

X Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología
XXV Jornadas de Investigación XIV Encuentro de Investigadores en Psicología
del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos
Aires, 2018.

Transformaciones de la noción de género a lo largo del tiempo.

Medina, Luciana.

Cita:

Medina, Luciana (2018). *Transformaciones de la noción de género a lo largo del tiempo*. X Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXV Jornadas de Investigación XIV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-122/673>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ewym/sXC>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

TRANSFORMACIONES DE LA NOCIÓN DE GÉNERO A LO LARGO DEL TIEMPO

Medina, Luciana

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Argentina

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo principal explorar y describir las distintas transformaciones de la noción de género en Argentina en los años 1950 a 2018, para comprender su relación con los diferentes contextos sociales, históricos y culturales. Para lograrlo se usó un abordaje cualitativo a través del análisis crítico de publicidades argentinas provenientes de revistas y material filmico. Secundariamente se lo cotejó con diferentes acontecimientos sociohistóricoculturales relacionados al género. Se atendió a las siguientes dimensiones aportadas por el marco teórico: orientación sexual; identidad de género; expresión de la corporalidad; roles y valores de género. Se halló que a lo largo del tiempo pudieron observarse múltiples transformaciones solidarias a los diferentes escenarios políticos, sociales, históricos y culturales. Los años 1950 a 2015 reflejaron al género enmarcado dentro de una estructura binaria y heterosexual, en donde la imagen del hombre fue idealizada, teniendo la mujer un lugar secundario y de menor valoración. Esta matriz patriarcal cristalizó sexualidades hegemónicas y estereotipos rígidos que en los últimos años comenzaron a interpelarse, dando lugar a nuevas formas de expresión de corporalidades y sexualidades. Si bien se dieron grandes avances aún queda mucho por hacer.

Palabras clave

Género - Sociohistóricocultural - Publicidades - Argentina

ABSTRACT

TRANSFORMATIONS OF THE GENDER NOTION THROUGHOUT TIME
The main objective of this paper is to explore and describe the different transformations of the notion of gender in Argentina in the years 1950 to 2018, in order to understand their relationship with different social, historical and cultural contexts. To achieve this, a qualitative approach was used through the critical analysis of Argentine advertising from magazines and film material. Secondly, it was compared with different sociohistorical cultural events related to gender. The following dimensions contributed to the theoretical framework: sexual orientation; Gender identity; expression of corporality; gender roles and values. It was found that over time there were multiple transformations in solidarity with different political, social, historical and cultural scenarios. The years 1950 to 2015 reflected the genre framed within a binary and heterosexual structure, where the image of man was idealized, with the woman a secondary and less valued place. This patriarchal matrix crystallized hegemonic sexualities and rigid stereotypes that in recent years began to interpellate, giving rise to new forms of expression of corporalities and sexualities. Although great progress was made, there is still much to be done.

Keywords

Gender - Socio-historical cultural - Advertisements - Argentina

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo busca integrar diversos conceptos y nociones abordados a lo largo de la carrera de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. La problemática a tratar respondió a un interés personal, insertándose en el área de identidad y diversidad sexual. El interés en el tema surgió a partir de los siguientes interrogantes: ¿Qué es el género? ¿es algo que se es? ¿es algo que las personas tienen? Es decir, ¿es un atributo? ¿está el género predeterminado desde el nacimiento? ¿es el género un dato perteneciente a la especie sapiens? ¿es el género un destino? ¿género y sexo son lo mismo? ¿es el género una categoría estable en el tiempo? ¿es el género inmune a los acontecimientos sociohistóricoculturales?

Para aproximarse a estas problemáticas, serán centrales las ideas de la filósofa estadounidense Judith Butler, quien ha realizado importantes aportes al campo del feminismo y la teoría Queer. Una de las contribuciones más relevantes para este trabajo es su teoría del género performativo. Para esta autora, el género no es la interpretación del sexo, del cuerpo biológico y los órganos reproductores, sino un fenómeno que anticipamos y producimos como actos corporales. Lo que conocemos comúnmente como género y como sexo, son en verdad construcciones culturales naturalizadas (Butler, 1990).

En los últimos años, los temas relacionados al género se han debatido con frecuencia en nuestro país, siendo los temas centrales el machismo, el feminismo, la igualdad, las diferentes identidades de género, las orientaciones sexuales, los derechos civiles y políticos, la despenalización del aborto, entre otros.

