

Investigaciones Feministas

ISSN-e: 2171-6080

<https://dx.doi.org/10.5209/inf.80312> EDICIONES
COMPLUTENSE

La Comunicación como aspecto esencial en la transmisión de estereotipos: una aproximación al modelo de feminidad según Fallaci

Lucia Ballesteros-Aguayo¹

Recibido: Noviembre 2022 / Revisado: Diciembre 2022 / Aceptado: Diciembre 2022

Resumen: Introducción. Profundizar en el origen de los estereotipos de género ha sido uno de los objetivos del feminismo desde su origen. Así la desigualdad sexual para Beauvoir se origina a partir del 'mito' de feminidad que ha perpetuado una sociedad androcéntrica históricamente hegemónica, de ahí que su objetivo sea el igualitarismo. El feminismo evolucionó hacia otros como el de la diferencia que, contrariamente, pretende preservar las diferencias sexuales. **Objetivos y metodología.** Nuestro trabajo mostrará una nueva faceta que Oriana Fallaci denomina Feminismo Avanzado a partir del análisis de la crónica relatada en *El segundo sexo* en la que, sin polemizar con el de la igualdad, se aproxima al feminismo de la diferencia y al feminismo radical, y considera que los estereotipos se generan en el seno del patriarcado (no existe una sociedad libre de ellos) y todos derivan del triple origen familiar, social y comunicativo que interviene en los procesos de socialización, también en las sociedades matriarcales. **Resultados.** Funcionalmente la original combinación de las perspectivas *émica* y *ética* propias de la antropología cultural permite concluir en Fallaci la existencia de un universo simbólico que refuta tanto el estereotipo de la inutilidad femenina en sociedades exóticas, como la autonomía y progreso en otras sociedades. **Conclusiones.** Metodológicamente el método analógico aplicado a la moda como símbolo de dominación patriarcal muestra que Fallaci se aleja de Beauvoir cuando concluye que más allá de la rigidez y cosificación que denuncia el feminismo de la igualdad, tras la moda se ocultan motivaciones económicas, exóticas o culturales que la convierten en útil y, con ella, a las mujeres. Adicionalmente Fallaci muestra que el triple origen del estereotipo provee tanto a mujeres como a varones de modelos axiológicos, estéticos y cognitivos propios de cada cultura en los que se transmite no solo la feminidad, sino también la masculinidad, y en los que la publicidad turística en particular, y los medios de comunicación en general, colaboran en la difusión de sus modelos identitarios.

Palabras clave: Fallaci; feminismo; Comunicación; estereotipo; moda.

[en] Communication as an essential aspect in the transmission of stereotypes: an approach to the model of femininity according to Fallaci

Abstract: Introduction. Delving into the origins of gender stereotypes has been one of the objectives of feminism since its inception. Thus, for Beauvoir, sexual inequality originates from the 'myth' of femininity that has perpetuated a historically hegemonic androcentric society, hence its objective is egalitarianism. Feminism evolved towards others, such as the feminism of difference, which, on the contrary, aims to preserve sexual differences. **Objectives and methodology.** Our work will show a new facet that Oriana Fallaci calls Advanced Feminism from the analysis of the chronicle related in *The Second Sex* in which, without polemicalising with that of equality, she approaches the feminism of difference and radical feminism, and considers that stereotypes are generated in the heart of patriarchy (there is no society free of them) and all derive from the triple family, social and communicative origin that intervenes in the processes of socialisation, also in matriarchal societies. **Results.** Functionally, the original combination of the emic and ethical perspectives of cultural anthropology allows Fallaci to conclude the existence of a symbolic universe that refutes both the stereotype of female uselessness in exotic societies and the autonomy and progress in other societies. **Conclusions.** Methodologically, the analogical method applied to fashion as a symbol of patriarchal domination shows that Fallaci moves away from Beauvoir when she concludes that beyond the rigidity and objectification denounced by the feminism of equality, behind fashion there are hidden economic, exotic or cultural motivations that make it useful and, with it, women. In addition, Fallaci shows that the triple origin of the stereotype provides both women and men with axiological, aesthetic and cognitive models specific to each culture in which not only femininity but also masculinity is transmitted, and in which tourist advertising in particular, and the media in general, collaborate in the dissemination of their identity models.

Keywords: Fallaci; feminism; Communication; stereotype; fashion.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Feminismo y medios de comunicación. 4. Objetivos. 5. Metodología. 6. Resultados. 6.1. La moda. Análisis comparativo y resultados: Simone de Beauvoir vs Oriana Fallaci. 6.2. Avanzando en el feminismo, Oriana Fallaci: hacia un nuevo concepto de lo útil. 7. Discusión y Conclusiones. Referencias Bibliográficas.

Cómo citar: Ballesteros-Aguayo, L. (2022). La Comunicación como aspecto esencial en la transmisión de estereotipos: una aproximación al modelo de feminidad según Fallaci, en *Revista de Investigaciones Feministas*, 13(2), pp. 735-744.

¹ luciballesteros@uma.es
Universidad de Málaga (España)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1191-4070>
Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=wxzyZPUAAAAJ&hl=en>

1. Introducción

Así como existen numerosas investigaciones en torno al fenómeno del feminismo desde la Filosofía, la Antropología u otras disciplinas con conclusiones que han repercutido en las últimas décadas, el *fenómeno Fallaci* y sus aportaciones desde el mundo de la Comunicación ha sido escasamente estudiado a partir de la fundamentación teórica. Quizás haya influido en ello el carácter confeso de la autora de su voluntad de alejarse del feminismo cuando reconoce ya desde el prólogo de *El sexo inútil* que “las mujeres no constituyen una fauna especial, y no comprendo la razón de que formen, especialmente en los diarios, capítulo aparte”.

Sin embargo, las conclusiones hacia las que deriva la autora después de hacer un viaje por el mundo con el objetivo de hablar de la situación de las mujeres, se dirigieron a cambiar su posición inicial y a insinuar las bases (de una forma tácita, eso sí) de lo que ella misma adjetivó como “feminismo avanzado” en contraste con el feminismo histórico (feminismo de la igualdad), surgido principalmente a partir de la obra de Simone de Beauvoir y desarrollado posterior y sucesivamente en las llamadas “olas feministas”.

