

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

*Nada humano me es ajeno*

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**DIPLOMADO COMO OPCIÓN DE TITULACIÓN**

**Las mujeres en la perspectiva de las ciencias sociales y  
humanidades.**

**Política feminista y el enfoque de género**

**Producción de violencia simbólica hacia las  
mujeres a través de sketches en redes  
sociodigitales.**

TRABAJO FINAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

**Fabiola Ivette Guadarrama Velázquez**

Comité del Diplomado

**Dra. Cynthia Eugenia Pech Salvador, Dra. Gloria Luz Alejandre  
Ramírez y Dra. Lorena Méndez Barrios**

Ciudad de México, abril de 2024.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

### DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

## Índice

Introducción-----	3
1.Los nuevos medios y las redes sociodigitales-----	5
2.Encuadre teórico conceptual-----	6
3.Metodología-----	12
4. Análisis y resultados-----	14
5. Consideraciones finales-----	30
Bibliografía-----	32
Anexos-----	35

## **Introducción**

En la actualidad, las redes sociodigitales (redes sociales) se han vuelto un medio importante para las masas, no sólo por el hecho de fungir como herramienta para mantenerse informados, o para poder interactuar con otros usuarios, sino también por el hecho de ser espacios en los que es posible expresarse “libremente” y con esto me refiero a que es posible “subir” contenidos creados por los mismos usuarios entre los cuales destacan los sketches, y es entonces que partiendo desde una perspectiva feminista, bajo la teoría de Conocimiento situado de Donna Haraway, mi objetivo es el de reflexionar de qué manera los productos mediáticos sociodigitales contribuyen a la reproducción y naturalización de la violencia simbólica hacia la mujer. De tal forma que este ensayo, asesorado por la Dra. Cynthia Eugenia Pech Salvador, es producto de la investigación empírica en torno al análisis de contenido de dos sketches creados por el comediante Mario Aguilar replicados en Facebook.

Considero fundamental visibilizar la importancia que dichos productos comunicativos tienen en la actualidad, ya que justo por las cualidades propias de las redes sociodigitales como medios de comunicación, éstos llegan de manera inmediata a los distintos rincones digitales listos para su consumo como productos de entretenimiento, y puesto que el género narrativo utilizado en los sketches analizados es la comedia, ésta posibilita y facilita que se construyan y acepten discursos misóginos a partir de roles y estereotipos de género que reproducen y naturalizan la violencia simbólica hacia las mujeres. Violencia simbólica en tanto que se utilizan símbolos y significados compartidos culturalmente desde una perspectiva patriarcal para representar lo que socialmente se supone debe ser “la

mujer”, valiéndose, reitero, de roles y estereotipos tradicionales. De tal forma que a estos discursos que reproducen y naturalizan lo más estereotipado de las mujeres se les debe prestar atención desde un ámbito comunicativo en tanto que los medios sociodigitales son la nueva forma de mediación sociocultural inserta en la cotidianidad de casi todas las personas. En México, de acuerdo con un estudio realizado por Estudio Digital (2024), el 70% de la población, que equivale a 90.20 millones de personas tiene acceso a internet y por ende a las redes sociodigitales, en donde Facebook ocupa el primer lugar al obtener una tasa de uso equivalente al 93.2% frente a otras redes como Instagram, Tik Tok y Pinterest, unas de las más populares, revelando entonces que la gran mayoría accede a estos contenidos comunicativos.

El supuesto de partida que ha guiado la investigación de la que aquí se da cuenta, es la de considerar que los medios sociodigitales reproducen y naturalizan la violencia simbólica hacia las mujeres a través de productos comunicativos que, entendidos como entretenimiento, tienen un alcance importante de transmisores culturales que son absorbidos y por ende reproducidos, no sólo entre los productores de contenido en redes sociales, sino fundamentalmente entre los usuarios durante su interacción social, por ello, la pregunta que aquí he tratado de responder es la siguiente: ¿cómo se produce y naturaliza la violencia simbólica contra las mujeres a través de las redes sociodigitales?

Para ello, este ensayo está dividido en cinco apartados; en el primero ofrezco un panorama del contexto de las redes sociodigitales como nuevos medios; en el segundo, ofrezco el enfoque teórico-conceptual sobre la reproducción y naturalización de la violencia simbólica y de qué manera las redes sociodigitales y

sus productos son utilizados para tal fin; en un tercer momento, planteo la ruta metodológica del análisis para, en un cuarto apartado, analizar dos sketches a partir del análisis de contenido y aportar resultados de este análisis; posteriormente, ofrezco las consideraciones finales y la bibliografía. Por último, a manera de anexo, reflexiono en torno a los contenidos del diplomado y la licenciatura de comunicación y cultura.