Este trabajo propone como objetivo principal, explorar y describir las transformaciones de la noción de género en Argentina, para comprender si estas se corresponden con los diferentes contextos sociales, históricos y culturales vigentes.

Para poder lograr dicho objetivo, se describirán críticamente publicidades argentinas de los años 1950 al 2018, con la intención de aproximarnos a los imaginarios sociales y discursos de época que visibilicen su relación con la noción de género sostenida en cada caso.

ALGUNOS PLANTEOS TEÓRICOS

Han sido muchas las formas de conceptualizar la noción de género a lo largo del tiempo. Diversos autores como Butler (1990); Scott (1986); Serret (2011); y Scheibe Wolff y Araújo Saldanha (2015), han aportado una mirada novedosa y compleja sobre el tema.

Distintas dimensiones han sido abordadas para abarcar la com-

plejidad de dicha noción. Una de ellas ha sido el sexo, refiriendo con este concepto al órgano genital, es decir, a las características físicas y biológicas que son clasificadas comúnmente en nuestra sociedad como machos, hembras e intersexuales/hermafroditas (Scheibe Wolff y Araújo Saldanha, 2015). Butler (1990) va a aportar que el significante “sexo”, popularmente entendido como un “hecho natural”, se concibe en nuestra sociedad dentro de un sistema marcado por la heteronormatividad y por consecuencia, enmarcado en un dispositivo binario y heterosexual. Esto no implica que la autora niegue que haya morfologías distintas, pero en su lugar enfatiza que el acceso a la “verdad” de estos cuerpos se da a través de imaginarios sociales, significaciones, prácticas, instituciones y discursos (Butler, 1990).

La segunda de estas dimensiones se corresponde con la de identidad de género, que enfatiza la variedad de representaciones generadas por las sociedades tradicionales a través de las cuales los sujetos actúan lo que en su propio acto instituyen (Serret, 2011). La constitución de la identidad de género está relacionada a un entrecruzamiento entre las siguientes dimensiones subjetivas: el posicionamiento subjetivo frente a los referentes de feminidad y masculinidad con sus respectivas tipificaciones de “cómo se es mujer/hombre”; la apreciación de la diferencia sexual; y la posición frente al deseo (Serret, 2011). La identidad de género es una construcción compleja, no se nace con ella, sino que “es justamente una percepción que se elabora en el nivel de las imágenes socialmente compartidas, organizadas por códigos que la colectividad reproduce, sanciona y acepta” (Serret, 2011, p. 22). A su vez, las identidades se van transformando a medida que los códigos sociales lo hacen. La tercera de estas dimensiones está vinculada a la expresión de la corporalidad, y se refiere a cómo las personas desempeñan su representación de género en la forma de actuar, vestirse, expresarse, etc. Se clasifican al momento en estereotipos femenino, masculino o andrógino (Scheibe Wolff y Araújo Saldanha, 2015).

Por último, una cuarta hace eje en las prácticas sexuales de las personas, centrándose por lo tanto en su orientación sexual. La misma refiere a las relaciones sexuales de los sujetos “ya sean con personas del sexo opuesto (heterosexuales), con personas del mismo sexo (homosexuales), con personas de ambos sexos (bisexuales), con personas trans (omni/pansexuales) o con nadie (asexuales)” (Scheibe Wolff y Araújo Saldanha, 2015, p. 30).

Sobre el uso que se le ha dado a dicha categoría, son fundamentales las ideas de Judith Butler, quien intenta de reiteradas formas desesencializar el género, desarmándolo y analizando cada parte. De esta forma la autora le saca la supuesta esencia “natural” que le es atribuida habitual, social y culturalmente, planteando que el saber que tenemos del género es un conocimiento naturalizado y basado en las influencias culturales. En su cuestionamiento, enfatiza la diferencia entre la noción de sexo y la de género: “...con independencia de la inmanejabilidad biológica que tenga aparentemente el sexo, el género se construye culturalmente: por esa razón, el género no es el resultado causal del sexo ni tampoco es tan aparentemente rígido como el sexo.” (Butler, 1990, p. 52). Si bien los cuerpos en su constitución morfológica son aparentemente binarios -cuestión que pone en duda- no necesariamente los géneros son dos. En esta relación mimetizada de género/sexo, el género se

ve limitado a una estructura binaria.

Una de las ideas más importantes de la autora y a su vez, la propuesta formal para plantear la desnaturalización del género es la teoría de la performatividad.

