

LA REPRESENTACIÓN DE LA VIOLENCIA SIMBÓLICA EJERCIDA SOBRE EL HOMBRE Y LA MUJER, EN LAS PÁGINAS *SOMEECARDS EN ESPAÑOL Y TARJETAS SARCÁSTICAS DE FACEBOOK*, DURANTE MAYO Y JUNIO DEL 2014

Luisa María Hincapié Adarme, Estefanía Molina Giraldo,
Valentina Ramírez Ríos, Katerine Vargas Mejía*.

Resumen:

Esta investigación se llevó a cabo con el fin de responder cómo en las páginas *SomeeCards en Español y Tarjetas sarcásticas* de la red social Facebook, se ejerce la violencia simbólica en hombres y mujeres. El grupo de investigadoras, conformado por estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales y asesorado por la docente Adriana Ángel Botero, del mismo centro educativo, optó por utilizar una metodología cualitativa.

En esta investigación de enfoque comunicativo perteneciente a la rama de las Ciencias Sociales, se analizó el texto y las imágenes de las publicaciones de las páginas escogidas con el fin de reconocer la violencia simbólica implícita en ellas.

La investigación se basó en los planteamientos estructuralistas de Pierre Bourdieu y se seleccionaron como categorías de análisis los conceptos violencia simbólica, capital simbólico, discurso y estereotipos como guía en el análisis de imágenes expuestas en las páginas.

Palabras clave: Violencia simbólica, redes sociales, Pierre Bourdieu, *Someecards*, *Tarjetas sarcásticas*, *Facebook*, machismo, feminismo, equidad de género.

*Luisa María Hincapié Adarme (luisadarme@hotmail.com), Estefanía Molina Giraldo (estefamolgi1024@hotmail.com), Valentina Ramírez Ríos (valenrac3@gmail.com), Katerine Vargas Mejía (katerinevargasm@hotmail.com). Docente acompañante de la investigación: Adriana Ángel Botero (aangel@umanizales.edu.co).

las publicaciones de las páginas de Facebook *SomeeCards en Español* y *Tarjetas sarcásticas*.

Antecedentes

A continuación se expondrán algunas investigaciones que se han realizado alrededor del mundo, que se asemejan al problema de este proyecto y le dan al grupo investigativo una idea de las diferentes metodologías que se pueden utilizar para analizar los datos.

Se indagó en la biblioteca virtual de la Universidad de Manizales, la cual tiene convenios con una gran cantidad de bases de datos enfocadas a diferentes profesiones o temas. En este caso las bases donde se rastreó fueron Ebsco, Cepal, Fuente Académica y Dialnet. Sin embargo, en la base que más se encontró información fue en Ebsco.

El grupo de investigación buscó los trabajos teniendo en cuenta las palabras claves de las categorías de análisis de la investigación, como violencia simbólica, análisis de imagen, análisis de discurso, representación

de género en Internet y medios masivos de difusión. Se escogieron, al final, trece investigaciones en total, siguiendo criterios como compartir las palabras clave, semejanza en temas por tratar, marco teórico e instrumentos utilizados.

El primer paso para organizar la información encontrada fue elaborar una tabla en donde se recopilaran todos los antecedentes, para posteriormente analizar la tendencia y el balance general, cuáles fueron las metodologías más usadas para esta clase de proyecto, el corte, el paradigma, las teorías y los resultados.

Así, se descubrió que todas las investigaciones, desde el corte, el paradigma y el nivel investigativo, concuerdan. Corte cualitativo, paradigma interpretativo, nivel explicativo y tipo transversal, fueron las características que se repitieron en cada uno de los proyectos recogidos.

En cuanto a marco teórico, tres de los trabajos encontrados, que obedecen a la primera categoría de investigación, concuerdan con tomar de base la teoría estructuralista de Pierre Bourdieu y su explicación sobre los roles que deben aceptar los hombres y las mujeres a causa de las construcciones históricas y sociales de diferentes culturas y cómo estos roles se refuerzan sin que los involucrados se den cuenta. Paulina Salinas y Claudia Lagos (2014) con su investigación “Género, discurso crítico y violencia simbólica: un trinomio epistemológico en



la prensa chilena entre 2006-2011”, parten de la teoría de dominación masculina del sociólogo, al igual que Alfredo Dillon (2011) y su informe “Las representaciones de lo masculino en dos revistas femeninas argentinas” y Selene Álvarez-Larrauri y Leonardo Macellari (2009) y su investigación “Bio-intersubjetividad, violencia simbólica y campo familiar”.

Por otro lado, Daniel Sandoval (2013) con su trabajo “El Estado democrático de derecho en términos de dominación: la justicia constitucional y la violencia simbólica” y de nuevo Salinas y Lagos, comparten la teoría de Foucault como complemento en sus análisis de instrumentos recolectados. Las demás investigaciones utilizaron otros autores que no tienen una teoría establecida, pero parten de otros estudios que se han realizado antes y que tienen relación con el tema principal.

En cuanto a la técnica utilizada por los diferentes autores, nueve de las trece investigaciones recogidas tomaron análisis de discurso y análisis de contenido como las técnicas de investigación más válidas para obtener resultados, Álvarez y Macellari (2009), Leonardo Carabajal y Federico Fernández (2010) y su investigación “Violencia y poder”, Sandoval (2013) y su análisis “El Estado democrático de derecho en términos de dominación: la justicia constitucional y la violencia simbólica”; al igual que Dillon ya mencionado y Rosa Franquet, Virginia Luzón y Natividad Ra-



majo (2006) con su investigación “La información en los principales medios de comunicación on-line. Estudiar la representación de género”, utilizaron la técnica de análisis de discurso, al detallar las características de sus instrumentos de estudio y analizarlas con base en las teorías respectivas.

Así mismo Belén Zurbano e Irene Liberia (2014) con su investigación “Revisión teórico-conceptual de la violencia de género y de su representación

