

Revista Femenina:

Recetas para SER y PARECER mujer

Lic. María Esther Alonso

I. CONSIDERACIONES SOBRE LA ELECCION DEL TEMA

Incluir la «revista femenina» en el ámbito de la carrera de letras implica la consideración de otros discursos -no literarios- que circulan en el campo social y cuyo análisis permite poner a prueba marcos teóricos y metodológicos que ya se están implementando no sólo en el ámbito científico sino en la propia carrera de letras en particular.

El amplio espectro de discursos que conforman los «Medios masivos de comunicación»: diario, televisión, revista, publicidad, cine, etc., han sido pensados como «menores» en relación a una literatura jerarquizada a partir de los circuitos de producción, divulgación y recepción específicos y al mismo tiempo totalmente cerra-

dos o restringidos. Sin embargo, creemos que esta producción, lejos de ser marginal, tiene una presencia significativa en la dinámica cultural de hoy, por lo tanto, nos preguntamos cómo incorporar, analizar o reelaborar a través de una reflexión teórica-metodológica, estos textos que si bien no responden al noble linaje de los literarios, integran otras codificaciones -además de la verbal- que buscan nuevas propuestas de análisis.

Esta expansión hacia otras producciones sociales implica a su vez, una apertura hacia campos de saber complementarios que posibiliten un trabajo transdisciplinar de la literatura inmersa en sus contextos socio-culturales.

Muy cercana a esta preocupación y no menos desafiante se nos presenta la cuestión de lo «femenino», como problemática específica de nuestra época que adquiere distintas connotaciones. O bien se visibiliza en términos de lucha y de transgresiones por la utilización de determinados espacios de poder, ante situaciones atávicas de marginación que ha vivido la mujer, o bien es un tema de moda, un «snobismo» del momento que puede dar lugar a múltiples interpretaciones.

En este sentido, intentamos analizar con cierto control teórico, la producción discursiva de la revista femenina, a fin de indagar cómo juegan ambas posiciones en la conformación de determinados **modelos de mujer**.

A partir de estas primeras consideraciones nos propusimos:

- Abordar la revista femenina como discurso que tiene otros circuitos de comunicación y circulación distintos del libro en particular y de la literatura en general (a pesar de que actualmente ciertos libros se venden en los quioscos).

- Detectar cuáles son las características generales que conforman estas producciones discursivas a través de un **corpus**

específico dada la multiplicidad de publicaciones de este tipo que se ofrecen en el mercado de consumo.

- Ensayar una metodología de análisis que opere en nuestro **corpus** pero que al mismo tiempo constituya un criterio válido para abordar otros textos similares, de manera que este emprendimiento constituya un punto de partida que no se cierre en sí mismo, sino que extienda las redes hacia otras líneas de investigación.

- En el campo de lo femenino, intentamos desplegar, a través de estos textos, algunas significaciones que generan determinadas estrategias semióticas para la configuración de ciertos modelos socio-culturales de mujer.

II. EN EL PLANO TEORICO

Dados los objetivos y la delimitación del **corpus** dentro del espectro de posibilidades científicas que ofrece la carrera de Letras, optamos por el paradigma disciplinar de la Semiótica -en la cual también hubo opciones y recortes-, para centrarnos en la problemática de la **significación**, como hecho social e histórico. Ello nos permite trabajar a dos puntas: por un lado, considerar la circulación de estos discursos en el ámbito social, y por otro, visualizar cómo lo social también se construye y significa discursivamente, un supuesto fundamental que tenemos en cuenta desde el enfoque semiótico es el que se refiere a la dinámica del signo o a la **semiosis** en tanto proceso donde se genera la significación y por otra parte, en tanto producto donde se materializa el sentido. Es decir, que si bien la significación aparece en algún componente tangible de la realidad, éste a su vez contribuye a la construcción social de un aspecto de esa realidad, y este proceso se da en la semiosis.

Dados estos supuestos en cuanto a la significación, no podemos soslayar la dimensión ideológica de la misma y la rela-

ciones de poder en que se produce y se sustenta. En este sentido, incorporamos principios teóricos sobre las ideologías de Emilio de Ipola por cuanto pone en juego una concepción de lo social en términos de lucha, de conflictos, de fracturas que no se limitan a una «lucha de clases» sino que abarca otras formas de antagonismos u otras divisiones no igualitarias que están en juego en toda relación social; una de ellas es precisamente la que nos interesa en este planteo: la relación **hombre-mujer** que a su vez, genera escisiones ya sean laborales, económicas, familiares, etc. y estipula determinados saberes para los sujetos partícipes de dicha relación. A este postulado, ligamos el de dominancia de la «ideología patriarcal» (desarrollado por Clara Coria) en las relaciones sociales del género (hombre-mujer).

También resulta útil la concepción estratégica del poder de Michel Foucault para el análisis de estas relaciones no igualitarias que se dan en situaciones concretas y cotidianas de la vida social.