Originariamente el movimiento feminista concentró toda su atención en la consecución de igualdad de derechos de la mujer frente al varón en cuestiones básicas como las referidas a su capacidad para obrar, o la igualdad de derechos dentro del matrimonio. Paulatinamente fue avanzando desde periodos premodernos, modernos e ilustrados hasta las posturas actuales postmodernas en las que prevalece un diagnóstico negativo de la sociedad en cuanto que contradice los principios racionalistas e ilustrados y las consecuencias de progreso que preconizan.

Fue allá por los años 60 y 70 cuando se sucedieron distintas corrientes feministas en forma de crítica a la cultura en general que, arrancando del análisis de Beauvoir, profundizan en el concepto de género con propuestas que amplían el feminismo de la igualdad. Así Gayle Rubin introduce el concepto de género, o Shulamith Firestone pone las bases del feminismo radical (que compartirá en cierto sentido Fallaci), Charlotte Bunch ahondará en el feminismo lesbiano y Judith Pamela Butler desarrollará el feminismo *Queer*, entre otras. Especialmente interesante para nuestro estudio resulta la concepción de Luce Irigaray o Julia Kristeva por sus avances en el feminismo de la diferencia, hacia el que basculó en cierto sentido el feminismo de Fallaci que ella misma denominó “feminismo avanzado”.

Precisamente porque consideramos el origen de la historia del feminismo en la obra de Beauvoir es por lo que nuestro análisis parte de un estudio comparado entre Beauvoir y Fallaci en aspectos tan nucleares para el feminismo como es la moda con el fin de que arroje resultados concluyentes en torno a los aspectos relacionados con gustos estéticos epocales y culturalmente circunstanciales ligados a la dominación y rigidez del cuerpo femenino desde una perspectiva de las masculinidades hegemónicas en una cultura que es tradicional androcéntrica².

2. Estado de la cuestión

Como ya hemos señalado, el avance de la perspectiva de género supuso un cambio radical en la orientación metodológica con la introducción de terminología específica como “género”, “sexo”³, “estereotipo” o “patriarcado”, pero además se amplió la crítica feminista vinculándola a los mecanismos del poder. Así es como lo afirma Kate Millett (1995) cuando sostiene que el enlace del individuo entre el Estado, la sociedad y las instituciones en general es la familia patriarcal, afirmación que posteriormente influirá en la propuesta de Fallaci⁴. Pero pronto advierten numerosas investigaciones del feminismo de la diferencia que las mujeres no representan un colectivo unitario, sino que existe una diversidad plural en el modo de representación de lo femenino que constituye la diferencia en torno a la representación simbólica del varón, por lo que no basta con establecer distinciones dicotómicas rígidas únicamente entre hombres y mujeres para reclamar la igualdad desde ese universo simbólico, hay que considerar además las diferencias existentes entre las propias mujeres. Por ello

² Bouhaben (2017, 562-563) sostiene que para Butler repetir actos que signifiquen ruptura en relación a la dominación del cuerpo de la mujer puede inaugurar sugerentes posibilidades: “Partiendo de la fórmula de Simone de Beauvoir ‘no se hace mujer, se llega a serlo’, Judith Butler desarrolla su teoría de los actos performativos poniendo en crisis la idea de una identidad estable de la mujer. En este sentido, para la feminista norteamericana, la identidad de la mujer se instituye por “una repetición estilizada de actos” (Butler, 1998: 297). Ahora bien, si esta repetición estilizada de actos se asume como ruptura respecto a los modelos de dominación del cuerpo de la mujer, inherentes a la doctrina del patriarcado, entonces se hallarán nuevas posibilidades de entender el género”.

³ Al respecto, son ilustrativas las palabras de Margaret Mead que recoge Pibernat (2017, 530). “La misma Mead cuenta que inició sus investigaciones sobre género y adolescencia con la creencia general que de que existía un temperamento natural correspondiente a cada sexo (Mead, 2006: 19). Pero finalmente su trabajo fue especialmente significativo por el hecho de aportar ejemplos etnográficos y empíricos del género como construcción cultural específica de cada sociedad”.

⁴ A colación, afirma Millett (1995, 80): “En virtud de las condiciones sociales a que nos hallamos sometidos, lo masculino y lo femenino constituyen, a ciencia cierta, dos culturas y dos tipos de vivencias radicalmente distintos. El desarrollo de la identidad genérica depende, en el transcurso de la infancia, de la suma de todo aquello que los padres, los compañeros y la cultura en general consideran propio de cada género en lo concerniente al temperamento, al carácter, a los intereses, a la posición, a los méritos, a los gestos y a las expresiones”.

resulta imprescindible resituar el feminismo en un nuevo orden cognoscitivo y pragmático que priorice no tanto la igualdad, sino la diferencia sexual.

De este modo, el feminismo de la diferencia se desliza ligeramente hacia otras formas como el feminismo radical, que también postuló Fallaci pero en su caso apostando por una revalorización de virtudes y prácticas tradicionales femeninas que sugieren políticas específicas de la identidad. El poder, efectivamente, radica en las instituciones que son las que a través de las leyes u otros mecanismos (familia, costumbres, medios de comunicación, etc.) imponen en ocasiones por la fuerza, por la tradición o por otros medios, la estructura y organización de la sociedad. Pero el poder tradicionalmente en la mayoría de las sociedades ha sido ejercido por varones. El patriarcado imperante irradia roles identitarios sexuales femeninos que se imponen como modelos icónicos⁵, en algunas sociedades por coerción y en otras por consentimiento. En ambos casos, a juicio de amplios sectores del feminismo actual, son igualmente impositivos en el ámbito social y cuando no poseen un carácter normativo se imponen por otras vías como por ejemplo círculos de opinión a través de los medios de comunicación, las ideologías, las religiones o cualquier otro canal de presión social⁶.

No son pocos los estudios en el ámbito de la investigación en comunicación social (McQuail, Anderson, Thompson, Del Río y Álvarez, entre otros) que subrayan los efectos que los medios de comunicación ejercen en el desarrollo social, cultural y colectivo de las personas, de tal forma que ejercen una función esencial en el ámbito del intercambio de los contenidos simbólicos colaborando en la construcción de la realidad social, es decir, son considerados como organizaciones mediáticas institucionalizadas, y la comunicación mediática una institución. En palabras de Gonzalo Abril, los medios son instrumentos de mediación de un ecosistema en el que se incorporan elementos cognitivos, semióticos e interpretativos con fines pragmáticos⁷.

Así considerados, los medios de comunicación influyen de una manera determinante en las formas de conocer de las personas, dan sentido a la realidad y marcan la orientación de los sujetos a partir de las interacciones.