Cuando Butler afirma que el género es performativo, se refiere a la posibilidad de que la expectativa que se tiene del género termine produciéndolo como fenómeno que anticipa. El énfasis estaría puesto en la anticipación “La performatividad del género gira en torno a esta metalepsis, la forma en que la anticipación de una esencia provista de género origina lo que plantea como exterior a sí misma” (Butler, 1990, p.15). Esta anticipación del género estaría dada por un conjunto de actos que se dan a lo largo de la vida de forma reiterada. De este modo, la performatividad no es un acto único ni aislado, sino una repetición, “un ritual” dice la autora, que, a través de la naturalización en el contexto corporal, alcanza su efecto hasta cierto punto de duración temporal sostenida culturalmente.

Con esta teoría, Butler busca transmitir que lo que consideramos una esencia interna del género, es en realidad un constructo cultural que es logrado por medios de actos y discursos: “...lo que hemos tomado como un rasgo interno de nosotros mismos es algo que anticipamos y producimos a través de ciertos actos corporales, en un extremo, un efecto alucinatorio de gestos naturalizados” (Butler, 1990, p.15).

La pregunta “¿Ser mujer es un «hecho natural» o una actuación cultural?” (Butler, 1990, p. 35), resume su posición de rechazo a que el género sea un destino. En síntesis, el género para Butler es... artificial, una actuación, un hacer que se reitera, consecuencia de las normas sociales obligatorias y no un atributo natural con el que cuentan los seres humanos desde el nacimiento. Nuestra actuación respecto al género está determinada por un sistema normativo. En efecto, no somos dueños de la forma en que percibimos el género nuestro ni de otros, sino que actuamos en función de dicho sistema que sanciona y excluye.

METODOLOGÍA:

La presente tesis es de tipo exploratorio descriptivo y su método para la recolección y análisis de los datos, se encuadra en un diseño de tipo cualitativo.

La elección del abordaje cualitativo resulta apropiado a los fines de los objetivos planteados, ya que en estos no se propone cuantificar las cuestiones referidas al género, sino comprenderlas y explicarlas. Este tipo de estudios “trabaja con el universo de significados, motivos, aspiraciones, creencias, valores y actitudes, lo que corresponde a un espacio más profundo de las relaciones, de los procesos y de los fenómenos que no pueden ser reducidos a una operacionalización de variables” (De Souza Minayo, 2003). Como tal, este abordaje profundiza en un mundo de significaciones subjetivas que no son perceptibles ni pueden traducirse a ecuaciones y estadísticas.

Se utilizó como fuente primaria un rastreo bibliográfico que comprendió diversas revistas y videos de la plataforma web Youtube. Para construir el cuerpo teórico se emplearon diversos libros e investigaciones a modo de recolectar la información necesaria para responder a los objetivos formulados.

Luego se procedió a un análisis crítico de publicidades argentinas pertenecientes al periodo de 1950 a 2018.

Los puntos tenidos en cuenta para el análisis fueron los argumentos, la propuesta identificatoria, las características de los protagonistas y el contenido de los discursos. Se abordaron las siguientes dimensiones aportadas por el marco teórico:

- Identidades de género: se buscó indagar qué identidades se visibilizaron en el periodo de 1950 a 2018.
- Orientaciones sexuales: se trató identificar dentro de lo posible, qué tipo de relaciones fueron visibles en las publicidades de dicho periodo.
- Expresión de las corporalidades: se buscó describir los estereotipos femeninos, masculinos y andróginos, así como sus posibles transformaciones.
- Roles y valores de género: se intentó describir los lugares y valores atribuidos a las diferentes identidades de género.

En paralelo se reunieron diferentes acontecimientos sociales, históricos y culturales relacionados al género. Finalmente, se procedió a una integración de los diversos materiales y fuentes seleccionados, reflexionando críticamente sobre la información obtenida.

COMENTARIOS Y DISCUSIONES:

A lo largo de los años pudieron observarse múltiples transformaciones vinculadas a las sexualidades, expresión de corporalidades, valoraciones y visibilidad de identidades de género.

El análisis correspondiente al periodo que comprende los años 1950 a 2015, reflejó al género enmarcado dentro de una estructura binaria, universal y jerárquica (Fernández, 2015; Siqueira Peres, 2013). Estos modos de concebir al género fueron cristalizando sexualidades hegemónicas a las que se idealizó bajo mensajes alusivos en la mayoría de las publicidades, mostrando a la heterosexualidad como un valor.