Es decir que, SIGNIFICACION, IDEOLOGIA y PODER constituyen de algún modo los ejes que nos permiten desentrañar la compleja dialéctica entre ciertos modos de producción social - en este caso la revista femenina- y las luchas sociales, en la relación hombre-mujer.

Si bien, en esta búsqueda de los procesos de significación materializados en la revista femenina, nos centramos en la perspectiva de la producción, en el campo de la recepción (o lectura), nos manejamos con el concepto operativo de Umberto Eco de **LECTOR MODELO** por cuanto permite perfilar las estrategias semióticas de recepción que los mismos textos postulan o presuponen.

III. EN EL PLANO METODOLOGICO

Entre la gran variedad de revistas que circulan en el mercado, el corpus recortado

responde a un criterio cualitativo, más que cuantitativo. Para la selección de la revista **PARA TI** tuvimos en cuenta la «longevidad» de este texto y su marcada tradición en el mercado de consumo. Mientras tanto, ante la asumida vanguardia de la revista **EMANUELLE**, que se autotitula «más allá de la cocina, la costura y el amor», nos preguntamos si realmente configura a una mujer que está cambiando, que cuestiona y se cuestiona ciertos aspectos de la vida cotidiana...

A partir de esta visión integral de las **diferencias**, desde el aspecto general del diseño gráfico y su articulación con el espacio discursivo (títulos, tipo de letra, organización en columnas, etc.), los interrogantes se orientaron hacia la búsqueda y el desciframiento de los componentes que entran en juego en el proceso de significación y que al mismo tiempo nos «reenvía» a otras diferencias, otras relaciones, otras representaciones de lo femenino en el campo social.

En este sentido, nos centramos en el eje metodológico del análisis del discurso, considerando a la revista femenina como un **discurso periodístico** (género discursivo secundario en la concepción de Bajtín), en sentido amplio, por cuanto constituye una forma de organizar y actualizar la información destinada a un público específico. Al operar en el campo de la comunicación de masas, participa de algunas características de los otros medios impresos como: la **diagramación** en cuanto a la forma de estructurar el espacio discursivo y que dentro de lo periodístico responde a cánones propios; la conjunción de los códigos, verbal e icónico, éste último adquiere en la revista una singular importancia; las **condiciones de producción** materiales que se definen por el carácter mercantil, que a su vez responde a editoriales muy complejas o centros de poder manejados en base a los parámetros de una cultura industrial, propia de las sociedades urbanas a partir del impacto tecnológico que fue generando

nuevas formas de comunicación y nuevos hábitos culturales. Otra característica es la **difusión masiva** que presupone un espectro de recepción amplio y heterogéneo y también las condiciones de **circulación y consumo** basadas en circuitos de comercialización propios del mercado de consumo.

Si bien actualmente es factible cuestionar la vigencia del **corpus** (años 1987-1988, con algunos números del año 1986), o bien hablar de un corpus perecedero -otra distinción con respecto al texto literario- hacemos la salvedad que el análisis intenta desentrañar los caracteres estructurales de la revista femenina y no específicamente los temas coyunturales que darían lugar a otras líneas de trabajo.

IV. NIVELES OPERATIVOS PARA EL ANALISIS

En este privilegio del análisis en el campo de la producción, abordado desde el análisis semiótico de la textualidad, delimitamos los siguientes aspectos:

a) Una **matriz semiótica** como mecanismo que arma la discursividad y que al mismo tiempo perfila al lector. Se define por componentes específicos en cada revista.

b) Una tipología de **géneros discursivos** que organiza en grandes bloques la discursividad de la matriz, pero que a su vez, están insertos en su misma trama discursiva.

c) **Tematizaciones y saberes** vinculados al universo femenino que circulan engarzados a los géneros y a la matriz semiótica.

d) **configuraciones estilísticas** diferentes en cada una de las revistas como resultado del cotejo entre los distintos niveles operativos señalados.

IV.a) LA VIDA EN RECETA

En este punto partimos de una hipótesis inicial: que la discursividad en las revistas femeninas seleccionadas se arma en base a una matriz semiótica que denominamos LA RECETA, entendida en un sentido amplio, integrador y dinámico, y como tal, opera en dos términos:

1. como núcleo generador de textos y
2. como modelización del sentido, con lo cual se advierte un «sello» o una marca particular que atraviesa los discursos.

Dicha matriz se define en un tono didáctico de guía, de consulta o de servicio a la mujer apelando a los siguientes recursos:

- **estereotipos léxicos:** tales como, «...paso a paso...», «las claves para...», «servicios prácticos...», «manual de...», «guía para la mujer de hoy...», etc.

- **sintagmas verbales** con un marcado tono imperativo como: «...hágalo así...», «siga las indicaciones...», «Lo que hay que saber...», «Prepárelo de la siguiente forma...»