3. Feminismo y medios de comunicación

A raíz del desarrollo en las últimas décadas de la teoría del género y su influencia en las instituciones del poder con políticas inclusivas, la labor de no pocos profesionales de diversos ámbitos educativos y de la comunicación converge en orientar su acción desde una perspectiva inclusiva en la que se incluye la elaboración de diversas guías, pautas y definiciones para el adecuado tratamiento de los contenidos desagregados. Uno de los pilares fundamentales de la teoría de género se basa históricamente en la diferencia entre el binomio sexo-género y particularmente en la crítica a los estereotipos que emergen sobre la identidad sexual. Pese a que la dicotomía sexo-género no está exenta de controversias por su condición de radicalidad, Amorós (2009) y Fallaci (1962) vienen a convenir de diversos modos en que la disolución o disminución de esa radicalidad puede alcanzarse gracias a la emancipación y al progreso⁸.

Fallaci no es ajena a estas distinciones como así lo reconoce cuando afirma: “No aludo solamente a ciertas diferencias anatómicas. Aludo a los tabúes que acompañan a esta diferencia anatómica y condicionan la vida de las mujeres en el mundo”. Esto permite situar su planteamiento más allá de un biologicismo, y extender su reflexión a la teoría de género con un amplio repertorio de definiciones que permiten el abordaje de la crítica⁹. En definitiva, investigadores de la comunicación como Chaparro *et al.* (2020) sostienen –y posiblemente también Fallaci de forma tácita– que los estereotipos responden a concepciones populares erróneas que atribuyen

⁵ Así lo expresa Irigaray (1992, 9): “Reclamar la igualdad, como mujeres, me parece la expresión equivocada de un objetivo real. Reclamar la igualdad implica un término de comparación. ¿A qué o a quién desean igualarse las mujeres? ¿A los hombres? ¿A un salario? ¿A un puesto público? ¿A qué modelo? ¿Por qué no a sí mismas?”.

⁶ Al respecto son ilustrativas las palabras de Puleo (2005): “[...] la coerción deja su lugar central a la incitación. Así, no nos encarcelarán ni matarán por no cumplir las exigencias del rol sexual que nos corresponda. Pero será el propio sujeto quien busque ansiosamente cumplir el mandato, en este caso a través de las imágenes de la feminidad normativa contemporánea (juventud obligatoria, estrictos cánones de belleza, superwoman que no se agota con la doble jornada laboral, etc.). La asunción como propio del deseo circulante en los media, tiene un papel fundamental en esta nueva configuración histórica del sistema de género-sexo”.

⁷ Abril (1997, 109) sostiene que “los medios conforman el contexto fundamental de símbolos, representaciones e imágenes de las culturas contemporáneas. Pero además, y de forma reflexiva, las interacciones de la vida cotidiana, las prácticas tradicionales, las instituciones y los movimientos sociales que se ven afectados por la comunicación masiva constituyen a su vez el ecosistema práctico, cognitivo y semiótico de las actividades mass mediáticas”.

⁸ Amorós (2009, 21): “De lo que se trata es de la disolución de la estructura de alteridad que constituye lo femenino como condición, y ello sólo puede lograrse si las mujeres, por diversas vías, autonomía económica y social, protagonismo ético, acceden a un estatuto de igualdad con los varones. El tipo de sociedad que la autora de *El Segundo sexo* diseña como ideal regulador desde estos presupuestos es una sociedad de individuos, una sociedad con igualdad de oportunidades de realización existencial, radicalización ontológica de la idea de igualdad de oportunidades de la tradición liberal, para todos y todas. Pues ‘el hecho de ser un ser humano es infinitamente más importante que todas las singularidades que distinguen a los seres humanos’”.

⁹ Una de las guías que incluyen orientaciones para el tratamiento inclusivo desde la perspectiva de los profesionales de la comunicación es la que elabora Chaparro *et al.* (2020).

características identitarias sexuales a comportamientos que son meramente propios de la personalidad individual. Así podemos entender que sobre el género se edifican ciertos estereotipos (*tabúes* en palabras de Fallaci) que definen la identidad sexual presente en cada comunidad cultural y que establece los comportamientos sociales sexuados en relación al grupo sexual de pertenencia¹⁰.

Los medios no sólo intervienen en la transmisión de los contenidos identitarios en las sociedades modernas, sino que su influencia afecta a la tradición como conjunto de cosmovisiones, modas y acciones que los individuos asumen en los procesos de socialización y que por mor de estos procesos se consideran universales e inamovibles¹¹. Consciente de la influencia de la actividad mediática en la configuración de las identidades, diversas actuaciones de Fallaci en determinados contextos mediáticos simbolizan una desritualización vicaria de los tabúes que, a su juicio, lastran la actuación de las mujeres.

Numerosas ejemplificaciones de su activismo desde la comunicación lo componen entrevistas, crónicas, artículos y diverso material divulgativo que llevó a cabo Fallaci en el desarrollo de su actividad profesional, algunas de ellas no exentas de controversia y polémica, pero con una cobertura mediática amplia. Como es el caso de la famosa entrevista que le hizo al ayatolá Jomeini en la que se desprendió del obligado chador en el transcurso de la reunión y que recogieron múltiples medios¹².

Sin olvidar la fuerza icónica, retórica y vicaria de la imagen, Fallaci como periodista también quiso desdibujar en una imagen la dicotomía que establece la moda en la mayoría de las culturas que contribuye en el ámbito de las tradiciones (como un producto social y comunicativo) a la formación de identidades y estereotipos. Así mientras cubría la Guerra del Golfo de 1991 dibujó una imagen con su pintalabios sobre el arma de un hombre, noticia que tuvo amplia repercusión¹³. Ello refuerza que en la selección de nuestro análisis se incluyan los productos de la moda. Y es que no pocas investigaciones abarcan el valor de desritualización de la imagen a través de la fotografía, el *collage* o el fotomontaje para plantear rupturas estéticas y estilísticas en torno a las políticas anexas a la delimitación del género¹⁴.