Las imágenes que predominaron en la década de 1950 y 1960 estuvieron vinculadas estereotipos permanentes e invariables. Por un lado, se observó la imagen de cómo ser hombre relacionada a ser heterosexual, masculino, dominante, exitoso, activo, ganador, entre otros. Se enfatizó en todo momento en que el éxito personal y la capacidad de triunfo, estaría determinada por la cantidad de mujeres conquistadas. Por otro lado, se evidenció cierta exigencia social en cuanto a la imagen de cómo ser mujer, vinculada a ser heterosexual, ama de casa, madre, hermosa, delgada, sumisa. Se observó que todas estas características serían las necesarias para estar en el mercado de mujeres a la espera de ser conquistadas por un hombre como fin único.

Si bien en 1947 se aprobó la Ley 13.010 de sufragio femenino, es recién en la década de 1970 en que comenzó a verse reflejado el derecho político de la mujer, bajo frases alusivas a la nueva capacidad de elegir. Esta década comprendió un escenario político, social y cultural de revueltas estudiantiles, movimientos hippies, corrientes pro-derechos civiles contra el racismo, y demás acontecimientos revolucionarios. Asimismo, son alterados los periodos de democracias, sucedidos por golpes de Estado (Rifkin y Tarducci, 2010). En este escenario se conformó la Unión Feminista Argentina (UFA) así como el Movimiento de Liberación Femenina (MLF) (D'Alessandro et al., 2017). Dichos movimientos buscaron de reiteradas formas hacer valer los derechos políticos y civiles de las mujeres. En 1975

el Frente de Lucha por la Mujer presentó un programa básico de 10 puntos en los que incluyó igualdad de posibilidad de acceso a la educación para ambos géneros, aborto legal y gratuito, remuneración por el trabajo hogareño, creación de un organismo que prive la trata de mujeres, Patria Potestad, entre otras (Rifkin y Tarducci, 2010). Estos acontecimientos fueron solidarios con la imagen que comenzó a reflejarse en esta década, vinculada a una mujer con mayor papel protagónico en las publicidades y un hombre menos idealizado que en décadas anteriores. Asimismo, se comenzó a percibir los primeros anuncios incitando a las mujeres a estudiar, algo que no se había observado anteriormente. En 1976 con la posterior dictadura las organizaciones quedaron en suspenso.

En el año 1983 Argentina volvió a transitar por la senda democrática a través de la presidencia de Raúl Alfonsín. En este escenario político, sucedió el primer encuentro Nacional de Mujeres, así como la conformación de la Multisectorial de Mujeres (D'Alessandro et al., 2017). Solidario a este escenario, comenzó a surgir la imagen de una mujer empoderada, insertada en la esfera pública. Los estereotipos en este periodo comenzaron a ampliarse y a ser más diversos, apareciendo expresiones de corporalidades andróginas. La imagen observada del hombre fue de mayor exposición física y énfasis en cuidados estéticos.

En la década de 1990 se conformó un escenario social, político y cultural en que sucedieron múltiples acontecimientos importantes, algunos de los más destacados fueron la sanción de la Ley de Protección contra la violencia familiar, así como la de Ley 24.828 que estableció la posibilidad de jubilación para las amas de casa; la aprobación de la Convención Interamericana sobre la Prevención y Erradicación de la Violencia contra la mujer, entre otras (D'Alessandro et al., 2017). Estos acontecimientos parecieron comenzar a interpelar la violencia verbal y visual naturalizada en publicidades anteriores. La imagen que predominó en esta década, tanto en el hombre como en la mujer, fue de suma exhibición corporal y preocupación extrema por los cuidados físicos. El protagonismo de las publicidades empezó a compartirse y, al igual que en la década anterior, dejó de idealizarse de forma incuestionable el hecho de ser hombre.

A partir del año 2000, se incrementó la frecuencia de acontecimientos significativos de género, algunos de los destacados fueron la sanción de la Ley 26.364 de trata de personas, así como la Ley de Protección Integral a las Mujeres; la Campaña por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito; la sanción de la Ley 25.929 de parto humanizado para combatir la violencia obstétrica, entre otras (D'Alessandro et al., 2017). Se conformó un escenario de evidente preocupación y toma de conciencia por la falta de derechos civiles a las mujeres y la violencia ejercida de forma naturalizada. Los discursos patriarcales comenzaron a aparecer de forma más sutil en comparación con décadas anteriores. Esto fue solidario, por un lado, con las imágenes que predominó del hombre vinculadas a la pérdida de protagonismo exclusivo en publicidades, mayor relación a la crianza de los hijos, y por otro, la imagen de una mujer que comenzó a afianzarse en la esfera pública, relacionada a trabajos por fuera del ámbito doméstico.