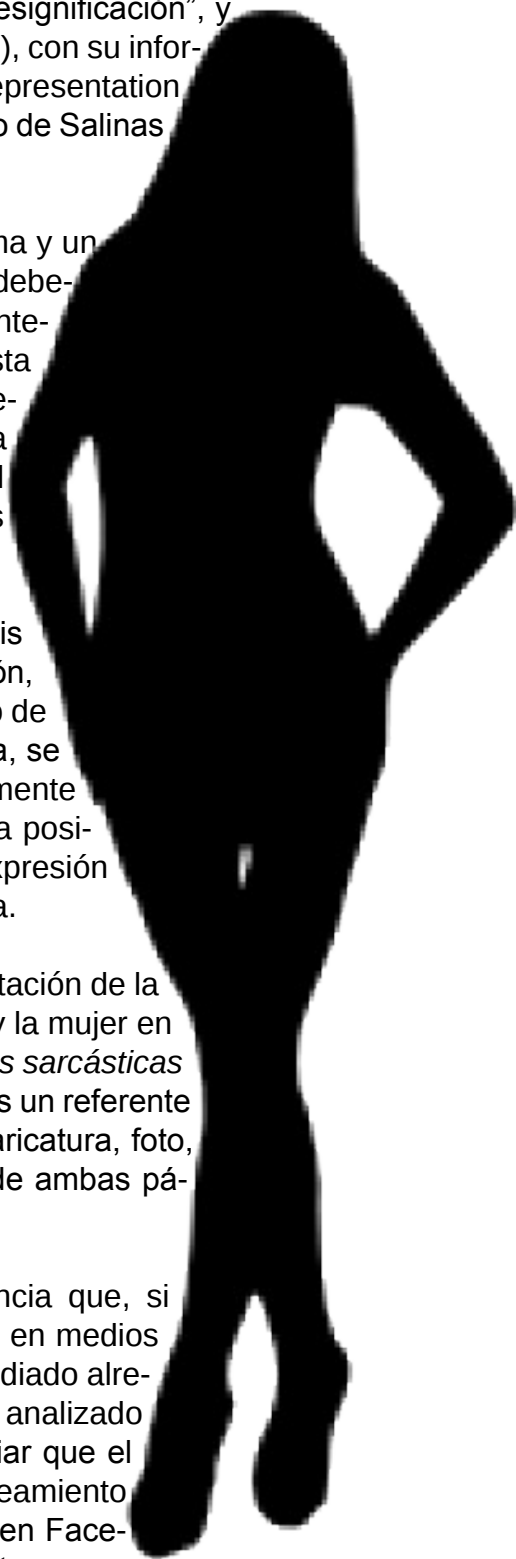
en el discurso mediático. Una propuesta de resignificación”, y I. Tortajada, N. Araña and I.J. Martínez (2013), con su informe “Advertising Stereotypes and Gender Representation in Social Networking Sites”, y, además, el texto de Salinas mencionado anteriormente.

Esto da al grupo de investigación un panorama y un acercamiento a las técnicas que el proyecto debería realizar. En los artículos mencionados anteriormente, se evidencia que es importante esta técnica de investigación cuando lo que se pretende es demostrar si hay violencia simbólica y desde qué emisor es transmitida, a través del discurso que plantea cada una de las tarjetas encontradas.

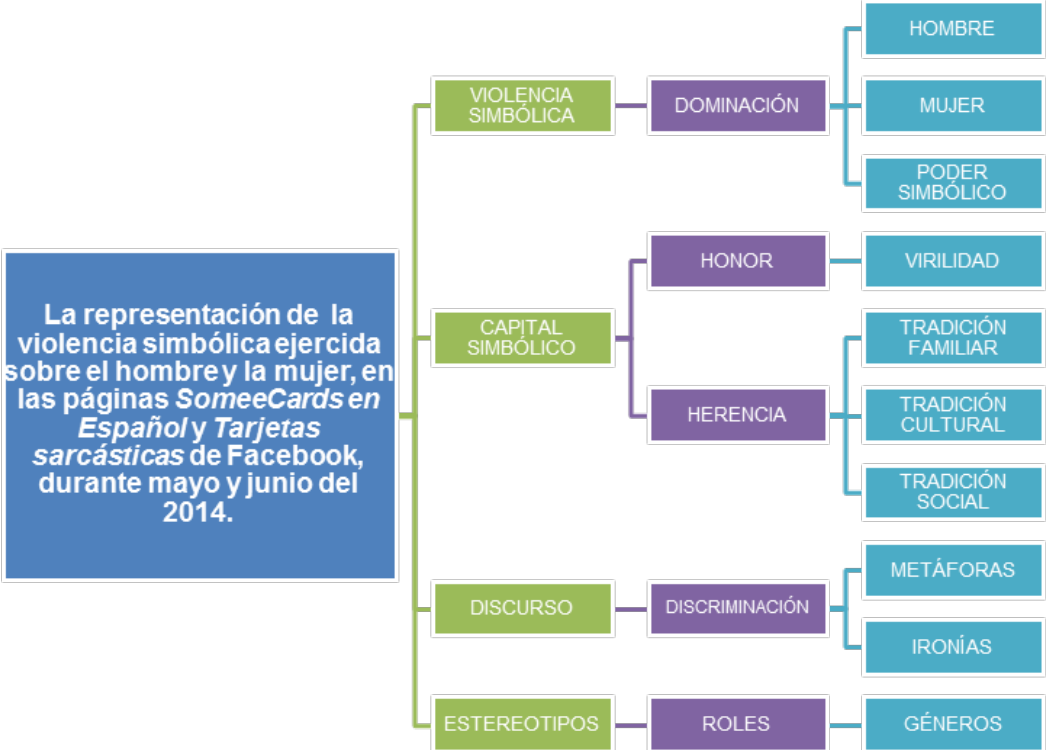
Por otro lado, también se destaca el análisis en el contenido de imágenes. En esta ocasión, las fotografías se convierten en el instrumento de análisis. Por ejemplo, en las revistas de moda, se estudia cada fotografía de ediciones previamente escogidas y se presta especial atención en la posición de los brazos, las manos y las piernas, expresión facial, elección de la modelo, vestido, etcétera.

Para la investigación en desarrollo “Representación de la violencia simbólica ejercida sobre el hombre y la mujer en las páginas *Someecards en Español* y *Tarjetas sarcásticas de Facebook*”, la anterior técnica de análisis es un referente clave para lograr interpretar las imágenes (caricatura, foto, dibujo, silueta) encontradas en cada tarjeta de ambas páginas.

La construcción de los antecedentes evidencia que, si bien la representación de hombres y mujeres en medios de difusión, sobre todo en Internet, se ha estudiado alrededor del mundo, no es un tema que se haya analizado gran cantidad de veces. Además de evidenciar que el tema central de esta investigación es un planteamiento nuevo; el análisis de las imágenes y tarjetas en Facebook y la violencia simbólica afirmada en estas no se ha realizado.



Referente Teórico



Violencia Simbólica

Las actividades sociales están basadas en una división de roles que parte de la biología misma del ser humano. Estos roles están constituidos en cada género de acuerdo a unas percepciones de pensamiento y acción constituidas de generación en generación a lo largo de la historia. Debido a la reproducción de lo que se supone debe pensar o hacer cada persona de acuerdo a su sexo, se ha ido imponiendo un esquema de dominación del hombre sobre la mujer. Este es violento simbólicamente no solo para las mujeres, sino para los hombres, pues los dos géneros se vuelven víctimas de la violencia simbólica al aceptar esta relación de dominio, ya

sea en el papel de dominadores o dominadas.

“Se deduce de ahí que sus actos de conocimiento son, por la misma razón, unos actos de reconocimiento práctico, de adhesión *dóxica*, creencia que no tiene que pensarse ni afirmarse como tal y que crea de algún modo la violencia simbólica” (Bourdieu, 2000, p. 49). Por otra parte, las personas que empiezan a adquirir consciencia de esta dominación y quieren cambiar los esquemas de acuerdo con sus acciones son ridiculizadas por el resto de la sociedad, reproduciéndose de igual forma la violencia simbólica. Con esto, se pueden tomar como ejemplos las burlas que reciben los hombres “femeninos” o que realizan

“labores de mujeres” tales como la peluquería o la limpieza de la casa, por el resto de sus compañeros y las miradas acusatorias hacia una mujer mecánica o taxista.