- **formas numeradas y ordenadas** tendientes a mostrar una realidad ya definida y caracterizada que la lectora no tiene más que adoptar, por ejemplo: «25 respuestas a sus dudas sobre...», «10 preguntas, 10 respuestas...», «Seguir las indicaciones, 1...,2...,3...»

- **la antonomasia**, como figura retórica por excelencia a través de la cual se destacan las marcas prototípicas de lo que se quiere significar. En este sentido, es posible señalar una galería de personajes o mujeres-modelos a seguir conformada por actrices del momento, esposas de hombres famosos, ya sean escritores, actores de cine, modelos publicitarios y otras características similares.

Afirma PARA TI en uno de sus artículos:

«SUSANA TRAVERSO en su casa es la «antivamp.» (P.T. n° 3361/87, pp. 110-113)

Mientras tanto EMANUELLE sugiere:

«JOSEPHINE BAKER, un estilo que una mujer Emanuelle no puede dejar de imitar...» (EM. n° 8/87, pp. 54-58).

La receta como matriz en el mecanismo discursivo, imprime un tono moralizante y ejemplificador, a la manera de los ya conocidos en la tradición literaria: «Ejemplos de EL CONDE LUCANOR», de los cuales es posible extraer una enseñanza o moraleja.

También se caracteriza por cumplir una función didáctica en la intención de orientar, explicar y por sobre todo de mostrar una realidad absoluta, sin matices o sin conflictos para la mujer. En este sentido, decimos que apunta a prestar un servicio, son «**recetas para hacer**», con una jerga totalmente hogareña en la revista PARA TI: «Aprenda a coser en 10 lecciones...», «cómo decorar la casa en Navidad...», «cocina sin gas...», etc.; que en revista EMANUELLE se conjuga con una retórica de la seducción: «Sepa cómo seducir con el perfume...», «En las fiestas sea una diosa...», etc. Los títulos son claros portavoces de lo que será en los discursos.

Ahora bien, ampliando nuestra hipótesis inicial, podemos afirmar que el sesgo imperativo de esta matriz también implica que son **recetas para ser**, es decir, conforma un determinado encuadre ideológico de la lectora, que lejos de ser homogéneo va adquiriendo determinadas características en una y otra revista.

Por otra parte, es pertinente tener en cuenta quién enuncia estas recetas, es decir quién le dice a la mujer «cómo **hacer para ser** determinado tipo de mujer».

Desde el punto de vista de la recepción, indudablemente el nombre de la revista engloba al enunciador, de modo que en la práctica cotidiana aparecen enunciados como «PARA TI aconseja...» o EMANUELLE dice...». No obstante es factible marcar la presencia de notas o artículos individualizados, ya sea de los que forman parte del staff de la revista -en su mayoría mujeres-, o bien de figuras que trascienden en otros medios como el cine o la T.V. (Graciela Borges, Zulma Faiad y otras similares). Esto no quiere decir que el hombre está al margen de la enunciación -de hecho, EM. tiene como director a un hombre: Oskar Blotta-, por el contrario, también tiene su espacio concreto para decirle a la mujer, desde distintas ópticas o con matices diferentes en una y otra revista, cómo **debe ser**. En este sentido, podemos aventurar que dichas enunciaciones se homologan a ciertos enunciados muy conocidos y utilizados en la práctica social, como aquello de que... «La mujer en la casa, atendiendo los hijos y el marido». o ...»la mujer, cuidando sus atributos físicos para seducir al hombre...»

Podemos pensar entonces que la paradoja de la revista «femenina» es que la mujer no sólo habla, escribe o enuncia recetas para la mujer, sino que también actúa como reproductora del discurso del hombre, discurso hegemónico que deviene de una relación no-igualitaria en la que el trabajo semiótico fue construyendo prácticas, saberes, decires que estipularon un **DEBER SER**.

IV. b) LOS GENEROS DEL GENERO

Pasamos a considerar aquí una tipología de géneros entendidos como diferentes órdenes de organización de la materia lingüística que nos permite ordenar los distintos tipos de textos que aparecen, de modo que LA Receta como matriz discursiva se organiza en forma de **narra-**

ción (autobiografías, cuentos, misceláneas, comentarios, informes especiales, etc.), de **descripción** (decoración, arreglos, moda, etc.), de **explicación** (recetas de cocina, confección de prendas, gimnasia, divulgación, etc.), de **diálogo** (correo de lectoras, test, cartas, conversaciones, reportajes, etc.).

La taxonomía establecida en cuanto a los géneros es flexible y dinámica, esto quiere decir que en el espacio discursivo podemos encontrar mecanismos que tienen que ver con uno u otro género, pero al encuadrarlo específicamente en uno, -por ej. la receta de cocina en el género explicativo- decimos que privilegia ese aspecto del discurso,

Sin embargo, el uso de los géneros es más taxativo en la revista P.T. por cuanto respeta y marca los límites entre ellos, a diferencia de EM. en donde se contaminan, se mezclan.