Es en el año 2010 se sancionó la Ley de Matrimonio igualitario (D'Alessandro et al., 2017), demorando 5 años en aparecer las pri-

meras alusiones a otras formas de relaciones fuera de la heterosexualidad. Por otro lado, si bien fue sancionada en el año 2012 la Ley de Identidad de género (D'Alessandro et al., 2017), fue recién en 2018 en donde comenzó a visibilizarse otras identidades fuera del binarismo.

En los últimos 8 años, los cambios vinculados al género se dieron a gran velocidad. En donde tradicionalmente primó una lógica binaria, atributiva y jerárquica (Fernández, 2013) que definió la identidad sexual por un rasgo y estableció una escala de menor valoración por la mujer y las minorías sexuales, empezaron a aparecer otras formas de pensamiento.

Las transformaciones en los modos de cómo ser hombre o cómo ser mujer regulados por una lógica patriarcal, comenzaron a interpelarse para dar lugar a nuevas formas de expresión (Siqueira Peres, 2013). Este cambio de identidades y roles, no solo dio lugares a identidades que se mantuvieron dentro del clóset o se consideraron enfermas por la sociedad, sino que también cuestionó los estereotipos tradicionales, evidenciando otras formas de devenir cuerpo.

En pocos años, ocurrieron hechos de gran importancia tales como la incorporación de la figura del femicidio a modo de agravante, la creación del registro de femicidios y la primera marcha masiva de Ni Una Menos (D'Alessandro et al., 2017). Estos acontecimientos dieron cuenta de una toma de conciencia por parte de la sociedad, indicando un malestar social y un freno a seguir aguantando lo inaguantable.

Los derechos de las personas con identidades sexuales por fuera del binarismo de género, luego de múltiples luchas, comenzaron a tenerse en cuenta, aunque falte mucho por hacer en este terreno. Esto fue reflejado en la Ley de cupo trans (D'Alessandro et al., 2017), que estableció que al menos 1% del sector público debe ser ocupado por personas trans.

En resumen, se observó a lo largo de estos años naturalizado que los sujetos con características biológicas reconocidos culturalmente como "hembras" deban tener características femeninas y deseo sexual pasivo por los hombres. De la misma forma, los sujetos nacidos con características reconocidas como "machos", deban ser masculinos y mostrar deseo sexual activo por las mujeres (Scheibe Wolff y Araújo Saldanha, 2015). Fue naturalizada la violencia hacia la mujer y su falta de derechos, así como la imagen exigente y sobrevalorada del hombre, reflejado en el estereotipo reproducido de hombre "blanco, de clase media, heterosexual, macho, viril, seguido por una escala de menor importancia y de reconocimiento por la mujer blanca, de clase media, heterosexual, procreadora, pasiva y sumisa como referente de la normalidad y de los derechos" (Siqueira Peres, 2013).

A partir de lo analizado, se puede concluir que el género es una construcción dinámica, que va transformándose en el tiempo, teniendo una relación directa con los acontecimientos sociales, históricos y culturales. La realidad de género que percibimos, la forma de identificar, de ver, de percibir el género de una persona, es un conocimiento naturalizado (Butler, 1990). En los últimos años, comenzaron a visibilizarse corporalidades andróginas en las que es difícil interpretar qué cuerpo se está viendo; es el momento en que las percepciones culturales y habituales fallan. En esa vacilación de las categorías de ver, se constituye la experiencia del cuerpo:

"Cuando tales categorías se ponen en tela de juicio, también se pone en duda la realidad del género: la frontera que separa lo real de lo irreal se desdibuja" (Butler, 1990, p. 28).

Si bien en los últimos años se dieron grandes avances hacia la inclusión de las minorías sexuales y la adquisición de derechos civiles, sexuales y políticos de las personas, aún queda mucho por hacer.