Dominación

En su libro *La dominación masculina* (2000), Bourdieu trató la dominación como un fenómeno naturalizado a través del tiempo, reproducido por medio de los hábitos sexuales a partir de una visión biológica del sexo masculino-femenino y a través de la reproducción de discursos de instituciones tales como la familia, el Estado, la iglesia y la escuela.

Bourdieu explicó que las diferencias visibles entre los órganos sexuales de ambos géneros son una construcción social que tiene su origen en los principios de la división de la razón androcéntrica, fundada a su vez en la división de lo estatus sociales, lo cual esclarece y establece la dominación de los hombres sobre las mujeres, siendo ambos géneros víctimas de esta relación de poder al asimilarla inconscientemente e involuntariamente, haciendo casi imposible salir o cambiar las relaciones establecidas de dominadores y dominadas.

Según Bourdieu, la dominación simbólica se produce a través de los esquemas de percepción, apreciación y acción que constituyen las costumbres y, así se adquiere consciencia sobre esto, dicho fenómeno se sigue repro-

duciendo de generación en generación.



Hombre

En primer lugar, Bourdieu presentó al hombre como un agente activo de carácter dominante, reafirmado no solo por agentes como la iglesia y el Estado, sino por la educación y el lenguaje. Por otro lado, aclaró que al pene, siendo un órgano externo y de erecciones, se le relaciona con las funciones públicas que tiene el hombre y la importancia que este le da a elevar su estatus; contrario a lo que pasa con una mujer, cuyo órgano reproductor es interno igual que las funciones que le han sido asignadas, en su mayoría practicadas en la intimidad de una casa. También la masa muscular y la fuerza afectan los trabajos destinados a cada género y la estética corporal que ha ido conectada a unos estereotipos tales como músculos grandes en los hombres o curvas y vientre plano en las mujeres.

Mujer

Bourdieu analizó la mujer como un agente pasivo y en condición de domi-



nada, conducta reproducida a través de los tiempos por los diferentes estamentos (Estado-familia-iglesia) y por la educación, así como por medio de la publicidad, la cual ejerce una violencia y dominación simbólica al utilizar su imagen o al tomarla como un objeto sexual para la vista masculina. De esta forma, es reducida a un ser para el servicio del hombre. Sin embargo, el autor también trató los cambios que se han dado en la posición de mujer como dominada, debido a los movimientos feministas que han surgido y a los cambios en las estructuras sociales, tales como el acceso a la educación universitaria, los derechos civiles y políticos de las mujeres, el aumento del índice de divorcios y el acceso a los cargos ejecutivos para las mujeres.

Para finalizar, se aclara que, aún con todos estos avances, la dominación y la violencia sobre la mujer siguen latentes en las instituciones familiares y desde el Estado. Lo anterior se refleja en un bajo porcentaje de mujeres que ocupan cargos políticos, en las tareas del hogar destinadas a la mujer y que, por cierto, no son remuneradas, en la imagen que vende la publicidad, en los estereotipos estéticos que ejercen presión sobre las mujeres y en cargos como el de secretaria que están destinados a la colaboración de un jefe, debido a que es difícil que una mujer ocupe un puesto donde sea ella quien tome las decisiones.

Poder simbólico

La comunicación se convierte en el espacio en el que se teje la relación de poder y una posibilidad de dominación, donde lo simbólico se presenta como la cuantía de la producción de fuerza concentrada en símbolos para hacer eficiente su poder efectivo (Gallegos, Gómez, Imaz y Paredes, 2005) a través de agentes (personas o instituciones) reconocidos por sus capitales (cultural, simbólico o económico) o por su posición en la sociedad para imponer la definición del mundo social conforme a sus ideales e intereses del campo de producción.

Ante una realidad social que no es solamente un conjunto

de relaciones de fuerza entre agentes sociales, sino también un conjunto de relaciones de sentido, se constituye una dimensión simbólica del orden social. Los medios de comunicación están cargados de significación y su lenguaje se transforma en la fuerza para representar una autoridad, la manifiesta y la simboliza. Por eso, el poder simbólico que ejercen estos medios puede “hacer ver y creer a la audiencia que está de acuerdo con la visión, el actuar y con la totalidad del mundo, representado en las creencias que se depositan en la legitimidad de lo que se expresa” (Gallegos, Gómez, Imaz, y Paredes, 2005, p. 54).

Así, Bourdieu definió el poder simbólico como “un poder de construcción de la realidad que tiende a establecer un orden gnoseológico: el sentido inmediato del mundo” (2000, p. 67), que es ejercido por el dominador cuando el dominado no lo reconoce. “Los símbolos son los instrumentos por excelencia de la integración social, en cuanto instrumentos de conocimiento y de comunicación que hacen posible el consenso sobre el sentido del mundo social y, por ende, de la reproducción del orden social” (Bourdieu, 2003). El autor consideró que para esto los dominados se apoyan en las producciones simbólicas que se convierten en instrumentos de dominación, bajo los intereses de la clase dominante de la sociedad.

En este sentido,

para Neveu (2007), la materialización de este poder permite obtener el equivalente de lo que se obtiene por la fuerza física o económica, pero depende de su reconocimiento entre los agentes involucrados, los que lo ejercen y los que lo sufren. Como resultado, se explica que el Estado mismo puede disponer de los medios para imponer e inculcar los principios duraderos de división conformes a su propia estructura, como una especie de poder creador y casi divino para construir una realidad (Bourdieu, 2000). (Bohórquez, 2012)

En la frente, por que
me la acabas de
Mamar...



Capital simbólico

Pierre Bourdieu (2000) planteó que la construcción histórica ha establecido roles, credos y ha promovido una jerarquía social en la que el hombre está a la cabeza. Este orden social, casi invisible, se basa en la ideología

del poder simbólico, en el mercado matrimonial y en la diferenciación de los sexos que se basa en agentes dominantes/dominados, es decir, un agente activo y reconocido que tiene credibilidad en la jerarquía/agente pasivo y silenciado que confía en la palabra del primero.

El capital simbólico es un comportamiento que se ha llevado a cabo por generaciones y se apoya, para Bourdieu, en el principio de inferioridad de la mujer (2000). El ser femenino se convierte en un objeto, en este caso, para las estrategias de fecundidad y descendencia. En esta jerarquía se vuelve prioridad la reproducción, y la mujer se convierte en un espacio de soporte y no como un agente. El mercado matrimonial, como afirma Anne-Marie Dardigna, citada por Bourdieu, “hace del cuerpo femenino un objeto evaluable e intercambiable, que circula entre los hombres de igual manera que una moneda” (2000, p. 60).

Con base en lo que propuso el autor, se puede deducir que esta oferta empieza en la familia. Los padres se preocupan porque su apellido no sea olvidado en la siguiente generación y porque sus hijas sean bien evaluadas por la familia que la recibirá. En

esta primera fase, una buena educación y una buena reputación son esenciales para que sea escogida por una familia decente y así su apellido también sea bien visto. La madre se ocupa de inculcar en las hijas la buena postura, la gracia de sonreír y de callar, la importancia de la virtud y la preocupación por la etiqueta y el cuidado de los futuros hijos. Si la hija cumple con todas estas características, será grande la demanda. La mujer se ve obligada a cuidar su reputación y su virtud, ya que para el hombre la mercancía debe mantenerse a salvo de la ofensa y de la sospecha.