## **1. LOS NUEVOS MEDIOS Y LAS REDES SOCIODIGITALES**

Los nuevos medios de comunicación, son aquellos que gracias al surgimiento de internet tienen la posibilidad de echar mano a las facilidades que brinda el lenguaje alfanumérico, es decir el sistema binario, y se caracterizan por poseer la facultad de transformar todo tipo de información, ya sea sonido, imagen o video, en productos digitales, (Manovich, L. 2001: 72-82), abriéndose paso en ese tenor, la oportunidad de crearse estructuras complejas como lo son las páginas web, blogs, newsletters y redes sociales, los nuevos medios de comunicación como tal, y estas proponen y ponen en marcha lo que puede denominarse una comunicación bidireccional, es decir, que el usuario puede interactuar con el creador de contenido, obteniendo un feedback las 24 horas del día los 365 días del año (Prieto, E. 2023), es decir, sostienen una relación mutua que brinda no solo información de interés a los internautas, sino que forma parte relevante día a día en sus ratos de ocio como entretenimiento, mientras que con su participación e interacción en las plataformas, los usuarios dan razón a la existencia y popularidad de las mismas.

Cabe señalar que en la actualidad uno de los productos comunicativos más populares entre los internautas que ha brincado de la televisión a internet son los Comosketch (sketches de comedia), y los productores de contenido justo hacen uso

de los canales de difusión que significan las redes sociodigitales, las cuales funcionan como plataformas de reproducción de audiovisuales (Editorial, Equipo. 2018) para dar a conocer su producto y en ese sentido, tomando la perspectiva feminista, que es desde la que planteo este documento, hay que tener presente que no existe “tierra neutra” en internet, es cierto que uno bien podría generar contenidos o buscar contenidos no convencionales que queden fuera de lo establecido por el sistema patriarcal, si es que se desea, pero es una realidad que los mecanismos ideológicos masculinos son abrumadores y repetitivos, por lo que resulta difícil el poder observar la realidad en los contenidos con los ojos propios y no a través de los ajenos, es decir, desde los masculinos.

## **2. ENCUADRE TEÓRICO-CONCEPTUAL**

Como ya mencioné, la perspectiva utilizada en este ensayo es la del conocimiento situado desde el feminismo pues esta postura toma en cuenta aristas, situaciones y personas diferentes a hombres heterosexuales como protagonistas, alejadas de las realidades mostradas en resultados de investigaciones o textos tradicionalistas (Bartra, E. 1998: 146), y para poder visibilizar de manera puntual dicho cometido, los conceptos fundamentales que guían mi reflexión son los siguientes:

**Patriarcado:** Es un sistema que data desde hace miles de años que ha impuesto una estructura de opresión contra las mujeres estableciendo su base de opresión desde sus filosofías, ya que se ha practicado desde diversas culturas, mismas que desde siempre han normado heterorealidad cosmogónica como mandato en pro de un “buen vivir” para mujeres y hombres, inclusive partiendo desde su relación con el cosmos, configurando así hasta nuestros tiempos roles, usos y costumbres, principios y valores (Cabnal, L. 2010 :14) que pugnan por un

sistema social que divide a las personas según su sexo (y hace una construcción de género de ello), y en ese tenor se establece el dominio masculino sobre las mujeres, ideología que es reproducida de generación en generación.

Se encuentra en todas partes pues es un sistema inserto en todo ámbito, cultural, social, político, familiar, laboral, costumbres e inclusive en las mismas leyes regentes que apelan de forma normalizada frente a la sociedad al hecho de dar por sentado, como si fuese algo natural, que los hombres son superiores a las mujeres.

**Machismo:** El machismo es una manera de referirse a las creencias, actitudes y prácticas sociales que los varones ejercen hacia las mujeres y a otros hombres; las cuales están destinadas a justificar conductas discriminatorias contra las mujeres y contra los hombres que no obedecen a los requisitos de masculinidad hegemónica (Ruiz, 2015 :5).

**Micromachismo:** El micromachismo es toda acción, actitud y comportamiento “sutil” adoptado por el género masculino en detrimento del género femenino a fin de reiterar, asegurar y perpetuar su lugar como género dominante, siempre visibilizando a la mujer como débil, como no apta, pero sí como ser servil, siempre aludiendo de alguna forma que el lugar de las mujeres se ubica por excelencia en los qué haceres del espacio privado.

Son actitudes y prácticas larvadas, sutiles, de baja intensidad, casi imperceptibles, reiterativas y cotidianas que realizan los hombres con el fin de mantener los roles tradicionales de género que perpetúan las ventajas de la dominación masculina y evitar que las mujeres asuman con libertad posiciones más igualitarias (Bonino, L. 2004: 1-5).

Los micromachismos han venido a llenar esos vacíos de poder que van dejando los cambios culturales, son tan eficaces como comportamientos que casi parecen naturales. Bonino nombra cuatro: los utilitarios, que aprovechan las condiciones existentes para perpetuar el statu quo, por ejemplo la vocación natural de las mujeres para el trabajo doméstico y las labores de cuidado de las niñas, niños y ancianos; los encubiertos, que ocultan los verdaderos fines de las conductas aprovechando la credibilidad y sinceridad de las mujeres con el fin de controlar la agenda; los de crisis que se valen de las situaciones de resquebrajamiento del orden tradicional de ventajas para los hombres para actuar con estrategias que lo restauren; los coercitivos hacen uso de la fuerza moral, psicológica, personal o económica en forma abierta para doblegar los deseos o conductas de libertad de las mujeres (Ruiz, 2015 :5-6).