Asimismo, es posible advertir cómo en la revista femenina se materializan determinadas formas de expresión y de escritura estrechamente vinculadas a la mujer: cartas, memorias, diarios, confidencias, autobiografías, conversaciones, chismes, etc., producciones que atañen a los sentimientos, las vivencias, en última instancia a un espacio personal, privado y cotidiano. En el campo de las letras, es significativo cómo esta producción literaria -confesional o testimonial- fue catalogada muchas veces como géneros menores, frente a la sacralización y legitimación de los grandes géneros. (1)

Si nos desplazamos hacia otros campos del saber: filosofía, ciencia, historia, política como ámbitos de la racionalidad, la argumentación o de los espacios públicos, evidentemente estas formas escriturales de la mujer llevan las «huellas» de una marginalidad social y cultural. Allí se exhibe que el **decir** dominante corresponde al otro, al hombre.

Este planteo, pretende señalar la pon-

deración en la discursividad de la revista femenina, de ciertos **modos del decir femenino**. En última instancia, el mecanismo básico de «la receta», en las formas de organizar la materia discursiva, está marcando **cómo debe hablar la mujer**.

En relación con esta problemática de los géneros, también tenemos en cuenta las distintas tácticas enunciativas a través de las cuales la revista logra construir su relación con la lectora. Si nos centramos en EMANUELLE, podemos decir que utiliza la relación dialógica como una constante en la discursividad, presupone en todo momento al otro (lectora/destinataria), valiéndose de la apelación, de la convocatoria, de un «nosotras» inclusivo de enunciadador y destinataria, «... Como todas sabemos...», «... ¿Por qué nos resistimos a escuchar una queja sobre nosotras?...».

Además, privilegia el uso del discurso indirecto, aquél que supone una interpretación del discurso del otro, que pierde autonomía y borra las huellas de la enunciativa para decir su propio discurso.

En esta situación dialógica, decimos entonces que EM. entabla una relación de **complicidad** con el otro, con un tono íntimo y coloquial, y en la posición de hablar al otro desde un grupo que se presupone comparte el mismo proyecto ideológico. Esto aparece en enunciados como: «El grupo Emanuelle contesta...», «Las mujeres Em. decimos...».

Si nos desplazamos hacia la revista PARA TI cuyos géneros más recurrentes son el explicativo y descriptivo, veremos que instaura con la destinataria una relación de **distancia**. Apela fundamentalmente al uso de una segunda persona para dirigirse al otro: «Ud. sabe...», «respondemos sus dudas...». Además utiliza el discurso directo para mostrar la fidelidad al original, con largos párrafos de citas textuales, entrecorridas.

Nuevamente en este caso, desembo-

camos en la actitud pedagógica de quien habla desde un saber que se trasmite al otro, es decir, más que una relación de igual a igual o entre pares, diríamos que se trata de una relación jerárquica en un solo sentido, del que sabe al que no sabe. Evidentemente, la elección de determinadas estrategias enunciativas también van configurando una lectora -mujer-modelo para cada una de las revistas. Ya sea desde el dogmatismo autoritario y distante de quien imparte un saber, o bien desde la identificación cómplice de quien lo comparte con el otro, pero advertimos que en este caso, el otro es un grupo selecto y restringido, como el grupo de la mujer Emanuelle.

IV. e) EL RECURRENTE MUNDO FEMENINO

De acuerdo con lo que hemos postulado hasta aquí en cuanto a la matriz semiótica y a los géneros discursivos con sus distintas estrategias enunciativas, consideramos en este paso del análisis otro aspecto que recorta de manera singular el universo femenino y es el que se refiere a la tematización. Cocina, hogar, plantas, hijos, marido, o cremas de belleza son los hilos recurrentes que van conformando el tejido semiótico de cada revista.

A partir de la lectura y el análisis sobre **qué cosas habla la mujer**, podemos plantear algunas consideraciones generales:

- Observamos que algunos temas adquieren mayor relevancia en P.T. (familia, matrimonio, maternidad, cocina, estética, moda, etc.), mientras que en EM. son marginales o bien se resuelven de distinto modo. Por ejemplo, la temática de la casa (decoración, jardinería, cocina, etc.) es marginal para esta revista por cuanto, aparece en una sección diferenciada del resto que se denomina: SERVICIOS PRACTICOS PARA LA MUJER DE HOY, con el siguiente subtítulo: «En algún momento, algo que lea

en esta sección le será útil...»

- Adquiere mayor importancia en EM. la temática del cuerpo, como conocimiento de la propia individualidad y también ligado al placer, el juego, el ocio, el erotismo, la seducción: es decir, hay una mirada distinta hacia un YO exacerbado y narcisista. Mientras tanto, en P.T. el cuerpo está vinculado con lo estético o con la maternidad.