El matrimonio, la institución por excelencia, es un medio para escoger el soporte de la futura generación de la familia. El hombre y sus padres empiezan a observar con detalle cuál es la oferta. Una chica agraciada, bien educada, fértil y cercana a su estatus social, será la elegida. En esta fase, padre y madre del futuro comprometido analizan la familia de la cual proviene la futura nuera; según el origen de sus miembros se puede suponer la educación y la reputación de la mujer.

El hombre, entre sus amistades, también supone la reputación de la mujer. Es importante que





el producto esté en buen estado, de esto depende su buen nombre y su imagen frente a la sociedad. Es probable que en su juventud haya experimentado con mujeres opuestas a las que sus padres buscan para él, pero está consciente de que para formar una familia la portadora de sus futuros hijos debe ser de la mejor calidad.

Por último, el hombre negocia con el futuro suegro y pide la mano de la hija. Este ritual, llevado a cabo desde hace mucho tiempo, se asemeja a la actividad de una plaza de mercado. Aunque en años pasados era más común y evidente, hoy por hoy se sigue manifestando. Como en una pequeña empresa que está formándose, el dueño busca los mejores materiales

para vender un buen producto, puede probar con varios proveedores, pero solo se quedará con el que le brinde la mejor calidad, pues este le proporcionará una buena imagen. Sin embargo, lo más importante para el dueño es transmitir lo que le han enseñado, mantener su honor y acumular capital simbólico, que en el caso del mercado matrimonial se basa en su imagen frente a la sociedad.

Una relación del género femenino como producto alejado de sospechas y peligros, hace alianzas dirigidas a crear un capital social. Los beneficiados de esta cooperación dan, en retribución, capital simbólico. Por ejemplo, muchas veces la unión formal de dos personas genera un convenio entre familias y como resultado ambas reciben beneficios.

El mercado de los bienes simbólicos no solo es una actividad técnico-ritual necesaria para continuar con la tradición familiar, social y cultural; también contribuye al honor del hombre. El ser masculino obligado también a mostrar un comportamiento específico, necesita cuidar su imagen ante su familia y ante su entorno. Después de cierta edad, la razón del hombre es formar una familia, cerciorarse de que su apellido trascienda.

Honor

La reputación masculina se basa en el valor simbólico de las mujeres disponibles. El carácter simbólico de una mujer que defienda los preceptos de un buen hombre debe tener características como: la castidad, la virtud y, en general, conceptos que mantengan su imagen como persona digna de contraer un compromiso con el personaje del otro género.

En la búsqueda de mantener estas características que determinan una buena mujer, integrantes del núcleo familiar como el padre y los hermanos ejercen vigilancia sobre ella, evitando que esta pierda su valor. La reputación de la mujer no solo contribuye al honor del futuro esposo, también es necesaria para el honor de la familia.

El honor del hombre se basa en el intercambio. Mientras más capital simbólico posea, estará en un cargo más elevado y recibirá, al mismo tiempo, más retribuciones.

El capital social y el capital simbólico atribuye a los hombres el monopolio de todas las actividades oficiales, públicas, de representación y en especial de todos los intercambios de honor, intercambio de palabras, de regalos, de mujeres, de desafíos y de muerte. (Bourdieu, 2000, p. 64)

El capital simbólico es tan importante para el honor y la reputación masculina, que define el trabajo en el que el hombre va a ejercer. El cargo y el

campo en el que él esté aumenta o disminuye su rol frente a su familia y su entorno.



Virilidad

Según Bourdieu, “la virilidad está entendida como capacidad reproductora, sexual y social, pero también como aptitud para el combate y para el ejercicio de la violencia, en la venganza sobre todo” (2000, p. 68). Agrega que el hombre debe mostrarse a la altura de la posibilidad que se le ofrece para incrementar su honor buscando la gloria y la distinción en la esfera pública, alejándose de las actividades tradicionalmente femeninas y preparándose para los deportes de competición, en los cuales son



evidentes los signos de la masculinidad, pues esta virilidad es confirmada “por otros hombres en su verdad como violencia actual y potencial, y certificada por el reconocimiento de la pertenencia al grupo de *los hombres auténticos*” (Bourdieu, 2000, p. 70).

Los hombres, para Pierre Bourdieu, también son presos al estar obligados a mostrarse siempre como los seres dominantes. Esta característica los obliga a mostrar comportamientos establecidos. La manera especial de comportarse, de mover el cuerpo, de mantener la cabeza, una actitud, un paso, gobiernan al hombre honorable. Este debe poner toda su atención en que sus acciones sean en pro de su reputación. En ese orden de ideas, para el autor, cualquier cambio en su comportamiento puede alterar su imagen y poner en duda su honorabilidad, como mostrarse sereno ante actividades que le cuesta esfuerzo realizar, para demostrar siempre su superioridad y destacarse como un ser racional que prioriza el pensamiento lógico ante los sentimientos. El orden social lo obliga a mostrar estos comportamientos como actos naturales, sin ningún rastro de duda, escogerlos como su destino.

Herencia

Con base en la propuesta de Bourdieu, se concluye que el mercado matrimonial también se basa en la herencia. Es la posibilidad de transmitir todo lo que padres y abuelos han legado durante generaciones, además de transferir todas las riquezas que estos poseen. Cuando una niña nace, son menos las posibilidades de mantener el apellido a lo largo de la historia, lo que se vuelve la razón de ser de la tradición familiar.

La familia es la guardiana principal

del capital simbólico, pues no es solo el capital del hombre sino de toda una tradición. Según Robert Nye, citado en Bourdieu, las familias burguesas “no han cesado de invertir en las estrategias de reproducción, matrimoniales especialmente, que tienden a conservar o aumentar su capital simbólico” (2000, p. 120).

Tradición Familiar

La tradición contribuye a que las familias se preocupen por mantener su estatus social y la liquidación de su linaje (Bourdieu, 2000). Como se había mencionado, conservar el apellido a lo largo de las generaciones, es el objetivo principal de las familias. Es el seno familiar el que protege la herencia ya obtenida años atrás. Por otra parte, cuando un hombre conforma una familia, su mujer debe estar libre de prejuicios y de ofensas con el fin de mantener el honor de su capital simbólico.

Tradición Cultural

En la jerarquización social, según Pierre Bourdieu, la construcción propiamente histórica se encarga de separar al muchacho del universo femenino. La debilidad, asociada a las mujeres, es el mayor temor para la masculinidad, pues esta es la nobleza que le garantiza un estatus en la esfera social y por lo tanto aumentar su honor y el capital simbólico que le ha sido heredado.

La tradición cultural es la causa de que el hombre sea preso de su rol de agente dominante, como lo señala Bourdieu:

El privilegio masculino no deja de ser una trampa y encuentra su contrapartida en la tensión y la contención permanentes, a veces llevadas al absurdo, que impone en cada hombre el deber de afirmar en cualquier circunstancia su virilidad. (2000, p. 68)

Gracias a esto se puede deducir que la tradición rige y prolonga los comportamientos y las necesidades de conservar el orden antropológico del sistema social.

