2001) considera que el género es una *forma de hacer*, una actividad permanente, performada y construida socialmente.

Siguiendo esta idea, podemos observar cómo históricamente se ha establecido la diferenciación de géneros a través de la división binaria masculino/femenino, de acuerdo con las diferencias anatómicas y genitales que los cuerpos de las personas presentan. Estas diferencias se perciben y se comprueban en la materialidad corporal y otorgan el tipo de sexo a cada individuo. De esta manera, la sexualidad se transforma en un criterio clasificatorio que identifica y define a las personas. En este escenario, el género se proyecta como una categoría que en apariencia sería idéntica a la de sexo, pero que en realidad tiene otro alcance ya que incorpora dentro de sus rasgos una serie de comportamientos y actitudes que poco tienen que ver con las características físicas corporales. Pese a esto, la noción de género desplaza y reemplaza a la de sexo, instalándose en la tradición cultural como una categoría sustancial del ser humano. Por lo tanto, podemos comprobar que el concepto trasciende los límites de lo específicamente corporal y se traslada a otros ámbitos regulando, prescribiendo y proscribiendo determinadas prácticas. Según esta tradición, la asignación del género está dada no sólo por las diferencias corporales sino principalmente por conductas, se manifiesta socialmente, y está condicionada por una comunidad determinada. Así, el *carácter femenino* o *la feminidad* no sólo son reconocidos a través de determinados rasgos que los cuerpos de las mujeres manifiestan, sino también por las conductas que despliegan en diversos espacios. Entre éstas podemos encontrar las costumbres sociales típicas de cada género, las actividades laborales y recreativas que cada uno desarrolla, las posturas corporales y los gestos, la forma de presentarse frente al mundo, entre otras. Pero, además, estos comportamientos y aspectos físicos se encuentran regulados discursivamente y se ponen de manifiesto en las diferentes interacciones que una persona tiene cotidianamente. Además, se encuentran reforzados por la intervención del discurso legitimado y autorizado de ciertos medios de comunicación, como en el caso que estamos estudiando que es el del periodismo gráfico.

Desde esta perspectiva, creemos que al establecer la división hombre/mujer desde lo biológico se desplaza esta diferenciación hacia el ámbito de lo conductual y de lo social de manera unidireccional y aparentemente lógica, de manera que se produce un sincretismo entre las categorías *sexo* y *género*, que se manifiesta en la promoción de la división binaria de los géneros como una cuestión natural, indiscutible y universal, y además, para reforzar esta distinción se proclaman series de normas a través de estrategias discursivas y lingüísticas que

las personas deben cumplir de acuerdo con el rol social que, naturalmente, le ha asignado su sexualidad.

En este contexto, la palabra desempeña una función primordial en la transmisión de valores, preceptos, mandatos y construye destinatarios específicos según este orden social establecido. Esto resulta posible debido a la capacidad performativa del lenguaje, a la que Hugo Aguilar (2004: 4) define como *una dimensión que le permite al enunciado no sólo producir un efecto desde la acción que constituye, sino también y sobre todo instaurar una realidad*. Este rasgo constitutivo del lenguaje humano es lo que permite que en un contexto histórico, a través de una práctica discursiva, se instale una forma de clasificar los géneros como masculino y femenino.

### **Las revistas femeninas**

Tradicionalmente, la cultura occidental les ha otorgado a las mujeres ciertas características como las de ser débiles física y emocionalmente, sensibles, atractivas y maternales; la exigencia de ocuparse de las tareas de mantenimiento diario de una casa; y, en el caso de poseer una profesión o actividad laboral, desarrollar actividades que no requieran un gran nivel de responsabilidad. Los hombres, en cambio, deben mostrarse fuertes física y emocionalmente, poco sensibles y rudos; en el caso de que realicen trabajos domésticos, se ocupan de tareas técnicas en una casa; y, en sus ocupaciones laborales, realizan actividades que les permitan desarrollar una carrera profesional.

Actualmente, podemos observar a diario cómo esta clasificación es insuficiente, parcial y totalmente inútil, dado que las personas se diferencian en sus gustos, actividades, costumbres y conductas sin hacer una distinción genérica. Sin embargo, en Argentina circulan una gran cantidad de revistas dirigidas a las mujeres y otras a los hombres, de acuerdo con el esquema tradicional anteriormente planteado. De esta manera, podemos ver y escuchar por diferentes medios de comunicación la oferta de distintas propuestas editoriales que podríamos clasificar de la siguiente manera: las que se refieren a actividades específicas de cada género, las que tratan temas de interés según el género y las que abordan las normas de cada género.