**Violencia de género:** Este tipo de violencia se basa y se ejerce por la diferencia subjetiva entre los sexos, en pocas palabras, las mujeres sufren violencia por el mero hecho de ser mujeres, y las víctimas son mujeres de cualquier estrato social, nivel educativo, cultural y socioeconómico, y es posible vislumbrarla en diferentes esferas como lo pueden ser físicamente, psicológicamente y sexualmente, aparte de que en el caso del género femenino, también se ven afectadas por violencia ejercida a partir de un lugar desde la discriminación por parte de los campos económico y social ante la imposición de un sistema estructural heteropatriarcal, siendo en cualquier caso estas violencias complicadas de notar y ser visibilizadas al tomar en cuenta que la mayoría de ellas se suscita en los intersticios y temas inherentes al espacio privado, lugar al cual ideológicamente, el sistema ha amarrado a las mujeres (Segato, R. 2003 :132).

**Violencia simbólica:** Es un tipo de violencia cuya particularidad es el hecho de que no se ejerce a través de la fuerza física, sino que más bien echa mano de la imposición del poder ya instaurado y de la autoridad reconocida por todos (sociedad), apelando al dominio masculino sobre las mujeres mediante la naturalización de ello a partir del sexismo. Es ejercida a través del simbolismo que utiliza la comunicación y el conocimiento aceptado de acuerdo con el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1998: 5), y se debe señalar que es efectuada a través de la misma cultura, del lenguaje verbal y no verbal, de contenidos visuales y expresiones corporales siendo esferas como son la familia, la escuela y el trabajo, los espacios en los que se produce y reproduce.

**Representación de la mujer (en los medios):** De manera general todos los medios (televisión, cine, prensa y revistas) han reproducido los estereotipos sexistas que vinculan a las mujeres a roles tradicionales (madres, esposas y amas de casa), reiterando con ello la fragilidad y vulnerabilidad que ellas representan, además de generar una idea de percibir sus cuerpos como objetos sexuales (Vega, 2009 :224).

Los medios de comunicación ya sean tradicionales o nuevos, también son emisores de contenido que apelan a la generación de un reflejo social y de sus participantes falso que impone, marca y refuerza roles y estereotipos sexistas (físicos, estéticos, de pensamiento y metas), posicionando a las mujeres en ese sentido a que sean percibidas y a percibirse así mismas como “actrices” secundarias en la sociedad, cuyo lugar por excelencia es el espacio privado. Los medios anclan lo que es el cuerpo a espacios (lugares) basándose en los roles y estereotipos que el sexo de las personas define, y en el caso de las mujeres su cuerpo se acuña al espacio privado, como lo establece Martí, S. (2020: 62) al señalar que “los roles

culturalmente asociados a los cuerpos, son interactivamente reproducidos por matrices sociales que perpetúan prácticas y materializan códigos que se ponen de manifiesto en el ordenamiento del espacio construido, el cual a su vez, disciplina los cuerpos y sus experiencias “.

**Roles y estereotipos** (en los medios): Los roles y estereotipos que los medios de comunicación muestran en sus contenidos parten desde una perspectiva sexista que finalmente recae de manera negativa en cuanto a la imagen e idiosincrasia de las mujeres, pues dichos productos al dar continuidad al ser y qué hacer de cada persona dependiendo de su sexo desde una visión heteropatriarcal, perpetúan la idea de que las mujeres son “entes” pertenecientes al espacio privado que “deben” ejercer como amas de casa revelando así su poco interés por visibilizar la participación de mujeres en otras esferas, así como de su poder como actoras sociales en esferas fuera de lo que es el hogar, como lo podría ser su participación en la política, la económica, en ámbitos educativos o culturales (Vega, V. 2014:15) y bajo ese entendimiento, es que podemos decir que los roles y estereotipos de género, dada la interacción que se tiene desde temprana edad con medios de comunicación, son insertos desde la infancia, así como aprendidos desde el núcleo familiar por medio de la transmisión de valores y costumbres de generación en generación.

Ahora bien, tras lo anterior entenderemos pues, que los roles son aquellas actividades que cada individuo “debe” realizar a partir de su sexo, apelando en muchas ocasiones a usos y costumbres sociales que remarcan la inferioridad de uno frente al otro, siendo en este caso las mujeres quienes deben someterse a actividades de servicio a los demás como por ejemplo, hacer la comida, cuidar de

los hijos, acianos y enfermos, hacer la limpieza de la casa, procurar la comodidad de su esposo o pareja, mientras que en cuanto a los estereotipos podemos referirnos a características que identifican a un sexo del otro socialmente como por ejemplo, las mujeres no “tendrían” que trabajar, el hombre debe ser el proveedor de la familia; las mujeres son sumisas los hombres imponentes; las mujeres son débiles, los hombres fuertes; las mujeres son sentimentales y lloran, los hombres son racionales y no deben mostrar emociones pues la idea de la pasividad, lo blando, las emociones y lo emotivo son debilidad, son algo femenino y carece de pensamiento y razonamiento, es tomado como inferioridad (Ahmed, 2015: 22).