Tradición Social

La construcción social de los cuerpos, es decir, la asignación de los roles basada en la diferenciación de los sexos, es la que determina la tradición social. Con base al análisis de Bourdieu en su libro *La dominación masculina*, se llegó a la conclusión de que, aunque la construcción histórica no es involuntaria, se vuelve instintiva y casi invisible. Los papeles que

Tener el abdomen marcado por estar flaco es como tener grandes senos por estar gorda.





deben asumir el hombre y la mujer, agentes activo pasivo respectivamente, se transforman en esa tradición que se transmite de generación en generación para que la jerarquización social permanezca.

Discurso

De acuerdo con los conceptos de violencia simbólica, dominación, capital simbólico y tradiciones abarcados por Bordieu, el discurso hace parte fundamental de este fenómeno porque el "poder y saber se articulan por cierto en el discurso. Y por esa misma razón, es preciso concebir el discurso como una serie de fragmentos discontinuos cuya función táctica no es uniforme ni estable" (Foucault, 1978). Con esta idea, se tiene la respuesta al hacer el análisis del discurso de los

medios de comunicación y la publicidad mediante el uso del lenguaje, figuras retóricas o, como lo denomina Bordieu, con el mercado lingüístico, pues con esto se ejercen formas de dominación que poseen una lógica específica que en este caso aportan a la discriminación de géneros.

El lenguaje representa la realidad a través de procesos de comunicación e interacciones sociales, lo que lleva a crear e identificar diferentes discursos.

El discurso circulante es una suma empírica de enunciados con un propósito de definición sobre qué son los seres, las acciones, los acontecimientos, sus características, comportamientos y los juicios vinculados a ellos. (Charaudeau, 2003, citado en Lara, 2009, p.106)

De acuerdo a los diferentes conceptos, se tuvo el interés de analizar como categoría de análisis la representación del discurso, con sus especificaciones y la discriminación de géneros a partir de metáforas e ironías en la violencia simbólica ejercida sobre el hombre y la mujer a través de las páginas *SomeeCards en Español* y *Tarjetas sarcásticas de Facebook*, durante mayo y junio del 2014.

Discriminación de géneros

La discriminación de géneros y la violencia simbólica ejercida entre hombres y mujeres en las redes sociales, se hace evidente en los discursos. Sandra Chaheer (2011) explica que también se le denomina con el concepto de “violencia mediática” y se hace a partir de la invisibilización, estereotipación y maltrato.

De acuerdo con el concepto de violencia simbólica planteada por Bordieu, (citado en Chaheer, 2011):

La violencia simbólica es descrita como un tipo de violencia en la que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos, se transmite y reproduce dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad.

El análisis del discurso de las páginas *SomeeCards en Español* y *Tarjetas sarcásticas de Facebook* condujo a determinar cómo persiste la violencia simbólica y la discriminación de gé-

neros, invisible tanto en la red social, como en la sociedad.

Metáforas

Las metáforas, de acuerdo a significados dados por autores como Aristóteles, Ferdinand de Saussure y Paul Ricoeur, son figuras retóricas usadas a diario por medio de la interacción. Específicamente, es una manera de pensar en una cosa en términos de otra distinta. De esta forma hay varios tipos de construcciones metafóricas como objetos susceptibles a dicha transformación. Estas fueron analizadas por ser una las formas más usadas por los medios de comunicación, la publicidad y las personas en los discursos usados en la redes sociales con tal de violentar simbólicamente los géneros, puesto que, según Nietzsche, el lenguaje configura, mas no representa la realidad. En estos casos, como lo explica Le Guern (1980), las metáforas expresan un juicio de valor porque la imagen asociada que introducen provoca una reacción afectiva. Así, la metáfora es un mecanismo que atrapa al sujeto de manera inconsciente convirtiéndolo en un partícipe sentimental de la realidad figurada que se le muestra.



Finalmente, un ejemplo de metáfora aparece en una imagen de la página de *SomeeCards en Español de Facebook* con la siguiente frase: “Tus pantalones dicen aerobics, pero tu in-mundo cuerpo grita Dunkin’ Donuts”.

Ironías

La ironía es una figura literaria que da a entender lo contrario de lo que se dice. Tiene

una estrecha relación con el sarcasmo, al igual que las metáforas. Salinas y Lagos (2014) se refieren a que el uso de estas figuras en el lenguaje desarrolla naturalización del sexismo, el control social y la xenofobia. Esto es lo que se analizó en las páginas de Facebook, puesto que un ejemplo de las ironías en *SomeeCard en Español*

se hace evidente en “Si la vida fuera fácil, no se llamaría vida, se llamaría PUTA”. Otro ejemplo de ironía en la página *Tarjetas Sarcásticas de Face-*

book es: “Ella me dijo gorda analfabeta. Lo de gorda no se lo perdono”.

Estereotipo

Según Fernández (2011), los estereotipos son preconcepciones generalizadas, son ideas, imágenes mentales simplificadas, conjuntos de creencias aceptadas y compartidas culturalmente en la historia, que evalúan y

justifican el actuar general. La función de los estereotipos puede definirse como perceptiva, cognitiva y de categorización, pues pueden crear falsas identidades, pueden hacer que el pensamiento de un individuo organice la información de tal manera que le permita ver el mundo de forma más simple, a partir de las previas selecciones

y categorizaciones que surgen entre las sociedades y se posicionan como un consenso, generalmente implícito (Gamarnik, 2009).



Un estereotipo tiene éxito en la sociedad cuando se convierte en algo natural, a lo que Bourdieu llama “etnocentrismo de clase” (citado en Gamarnik), que es la incorporación natural que tiene el estereotipo en la sociedad, cuando se vuelve parte de la vida cotidiana, cuando su uso no es notorio y mucho menos se cuestiona sobre los juicios de valor que se emiten a partir ellos. Y sobre todo cuando la credibilidad que se le da a un estereotipo, junto a su continuo uso, lo reafirman y reconocen como propio de un colectivo. Según Carlos Bonfil, estereotipar hace parte de la naturaleza humana; la sociedad estereotipa para generalizar, describir y juzgar rápidamente a las personas.

De esta forma, el estereotipo funciona como otro tipo de violencia y dominación simbólica desconocida como tal y de la que generalmente no se percatan quienes la emiten ni quienes la reciben. Según Gamarnik, la dominación simbólica actúa con eficacia y ejerce a través del estereotipo una violencia suave e invisible. En palabras de Bourdieu “de todas las formas de persuasión clandestina, la más implacable es simplemente la ejercida por el orden de las cosas” (citado en Gamarnik, p. 2).