El presente trabajo buscó relevar la relación entre la transformación de la noción de género y los contextos sociales, culturales, económicos y políticos de su producción, a partir del relevamiento de material publicitario tanto gráfico como filmico. En este sentido, se propuso realizar un aporte que constituye sólo una base para futuras líneas de investigación que puedan profundizar en este campo, retomando, por ejemplo, otros aspectos a triangularse con la información sistematizada en la presente tesis, tales como aquellos vinculados con la noción de representaciones sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes primarias: A continuación, se referencian las fuentes utilizadas para el rastreo bibliográfico de publicidades. Las mismas comprenden diversas revistas argentinas de los años 1950 a 1999, así como videos de la plataforma web Youtube, pertenecientes a los años 2000 a 2018.

- (1952). El Gráfico, (N° 1697), p. 35.
- (1955). El Gráfico, (N° 1867), pp. 17, 21, 23.
- (1955). El Gráfico, (N° 1879), pp. 19, 35.
- (1955). El Gráfico, (N° 1881), pp.17, 19, 32, 33, 41, 51.
- (1963). Mecánica Popular, (junio), p. 53.
- (1963). Mecánica Popular, (abril), pp. 4, 7, 9, 10, 11, 12, 15, 35.
- (1965). El Gráfico, (N° 2), pp. 12, 13.
- (1965). El Gráfico, (N° 3), pp.5, 26, 37.
- (1965). El Gráfico, (N° 5), p. 1.
- (1965). El Gráfico, (N° 9), pp. 13, 43, 80.
- (1965). El Gráfico, (N° 11), p. 78.
- (1965). El Gráfico, (N° 13), p. 15.
- (1965). El Gráfico, (N°16), p. 29.
- (1965). El Gráfico, (N° 17), pp. 19, 44.
- (1965). El Gráfico, (N° 18), pp. 31, 48.
- (1965). El Gráfico, (N° 20), pp. 15, 45.
- (1965). El Gráfico, (N° 23), p. 27.
- (1967). El Gráfico, (N° 2504), pp. 19, 20, 22, 29, 35, 50, 61, 84.
- (1967). El Gráfico, (N° 2505), pp. 2, 12, 34, 35, 39, 49, 55, 57.
- (1967). El Gráfico, (N° 2506), pp. 25, 27, 84.
- (1967). El Gráfico, (N° 2507), pp. 35, 43, 55.
- (1967). El Gráfico, (N° 2508), pp. 25, 27, 55, 80.
- (1967). El Gráfico, (N° 2509), pp. 16, 33.
- (1967). El Gráfico, (N° 2510), pp. 35, 83.
- (1967). El Gráfico, (N° 2511), p. 29.
- (1967). El Gráfico, (N° 2512), pp. 17, 69.
- (1967). El Gráfico, (N° 2513), pp. 27, 84.
- (1967). El Gráfico, (N° 2514), pp.13, 28, 68.
- (1967). El Gráfico, (N° 2515), pp. 35, 36.
- (1967). Sport, (N° 38), pp. 9, 10, 11, 35, 49, 82, 83, 84.
- (1971). Gente, (N° 318), pp. 20, 22, 43, 47, 63, 65, 67.
- (1971). Gente, (N° 322), pp. 2, 21, 47, 50, 59, 89, 90.
- (1971). Gente, (N° 410), pp. 54, 82, 98.
- (1971). Gente, (N° 411), pp. 90, 95, 105.
- (1971). Gente, (N° 412), pp. 11, 23, 27, 42, 43, 67, 104, 121.
- (1974). Intervalo, (N° 329), p. 29.
- (1974). Intervalo, (N° 331), p. 2.