Entre las primeras encontramos dirigidas a los hombres revistas que tratan temas relacionados con tareas domésticas que parecen ser desarrolladas por hombres como carpintería, albañilería, electricidad y otras. Para mujeres tenemos revistas que hablan sobre manualidades, artesanías, jardinería y cocina. Pero este grupo se encuentra en franca transformación, ya que actualmente motivados por el gusto, la economía familiar o las modas encontramos mujeres carpinteras, electricistas y albañiles, así como hombres artesanos, jardineros y cocineros; lo cual nos hablaría de que los destinatarios de las mismas no son siempre los previstos.

Entre las segundas se diferencian claramente cuáles serían los temas de interés para cada género: mientras que para los hombres parecen ser algunos deportes como la pesca, la caza o el automovilismo, para las mujeres los temas son relacionados con el cuidado de la salud personal y familiar. Esta diferenciación también nos estaría hablando de las características asignadas a cada género: rudeza para los hombres y delicadeza para las mujeres.

En el último grupo encontramos revistas que abordan temas de interés general, de estética corporal, de actualidad, de novedades en decoración y en vestimenta, entrevistas a personas que se destacan en alguna actividad profesional o artística y otros tipos de notas que

pueden ir variando en las diferentes publicaciones. Estas revistas, que en su mayoría se dirigen a las mujeres, están permanentemente marcando cuáles son las reglas que cada género debe desarrollar. Algunas son de aparición semanal, otras son de entrega mensual; algunas vienen acompañando diarios en forma de suplemento; otras son ediciones nacionales, otras son ediciones internacionales con adaptaciones en nuestro idioma y para el público lector nacional. Las siguientes son las que han sido abordadas en este estudio por las particularidades que ofrecen: Cosmopolitan, Elle, Para ti, Viva, Nueva, Luz, Tendencia, Glamour, Vanidades, Sophia, Selecciones del Reader's Digest, Shop, Oh la la.

## Oposición y complementariedad

Está claro que el concepto de diferencia sexual es lo que otorga a la idea de género un carácter universal y originario que supone un bloque formado por dos posiciones, la masculina y la femenina, como opuestas pero a la vez complementarias entre sí. Este esquema es lo que Butler considera que convierte a la relación entre géneros en un modelo de dominación en el cual ciertas opciones quedarían excluidas y sólo dos estarían aceptadas como naturales y absolutas formando un par en relación de oposición y complementariedad no sólo biológica sino también, y principalmente, de roles. A esta idea podemos incorporar las observaciones de Françoise Héritier (2007) en sus consideraciones de que en este par supuestamente antinómico no hay una relación de igualdad sino de jerarquía en la cual el término masculino y las asociaciones que se establecen con él son siempre consideradas superiores al término femenino y sus asociaciones, razón por la cual también se podría hablar de un esquema de dominación en donde hay una concepción de lo femenino como dependiente y subyacente al género masculino. Esta diferenciación hombre/mujer queda registrada en todos estos discursos de diversas maneras, ya sea de explícitamente aclarando las actividades que cada uno debe realizar o a través de la ausencia de cierta información que es deducida por la misma oposición que generan ciertos enunciados.

La primera modalidad se observa claramente en los textos en los que se dan consejos diferenciando lo que cada género debe hacer, en la promoción de productos comerciales dirigidos a cada uno de los géneros, en las entrevistas de personajes y en otras notas variadas. Veamos los siguientes ejemplos:

- *Elegir un buen vino ya no es exclusivo de hombres.*
- *Mujeres derrapadas: drogas, peleas, problemas legales y descontrol. Estrellas inestables que no pueden con sus vidas y se internan en centros de rehabilitación.*
- *“La mujeres están obligadas a ser transparentes y honestas conmigo”.*
- *Es imprescindible enumerar ciertas características de esta mujer: se ríe todo el tiempo, habla pensando, camina tranquila [...] Es muy blanca, rubia- de verdad- y tiene ojos azules, pero ella no hace alarde de los dones que la naturaleza supo regalarle. Es actriz y de las buenas.*

El primer texto es el título de una nota breve que habla sobre el aumento del consumo de bebidas alcohólicas en las mujeres en estos últimos años pese a que los efectos negativos que pueden provocar en ellas debido a la menor tolerancia que sus cuerpos tienen respecto al de los hombres. El segundo texto corresponde al título y parte del copete de una nota que relata episodios de algunas mujeres muy conocidas, pertenecientes al mundo del espectáculo internacional que han tenido problemas legales. El tercero es una declaración realizada por un joven recientemente famoso en el mundo del espectáculo. La misma es extraída y resaltada con letras de mayor tamaño debajo del título de la entrevista. El último es la introducción de una entrevista realizada a una actriz joven que está protagonizando una serie televisiva reconocida.