Según Cook (2010), es así como los estereotipos crean prescripciones de las identidades, por ejemplo en el caso de las mujeres. La sociedad espera que tengan cierto tipo de conductas y evalúa su comportamiento como madres y como amas de casa. Asimismo sucede con los hombres, de quienes, se sostiene la idea, deben ser los proveedores del sustento del hogar. Cuando estos papeles se



invierten y una mujer es la encargada de la economía de su familia, mientras el hombre cuida en casa de sus hijos, surge una reprobación social, un rechazo, una crítica negativa o la burla. Es decir, ir a la inversa de los estereotipos es ir hacia el castigo social.



Roles

La división por categorías que se hace a partir de los estereotipos se ve netamente reflejada en la imposición social, en cuanto a la definición de roles por ejercer o papeles sociales que debe representar determinado grupo de individuos. Los roles son lo que Bourdieu llamaría “un poder de violencia simbólica”, pues logran imponer significados y establecerlos como legítimos. Para Fernández Poncela (2011), el rol es el deber ser, el deber actuar y sentir que ha adjudicado la sociedad en consenso. Hablar de roles es referirse a un conjunto de funciones, comportamientos, y conductas que se espera debe cumplir determinado grupo o persona y que afianzan la persistencia de los estereotipos establecidos.

Género

Los papeles sociales establecidos histórica y culturalmente en cuanto a género, han creado ciertas características generadas a partir del sexo de las personas. Si se es hombre o mujer, se deben adoptar algunos comportamientos, desarrollar tareas

y demostrar diferentes valores y actitudes en determinadas situaciones (Fernández, 2011).

A lo que tiene que ver con el hombre se le denomina género masculino y a lo que tiene que ver con la mujer, femenino. Estos dos conceptos establecen las funciones, la valoración, las oportunidades y las relaciones entre hombres y mujeres. Es decir, aunque el sexo es biológico, el género se construye socialmente (Inmujeres, 2004).

Los roles de género, por ser establecidos culturalmente, se aprenden desde el nacimiento y son los primeros estereotipos, generadores de identidad a lo largo de la vida de una persona; pues, si el recién nacido es hombre, su familia tendrá como juguetes, carros, rompecabezas o legos y su habitación será decorada con colores azules. Si por el contrario, es una niña, su habitación estará pintada de rosa y decorada con muñecas y peluches (Inmujeres, 2004). La mujer ha sido reconocida en el rol de ser una sumisa ama de casa, es calificada por lo bien o mal que desempeñe ese trabajo; en otro caso, es vista como objeto sexual y su tarea se convierte en dar placer. El papel del hombre se ha sostenido en el jefe del hogar por ser quien aporta el capital económico.

Tabla 1. Roles establecidos

Hombre: rol productivo	Mujer: rol reproductivo
Independencia social	Dependencia social
Fortaleza	Debilidad
Competencia	Dulzura, comprensión
Razón	Emotividad
Espacio público	Espacio doméstico
Virilidad	

Fuente: Diccionario sobre género y temas conexos.

En cuanto al ámbito laboral, existe una gran diferencia en los roles que desempeñan hombres y mujeres. Son ellos los que tienen tareas en las que se empleen mayor fuerza física, y las mujeres los trabajos que requieran menos fuerza y menos riesgo. Por lo general, el rol que desempeñan las mujeres es de menor carácter que el de los hombres, desde lo emocional, pasando por lo intelectual, hasta lo material. Los medios de comunicación son los principales encargados de afirmarlo (Fernández, 2011).

Metodología

Esta investigación reconoció cómo se representa la violencia simbólica ejercida en el hombre y la mujer en dos páginas de Facebook que contienen tarjetas con imágenes y textos. El paradigma que se usó como base para el análisis fue el interpretativo, se desarrolló con un corte cualitativo mediante un análisis de discurso de las dos páginas de la popular red social a lo largo de una sola unidad de tiempo, es decir, de tipo transversal.

El interés de las investigadoras por el tema de representación de género y la teoría propuesta por Pierre Bourdieu sobre la violencia implícita, fueron el detonante para buscar un medio de difusión importante y reconocido en que se pudieran estudiar los fenómenos mencionados. Las páginas de Facebook *Someecards en Español* y *Tarjetas Sarcásticas* se escogieron para la investigación por su popularidad y por sus publicaciones.

La primera página fue creada el 9 de junio de 2012. Hasta el mes de octubre de 2014 contaba con 767.132 “Me gusta”, además de contar con página web y cuenta en Twitter. Si bien no se especifica quiénes son los creadores o los administradores de la página, Juan Rivera, figura pública, en el tiempo en el que se estudió la *Fanpage* subió constantemente tarjetas. Sin embargo, nunca se comprobó si él fue el creador de la publicación como tal, pues en algunas de estas se era fácil intuir que la creadora había sido una mujer.

Tarjetas Sarcásticas se unió a Facebook el 19 de mayo de 2013, hasta el mes de octubre de 2014 contaba con 2.952 “Me gusta”. Esta página se estudió desde el mes de abril de 2014 y se observó que publicó pocas imágenes entre el mes en el que se inició la búsqueda y el mes de julio. Sin embargo, para el estudio se eligieron imágenes que fueron publicadas en la página durante ese tiempo. En esta *Fanpage* se mantienen anónimos los administradores y creadores. En ninguna de las tarjetas se mencionaba el autor.

El grupo de investigación estuvo pendiente de las publicaciones de ambas páginas entre marzo y junio del año 2014. El primer paso para la recolección fue guardar todas las tarjetas que fueron publicadas en los últimos meses de actividad. En total se recogieron 102 tarjetas. El segundo paso fue llevar a cabo un filtro en el que se escogieron las publicaciones que hacían alusión al tema de género o a características de mujeres y hombres. El tercer paso fue escoger al azar treinta tarjetas de cada página para hacer el análisis correspondiente. Gracias a la búsqueda de antecedentes y al balance general que arrojaron las investigaciones leídas, se daba indicio de la técnica de investigación que se debía utilizar. Así, se acordó que para responder a las preguntas del proyecto y lograr sus objetivos, se debía realizar un análisis de texto y de imagen para encontrar la violencia implícita ejercida sobre el hombre y la mujer en ambas páginas.

La observación detallada nos permitía evidenciar diferentes indicadores en cada una de las tarjetas. La revisión se dividió en dos partes. La primera, de análisis de la imagen, en la que se describió si la imagen era un dibujo, una caricatura, una fotografía o un montaje y qué sexo era el personaje que aparecía en tal imagen, además de observar cuál estereotipo podría sugerir la posición, el plano y los accesorios que acompañaban al protagonista. La segunda parte consistió en el análisis del lenguaje verbal. Se prestó mucha atención a los autores y a los destinatarios implícitos, pues las tarjetas no mencionaban ninguno en particular. Por lo mismo, las investigadoras nos guiamos por el personaje que acompañaba el texto y cómo se utilizaban los artículos en las oraciones. También se observó los estereotipos que se mostraban o se defendían en el texto, tanto para el autor como para el destinatario. Además se analizó a qué género atacaba el contenido de la tarjeta en su totalidad y si lo hacía por medio de metáforas, ironías u otras figuras retóricas.



Cabe agregar que el análisis de las tarjetas fue realizado en conjunto. El grupo completo de investigación se reunió para analizar las imágenes y tuvo colaboración de una persona que participó como observadora de las tarjetas e hizo parte del análisis del corpus. Así, cinco personas se encargaron de completar el instrumento para cada tarjeta, con el fin de obtener un alto grado de objetividad en el análisis.