- (1982). Gente, (N° 849), pp. 28, 55, 63, 64.
- (1982). Gente, (N° 850), pp. 2, 48, 49, 58, 75.
- (1982). Gente, (N° 851), pp. 2, 76.
- (1982). Gente, (N° 852), pp. 61, 62.
- (1982). Gente, (N° 853), pp. 2, 34, 57, 71.
- (1982). Gente, (N° 855), p. 35.
- (1982). Gente, (N° 856), pp. 2, 19.
- (1982). Gente, (N° 858), p. 31.
- (1985). Para Ti, (N° 3261), pp. 1, 2, 15, 30, 38, 65.
- (1985). Para Ti, (N° 3262), p. 29.
- (1985). Para Ti, (N° 3263), pp. 23, 83.
- (1985). Para Ti, (N° 3265), p. 22.
- (1988). El Gráfico, (N° 3561), pp. 42, 47.
- (1988). El Gráfico, (N° 356), p. 2.
- (1988). El Gráfico, (N° 3564), pp. 2, 9, 35.
- (1988). El Gráfico, (N° 3565), p. 12.
- (1992). Gente, (N° 1380), pp. 2, 13, 23, 76, 85, 99.
- (1992). Gente, (N° 1381), pp. 8, 21, 49, 53, 67, 77.
- (1992). Gente, (N° 1382), pp. 23, 78, 87.
- (1992). Gente, (N° 1383), pp. 23, 60, 61.
- (1992). Gente, (N° 1386), pp. 56, 58.
- (1996). El Gráfico, (N° 3978), p. 2.
- (1996). El Gráfico, (N° 3979), pp. 9, 65.
- (1996). El Gráfico, (N° 3980), p. 2.
- (1996). El Gráfico, (N° 3981), p. 23.
- (1996). El Gráfico, (N° 3985), pp. 2, 29.
- (1999). Alfa Stile, (N° 8), pp. 2, 25, 38, 99.
- (1999). Caras, (N° 889), pp. 2, 12, 14, 16, 27, 78, 89, 91.
- (1999). Caras, (N° 890), pp. 8, 12, 17, 27, 41, 53, 59, 81, 83, 91.
- (1999). El Gráfico, (N° 4164), p. 2.
- Drean Argentina (2004, Julio 7). Drean SLAE. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ZSJT9FWrGho>
- Drean Argentina (2005, agosto 10). Publicidad Drean Remojo. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=CvtkfxK_Vlo
- Drean Argentina (2005, agosto 10). Publicidad Drean Limpieza. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=DGZM a1QTV_M
- Luis Guerri (2007, marzo 23). "Gerardo" - Movistar. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Y537rZYdbDM>
- Publicidad Argentina (2007, julio 15). Movistar - La leche. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=0hSL9KFdKps>
- Evelyn Sz (2008, enero 8). CTI - El Hombre Lobo Marino. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=qp6PYdZaRwM>
- Daniel Campomenosi (2009, enero 31). Publicidad Ariel (Argentina - 2006). [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=LG5el6rDWcY>
- Hsegata (2010, abril 8). Comercial Mr musculo 2010.mpg. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=q9f5d5zrQMU>
- Cerveza Quilmes (2010, agosto 2). Publicidad Cerveza Quilmes Cristal, Frigerio (2000). [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=slrtUoaA-A0>
- Zonajobs (2011, febrero 4). Que lindo es saber que ya tenes otro trabajo. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Bn9fcTMiw3l>
- Cerveza Quilmes (2011, diciembre 30). Igualismo. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=W62dc9Q-ZYg>
- Registros de la TV (2015, febrero 14). Publicidades 2000 1/3. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9dc0 SoHhSLA&t=75s>
- Drean Argentina (2015, mayo 14). Drean Design. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=t-KxUqJWtdo>
- Publicidad sexista (2015, junio 1). Cif Pisos Cápsulas Concentradas - Bella Durmiente. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hSs4xVjq46o>
- Archivo publicitario (2015, junio 9). SPEEDY DÚO PLUS - Edificio (vecinos cariñosos). [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=zJQ5_VCzyyg
- Quijote Archivo publicitario Argentino (2016, julio 13). Publicidad GARBARINO - Amos de la cocina - La cocina es nuestra. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9Ts141ijleo>
- Naranja (2016, julio 28). Publicidad Tarjeta Naranja - AFIP - Lindos por dentro. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=a0Z0SkfQYHo>
- Arquivo publicitario (2016, noviembre 16). ASEPXIA Jabón - Vos vas al grano - A mí me gusta Nico - Publicidad 2016. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=rCRhoZX-k60>
- Arredo Oficial (2017, marzo 29). Arredo #CrearHogar | Campaña 2017. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=0MPJ6wMpsPs>
- Cif Argentina (2017, abril 28). Somos #ImbatibleEnMuchasSuperficies limpiando con Cif Crema. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=YWB3DjWFelo>
- Gastón Bizarro (2017, junio 10). Publicidades Argentinas 2009. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=5T6JtuXpQug>
- Drean Argentina (2017, julio 4). Drean Dish Barrida 3. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=3lckPSJXxE8>
- Drean Argentina (2017, julio 4). Drean Dish Barrida 2. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=sBJKQshTpFK>
- LATAM Airlines (2017, junio 27). Deja tus prejuicios de lado. #AmorSinDistancia. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=6uG4iTd08lk
- Drean Argentina (2017, noviembre 1). Retirados de la bacha pareja subtulado. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=zrQsvYCj69s>
- Cif Argentina (2018, abril 3). Nuevo Cif Active Gel con Ultra Poder Desengrasante. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=P5PnlyW2CiE>
- Zonajobs (2018, abril 10). ZonaJobs - Juana. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=D6qhQ94YtHE>