En cada uno de estos enunciados se pueden observar algunos de los rasgos deseables para cada género. Pero la segunda modalidad, la de los términos ausentes, quizás sea más eficaz al momento de crear una representación o de reforzarla a través de la oposición de conceptos. Esto se desarrolla de la siguiente manera: se menciona sólo un término del par, el femenino o el masculino, al cual se le otorgan una serie de características y se lo define por oposición al par que se encuentra ausente en el enunciado. Esto se observa en los ejemplos anteriores al hablar de rasgos como la bondad, la honestidad, la sinceridad, la belleza, la flexibilidad como atributos femeninos deseables y necesarios.

Es en estos espacios donde entran en juego las representaciones que estos mismos enunciados convocan: las del par ausente, las del masculino que no son mencionadas explícitamente sino que se actualizan de manera automática no como antónimos plenos sino opuestos graduales o, al menos, no con el carácter preceptivo que se otorgan a los aspectos femeninos.

Consideramos que estos mecanismos pueden resultar también efectivos al momento de construir una realidad, son performativos y refuerzan las nociones instaladas culturalmente. En estos casos, intenta mostrarse la necesidad de cumplir con estos requisitos para garantizar la complementariedad de los géneros. Pero el tipo de oposición que se establece claramente nos está marcando una relación jerárquica en la cual los rasgos masculinos son, en el mejor de los casos, sensiblemente superiores que los femeninos.

Si tomamos en cuenta las relaciones semánticas que se podrían establecer entre algunos términos, podríamos establecer la de antonimia, que Lyons (1997) define simplemente como una relación de sentido entre términos contrarios. Para ello distingue tres tipos de relaciones: la primera se establece entre términos que forman pares complementarios opuestos y dicotómicos como por ejemplo *hombre/mujer*, *casado/soltero*; la segunda consiste en términos contrarios graduables que permiten realizar comparaciones como en el caso de *más fuerte que* o *más grande que*, la tercera es muy similar a la relación anterior pero se diferencia en que en estos casos la graduación está implícita como en el caso de *grande* y *pequeño* que producen una impresión falsa de opuestos absolutos. Solamente considera antónimos *propriadamente dichos* a los términos de la segunda relación y, a los de la tercera, los considera como antónimos *implícitamente graduados*.

Creemos que en estos ejemplos encontrados en las publicaciones se observa claramente la presentación de pares formados por términos naturales y básicamente opuestos y complementarios; pero en la identificación de atributos de cada uno no se le asigna al género masculino el contrario absoluto ni graduable sino que se propone el término vacío que deberá ser llenado por el concepto que cada lector tenga, ya sea como opuesto categórico (maldad, deshonestidad, hipocresía, fealdad o rigidez) o como atributo que puede tener diferentes graduaciones (no tan bueno como, menos flexible que). Cualquiera de las dos posibilidades nos está hablando de un imperativo que regula el comportamiento del género

femenino bajo ciertas prescripciones que los discursos manifiestan, ya sea en la proposición explícita de las relaciones jerárquicas que se establecen entre los términos aparentemente dicotómicos o bien en las ausencias que convocan una serie de representaciones que se traducen en términos evaluativos y axiológicos.

Y aquí es donde se encuentra la idea que Héri-tier desarrolla profundamente. La autora propone que el establecimiento de la diferencia y la postulación de la misma como una relación de opuestos complementarios es totalmente falsa, es un espejismo que recubre una relación de otra naturaleza y que la instala efectivamente: la existencia de atributos necesariamente diferenciados para los dos géneros y la relación predominante de los valores concedidos al primero, al masculino, por sobre los del segundo, el femenino.