El formato del instrumento se realizó en un formulario que hace parte de

la herramienta de Google Drive en la que se pueden construir series de preguntas con opciones múltiples de respuestas y compartirlas a través de redes sociales. Se llenó un formato por cada tarjeta; posteriormente, el mismo programa se encargó de arrojar las gráficas y los resultados.

Con la intención de organizar el material que dio el programa, se exportó a Excel la información para realizar la interpretación de resultados de manera ágil y rápida.

Categoría de análisis	Técnicas de recolección de información	Cuerpo de investigación
Violencia simbólica	Análisis del discurso.	<i>Páginas Someecards/ en Español y Tarjetas sarcásticas de Facebook.</i>
Capital simbólico		
Discurso		
Estereotipos		

Categoría de análisis	Técnicas de recolección de información	Cuerpo de investigación
Violencia simbólica	Observación no participante.	<i>Páginas Someecards/ en Español y Tarjetas sarcásticas de Facebook.</i>
Capital simbólico		
Discurso		
Estereotipos		

Interpretación de resultados

A continuación se presentarán los resultados de todos los indicadores que arrojó el cruce de variables:

•**Descripción de la imagen:** En este indicador se buscó clasificar la imagen que acompañaba el texto entre

dibujo, fotografía, montaje y caricatura. En los resultados se encontró que el dibujo es el más utilizado en las tarjetas, pues se repitió cuarenta veces mientras la fotografía quince y el montaje cuatro. La caricatura no tuvo registro y solo una tarjeta no contenía imagen. A lo largo del análisis se pudo evidenciar que los dibujos que usaron las tarjetas se tomaron como



plantillas, pues algunas ilustraciones se encontraron en reiteradas ocasiones sin alterar el contenido. Por el contrario, en las tarjetas que usaron fotografías (caso que solo se encontró en Tarjetas Sarcásticas) la violencia simbólica fue más explícita, pues era más evidente la intención de ridiculizar al protagonista de la foto.

•**Sexo:** En este indicador se hizo referencia al sexo que se identificó en la imagen. Los resultados muestran que la imagen de la mujer es usada en treinta y dos de las sesenta tarjetas analizadas, mientras la imagen del hombre en doce y ambos sexos dieciséis veces.

•**Plano de la imagen:** En este indicador se especificó desde qué plano se encajaban las partes de la imagen. Se clasificó en plano general, plano medio, plano medio americano y primer plano. En este caso, se encontró que el plano general fue más usado, con veintiuna repeticiones y el menos utilizado fue el plano medio americano que se encontró ocho veces.

•**Estereotipos:** En este indicador se hacen evidentes las preconcepciones generalizadas y aceptadas que evalúan y justifican el actuar de géneros. Se obtuvo como resultado que los estereotipos femeninos son utilizados desde la imagen de manera equilibrada, porque los estereotipos de mujer funcional, moderna e intelectual, mujer de cuerpo poco armonioso, mujer histérica y vengativa y mujer frágil y sometida aparecieron entre seis y

siete veces cada uno. El que apareció en más ocasiones fue mujer tradicional y casta en nueve tarjetas. Por otro lado mujer cuerpo perfecto y mujer critica y envidiosa se hallaron tres y cuatro veces respectivamente. Es importante tener en cuenta que los estereotipos de mujer ignorante y mujer lujuriosa no fueron relevantes.

Asimismo, los estereotipos masculinos también mantuvieron un equilibrio con hombre dominante y proveedor económico, hombre viril y hombre intelectual. En menor medida hombre agresivo y violento, hombre imprudente y hombre despreocupado por su presentación personal. Desde este análisis de imagen se evidenció que, aunque se muestre en menor medida al hombre, la posición del personaje y el plano contribuyeron a mostrarlo estereotipado como alguien importante, contrario a lo que pasó con la imagen de mujer.

•**Autor implícito:** Este indicador intentó identificar el sexo al que pertenece el creador de la frase. Se tuvo en cuenta la imagen y los artículos del texto. En veintidós de las tarjetas,

el autor implícito fue la mujer, en diecisiete el hombre, en doce no se logró determinar y en nueve casos el autor fue mixto.

•**Características del autor implícito:**

Este indicador intentó describir cuál era el perfil y la intención del autor. Para ello los clasificó en agresivos, tradicionales y criticones. El primero, con mayor impacto, hizo referencia a las personas que atacaron bruscamente al destinatario haciendo uso de expresiones ofensivas y vulgares. Entre el segundo y el tercero no hubo diferencia, porque se mantuvieron estos perfiles e intenciones.

•**Destinatario implícito:** El presente indicador trató de determinar el sexo al que pertenece la persona a la que va dirigido el mensaje. En este caso el destinatario más distinguido fue la mujer con veintiocho tarjetas, seguido de la clasificación Indeterminado que contó con veintitrés y por último Hombre con nueve.

•**Estereotipos del destinatario implícito:** En este indicador se hace evidente las preconcepciones gene-

Someecards en Español



ralizadas y aceptadas que evalúan y justifican el actuar de géneros, además del perfil del destinatario que evidencia la intención del autor y el contenido del texto. En cuanto a los estereotipos masculinos, se observó que los mensajes van dirigidos en mayor medida al Hombre oportunista con ocho apariciones, seguido de Hombre viril en seis ocasiones. Resultó importante tener en cuenta que ni los estereotipos de Hombre intelectual y Hombre mujeriego aparecieron como destinatarios implícitos.

Por otro lado, el estereotipo femenino al que más se hizo referencia como destinatario fue Mujer de cuerpo poco armonioso en dieciséis tarjetas, seguido por Mujer frágil y sometida y Mujer lujuriosa con ocho y siete veces, respectivamente. No se encontró ninguna tarjeta destinada al estereotipo de Mujer funcional-moderna e intelectual.

•**Violencia Simbólica:** En este indicador se trató de identificar qué sexo era atacado con el mensaje de las tarjetas. Los resultados describieron que la mujer fue la más atacada en treinta y siete ocasiones en comparación al hombre que fue agredido siete veces.

•**Análisis del texto denotativo:** En este indicador se hizo referencia al tipo de mensaje que fue publicado. Así se clasificó en descripción, exclamación, juicio, reclamo, diálogo y burla. Los resultados indicaron que la burla fue la intención más repetida en

Someecards en Español

las tarjetas, contrario a la exclamación que se encontró en menor medida.

•**Análisis del texto connotativo:** En este indicativo se hizo referencia a las figuras retóricas metáfora e ironía que se utilizaron en los textos de las tarjetas. La segunda fue utilizada en mayor medida, sin embargo también se evidenció el uso del sarcasmo y afirmaciones.

•**Herencia que se mantiene:** En este indicativo se prestó atención en las tradiciones que han perpetuado y reproducido los estereotipos y la asignación de roles para cada género. Se clasificaron en tradición familiar, social y cultural. Los resultados expresaron que la tradición que más se sostiene es la social la cual se encontró en cuarenta y una tarjetas y que hace referencia a los estereotipos ya mencionados. Seguido por la tradición cultural, es decir, las asignaciones de roles y labores específicos para cada género, que contó con dieciséis apariciones. La tradición familiar no tuvo mayor protagonismo.