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Actis, W. (2012). Violencia machista y relaciones de género. Discursos sociales, posiciones sociopolíticas y alianzas posibles. Viento Sur. (N°12)
- Butler, J. (1990). El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad. Buenos Aires: Paidós.
- Castoriadis, C. (1988). Lo imaginario: la creación en el dominio socio-histórico. En C.Castoriadis. Los dominios del Hombre. Encrucijadas del laberinto. (Cap.3). Barcelona: Gedisa.
- Corea, C. y Lewkowicz, I. (1999). ¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez. Buenos Aires: Lumen.
- De Souza Minayo, M.C. (2003). Investigación social: teoría, método y creatividad. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- D'Alessandro, M., Vales, A., Scheinkman, L., Belli, L., Snitcofsky, A., Castellanos, L. (2017). Línea de tiempo: hitos y conquistas en el camino hacia la igualdad. Tiempo ar. Recuperado de: <http://parodemujeres.tiempoar.com.ar/linea-de-tiempo-hitos-y-conquistas-en-el-camino-hacia-la-igualdad/>

- Domenichetti, S. (2016). El voto femenino en Argentina: una lucha histórica e internacional. *La Izquierda Diario*. Recuperado de: <https://www.laizquierdadiario.com/A-65-anos-del-voto-femenino>
- Fernández, A.M. (2007). Cuerpos, pasiones y políticas. En Fernández, A.M. *Las lógicas colectivas: Imaginarios, cuerpos y multiplicidades*. Buenos Aires: Biblos
- Fernández, A.M. (2013). El orden sexual moderno: ¿la diferencia desquiciada? En A.M. Fernández y W. Siqueira Peres (Comp.), *La diferencia desquiciada. Géneros y diversidades sexuales*. Buenos Aires: Biblos.
- Fernández, A.M. (2015). Com-posiciones actuales de las identidades sexuales. *Revista Generaciones* (4).
- Lacan, J. (2006). Del discurso psicoanalítico. Traducción de la conferencia de Milán del 12 de mayo de 1972. Por Olga Mabel Mater.
- Lamas, M. (1999). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. *Papeles de Población*, 5 (21), 147-178.
- Lauretis, T. (2015). Género y teoría queer. *Mora* (Buenos Aires), 21(2), 00. Recuperado en 20 de mayo de 2018, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-001X2015000200004&lng=es&tng=es.
- Melera, G. (2013). Psicoanálisis, Instituciones y Subjetividades. En *Instituciones y subjetividades. Una mirada desde la psicología institucional psicoanalítica*. Recuperado en 9 http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/039_psico_institu2/material/bibliografia/melera-instituciones_y_subjetividad.pdf
- Martínez, A. (2011). Los cuerpos del sistema sexo/género: Aportes teóricos de Judith Butler. *Revista Psicología* (12), 127-144. En *Memoria Académica*.
- Siqueira Peres, W. (2013). Políticas queer y subjetividades. En A.M. Fernández y W. Siqueira Peres (Comp.), *La diferencia desquiciada. Géneros y diversidades sexuales*. Buenos Aires: Biblos
- Scheibe Wolff y Araújo Saldanha (2015). Género, sexo, sexualidades: Categorías del debate contemporáneo. *Revista Retratos de la Escuela*, Brasília, v. 9, n. 16, p. 29-46, ene./jun. 2015.
- Scott, J. (1996). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En Lamas, M., *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 265-302). México: PUEG.
- Serret, E. (2011). Hacia una redefinición de las identidades de género. *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*. (9), pp. 71-97.
- Soler, C. (2006). "Discurso capitalista" en: Los discursos de Lacan. Seminario del colegio de Psicoanálisis de Madrid, Madrid: Colegio de Psicoanálisis de Madrid.
- Tarducci, M. y Rifkin, D. (2010). "Fragmentos de historia del Feminismo en Argentina" En: Chaher y Santoro (comps) *Las palabras tienen sexo II*. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones.
- Vitale, N., Volz, F. y Méndez, C. (2012). Introducción a la Psicología Institucional. Recuperado de http://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/obligatorias/039_psico_institu2/material/bibliografia/vitale_mendez_volz-introduccion_a_la_psicologia_institucional.pdf