Es por ello por lo que el relato que ofrece Fallaci de cada uno de los lugares que recorre pretende resignificar la sociedad, la cultura y la política desde una perspectiva propia que evidencia el arraigo de los estereotipos asignados a las mujeres y a los hombres, circunscribiéndolos a la sociedad que los creó y en la que, por ser tan generalizados, se asumen muchas veces como inamovibles, y dada su permanencia generan determinadas cosmovisiones afianzadas en las propias costumbres. Según Fallaci uno de los estereotipos que perpetúa situaciones de marginación y opresión generalmente compartido desde la supremacía jerárquica de la sociedad patriarcal es la creencia estereotipada de la inutilidad de las mujeres en el acontecer social, que se amplifica y acentúa en culturas exóticas. Ese estereotipo de lo inútil es motivo de reflexión del movimiento feminista que considera derivado de una supuesta pasividad e inactividad de las mujeres en el entorno social (incluso desde el punto de vista físico) cuyo síntoma más distintivo es la falta de agilidad del cuerpo femenino atenuado, inmovilizado y petrificado por la moda que transmuta su natural actividad en una naturaleza inactiva dócil, mansa y cosificada.

4. Objetivos

Los objetivos de este estudio son:

Objetivo 1. Evidenciar que los medios de comunicación colaboran, en determinados casos como la publicidad turística, a trasladar estereotipos en torno a la mujer en los distintos lugares del mundo.

Objetivo 2. Analizar una concreta cosmovisión con respecto a la identidad de los comportamientos de la feminidad y la masculinidad transmitida a través de los media.

¹⁰ Así lo recoge por ejemplo Bouhaben (2017, 566) en su estudio sobre los fotomontajes de Rosler y de Barbara Kruger: “Lo femenino ha sido construido por las prácticas y los discursos dominantes del patriarcado como una identidad natural incuestionable, con unas cualidades bien definidas, que configuran estereotipos: la mujer ha de hacerse cargo de los hijos y del hogar; mientras que el varón ha de trabajar y mantener a su familia”.

¹¹ Ejemplo de ello es la obra de Martha Rosler ampliamente estudiada por Bouhaben, y las implicaciones de sus piezas artísticas con respecto a los medios de comunicación. Tal y como recoge Bouhaben (2017, 565): “A pesar de los logros conseguidos por las luchas feministas, todavía sigue latiendo en la sociedad la idea de que la mujer es un objeto, una cosa. Estos procesos de cosificación los muestra Rosler en la síntesis de las imágenes de los cuerpos y las máquinas. De este modo, la mujer es carne –pecho o trasero– que tiene una función maquinales –dar calor o frío. O lo que es lo mismo: su función está circunscrita al hogar, al cuidado de los hijos y a las actividades reproductoras”.

¹² Por ejemplo, aquí recogemos la noticia del periódico *ABC* publicada el 30/06/2015 con el título “Oriana Fallaci: la mujer que miró a los ojos del poder y el Islam”. <https://acortar.link/3ZhkKV>

¹³ Traemos a colación la noticia que difundió *El País* el 22 de julio de 2020 firmada por Blanca Lacasa con el título “Oriana Fallaci: la cronista de todas las guerras que hizo de su pintalabios y aspecto un arma feminista”. <https://acortar.link/6nZp5M>

¹⁴ Así nos referimos al trabajo que lleva a cabo Bouhaben (2017, 563): “De este modo, nuestro esfuerzo se centrará en mostrar en el ámbito de fotografía feminista contemporánea, y en particular en las prácticas del fotomontaje desarrolladas por Martha Rosler y Barbara Kruger, el funcionamiento de estos desvíos de la norma patriarcal a partir de los actos performativos inscritos en dichos dispositivos productivos. Se trata de encontrar la lógica del sentido de dichas rupturas estéticas y estilísticas para entender si se está construyendo esa nueva posibilidad de género y, por ende, una nueva posibilidad política”

Objetivo 3. Responder a la pregunta ¿es cierto que una de las finalidades de la moda publicitaria de mediados del siglo XXI para Fallaci es también reductora de la natural actividad de las mujeres tal como sostenía el feminismo de la igualdad de Beauvoir?

Objetivo 4. Determinar cómo entiende Fallaci la dicotomía inútil/útil, cuál es la medida de la utilidad, si es cierto que el prejuicio de la inutilidad se remite únicamente a las mujeres de determinados continentes, o si la utilidad es el mayor parámetro axiológico por encima de la felicidad.

Objetivo 5. Esbozar una faceta del feminismo de Fallaci con variaciones significativas desde el feminismo de la diferencia y el feminismo radical a partir de nuevas categorías en la configuración axiológica de la identidad femenina en relación a la situación de las mujeres en el mundo que permite resituirlas en la sociedad, en la cultura y en las instituciones.

La crónica que nos ofrece Fallaci de su viaje en *El sexo inútil* va en esa dirección y constituye una descripción de los lugares que recorre (musulmanes, asiáticos, etc.) en los que prima un estereotipo de inutilidad, mansedumbre y marginación específico de la identidad sexual de esas mujeres en contraste con la también visión estereotipada de *utilidad* que jalona otros lugares (Europa o América), por lo que sirve como un falso icono liberador al que también debe imponerse la crítica.

La obra publicada en 1962, escrita a nivel formal desde la perspectiva interpretativa de los géneros periodísticos entre la crónica, la entrevista y la novela autobiográfica significa un viaje sexual alrededor de la mujer en el que las entrevistas –a juicio de Fallaci– aportan el material más importante para una hermenéutica identitaria de la mujer en su entorno tanto cultural como privado en el que se originan los estereotipos y las situaciones de dominación.

5. Metodología

Funcionalmente abordaremos la aportación de Fallaci desde la perspectiva surgida a finales de los 90 con conceptos introducidos en Lingüística por Kenneth Lee Pike (1991). A partir de la diferencia entre el enfoque *etic* y el enfoque *emic*, ambas perspectivas originariamente se dirigieron exclusivamente al análisis semántico, pero trasladarlas a la metodología en antropología ha conducido la investigación antropológica, etnográfica y cultural a resultados muy fructíferos.

El análisis de Pike establece al menos dos criterios clasificatorios no dicotómicos útiles en la investigación que se han venido en llamar el enfoque *emic* y la perspectiva *etic*.

En síntesis, a juicio de Pike son los nativos de una lengua los que nos ofrecen la interpretación más ajustada de los sonidos de su lengua desde la perspectiva émica, pues sólo ellos son capaces de comprender en toda su amplitud el significado de su lengua materna, ellos son los únicos verdaderamente competentes como sujetos comprensivos de esos sonidos. En cambio la perspectiva *etic* estudia el significado desde un punto de vista objetivo, con lo cual la descripción gana en objetividad, aunque pierde en matices.