**Medios sociodigitales o Nuevos medios:** Son objetos culturales desarrollados principalmente a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación y no solo usan y abarcan los avances computacionales, sino también los procesos en redes, es decir, que, desde ciertas perspectivas, los nuevos medios son una especie de reconstrucción de los medios tradicionales como parte de su respuesta ante una muy importante revolución digital.

Ahora bien, unas de las características primordiales de las nuevos medios sociodigitales son la virtualidad, es decir la sensación, dependiendo de la interacción que se esté teniendo con el ordenador o dispositivo, de que se está teniendo una “comunicación” en vivo desde la distancia con otros internautas; también está la inmediatez al acortar tiempos de recepción de mensajes o contenido, así como la interactividad y la posibilidad de autocomunicación de masas, aparte de brindar velocidad en la ejecución de tareas y especialización en el proceso de comunicación (Manovich, 2001: 220-224).

### **3. METODOLOGÍA**

La metodología utilizada para llevar a cabo la investigación de la cual este ensayo da cuenta, es la cualitativa, ya que el tema abordado es de carácter sociocultural, la violencia simbólica hacia las mujeres en las redes sociodigitales a partir de una hipótesis emanada de valores y percepciones que comulgan con el punto de vista feminista, y la metodología cualitativa facilita la obtención de datos descriptivos para comprender la perspectiva en esta ocasión, del creador de contenido en redes sociales y sus productos, aparte de poder abordar los contextos socioculturales que le rodean y así poder profundizar en las experiencias, opiniones y significados que puede comunicar a la audiencia, generándole a esta una percepción de la realidad específica a partir de sus conductas observables y vocabulario que utiliza el productor de contenido (Ramírez. 2018), y ante tal escenario, es que abre la posibilidad de poder aplicar un método y técnica específicas como lo es el análisis del discurso y el análisis de contenido respectivamente.

En ese sentido, el análisis del discurso como método me permitió analizar de manera específica el discurso del que echa mano el comediante Mario Aguilar en dos de sus sketches, es decir se puso puntual atención al uso del lenguaje que utiliza, revelándonos desde qué formación cultural y social produce el sentido de su contenido, congeniando con la idea el discurso es “como una práctica social vinculada a sus condiciones sociales de producción, y a su marco de producción institucional, ideológica cultural e histórico-coyuntural. Pecheux piensa que el sujeto-emitente no está en el origen del significado del discurso, sino que está determinado por las posiciones ideológicas puestas en juego en los procesos sociales en los que se producen las palabras” (Karam, 2007: 2).

En cuanto a la técnica, que es el análisis de contenido, se eligió bajo el entendido de que es un tipo de análisis específico de las ciencias sociales que ayuda a poder captar los detalles que pueden contener productos sociales generados a partir de la interacción con su medio y es aplicable desde la postura en la que dicha técnica se enfoca en el significado simbólico de los mensajes, los cuales pueden tener diversos puntos de partida que van desde frases específicas, expresiones, asociaciones, connotaciones y hasta cuestiones sociológicas (Krippendor, 1990: 30), y es entonces que aludiendo a Mario Aguilar con las redes sociodigitales, el análisis de contenido me brinda la oportunidad de examinar de forma muy particular , el lenguaje verbal y no verbal, así como las imágenes y expresiones que finalmente lograron arrojar ideas y patrones significativos que pueden corroborar la existencia de violencia simbólica hacia las mujeres en las redes sociodigitales.