## Discurso y performatividad

Según Eliseo Verón (1993) un texto o un discurso es el lugar de manifestación de una multiplicidad de huellas que dependen de niveles de determinación diferentes. Esto significa que todo discurso depende de factores múltiples y que, a su vez, es portador del contexto de producción. El concepto de contexto también es definido por Teun Van Dijk (1989) y pone en relación los conceptos *texto* y *contexto* afirmando que los rasgos textuales pueden manifestar y hasta constituir aspectos del contexto, y a la vez, este último determina los rasgos que el texto deberá tener para ser aceptable como enunciado.

De esta manera, al realizar el análisis de cualquier tipo de discurso se producen explicaciones explícitas y sistemáticas, tanto textuales como contextuales del discurso. Las dimensiones textuales se refieren a las estructuras del discurso en diferentes niveles de descripción, mientras que las contextuales relacionan a éstas con las propiedades del contexto. Es decir que mediante un análisis de los textos, como podrían ser los de estas revistas, se podrían identificar los mecanismos discursivos mediante los cuales se construye un destinatario particular.

Anscombe y Ducrot (1980) conciben la enunciación como la actividad del lenguaje ejercida por quien habla en el momento preciso en que habla, pero también por quien escucha y en el momento en que escucha. Además agregan que la enunciación tiene un carácter histórico, único, por lo que no se produce nunca dos veces de manera idéntica.

Kerbrat Orecchioni (1993), considera los hechos enunciativos como indicios o huellas lingüísticas que señalan la presencia del locutor en el seno del enunciado, los lugares de inscripción y las modalidades de existencia. La autora aclara que esta definición atiende a la problemática del estudio de modalizadores, términos evaluativos, shifters y otros procesos lingüísticos a través de los cuales el locutor imprime su marca en el enunciado, explícita o implícitamente. Veamos de qué manera se activan estos mecanismos en los textos de algunas de estas publicaciones.

En un artículo se presenta una mujer que es astronauta y se la califica como una *madre interplanetaria* y también como una *mujer espacial*. También tenemos una joven presentada como la *niña bonita*, calificada como *exitosa* debido a la organización de fiestas a las que asisten personas muy importantes. En otra publicación hay una entrevista a una mujer que ha sido modelo de publicidad *reconocida*, quien declara sentirse *feliz con su matrimonio, madura y con tres hijos hermosos*. En estos casos, vemos cómo los evaluativos van recortando las características que las mujeres deberían tener o deberían desear dentro del mundo actual. Ejemplos como estos se repiten en casi todas las revistas en las entrevistas a diferentes

personas relacionadas que se destacan en su actividad laboral, y los temas de los cuales se les requiere tienen que ver con los gustos personales, la vida familiar y el éxito laboral.

Otros términos que nos proporcionan información acerca del proceso de la enunciación son los deícticos, el modo verbal y todas las marcas que se relacionan con la persona gramatical, los pronombres personales, los demostrativos, los posesivos, los adverbios de tiempo y de lugar. Observamos que frecuentemente se usa la segunda persona para apelar directamente a la voluntad del lector y para crear una cierta atmósfera de complicidad con él, como el ejemplo del enunciado: *Te damos todos los consejos*. Este uso de los pronombres personales es determinante en la enunciación porque a través de ellos el emisor se apropia del lenguaje y se introduce en su propio discurso constituyéndose en el centro de referencia interna. Los verbos y los modos verbales también revelan la actitud personal del sujeto de la enunciación, ya que aquí se encuentran reiteradamente en el modo imperativo como en la nota en que se dan consejos para elaborar una comida y se titula *Sorpréndelo con una cena*. Existen, además, modalizadores como los adverbios de duda, de negación, de afirmación, las frases exclamativas y las interjecciones que se encuentran presentes muchas veces en letras grandes y coloridas de los títulos de los artículos, también sirven para influir, de algún modo, en el comportamiento del destinatario. Otras marcas, quizás más retóricas que lingüísticas, como el orden de los elementos en la construcción o las repeticiones, pueden funcionar de la misma manera. Todos estos modalizadores describen el punto de vista del hablante con respecto al hecho o al tema tratado y pueden manifestar las emociones de la situación de comunicación.