Esta interesante distinción de Pike que pronto saltó a la investigación etnográfica, antropológica y cultural, provocó intensos debates en torno a las ventajas e inconvenientes de adoptar uno u otro enfoque en la investigación científica.

Por una parte, los defensores de la perspectiva *etic* arguyen la necesidad de salvaguardar la universalidad e interdisciplinariedad exigidas por la ciencia a fin de evitar el etnocentrismo. Este enfoque tiene la desventaja de que la radicalidad de la inmersión del investigador en el proceso de enculturación haga fracasar el proceso de investigación toda vez que se convierte a la vez en sujeto y objeto de investigación.

Por otra, aquellos que defienden que la investigación debe partir desde los propios sujetos que se van a investigar si quiere ser completa, acertada y que incluya la diversidad de matices y complejidad que todo fenómeno social integra, debería hacerse desde el enfoque émico pues de lo contrario, la exactitud de la conformidad con lo descrito podría no corresponderse. La desventaja de este enfoque es que cae en un relativismo y pierde la universalidad que la ciencia requiere.

Existe, no obstante, una vía intermedia que es la que adoptará esta investigación que nos permitirá concluir acerca del posicionamiento del feminismo de Fallaci a partir de la inclusión de una doble ratificación de conformidad y de legitimidad: la que proviene de la comunidad investigadora, y la que corroboran con su asentimiento los investigados, fruto de las entrevistas descritas en la crónica de Fallaci. De este modo queda integrada tanto la sistematización de la investigación científica antropológica como la exactitud de los miembros de la sociedad investigada permitiendo hermenéuticas comprensivas.

En suma, utilizaremos en el presente trabajo dos métodos combinados: el método analógico aplicado a las implicaciones de la moda como elemento vertebrador de la singularidad de la femineidad en las diferentes culturas, y el método descriptivo del estereotipo femenino como signo-tipo de la utilidad/inutilidad que transita en las culturas comparadas.

6. Resultados

6.1. La moda. Análisis comparativo y resultados: Simone de Beauvoir vs Oriana Fallaci

Como ya hemos anticipado, una de las fuentes del estereotipo sexual de género es la inutilidad de la mujer a partir de la cosificación del cuerpo femenino que pierde su genuina movilidad. Ello es subrayado tanto por Beauvoir como por Fallaci con diferentes resultados.

Aunque no es el único ni el primero, el libro de Simone de Beauvoir *El segundo sexo* marcó un hito histórico en el desarrollo del movimiento feminista. La autora aunque admite la existencia de poderosos motivos económicos en la dominación de las mujeres, también afirma la necesidad de completarlos con un análisis histórico que se remonte descriptivamente a los orígenes de la subordinación de la mujer al varón, al tiempo que señala lo que denomina “mito femenino”, que podríamos considerar a grandes rasgos como el antecedente del concepto de estereotipo sexual¹⁵.

En un primer acercamiento a la obra de Beauvoir constatamos que la autora suscribe la idea de que existe un carácter constante de determinadas características inherentes al comportamiento femenino en el ideal de belleza como son la pasividad y la inercia, que en su desarrollo histórico tienden a concebirse como esenciales en las mujeres de tal forma que se les otorga un carácter universal natural, es decir, ligadas a lo biológico, ligadas al sexo.

Derivada de esa consideración, una segunda consecuencia es la que permite insertar a la mujer en una especie de relación antitética (ídolo-víctima) en la que se conjugan dos elementos contradictorios en una dialéctica en la que lo corporal y natural por mor de una transformación de la moda se convierte en algo sofisticado y rígido que oculta el carácter dinámico, espontáneo y móvil del cuerpo femenino. Ello promueve su cosificación y la pérdida paulatina de su esencialidad, que se desarrolla históricamente enmascarada por diversas capas que van desde la estructura económica hasta la religión pasando por la cultura y la moda.

Señala Beauvoir distintos elementos de la moda que presionan el cuerpo femenino en diferentes épocas que contribuyen a fomentar la exigencia universal en todos los ideales de belleza. Éste abarca desde las costumbres de las mujeres chinas a las modernas americanas, tal y como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1. La moda femenina inmoviliza a la mujer según Simone de Beauvoir en su obra *El segundo sexo*.

| País | Moda |
|-----------|--|
| China | <i>de pies vendados, apenas puede caminar</i> : así se promueve la inmovilidad |
| Hollywood | <i>las garras pintadas de la estrella de Hollywood</i> : que les impide tocar, elimina su carácter prensil natural |
| | <i>los tacones altos</i> : les alejan de su cuerpo, elemento que aleja lo natural de lo artificial. Introducen un factor de desequilibrio si se fuerza la movilidad |
| | <i>corsés</i> : someten al cuerpo rigidez alejándolo de la naturalidad |
| | <i>verdugados</i> : armazón que separa el cuerpo de su lugar natural, aleja el cuerpo de la realidad natural. Fue introducido a partir del siglo XVI junto a las crinolinas y los meriñaques |
| | <i>crinolinas</i> : caderas artificiales. Pueden septuplicar artificialmente la cadera real |
| | <i>Miriñaques</i> : imponen rigidez, dificultan o impiden el movimiento |

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, la moda es considerada por Beauvoir como un elemento negativo en cuanto al control del cuerpo femenino con características naturalmente contrarias al modelo viril como modelo activo, ágil y flexible. Es por ello por lo que defiende una evolución de la mitad de la humanidad (las mujeres) hacia la simetría en busca de la igualdad y así acabar con la inesencialidad de la condición femenina y sus productos sociales como la moda¹⁶ que se constituye como elemento potenciador de la desigualdad. La consecuencia inmediata

¹⁵ En sus propias palabras (Beauvoir, 1998, 246): “El ideal de belleza femenina es variable, pero algunas de sus exigencias son constantes; por ejemplo, ya que la mujer está destinada a ser poseída, su cuerpo tiene que ofrecer las cualidades inertes y pasivas de un objeto [...] Las costumbres, las modas se aplican a menudo a apartar el cuerpo femenino de su trascendencia: la china de pies vendados apenas puede caminar, las garras pintadas de la estrella de Hollywood la privan de sus manos, los tacones altos, los corsés, los miriñaques, los verdugados, las crinolinas, no estaban tan destinados a hacer más esbelto el cuerpo femenino como a aumentar su impotencia”.