- Amor, sexo y pareja constituyen una trilogía indisociable en la revista P.T. con lo cual se advierte un escamoteo de la temática sexual en sí misma, o de la mujer y su sexualidad. No así en EM. donde la sexualidad adquiere otras aristas en su discurso, por cuanto está vinculada con la aceptación y reivindicación de la mujer como ser sexuado. Esta temática es abordada con un lenguaje audaz y desprejuiciado que intenta exorcizar viejos mitos y tabúes tales como: la frigidez, el instinto maternal, la virginidad, la masturbación y otros similares. También hay un planteo heterosexual de pareja o bien homosexual, con el rescate de los grupos marginales de gays o lesbianas.

- Con respecto al universo masculino, dijimos que el OTRO, no sólo es enunciado como tema sino que a la vez enuncia en la revista, tiene su espacio para poder decir. En este sentido, observamos que se materializan dos orientaciones:

- por un lado, la que legitima y jerarquiza al OTRO hegemónico de la relación que es el hombre, el esposo, el jefe del hogar, el padre (P.T.), lo cual implica un gesto de sumisión.

- por otra parte, la que oscila entre las estrategias de lucha y resistencia al OTRO machista, cavernícola, y las estrategias de seducción que « como el canto de las sirenas -dice Circe- desvía, confunde, encanta...» (Odisea, XII,1920195) (2). Quizá podemos pensar en EM., esa seductora melómana, nos confunde con sus voces y confunde al otro para no advertir las marcas de resignación al objeto seducido: el hom-

bre.

- En líneas generales, notamos que el discurso de la revista muestra un juego contrastante de exclusiones e inclusiones en el orden de la construcción. Así, mientras EM, incluye determinada temática «tabú» como el sexo, el deseo, el placer, el cuerpo del hombre (3) y otros similares, excluye la receta canónica que sí es un procedimiento inclusivo en P.T. En este sentido, podemos pensar que EM. plantea una **ruptura** en cuanto a lo que es decible en el universo femenino, a través de esta publicación. Esta ruptura implica un deslizamiento, un alejarse de los rituales de la vida cotidiana (casa, familia, hijos, maternidad...) y un planteo de resistencia a una dominación discursiva que está dada por la revista P.T., ligada al sentido común y a la práctica educativa.

No podemos soslayar que en el espacio social, EM. se dirige a una mujer involucrada en lo **intelectual**, con otros desempeños profesionales, y otros ingresos económicos, esto se advierte en las propuestas que lanza la revista, los temas que aborda, los mecanismos discursivos, etc. de modo que va conformando una red simbólica que estipula la diferencia.

- Por otra parte, si tomamos como base determinados supuestos de «tiempo» que se corresponden con la noción de «actualidad» como algo intrínseco del discurso periodístico, observamos que en la revista P.T. se concreta un juego entre la **novedad** (actualidad) y la **tradicción** en relación a lo que debe hablar la mujer. La actualidad en última instancia tiene que ver con cuestiones que contribuyen a mantener la vigencia de la tradición o a hablar siempre de lo mismo: amor, cuerpo, casa...(4)

Esta sacralización temática decimos que se corresponde con un supuesto de tiempo que es **cíclico**, que implica continuidad y permanencia, ligados a una concepción de perpetuación de la especie.

En caso de la revista EM. así como dijimos que rompe -a nivel temático- con algunos prejuicios respecto del universo femenino, entendemos que esta posición se acerca a otros supuestos de tiempo, concretamente a un tiempo de **ruptura** o de cambio como concepciones hegemónicas del universo masculino.

- Tomando como base estas consideraciones generales en torno del universo semántico de la mujer, planteamos una nueva hipótesis que tiene que ver con la legitimación de los temas en la producción discursiva, desde distintos espacios de saber (5). En este sentido, establecemos una distinción entre dos tipos de saberes: el **saber práctico** y el **saber científico**. El primero es el que está íntimamente ligado al sentido común del universo femenino, es decir, aquél que se ha ido sedimentando en el devenir histórico y en la transmisión generacional. Es el saber arraigado que encontramos en expresiones como: «como decía mi abuelita...», «como todas sabemos...», o en los modelos por antonomasia (Doña Petrona, es un ejemplo). Transcribimos algunos títulos para visualizar de qué cosas habla este saber práctico o tradicional de la mujer, qué selecciones, qué recortes o bien transgresiones se permiten en esta práctica discursiva.

- «**COMO Y CUANDO SACARLE LOS PAÑALES...**» (P.T.n° 3314/87,p.54)

- «**Para ahorrar, CUANTO CONSUMEN LOS APARATOS DOMESTICOS...**» (P.T.n° 3390/87,p.18)

- «**TODO LO QUE UNA MUJER DEBE SABER SOBRE LOS HOMBRÉS...**» (EM,n° 23/87,pp.76-77)

- «**Como decía mi abuela: 'La suerte de la fea, la bella la desea'...**» (EM.n° 20/87,p.38).