Desde una orientación discursiva, Eliseo Verón (1993) concibe al discurso como el resultado de un proceso de producción, como un producto de las condiciones de producción; y, además, considera que el discurso genera un campo de efectos posibles, de nuevos discursos a lo que denomina *condiciones de reconocimiento, lecturas o nuevos discursos*. Siguiendo estas afirmaciones se podría concebir al discurso como un sistema de operaciones discursivas. Verón sostiene que este concepto atraviesa la clasificación tradicional de los niveles sintáctico, semántico y pragmático, porque los objetos que interesan al análisis de un discurso son sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación, por una parte, y con sus efectos, por la otra: *el análisis de los discursos no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus efectos* (Verón, 1993: 127). De este modo, las producciones discursivas de ninguna manera podrían ser idénticas a la realidad, puesto que recortan a su manera el universo referencial, imponen un modo particular a su contenido, clasifican el mundo, sobre la base de ejes semánticos parcialmente arbitrarios, y programan así de manera obligatoria los comportamientos perceptivos y descriptivos de la comunidad lingüística.

A esta idea de Verón podemos agregar los aportes de Hugo Aguilar:

*“En la semiosis social los textos son instrumentos del sentido que general y sostienen, pero ese sentido es dramáticamente elusivo, como lo son las condiciones pragmáticas que lo sustentan. A estas condiciones se suman condiciones de textualidad que remiten a un determinado grupo humano, a un cierto momento histórico, a un pacto de lectura, a una competencia textual social y sobre todo a la distancia que media entre el texto y la intención pragmática de su locutor. Esa dimensión pragmática es un componente necesario de la instrumentalización del lenguaje como configurador del mundo y está íntimamente unida a la posibilidad de configurar un sentido posible” (Aguilar, 2007:17).*

En este estado de cosas, podemos observar de qué manera los discursos de estas

revistas construyen la realidad social y cómo éstos adquieren un sentido especial en este contexto nacional y no en otro.

### **La construcción discursiva del género**

Observamos cómo estas revistas en su entramado discursivo recortan el mundo de manera curiosa y no intentan reflejar lo que ocurre en la realidad sino que pretenden construirla, muestran ejemplos particulares de personas y de situaciones casi inasibles para los varones y mujeres comunes. Estos ejemplos son una especie de prototipo, una muestra de las representaciones que estos medios intentan crear en el público lector.

Al concepto de representación podríamos definirlo de la siguiente manera: “*llamamos representaciones sociales a las imágenes que construyen los medios de difusión sobre los temas que conforman la agenda pública*” (Raiter, 2002:11). Así, las categorías para clasificar el mundo se van construyendo con una serie de ideas y de conceptos que formarán las representaciones que tendremos de las cosas; y la actividad discursiva en los medios de comunicación se transforma en un mecanismo poderoso para la construcción de estas categorías de género y para la propagación de las normas que regulan el funcionamiento de una sociedad.

Si entendemos a la performatividad como la dimensión que posee el mismo lenguaje para instaurar una visión del mundo, para generar creencias y estados de cosas; deberíamos pensar que estos discursos están atravesados por ella. Pero podríamos caer en la trampa de creer que ciertos enunciados y discursos se encuentran a salvo de esta posibilidad, sobre todo si no tratan temas de gran relevancia. Por eso, trataremos de repasar algunos principios que definen y caracterizan “*a la performatividad como un fenómeno lingüístico y supralingüístico*” (Aguilar, 2007: 13).

En primer lugar, el criterio de verdad enunciativa se nos presenta como un rasgo prácticamente irrefutable, que caracteriza a cualquier enunciado que, por el sólo hecho de haber sido proferido, goza del estatuto de veracidad. Esto se encuentra reforzado si este enunciado, del cual hablamos, se encuentra circunscripto en el ámbito de las instituciones, las cuales no sólo le otorgan legitimidad sino, a la vez, prestigio. En estas revistas encontramos este criterio presente, ya que están sostenidas por la pertenencia a una determinada editorial o multimedio de alcance nacional e internacional; entonces lo que sea postulado en ellas difícilmente podría ser puesto en duda.

En segundo lugar, el principio de retroalimentación supone que cada enunciado se realiza en relación a otros, de los cuales podemos encontrar marcas; y que, de manera paralela, se proyecta hacia nuevos enunciados. Esto explica que muchos de los aquí presentes en las revistas refieran a otros anteriores (historias, refranes populares, publicidades, cartas de lectoras), que respondan a ciertos discursos que indiscutiblemente los han generado. Éstos han sido creados respondiendo a una finalidad determinada, y así recortan el universo temático y estilístico en función de lo que se pretende. De la misma manera, activan una serie de respuestas y reacciones lingüísticas relacionadas con la configuración del mundo que desean construir.