## 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Unidades de análisis y categorías a analizar en los sketches.

UNIDAD DE ANÁLISIS	CATEGORÍA DE ANÁLISIS		
SKETCH 1: LOS DIFERENTES TIPOS DE MAMÁS	VIOLENCIA SIMBÓLICA: La imagen de las madres representadas en este sketch apelan al arraigo "natural" de la mujer al espacio privado, descartando la posibilidad de la realización de desempeños en el espacio público, así como a la naturalidad de ser juzgadas negativamente por los hijos.		
	ROLES Y ESTEREOTIPOS: En todas las representaciones de las madres estas se apega a un estereotipo de vestimenta como lo es el uso del mandil, así como a actividades (roles) tales como lo son el cuidado de los hijos, hacer de comer, limpiar y mostrar sentimientos.		
	LENGUAJE VERBAL/NO VERBAL	CONTENIDO VUSUAL. ESPACIOS/LUGARES	ELEMENTOS FÍSICOS UTILIZADOS
FRASE 1 Y ESCENA	Tu nada más siéntate yo ahorita en este momento te preparo algo ándale sí mi amor. tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos y sonrisa exagerada.	En el desayunador de la cocina con la estufa cerca.	Mandil azul cuadriculado, peluca negra peinada con un chongo de manera desprolija sostenido con una pinza blanca. Sartén, olla, gorro de chef mal hecho con una cartulina blanca.
FRASE 2 Y ESCENA	¡AY! Estoy bien, es que todavía me duele tu cesárea (expresado después de años de haber parido), pero ya lo que dios quiera. Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos tocándose el vientre y cara de dolor exagerada, sentada en un sillón.	En la sala de la casa	Mandil azul cuadriculado, peluca negra peinada con un chongo de manera desprolija sostenido con una pinza blanca. Un sillón lleno de cojines.
FRASE 3 Y ESCENA	Ya me estoy poniendo fit porque ya ves que esta panza, ya no puedo y esto es para bajar el vientre. ¡Apágale a la barbacoa! Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida con falta de aire por cansancio, así como ademanes exagerados con las manos y piernas al simular que hace ejercicio sobre un sillón.	En la sala de la casa frente al televisor.	Mandil azul cuadriculado, peluca negra peinada con un chongo de manera desprolija sostenido con una pinza blanca. Un sillón café sobre el cual se está ejercitando.
FRASE 4 Y ESCENA	¿Para qué la traes?, yo no la quiero conocer. Yo nada más hice comida para dos, si quiere comer cómprale algo. Si ya comió aquí que lave su plato porque aquí criada no hay porque yo no le voy a andar lavando. Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida con mirada de enojo, así como ademanes exagerados con las manos de desaprobación al no querer ver a su nuera.	En la cocina de la casa frente al fregadero lleno de trastos sucios.	Mandil azul cuadriculado, peluca negra peinada con un chongo de manera desprolija sostenido con una pinza blanca y sosteniendo un trapo para limpiar de cocina.

UNIDAD DE ANÁLISIS	CATEGORÍA DE ANÁLISIS		
SKETCH 2: LA PRIMERA VEZ QUE ME BAJÓ	<p><b>VIOLENCIA SIMBÓLICA:</b> Se ridiculiza el proceso biológico de la menstruación, así como el uso y compra de toallas femeninas, se apela a que la menstruación es algo vergonzoso, además de que se limita la plenitud de las mujeres al llegar a la menopausia.</p>		
	<p><b>ROLES Y ESTEREOTIPOS:</b> Para las mujeres la compra y uso de toallas femeninas es un proceso biológico de las mujeres que debe mantenerse oculto.</p>		
	LENGUAJE VERBAL/NO VERBAL	CONTENIDO VISUAL. ESPACIOS/LUGARES	ELEMENTOS FÍSICOS UTILIZADOS
FRASES Y ESCENA	<p>La primera vez que me bajó. Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos al estarse pasando el pelo hacia atrás y sonrisa exagerada.</p>	Set de programa de tv sentada en un sillón.	Peluca negra lacia
	<p>Señora no sea envidiosa ¿Sí?, si su tiempo ya pasó no es problema mío. Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos y mirada retadora a una mujer del público.</p>		
	<p>Hay diferentes tipos de toallas femeninas, está la normalita ya sabes, pero está la nocturna, es un cobertor, la nocturna es... tu abres una toalla nocturna, tapas todo México, nadie pasa frío, es un pañal. Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos para mostrar el tamaño de la toalla femenina nocturna y mirada sarcástica.</p>		
	<p>El problema es comprarlas (toallas femeninas), de que vas a la farmacia y te haces mensa un ratito y dices: me da un chocolate por favor y unas toallas fe... (ininteligible). Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos.</p>		
	<p>Es que ser mujer es bien difícil, uno no es loca, la vuelven loca, los hombres y los hijos nos vuelven locas. Tono de voz chillón y articulación de palabras rápida, así como ademanes exagerados con las manos.</p>		

El comediante Mario Aguilar se muestra a través de las redes sociodigitales “representando” (disfrazado de mujer) a las mujeres según la sociedad y sus costumbres apegándose a la existencia de una división del trabajo y saberes histórica que es asignada dependiendo del sexo (Anzorena, C. 2008: 5), haciéndolas ver ridículas, humillando en todo momento su imagen, la cual condena siempre a desenvolverse en el espacio privado ejerciendo los roles y estereotipos impuestos por una sociedad machista (cocinar, cuidado de los hijos y hacer la limpieza), apela a la domesticación de la mujer (Rubín, 1986: 96), además de ridiculizar procesos naturales por los que las mujeres pasan al ir madurando físicamente con el paso del tiempo, como por ejemplo lo podría ser la menstruación.