Entendemos que esta problemática del saber práctico ligado al sentido común, además de enunciar «recetas» para el comportamiento de la mujer, permite visualizar

también nuevas tendencias o nuevas respuestas a las condiciones socio históricas actuales (es el caso del divorcio o del trabajo de la mujer fuera del hogar), que a su vez, coexisten con las más tradicionales.

Con respecto a la segunda distinción que establecimos, es decir, el **saber científico**, consideramos que es aquél que abarca distintos campos: medicina, psicoanálisis, educación, entre otros, y están presentes con mayor o menor relevancia en una y otra revista. Tiene que ver con la difusión científica, a través de un lenguaje claro y accesible, que hace posible el conocimiento de las novedades en el campo de las ciencias.

La revista femenina no es ajena a esta modalidad de difusión, que a su vez se corresponde con lo que se considera «actualidad», aquello de lo que se habla en determinados momentos históricos (SIDA, cólera, etc.), y por ende de lo que «hay que estar informada...»

- No obstante estos planteos, cabe preguntarnos acerca de la ausencia o enmascaramiento de otros temas que precisamente tienen que ver con las relaciones de poder.

Uno de ellos sigue siendo el escamoteo del **espacio político** que mantiene a la mujer alejada de los dominios de poder, mientras consolida determinadas prácticas que se homologan a las previsibles actitudes femeninas: hogar, hijos, familia, belleza. Desde nuestra perspectiva, creemos que la política y determinados actores políticos, no están totalmente ausentes, sino que aparecen con ciertos contornos borrosos y bajo las siguientes modalidades en la revista P.T.

- articulada con la actualidad, es decir, con referencia a lo que ocurre en determinado momento socio-histórico (elecciones, candidatos, etc.)

- como transferencia de la esfera pública a la privada, con lo cual se focaliza el aspecto personal de tal o cual político/a, en

detrimento de lo social: mujeres políticas en su rol de amas de casa, o políticos con sus esposas e hijos, en función de padres.

-como rasgo de excepcionalidad: candidatas a gobernadoras, ministros, sindicalistas, etc. pero marcando la particularidad.

En la revista EM. irrumpe esta temática generando otras significaciones por cuanto problematiza, cuestiona, se pregunta... pero de todos modos queda en la periferia del discurso, sólo intenta «sacudir el polvo» de ciertos anacronismos -como que «la política es cosa de hombres» - por donde asoma un aire de modernidad con el cual procura revestir su discurso.

- Otro tema elidido es el de las **finanzas** o manejo del dinero en el cual se advierte también la consolidación de determinados roles. Mientras la mujer maneja «la caja chica», es decir la economía doméstica, que tiene un destino prefijado: comida, ropa, decoración y eventualmente servicio doméstico; el hombre se dedica a las «finanzas en serio»: manejo de bienes, inversiones, etc.

Este hecho converge a su vez en otra cuestión: disponer de poco dinero implica al mismo tiempo moverse en un **espacio restringido**, a la medida de lo doméstico. Mientras tanto, las actividades del hombre se desarrollan en un **espacio público** que le permite establecer otros contactos, otras alternativas de acción diferentes.

En síntesis, la participación en el dinero responde indudablemente a la ideología que implica mantener a la mujer en un lugar de dependencia y por lo tanto apartada de los conflictos de poder.

IV.d) CONTINUIDAD Y RUP- TURA

Lo dicho hasta ahora permite que podamos atar algunos nudos estilísticos a través de los conceptos operativos que fui-

mos instrumentando a lo largo del análisis.

Por una parte, la recorrida por la revista P.T. ha mostrado la conformación de su discurso con un tono homogéneo de solemnidad y con el sello didáctico-educativo que le da la receta como matriz. La organización discursiva engarzada en esta matriz, le da la impronta de un **recetario para la vida**, para la felicidad, para evitar el conflicto, con una factura lingüística sobria, traslúcida que no esconde las huellas ideológicas de consagración de un **modelo de ser mujer «para ti»** (para el otro).

En este sentido, advertimos que los temas que despliega esta textualidad confirman la configuración de este modelo de mujer contenida en el campo del hogar, la familia, los hijos, con cierta cuota de religiosidad cristiana, ligada a la moral y la buenas costumbres.

Al mismo tiempo, la austeridad de la diagramación converge con ciertos estilemas de tradicionalidad vinculados al principio de autoridad, es decir, a las vidas ejemplares, los modelos a seguir, los consejos de los mejores.

Por otro lado, EM. trabaja su galaxia estilística con un lenguaje audaz, que recalca en un tratamiento de complicidad con el otro -entiéndase lectora- y le permite hablar «de igual a igual de las mismas cosas». Parte del supuesto que hay una temática compartida por un grupo que como tal se reconoce en el discurso.

Estas características, sumadas a la explicitación constante de los supuestos acerca del **modelo de ser mujer Emanuelle**, le dan la impronta de un manifiesto de vanguardia y que, como todo lo nuevo, no sólo contesta a lo consolidado sino que a su vez explicita en qué consiste la novedad.