^{1a} cita que traemos a colación del texto de Beauvoir sintoniza en buena medida con el recorrido geográfico que nos describe Fallaci en la crónica autobiográfica relatada en *El sexo inútil*, no en vano sus conclusiones vendrán sustentadas en la observación del comportamiento de las mujeres en Hong-Kong, en la India o en Nueva York, pero lógicamente marcando diferencias en el análisis causal de los motivos y en desarrollo concatenado de las consecuencias.

¹⁶ Solo posteriormente otros autores han considerado la moda como un verdadero refugio y lugar de escape de la férrea contención a la que se ven sometidas las mujeres por constituir verdaderos espacios de libertad.

de la desigualdad cristaliza en la interiorización de un modelo identitario sexual de la condición femenina que se corresponde con docilidad, pasividad y vacuidad, sin que nada de ello resulte fundamentado en consideraciones biológicas o psicológicas derivadas de su naturaleza.

A la componente biologicista delimitada por el concepto de sexo como conjunto de rasgos naturales definitorios genéticamente de lo que es hembra o varón según Beauvoir se van superponiendo distintas capas comportamentales, axiológicas o valorativas que constituyen lo que más adelante se denominará género, y que aparece en el seno de cada sociedad configurando una cosmovisión en la que intervienen roles y estatus determinados que definen la identidad sexual.

A partir de este genuino feminismo de la igualdad de Beauvoir surgen posteriormente distintas oleadas feministas que han permitido elaborar un marco conceptual y metodológico a través de numerosas investigaciones con consensos y disensos.

En contraste con el análisis de Beauvoir, lo primero que colegimos intuitivamente por las noticias que jalanan su biografía es que generalmente del fenómeno Fallaci se destaca su carácter polemista, en cambio la periodista no polemiza con Beauvoir en torno a la limitación de movimientos que impone la moda al cuerpo femenino, y que describe por sus características denotativas, pero se distancia de la autora de *El segundo sexo* en relación a la universalidad interpretativa pues el resultado de la hermenéutica de las costumbres difiere en cada cultura, y ni siquiera constituye un universal entre los distintos grupos de mujeres que participan de la misma cultura.

Un primer acercamiento a la crónica de Fallaci permitiría concluir que ambas autoras mantienen idénticas posturas relacionadas con la limitación que la moda impone a la movilidad del cuerpo femenino, pues ambas recogen similares observaciones que marcan la inactividad que la moda a través de las costumbres impone. Se puede observar en la Tabla 2.

Tabla 2. La moda femenina inmoviliza a la mujer según Oriana Fallaci en su obra *El sexo inútil*.

| País | Moda |
|--------------------------------|---|
| Pakistán | <p>“El bulto estaba totalmente cubierto, como las estatuas que suelen inaugurarse en Occidente en una plaza”</p> <p>“Lentísimamente, con su caminar de larva atemorizada”.</p> <p>“Su burka negro ni siquiera disponía del par de orificios a la altura de los ojos”</p> <p>“No comprendo cómo se las arreglaba para caminar sin tropezar”</p> |
| India | <p>“En aquellos momentos ya no se parecía a mi abuela, sino a una estatua solemne a la que se ofrendan coronas”</p> <p>“Son mariposas de acero”</p> <p>“Un grupo de muchachas que jugaban al tenis vestidas con el sari”</p> <p>“Con la que la mujer india se envuelve, en catorce pliegues”</p> |
| Singapur | <p>“Vestidas de amarillo, de rojo, de lila, con una chaquetita que les moldeaba el pecho, de senos diminutos, y el sarong ciñéndoles las piernas hasta el tobillo”</p> |
| Hon Kong | <p>“Ninguna mujer, ni en Asia ni en el resto del mundo, lleva un cuellecito tan alto y tan duro y tan desafiante”</p> <p>“Es un cuellecito duro, relleno de crin, que hace rígido el cuello desde la base hasta casi las orejas”</p> <p>“Renegridas por el sol, con los pantalones arremangados hasta los muslos endurecidos, y una criatura atada a la espalda”</p> <p>“No advertí al principio que sus pies eran insoportablemente pequeños. Me di cuenta de ello cuando se levantó para dirigirse al lavabo, y en vez de caminar avanzaba a saltitos: como los pajarillos”</p> |
| Tokio | <p>“las sandalias que llaman zori la obligan a caminar con pasitos cortos y vacilantes”</p> <p>“La mujer japonesa en kimono aparece como una frágil muñequita sin caderas ni pecho, deliciosamente encorvada e indefensa”</p> |
| Kioto la ciudad de las geishas | <p>“Permanecían arrodilladas sobre el tatami, inmóviles en los quimonos resplandecientes de color y de oro, hieráticas bajo las pelucas negras y brillantes”</p> <p>“Las geishas han tomado el baño tres veces seguidas, luego se han depilado hasta el último pelo, y finalmente se han colocado siete kimonos debajo del principal”</p> |
| Hawai | <p>“Ya no iban desnudas al sol. Vestían una especie de camión de noche, llamado muu-muu, con el cuello y los puños cerrados, largo hasta los pies, y tan ancho que ocultaba por completo las formas”</p> |

Fuente: Elaboración propia.

En cambio profundizar en la reflexión de Fallaci nos permite señalar diferencias entre ambas, particularmente si nos atenemos a dos rasgos fundamentales: la finalidad del uso, y la desigual proporción de usuarias.

Si tenemos en cuenta la finalidad del uso de la moda tradicional femenina, el feminismo de Fallaci supone una divergencia por cuanto desclasifica a las mujeres de la pasividad y el inmovilismo al considerar que la moda femenina de cada sociedad (la moda peculiar) si bien generalmente constriñe la libertad de movimientos de la mujer, su finalidad es distinta pues consigue que avance hacia la utilidad y con frecuencia está relacionada con la economía personal y familiar (en India las mujeres “bloquearon las puertas de las tiendas que vendían trajes europeos”) con espectáculos turísticos (“las taxi-girls, enfundadas en un cheong sam largo hasta el tobi-

llo, esperan en fila para hacer beber a los clientes”) o con la venta de materiales autóctonos (“en la India las mujeres generalizan el uso del sari casi como uniforme”).

Además, la proporción de mujeres que se visten a la moda tradicional es desigual en los lugares visitados (“El cincuenta por ciento de las japonesas, especialmente en Tokio, se viste a la europea”) ya que muchas mujeres prefieren imitar la moda europea –pese a ser incluso en ocasiones más incómoda que la tradicional de su país– que se erige de manera icónica y estereotipada como símbolo de la libertad que gozan.