En tercer orden, y probablemente como consecuencia del rasgo anterior, se ubica la posibilidad interaccional que adquiere un enunciado y que lo hace performativo, aspecto que claramente puede observarse en estas revistas, ya que se posicionan en un determinado contexto social y cultural determinado y adquieren relevancia y sentido allí en contacto con los lectores con quienes establece una relación de identificación. Esto es notable en la

direccionalidad que establecen permanentemente a través de diferentes marcas retóricas y lingüísticas.

En cuarto lugar, encontramos el carácter material de las marcas de la performatividad. Esta característica ya ha sido abordada en artículos anteriores a éste y en el apartado anterior fue rápidamente mencionada en la ratificación de que determinados términos activan sentidos y que son los rastros de la subjetividad del enunciador, desde los cuales se puede reconstruir el momento de producción. Esta materialidad, que ha permitido realizar este y otros abordajes, es la que encontramos en los textos producidos y publicados por estas revistas.

En quinto y último lugar se postula la transversalidad de la performatividad como un atributo que atraviesa lo puramente material y que se instala en las diferentes dimensiones del lenguaje. Este rasgo podemos encontrarlo en estos textos, más allá de su materialidad, en los implícitos que se hallan localizados en el interior mismo de los enunciados y que se actualizan intersubjetivamente.

Por todo lo visto, observamos que lejos de transformarse, y aunque la realidad social muestre otra dinámica, las revistas destinadas a regular el comportamiento de las mujeres no ofrecen mayor variedad de propuestas y tienen temas recurrentes; pero se multiplican y continúan vendiéndose en todo el país.

Tenemos la sospecha de que mientras más contundente es la problematización de las tipificaciones relativas a la distinción de la noción de género, desde los sectores más conservadores de la sociedad más se acentúan las pretensiones de instalar en la comunidad las representaciones que aseguren el orden binario instaurado, y este propósito conservador del orden jerárquico impuesto puede observarse en muchas de estas publicaciones gráficas.

Las normas se repiten de manera recurrente y se promulgan desde diferentes ángulos para asegurar que sean recibidas y percibidas por gran cantidad de lectoras. Entonces, podemos y debemos comprometernos en la discusión de esas normas, lo que *supone distanciarse de ellas, poseer la habilidad de suspender o diferir la necesidad de ellas* (Butler, 2006:16). Pero esta relación crítica también supone la búsqueda de alternativas discursivas y la comprensión de que el género como categoría histórica está en clara transformación, y en ese escenario es donde la palabra juega su rol fundamental.

## Referencias bibliográficas

- AGUILAR, H. (2004): *La Performatividad: dimensiones, trampas y puntos de vista*. UNRC. 2004.
- AGUILAR, Hugo (2007): "Sentido y performatividad: la potencia virtual de lo inseparable" en Aguilar, H.; Moyano, M. (comp.) (2007) *Sentido y performatividad: La construcción discursiva de lo real*. Fundación UNRC. Río Cuarto.
- BUTLER, J. (2006): *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. México. Paidós. 2001. ....: *Deshacer el género*. Barcelona. Paidós.
- DUCROT, O. (1986): *El Decir y lo Dicho*. España. Paidós.
- DUCROT, O. y ANSCOMBRE, J. (1997): *La argumentación en la Lengua*. Madrid. Gredos.
- HERITIER, F. (2007): *Masculino/Femenino II. Disolver la jerarquía*. Bs. As. FCE.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1993): *La Enunciación*. Bs.As. Edicial.
- LYONS, J.(1997): *Semántica lingüística*. Barcelona. Paidós.
- RAITER, A. y otros (2002): *Representaciones sociales*. Bs. As. Eudeba.
- RÉCANATI, F. (1979): *La Transparencia y la Enunciación*. Bs. As. Hachette.
- TORRES, A. y FITTIPALDI, S. (2004): *Ella y él en el siglo XXI*. Bs. As. Libros del zorzal.
- VAN DIJK, T.(1989): *La Ciencia del texto*. Barcelona. Paidós.
- VERÓN, E. (1993): *La Semiosis Social*. Barcelona. Gedisa.
- WATZLAWICK, P. y Otros (1997): *Teoría de la Comunicación Humana*. España. Herder.