Tras lo anterior, con miras a visibilizar la violencia simbólica hacia las mujeres en las redes sociodigitales, la cual es permitida al ser naturalizada bajo los mecanismos de poder impuestos, entendiéndose como una “lógica de la dominación ejercida en nombre de un principio simbólico conocido y admitido tanto por el dominador como por el dominado, un idioma (o una manera de modularlo), un estilo de vida (o una manera de pensar, de hablar o de comportarse)” (Bourdieu, 1998: 5), es que se buscó desvelar la violencia simbólicamente dentro de los productos creados por el comediante en cuestión, no sin antes tomar en cuenta que fue menester el sostener una perspectiva amplia y receptiva desde un enfoque feminista, pues la violencia simbólica de la que se busca dar cuenta, resulta ser todavía más “sutil” de lo que de por sí ya es, al ser ejecutada a través de los intersticios del género narrativo de la comedia, pues esta narrativa incrementa la permisión, de por sí ya instalada en el imaginario social, de la aceptación a la ridiculización y reafirmación de estereotipos e ideas que apelan a desigualdades e

inequidades basadas en el sexo, en dónde el género masculino resulta ser el dominante.

Ahora bien, una vez determinado que se trata de violencia simbólica hacia las mujeres producida, naturalizada y reproducida en las redes sociodigitales, es de suma relevancia tomar en cuenta que las redes sociodigitales, gracias al surgimiento de internet primeramente, así como a sus características, como lo son la inmediatez y su alcance masivo, si bien no han reemplazado a los medios de comunicación tradicionales, sí han significado al igual que la televisión por ejemplo, un mecanismo a través del cual la sociedad aprende, reafirma y reproduce creencias y comportamientos, en este caso particular machistas, sobre las mujeres asociados al cumplimiento de a roles y estereotipos, que vienen a ser clasificaciones socioculturales dependientes de ajustes y desajustes que cumplen con la función de mantener un orden y clasificación en el universo simbólico heredado (Pech, Rizo y Romeu, 2007: 8), y al percibir la clasificaciones (contenido, roles y estereotipos) como un espejo de la realidad (Pech, 2015: 2), esto impacta de manera negativa social y culturalmente en la percepción no únicamente del género femenino dentro del imaginario del el género masculino, sino también en el de las mismas mujeres, pues adoptan, culturizan y naturalizan la violencia simbólica dentro de las redes spciodigitales y sus contenidos, así como de forma externa, es decir, socialmente hablando, y por lo tanto he ahí también la necesidad de poder plantearnos la importancia de la repercusión de la violencia simbólica en las redes sociodigitales y en el ámbito social ante su producción a través de los nuevos medios de comunicación, que de acuerdo con Manovich, L. (2001: 64), no debemos

relacionarlos únicamente con la función de distribuir productos, también son herramienta clave en la actualidad para la creación de los mismos.

Las redes sociodigitales han significado una evolución y revolución en cuanto a la relación existente entre las audiencias y los medios masivos de comunicación, porque hay que tomar en cuenta que los medios de comunicación tradicionales cuentan con limitantes como lo son el tiempo, espacios (canales), y alcance, mientras que los nuevos medios de comunicación, ostentan características como la omnipresencia, y la posibilidad de una interacción recíproca directa, queriendo decir con esto que las redes sociales como Facebook, Instagram o Tik Tok, son plataformas que permiten a los usuarios crear su propio contenido y subirlo a la red, como por ejemplo los Comosketch (sketches de comedia), generando así una retroalimentación, es decir, mantener vigentes las plataformas, los usuarios son productores y consumidores de dicho contenido, son prosumidores, y en ese sentido es importante señalar que estos contenidos no están supeditados a alguna agencia limitante, lo cual permite a los creadores emitir y abordar desde sus propias perspectivas cualquier tema, lo cual deja visualizar de manera franca y cruda por así decirlo, sus creencias, gustos, preferencias y prejuicios, no hay un límite.

Por lo anterior, es que considero que es posible preguntarnos, ¿bajo qué sitio, tipo de discurso y entendimiento es que el comediante Mario Aguilar está “representando” a una mujer?, tomando en cuenta claro, que el tema que atañe a este texto, que es la violencia simbólica hacia las mujeres en redes sociodigitales, se observó bajo la perspectiva de la teoría de Conocimiento situado, la cual hace hincapié en que “lo único prohibido, dice Haraway, D. (1995: 335) es el truco divino, es decir, tener la palabra de Dios o el conocimiento homologador y universal. Así,

el/la investigador/a puede sólo producir una cierta versión de la realidad, ya que él o ella es un producto de procesos materiales y simbólicos. Cualquier 'lectura' de la realidad no puede ser entendida fuera de los puntos de vista desde los cuales se produce." (Pujol, 2003: 303-304).

Aguilar transmite su contenido desde la limitante que implica el dar por sentado que se conoce y entiende cualquier objeto al ser visualizado y comprendido, en este caso a las mujeres, desde una única perspectiva, visión y epistemología totalitarias, y con esto me refiero en este caso, a la patriarcal, la cual se traduce en la desacreditación cultural y social de lo que se es, si es que el significado social y cultural del objeto en cuestión sale de sus parámetros, los cuales incluyen, que es lo que me interesa hacer notar, la imposición de una idea del cómo es que "deben" ser mujeres las mujeres, refiriéndome con esto al discurso que se maneja en cuanto a la exigencia del apego a roles y estereotipos sexistas, mismos que en el caso de la mujer señalan que el lugar idóneo para ellas es la permanencia en el espacio privado realizando trabajos como el cuidado de los hijos, hacer de comer, de limpiar, brindar cuidados en caso de que algún miembro de la familia enferme, buscar la comodidad dentro del hogar para todos, todo desde una perspectiva sometida y servil, es decir en pocas palabras, que el trabajar como ama de casa es equivalente a una persona sexualmente sometida sin derecho sobre su propia persona como alude Smaldone (2017: 74), siempre bajo el argumento falaz de que por el hecho de ser mujeres tenemos la facilidad para hacerlo, a diferencia de los hombres, que no cuentan con ese "instinto", cuando más bien "el trabajo doméstico reside en el hecho de que este no solo se le ha impuesto a las mujeres, sino que ha sido transformado en un atributo natural de nuestra psique y personalidad femenina, una