Para ello, se vale del juego paródico y del humor, mecanismos contestatarios y de ruptura por excelencia, con lo solemne, lo «acartonado», rutinario y gris del sentido

común. EM. participa de la modernidad desde la materialidad gráfica del signifiante, ya que la materialidad gráfica está totalmente jerarquizada (papel, impresión, fotos, diagramación, etc.).

Asimismo, la relevancia de cierta temática en desmedro de lo doméstico conforma un conglomerado que podemos caracterizar de «mundano», en contraste con lo «culinario», y que va configurando un modelo de ser mujer con otros proyectos de vida, otros desempeños profesionales.

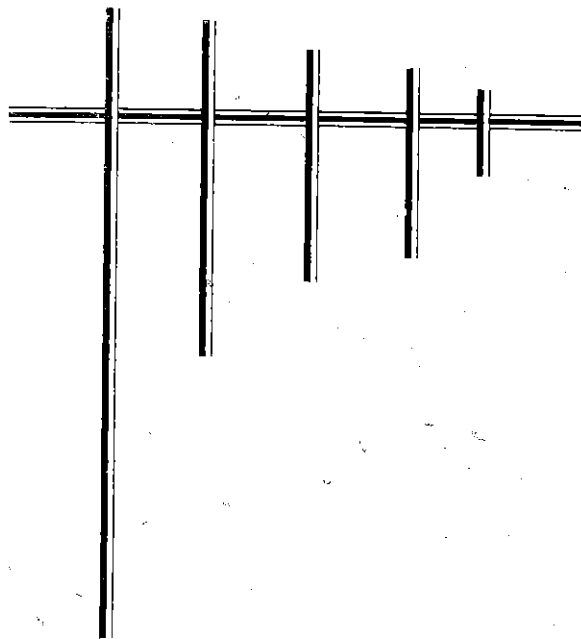
De modo que entre la continuidad y la ruptura de esta materialidad discursiva, se suceden las distintas propuestas -recetas- que interpretan este complejo y heterogéneo OBJETO MUJER.

PARA TI y EMANUELLE explican dos modelos de SER MUJER que a su vez emergen del entramado social, de algo conocido y existente, la primera revista, como «tradición» consolida el SER MUJER delimitado por roles y funciones que no se cuestionan porque son «naturales». Lo cotidiano es natural a la condición femenina, por lo tanto el discurso trabaja con lo obvio, con el sentido común y con los estereotipos.

EM. como «vanguardia» cuestiona, discute, contesta y parodia al discurso del poder, pero en última instancia, estas transgresiones quedan en la superficie retórica del discurso, no en un contra-discurso feminista a ultranza. En este sentido, pensamos que fundamentalmente le contesta al modelo de Ser P.T., con desparpajo y humor, que a lo sumo irrita o incomoda pero que en el fondo no conmueve las grandes motivaciones que sustentan la ideología de la dominación masculina, o en otros términos, la ideología patriarcal. P.T., afianza, refuerza y propaga acabadamente los lineamientos principales de esta ideología.

De todos modos, «vanguardia» y «tradición» manipulan recetas que se esfuerzan

por construir un PARECER femenino que responde a un modelo de SER, no esencialista sino semiótico, es decir, atravesado por el papel mediador de los signos, PARECER es SER y como constructos semióticos operan en el campo de los signos, o en la interacción social. Tanto EM. como P.T. dicen: «soy un lenguaje, una ropa, un peinado, un cuerpo, un modelo... en la medida en que puedo ser interpretado».



NOTAS

(1) A pesar de esta categorización, es interesante destacar que existe una abundante producción literaria argentina relacionada con estos 'géneros menores', en la que se destacan figuras como: Victoria Ocampo, Nora Lange, Manuela Gorriti, Silvina Bullrich y otras.

(2) Cita y conceptualización extraída de Herman Parret, «Los argumentos del seductor», Fonds National Belga de la RECHERCHE SCIENTIFIQUE (Univ. de Lovaina y Amberes).

(3) Con respecto a este tema EM. cuenta con una sección fija denominada «EL HOMBRE OBJETO», en la que apela -por medio de una entrevista- a una serie de exhibiciones masculinas de personajes disímiles (actores, deportistas, camioneros), pero, como afirma: «buenos para mirar, oler, tocar y consumir...porque, ¿quién dijo que las mujeres sólo podemos mirar vidrieras?...»

(4) Si nos detenemos en los suplementos «femeninos» de diarios o revistas dominicales, veremos que esta perspectiva temática no hace más que reafirmar el estereotipo: moda, cocina, consejos útiles y algo de actualidad. En síntesis, refuerzan una imagen anclada en la tradición.

(5) En esta concepción de SABER adherimos a la definición foucaultiana del mismo como: «...aquello de lo que se puede hablar en una práctica discursiva que así se encuentra especificada: el dominio constituido por los diferentes objetos que adquirirán o no estatuto científico». (Foucault; 1979:306.