Por fin, la adopción tácita por parte de Fallaci de la perspectiva *emic* y *etic* en el uso semántico de la terminología específica relativa a la moda: *burka*, *sari*, *sarong*, *zori*, *muu-muu*, etc., nos permite cerrar el círculo hermenéutico en torno a la comprensión de la peculiar cosmovisión de los hablantes y de sus consecuencias identitarias sexuales en torno a dicotomías tales como útil/inútil.

6.2. Avanzando en el feminismo, Oriana Fallaci: hacia un nuevo concepto de lo útil

La crónica que nos ofrece Fallaci de sus viajes por el mundo en *El sexo inútil* constituye una descripción de esos lugares que recorre (musulmanes, asiáticos, etc.) de los que existe una creencia errónea generalizada del estereotipo femenino de su inutilidad, mansedumbre y marginación específicos de la identidad sexual de esas mujeres en contraste con el de utilidad que jalona otros lugares (Europa o América), por lo que en ocasiones sirve como un falso icono liberador al que también debe imponerse la crítica con objeto de terminar con esa concepción errónea.

La obra publicada en 1962, escrita a nivel formal desde la perspectiva interpretativa de los géneros periodísticos entre la crónica, la entrevista y la novela autobiográfica, significa un viaje sexual alrededor de la mujer en el que las entrevistas –a juicio de Fallaci– aportan el material más importante para una hermenéutica identitaria de la mujer en su entorno tanto cultural como privado en el que se originan los estereotipos y las situaciones de dominación.

Teniendo en cuenta las definiciones de “útil” (DEL, 2014), Fallaci destaca sobre todo el carácter “útil” del sexo “inútil” evidenciando la falsedad del mito generado y los problemas de las mujeres que “nacen sobre todo del hecho de ser mujeres”. Útil/inútil no son conceptos dicotómicos ni pueden ser generalizados en relación a la identidad sexual ni son extrapolables a distintas culturas, sociedades o instituciones, y constituyen concepciones aprendidas en los procesos de socialización a partir de la familia, el entorno y los medios de comunicación. Nuestra argumentación para lo dicho se basa en las numerosas citas que extraemos de su crónica en la Tabla 3.

Pero además la crónica de Oriana Fallaci nos permite extraer conclusiones relativas a otros estereotipos que comparten las sociedades patriarcales tales como que las mujeres son emocionales, dependientes y sumisas mientras que los hombres son fuertes, analíticos y racionales.

Fallaci formula retóricamente cuestiones como “¿es cierto que las japonesas se bañan desnudas mezcladas con los hombres? ¿Es cierto que en Hong-Kong resulta muy fácil llevárselas a la cama? ¿Es cierto que las indias conocen ciento cuarenta y seis maneras distintas de hacer el amor?” para, a continuación, destruirlas en una suerte de fórmula lógica de reducción al absurdo cuando señala: “En Karachi ni siquiera puedes hablar con ellas. En la India el único que me guiñó el ojo fue un invertido. En Singapur ya lo has visto tú misma. Toda mi esperanza la había cifrado en Hong-Kong” o “Duilio me confesó en la penumbra su desilusión: no había tenido ni una sola aventura en Hong-Kong”.

Finalmente, el triple origen del estereotipo que se vehicula a través de la familia, el contexto social y los medios de comunicación conduce a Fallaci a una crítica del papel que desempeñan los medios que posibilitan la transmisión de determinadas funciones tales como aprovisionar los modelos axiológicos, gnoseológicos y estéticos que se incluyen en el genoma de la comunidad, transmitir la herencia cultural de modelos de feminidad/masculinidad, y crear marcos referenciales comunes compartidos.

Las noticias, los folletos de las agencias de viajes, la propaganda de países exóticos, la publicidad, los documentales, es decir, la publicidad turística en particular, y los medios de comunicación en general, colaboran no solo en propagación y difusión del estereotipo, sino además en la transmisión del genoma cultural de la comunidad, esto que, interviene en la formación de las identidades y crea marcos de referencia y cosmovisiones específicas a veces basadas en mitos, por ello debe someterse a crítica.

Tabla 3. Utilidad de las mujeres en el mundo según Oriana Fallaci en su obra *El sexo inútil*.

| País | Utilidad de la mujer |
|----------|---|
| Pakistán | Utilidad de la mujer: finalidad reproductiva, por ello únicamente es respetada: <i>Uno se casa con una mujer para llegar a ser padre</i> |
| India | Utilidad de la mujer: su fuerza moral: <i>No se puede hacer una revolución sin contar con las mujeres, “bloquearon las puertas de las tiendas que vendían trajes europeos”, hay más mujeres en el Parlamento indio que las que pueda haber en los Parlamentos de Suecia, Dinamarca y Noruega juntos</i> |

| País | Utilidad de la mujer |
|-----------------------------|---|
| Singapur | Utilidad de la mujer: las mujeres tienen la primacía económica en su Matriarcado, primacía económica. <i>Ellas son quienes poseen la tierra, no los hombres, y la transmiten de madres a hijas, como si los varones no existieran</i> |
| Hong-Kong | Matriarcado cuya mayor aspiración es ser útiles: <i>Recibir medallas que siempre teme no merecer</i> . Mujeres masculinizadas, no coquetas, con uniformes o monos, europeizadas: <i>La revolución nos ha librado del amor –confió una señora china a Simone de Beauvoir</i> |
| Tokio | Utilidad de las mujeres: heroínas masculinizadas: <i>En Japón las mujeres son las únicas que han ganado la guerra</i> . El concepto asiático de inutilidad femenina se desmoronó después de que un terremoto sepultara a muchos hombres y ellas ocuparon su lugar |
| Kioto ciudad de las Geishas | Utilidad de las mujeres: comercio con artículos relacionados con el matrimonio, hacen centros de flores, odio a la europeización, culto al hombre y a sus costumbres |
| Hawái | Utilidad de las mujeres: comercial a través del turismo. <i>Según el reglamento municipal impuesto por el Hawaian Visitors Bureau las muchachas de Kauai deben retratarse siempre en sarong, eran idénticas a todas las jóvenes norteamericanas de los otros cuarenta y nueve Estados de América, todas soñaban con ir y triunfar. Las más audaces soñaban desde luego con establecerse en París y conocer a Sartre. Hablaban del existencialismo con gran soltura. Solo una isla pequeña aislada pretende mantener a los doscientos treinta y ocho polinesios alejados de las insidias de la vida moderna y conservar pura la raza</i> |
| Nueva York | Predominio económico, político y cultural: <i>Las tres cuartas partes del poderío económico norteamericano se halla en manos de las mujeres</i> ¹⁷ . En cuanto a la política: <i>toda la política interior norteamericana está dominada por las mujeres</i> . En el aspecto cultural: <i>casi toda la vida cultural norteamericana está en manos de las mujeres</i> |

Fuente: Elaboración propia.