necesidad interna, una aspiración, proveniente supuestamente de las profundidades de nuestro carácter de mujeres” (Federici, 2013: 37).

El comediante además, dada la naturaleza de sus sketches de manera general, da a entender que la mujer debe ser madre, implicando de forma sutil el hecho de que el deseo de ser madre se impone bajo la forma naturalizada de la familia nuclear, y que por lo mismo esto se convierte en obligatoria.

Por otra parte, también existen procesos biológicos que las mujeres experimentan al desarrollarse físicamente, como lo puede ser la menstruación, característica femenina que ha sido determinada de igual forma desde una perspectiva machista como un factor diferenciador entre hombres y mujeres percibido desde un sentido de desventaja, de debilidad, de vergüenza inclusive, motivo por el cual “debe” permanecer oculto como parte de su sumisión ante una sociedad patriarcal.

Ahora bien, para poder dar cuenta del alcance importante de dicho contenido se debe tomar en cuenta que el comediante Mario Aguilar cuenta con un total de 6.1 millones de seguidores en Instagram, 21 millones en Facebook y 20.5 millones en Tik Tok, de acuerdo a cada una de sus cuentas oficiales en cada plataforma, y en sus videos titulados “La primera vez que me bajó” y “Los diferentes tipos de mamás” que son los que se analizaron, de acuerdo únicamente con la plataforma blanquiazul, el primero, subido a la red el 28 de diciembre de 2023 contabiliza un total de 659 mil 396 reacciones, de las cuales 446 mil 420 son me gusta, 201 mil 192 me divierte y 10 mil 616 me encanta, mientras que en el segundo, subido a la red el 23 de marzo de 2024, se aprecia un total de 2 mil 270 reacciones, de los cuales mil 267 son me gusta, 857 me divierte y 139 me encanta. Es importante

realizar puntualizaciones particulares, como por ejemplo que en sus videos pretende “representar” a las madres, así como a una joven a quien le llega su periodo por primera vez cuando de primera instancia él es un hombre, y apelando al conocimiento situado, definitivamente no es posible asumir y generalizar el significado “verdadero” del objeto, en este caso de las mujeres, pues el comediante lo está haciendo desde una perspectiva hegemónica machista, que no reconoce diversidades femeninas y solo generaliza, dejando de lado la percepción y experiencia situadas de vida de una verdadera mujer que es madre, o de una joven a quien le llega su primer periodo, se descarta totalmente el conocimiento situado al producir un discurso sobre lo que son las mujeres viciado, desde un lugar que no solo no conoce, sino que también jamás podrá, reflejando con claridad en su intento por “mostrar” y hacer saber sobre las mujeres, el estereotipo femenino aprendido por él a lo largo de su vida a través del ámbito familiar, cultural, institucional, social y mediático apegado a los micromachismos, los cuales están plagados de conveniencias y supremacías masculinas que reitero, remachan la idea de representar y visualizar a las mujeres como personas pertenecientes al espacio privado cuyos intereses van relacionados a la cocina, el cuidado de los hijos, la limpieza del hogar, la belleza, o de conmisarse en todo caso por su condición de mujer, lo cual implica estar sujetas a procesos biológicos como por ejemplo a la menstruación, manejado como un hecho lamentable y vergonzoso.

Veamos que ahora, si de por sí el discurso sobre lo que debe ser una mujer, manejado por el comediante, ya está plagado de connotaciones machistas, por lo cual ya es sinónimo de violencia hacia las mujeres, habrá que hacer hincapié en lo que le suma a este hecho la burla y la mofa directa. Mario pretende mostrar los

diferentes tipos de mamás que existen así que generaliza a todas en con una apariencia estereotipada, colocándose siempre una peluca negra peinada con un chongo desprolijo agarrado con una pinza, aparte de ponerse siempre encima de la ropa un mandil color azul, prenda que por años ha sido asociada con el género femenino y sus qué haceres dentro del hogar.

En el video “Tipos de mamás”, analizando el contenido siempre desde una perspectiva feminista, sale el personaje de Mario Aguilar con su mandil azul cuadriculado y chongo en la cabeza, sobre el cual lleva un supuesto gorro de chef hecho de cartulina mal pegada y con felicidad y sonrisa extremas, le ofrece a su hijo con voz chillona y fuerte toda clase de platillos para desayunar, quedando satisfecha únicamente cuando éste le indica que le gustó su comida, haciendo uso de la violencia simbólica al crear una connotación que pasa desapercibida de una idea de que ella sólo se siente bien al obtener la validación de lo que cocina, lo cual se traduce a su validación como buena madre, y a esta mamá le colocó el nombre de la “chef”.