BIBLIOGRAFIA

a) CORPUS:

Revista PARA TI: N°s:

3314-3349-3361-3364-/1.986.

3373-3375-3377-3378-3380-3382-3383-3384-3386-3390-3393-3409-3415-/1.987.

3436-3448-3450-3459-3469-/1.988.

Editorial Atlántida S.A. Buenos Aires.

Revista EMÁNUELLE N°s:

5-6-7-8-11-13-14-/1.987.

20-23-27-1.988.

31-32-33-/1.989.

Edit. Editores Asociados S.A. Lord Cochrane, Santiago (Chile)-Distribuida en Capital Federal: Distribimarchi S.R.L.(Bs.As.).

b) CONSULTA TEORICA Y METODOLOGICA:

ADORNO, T.W.

1970 «Crítica cultural y Sociedad», Ariel, Barcelona.

ALTAMIRANO-SARLO

1.980 Conceptos de sociología literaria, C.E.A.L. Buenos Aires.

ANGENOT, Marc

1984 La intertextualidad, Intertexto, Autotexto, Intratexto, Ed. Trintexte n°2, Canadá (Trad. de Luis Peschiera, Esc. de Letras, Rosario).

A.A.V.V.

1977 La casa de la ficción, Espiral, Rev. n°7, Fundamentos, Madrid.

A.A.V.V.

1980 Humor, ironía, parodia, Espiral, Madrid, Rev. n°7, Fundamentos Madrid.

A.A.V.V.

1987 El discurso político, Hachette, Buenos Aires.

A.A.V.V.

1989 Mujeres y Escritura, Ed. 'Puro Cuento' S.R.L., Buenos Aires.

BAJTIN, M.

1982 Estética de la creación verbal, México, Siglo XXI)

BARTHES, Roland

1972 Crítica y Verdad, Siglo XXI Editores. Buenos Aires.

BARTHES, Roland

1974 ¿Por dónde empezar?, Barcelona, Tusquets Editor.

BARTHES, Roland

1976 El grado cero de la escritura Siglo XXI, Editores 2da Edición.

BARTHES, Roland

1978 Sistema de la moda, Barcelona, Ed. Gustavo Gilli.

BARTHES, Roland

1978 El plan del texto, Siglo XXI, Editores, Segunda edición en español. Madrid.

BARTHES, Roland

1980 S/Z, Siglo XXI, Editores, 1ra. Edición en español, Madrid.

BARTHES, Roland

1986 Mitologías, México, Siglo XXI

Benveniste, E.

1973 Problemas de lingüística general, Siglo XXI, México.

Benveniste, E.

1977 Problemas de lingüística general, Siglo XXI, México. tomo II.

Bourdieu, Pierre

1971 «Campo intelectual y proyecto creador» en Problemas del estructuralismo, Siglo XXI, México.

Buxo, J.

1978 Antropología de la mujer, Promoción Cultural S.A. Barcelona.

Camblong, A. María

1984 Aspectos semióticos en un espacio de culturas en contacto, Informe N° 2 UNaM, Misiones.

Coria, C.

1989 El sexo oculto del dinero, Grupo Editor Latinoamericano S.R.L. Bs.As.

Del Rey, J.

1976 Cultura y Mensaje, Editor Pablo del Rio, Colección Cuadernos de la Comunicación., Madrid.

Ducrot, O y T. Todorov

1974 Diccionario enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje, Siglo XXI, Bs.As.

Eco, Umberto

1980 Tratado de Semiótica, México, Nueva Imagen,

Eco, Umberto

1981 Lector in fábula, Ed. Luman, Barcelona.

Eco, Umberto

1983 Cómo se hace una tesis, Ed. Gedisa, Barcelona

Enkvist, Nils E, y A.A.V.V.

1976 Lingüística y Estilo, Cátedra, Madrid.

Scarpit, Robert

1972 El humor, Edit. Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA), 2º edic.

Foucault, Michel

1979 Arqueología del saber, siglo XXI, México.

Foucault, Michel

1980 El orden del discurso, Tusquets, Barcelona,

Foucault, Michel

1983 El discurso del poder, Folios, Bs.As.

García Canclini, N.

1986 Ideología y Cultura, Imprenta Facultad Filosofía y Letras, UBA. Bs.As.

Garroni, E.

1975 Proyecto de semiótica, Ed. Gilli. Barcelona.

Greimas, A.J.

1982 Semiótica, Gredos, Madrid.

Ipola, E.

1983 Ideología y discurso populista, Ediciones Folios, Bs.As.

Jakobson, R.

1975 Ensayo de lingüística general, Seix Barral, Barcelona.

Kristeva, J.

1978 Semiótica I y II, Espiral, Madrid.

Lyotard, Jean

1985 La condición pos-moderna, Ed. Cátedra, Madrid.

Lotman, Juri y Uspenski, B.

1979 Semiótica de la cultura, Ed. Cátedra, Madrid.