La conclusión final que alcanza Fallaci en *El segundo sexo* es que las dos motivaciones poderosas que han impulsado esa subversión de las mujeres son el deseo de emancipación y de progreso, si bien su consecución y alcance se inscribe en diferentes contextos sociales, económicos y culturales en las distintas partes del mundo¹⁷.

7. Discusión y Conclusiones

Según Fallaci el feminismo de la igualdad que en parte propone Beauvoir, pese a que se ha generalizado desde Europa a muchos lugares del mundo, es insuficiente pues considera a las mujeres como un todo en el que no intervienen las diferencias particulares de cada sociedad, familia, estructura económica, hábito y modo de vida. Propone por su efectividad para avanzar un feminismo que desde la diferencia introduzca cambios axiológicos, categoriales y valorativos en las tradiciones populares de las tareas y comportamientos femeninos.

Al margen de lo biológico, lo que diferencia a las personas de uno u otro sexo son los tabúes que condicionan la vida de las mujeres en el mundo. Dos de ellos que se afianzan en el mundo son su inutilidad y su irreductible esencialidad a ser objeto de deseo. Ambos los refuta Fallaci desde el feminismo avanzado que defiende con numerosos ejemplos ratificados en las entrevistas alrededor del mundo.

Desde este feminismo se entiende que pese a que la moda femenina propia de cada lugar dificulta el movimiento del cuerpo femenino, la introducción de imágenes, elementos estilísticos o estéticos rupturistas en soportes mediáticos contribuye a profundizar en la noción de género y a resituar los poderes hegemónicos. Además, la hermenéutica emic sugiere que coadyuva en su propia emancipación al reportarle otros beneficios.

Según el feminismo que defiende Fallaci la imitación por parte de la mujer del comportamiento de los hombres no elimina las diferencias estereotipadas y los tabúes, que permanecen aún en las rarísimas sociedades matriarcales que perviven movidas por dos fuerzas poderosas: la emancipación y el progreso.

Para Fallaci no existen valores universales en la consideración del comportamiento de las mujeres y de sus características esenciales. Salvo las diferencias anatómicas, hombres y mujeres son personas cuya esencia es idéntica.

El feminismo de Fallaci promueve la necesidad de llevar a cabo una crítica feminista y revisionista a la función de los medios particularmente los relativos a la publicidad y la propaganda en las revistas de informaciones turísticas cuando inciden en estereotipos y redundan de forma reiterativa propagándolos, difundiéndolos y acrecentándolos.

¹⁷ Fallaci (1962, 138): “por doquier ellas aprenden a imitar nuestros feos vestidos europeos, nuestros estúpidos zapatos con tacón alto y nuestra absurda competencia con el hombre; pero a pesar de los modelos franceses que puedan verse en los almacenes de Tokio, a pesar de las teorías feministas que puedan proclamarse en los cómicos de Bombay, a pesar de las numerosas escuelas de guerra que puedan abrirse para muchachas sin cerebro en Pekín o en Ankara, siempre existirá diferencia entre hombre y mujer”.

Referencias Bibliográficas

- Abril, Gonzalo (1997). *Teoría General de la Información*. Madrid: Cátedra.
- Amorós, Celia (2009). Simone de Beauvoir: entre la vindicación y la crítica al Androcentrismo. *Investigaciones Feministas*, 0, pp. 9-27.
- Anderson, James A. y Meyer, Timothy (1988). *Mediated Communication: A Social Action Perspective*. Newbury Park: Sage.
- Beauvoir, Simone (1998). *El segundo sexo I. Los hechos y los mitos*. Madrid: Cátedra. Trad. de A. Martorell.
- Bouhaben, Miguel Alfonso (2017). Fotomontajes feministas: dispositivos estético-políticos *Investigaciones Feministas*, 8(2), pp. 561-582. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/INFE.54872>
- Casillas, Jorge S. (30 de junio de 2015). “Oriana Fallaci: la mujer que miró a los ojos del poder y el Islam”. *ABC*. <https://acortar.link/3ZhkKV>
- Chaparro-Escudero, Manuel; Espinar-Medina, Lara; El-Mohammadiane-Tarbift, Ámal y Peralta-García, Lidia (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Madrid: Fragua.
- Del Río Pereda, Pablo (1996). *Psicología de los medios*. Madrid: Síntesis.
- Fallaci, Oriana (1962). *El sexo inútil. Viaje en torno a la mujer*. Traducción de Vicente Santiago.
- Irigaray, Luce (1992). *Yo, tú, nosotras*. Madrid: Cátedra. Traducción de P. Linares.
- Lacasa, Blanca (22 de julio de 2020). “Oriana Fallaci: la cronista de todas las guerras que hizo de su pintalabios y aspecto un arma feminista”. *El País*. <https://acortar.link/6nZp5M>
- Lagarde y de los Ríos, Marcela (2012). *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y topías*. México: Instituto de las Mujeres del Distrito Federal. <https://bit.ly/3kyKf1M>
- Lagarde y de los Ríos, Marcela (1996). La perspectiva de género. En Marcela Lagarde y de los Ríos (Ed.): *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia* (pp. 13-38). Madrid: Horas y Horas. <https://bit.ly/3uJPMre>
- Millett, Kate (1995). *Política sexual*. Madrid: Cátedra. Traducción de A. M. Bravo García y C. Martínez Gimeno. <https://acortar.link/HzHRYE>
- Pike, Kenneth L. y Evelyn G. Pike (1991). *El análisis gramatical*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Traducción Jorge Suárez.
- Pibernat Vila, Marina (2017). “¿Nuevas socializaciones, viejas cuestiones? Adolescencia y género en la era audiovisual”. *Investigaciones Feministas*, 8(2), pp. 529-544. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/INFE.54976>
- Puleo, Alicia (2005). El patriarcado: ¿una organización social superada? *Temas para el debate*, n°133, 39-42. <https://acortar.link/vW00P4>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). *Diccionario de la lengua española*, 23ª edición. Barcelona: Espasa Libros. (DLE). <https://dle.rae.es>
- Thompson, John (1998): *Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.