Conclusiones

Pierre Bourdieu asegura que la construcción histórica contribuye a mantener roles y comportamientos aceptados socialmente. Según el sociólogo, la violencia simbólica es una de las técnicas que se usan para mantener los roles vigentes y perpetuar las tradiciones impuestas a través de instituciones como la iglesia, el Estado, la familia y la escuela.

En esta investigación se descubrió, gracias a la exploración de investiga-

En las tarjetas se evidenció que el hombre todavía se muestra como el agente dominante. El análisis de las imágenes que acompañaban los textos de las publicaciones fundamenta esta interpretación, pues los dibujos o fotografías mostraron al hombre con su cuerpo erguido, con traje elegante, con accesorios como micrófonos y parlantes, elementos propios de trabajos públicos, exteriores y que demuestran su poder. Contrario a como se mostró la mujer, quien siempre apareció junto a elementos que



ciones ya realizadas y al análisis del corpus, que la violencia implícita está presente constantemente en los medios de comunicación y en los medios que están expuestos a gran número de usuarios como la Internet.

En este caso, las páginas de Facebook *Sommecards en Español* y *Tarjetas sarcásticas* no son la excepción. Se intenta desde ellas atacar a cualquiera de los géneros o intentar ridiculizar a través de su discurso a quienes de alguna forma quebrantan los estereotipos y roles establecidos.

representaban espacios interiores, como escritorios, mesas, computadores.

Por otra parte, desde el análisis del lenguaje verbal, esta investigación concluyó que en las dos páginas de la red social Facebook, la mujer es el agente dominado, como lo llamaría Bourdieu, pues fue agredida de manera simbólica en mayor cantidad de veces, por medio de ironías, metáforas y burlas directas con respecto a su cuerpo, cuando este transgredía las representaciones socialmente

construidas en los estereotipos. Las ironías encontradas en estas tarjetas también hacen referencia al estereotipo de mujer tradicional: sumisa y casta, aunque en varias ocasiones fue juzgada por comportamientos que la mostraban como lujuriosa.

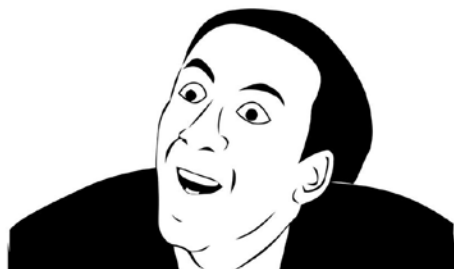
Sin embargo, los principales autores implícitos de estas tarjetas, también son mujeres. Es decir, las féminas burlándose de sus congéneres. Por el contrario, desde el texto, el hombre, que aparece en menor número de publicaciones, es representado como una persona dominante, a quien se le atribuye la participación y la toma de decisiones. Al relacionar esta situación con el sociólogo Pierre Bourdieu y su teoría estructuralista, aparece lo que el autor denomina “la virilidad”, que hace parte del capital simbólico de los hombres, y los obliga a mostrarse siempre en su capacidad reproductora, sexual y social, para poder pertenecer a la esfera pública y por supuesto siempre separado de cualquier manifestación femenina que conlleve a dudar de su honorabilidad como hombre, o de su auténtica masculinidad. En algunas ocasiones en las tarjetas se evidenciaron intentos de ridiculizar hombres con actitudes femeninas como mirarse mucho al espejo o tomarse fotos frente al espejo.

En las pocas situaciones en que los mensajes de las tarjetas ironizaban o burlaban la figura del hombre, lo hacían en referencia a su capacidad sexual, cuando esta no satisfacía, lo que

deja entrever, que sigue perpetuándose la idea del hombre dominante, masculino y proveedor económico y sexual que cuando intenta salirse de este rol socialmente adquirido, es juzgado.

En el análisis se prestó mucha atención a las tradiciones que se manifestaban en las imágenes. Los resultados dejaron ver que la tradición familiar, que se preocupa por custodiar el apellido y perdurar en el tiempo apoyando el matrimonio, no fue mencionado. Sin embargo la tradición social, en donde se crean y se defienden los estereotipos, sí estuvo presente en el contenido de las tarjetas, pues en la mayoría de las imágenes se ridiculizó a personas que no encajaban en estos como mujeres que no pertenecían al estereotipo de belleza o a hombres no varoniles, como ya se había mencionado. La tradición cultural, que se preocupa por la asignación de roles y comportamientos, también estuvo presente; como ya se había mencionado, en las publicaciones se mostraba al hombre en ambientes exteriores y a las mujeres en espacios interiores.

Lo anterior prueba que la idea de matrimonio o la conservación del ape-



lido ha perdido su importancia. Los jóvenes, que son los que más usan la red social, parecen ya no estar interesados o influenciados con esta tradición. Por el contrario, la defensa de los estereotipos, los roles y los comportamientos impuestos social y culturalmente, aún son vigentes y significativos.

Para finalizar, con estos resultados e interpretaciones que arrojó la investi-

gación, se pretende ser conscientes de que la cultura machista aún sigue latente en la sociedad. En este caso se revela específicamente en el contenido de las tarjetas de dos páginas de la red social, puesto que de sesenta tarjetas analizadas en las páginas, treinta y siete atacan a mujeres y solo siete a hombres. Es así como se evidenció la representación de la violencia simbólica entre sexos en un espacio como Facebook.



Bibliografía

- Alonso, L. E., Martín, E., & Moreno, J. L. (Ed.). (2004). *Pierre Bourdieu: las herramientas del sociólogo*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Bohórquez O., Ángela M. (2012). "El poder simbólico de los noticieros, ¿representación de la realidad?" V Congreso Latinoamericano de Opinión Pública (WAPOR). Tomado de: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/biblioteca/Bohorquez-2012.pdf>
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, España: Anagrama.
- Chaheer, S. (2011). "Violencia mediática: cómo erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación". Argentina: Recuperado de: <http://www.artemisanoticias.com.ar/images/FotosNotas/violenciamediat.pdf>
- Fernández, A. (2011). "Prejuicios y estereotipos". *Revista de antropología experimental*. Recuperado de: <http://www.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/22fernandez11.pdf>
- Gamarnik, C. (2009). "Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso". *Questión*. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/826>
- Inmujeres. (2004). "El impacto de los esterotipos y los roles de género en México". México: Instituto Nacional de las Mujeres. Recuperado de http://ce-doc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Lara, F. (2009). *Representación del discurso y representaciones sociales del maestro y el movimiento magisterial en Chiapas*. Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España.
- Le Guern, M. (1980). *La metáfora y la metonimia*. Madrid: Cátedra.
- Salinas, P., & Lagos, C. (2014, enero-julio). "Género, discurso crítico y violencia simbólica: un trinomio epistemológico en la prensa chilena entre 2006-2011". México: Comunicación y sociedad, departamento de Estudios de Comunicación Social Universidad de Guadalajara. Recuperado de: http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a7_34.pdf