**Figura 1**

En otro momento del sketch representa, vestida igual siempre, a una madre que no quiere que su hija ya toda una adulto joven, salga con sus amigos y se quede con ella, y para intentar disuadirla se pone a gritar de dolor sobre un sillón y al

cuestionarle la hija lo que le sucede, esta responde que nada, que todo está bien, que únicamente le está doliendo la cesárea, cuando no se necesita mucho cerebro para saber que aquello es completamente improbable que suceda, ofendiendo y violentando simbólicamente el intelecto de las mujeres, al tiempo que ridiculiza el acto de parir y tener una cicatriz en el vientre como resultado de ello, nombrando a este tipo de mamá como la "chantajista".



**Figura 2**

Otro aspecto que abordó y ridiculizó, es la idea de que una madre pueda dedicar tiempo para sí misma y su bienestar físico, pues la coloca en una posición absurda y para ello se sube a un sillón con una supuesta televisión en frente que le indica los ejercicios y solo sube y baja una pierna, mientras indica que se va a poner "fit" porque ya no puede con la panza, que su ejercicio es para bajar el vientre, mientras tanto su "hija", quien también es interpretada por Aguilar, la observa con cara de desaprobación y rareza, como si este tipo de actividades no fueran propias o correctas para una madre, además de que al parecer, ni para eso es viable que una mujer madre de familia tenga que salir de la casa, reiterando una vez más que "su lugar" es el espacio privado. Aguilar denota violencia simbólica al limitar a la mujer que es madre a una vida dentro de casa, a este tipo de mamá la denominó como la "fit".



**Figura 3**

Otra mujer que representó es la madre “competitiva” y la representa junto con otro hombre caracterizado exactamente como él pero con mandil amarillo, y es con ese otro hombre disfrazado con quien sostiene una conversación que termina acalorada entre ambas “madres” al tratar de hacer notar que sus hijos e hijas son mejores que los de la otra, llegando a un punto aberrante en el que Mario señala que su hija puede volar, dando por sentado entre líneas, que las madres no son capaces de generar méritos propios y viven a costa de lo que sus hijos logren, dejando de lado que aparte de ser madres, son mujeres y que su vida va más allá de un arraigo maternal, que ellas tienen sus propias metas y logros personales, violentando de forma simbólica sus capacidades como actoras sociales de provecho fuera del espacio privado.



**Figura 4**

Finalmente, otro de los ejemplos de tipos de madre es el que denominó como la “celosa”, en el cual nos muestra a la madre diciéndole a su hijo con voz chillona que si lleva a su novia ella no le va a hacer de comer, que le compre comida afuera, y que no le va a estar lavando los platos porque no es su sirvienta, promoviendo así una idea de la naturalidad existente en la rivalidad entre mujeres, cero empatía, enalteciendo así el valor del masculino, al tiempo que reafirma que en todo caso ella sí es sirvienta de sus hijos, claro ejemplo de lo que es la violencia simbólica hacia la mujer en este contenido.



**Figura 5**

Por otra parte, en su video “La primera vez que me bajó”, Mario se encuentra en el programa de televisión argentino Dante Nighth Show, y en esta ocasión con una peluca castaña caracterizó a una mujer que dice al conductor, “la primera vez que me bajó”, acto seguido comenzaron a escucharse carcajadas del público presente, a lo que Aguilar se le queda viendo a una mujer y le dice que no sea envidiosa, que si su tiempo ya pasó, aludiendo a su edad fértil, que eso no es su problema, como si la menopausia determinaran el final de una vida sexual, útil y plena para las mujeres, discriminando de forma “indirecta” a mujeres de edad madura, haciéndose presente de manera clara la violencia simbólica, para después

continuar con su relato asegurando que no es algo fácil para las mujeres por el tema de las toallas femeninas, las cuales asegura, de acuerdo a las ideas y conocimientos al respecto que presumió tener el comediante bajo el velo de la naturalización de ideologías machistas y de la violencia simbólica, que el comprarlas (toallas femeninas) es motivo de vergüenza, y que ese es el motivo por el cual las mujeres van a solicitarlas de manera discreta, añadiendo que existen tipos de toallas femeninas, “las normalitas” y las nocturnas puntualizando con ademanes exagerados con las manos, que son un cobertor, “tu abres una toalla nocturna, tapas todo México, nadie pasa frío. Es un pañal para mujeres la toalla nocturna”, puntualiza, generando risas entre los espectadores que le valieron una felicitación por parte del presentador del programa, al tiempo que Mario se quita la peluca.



Figura 6



Figura 7

Una vez analizados los datos anteriores y el discurso que nos brindan los videos de Mario Aguilar, apelo a una serie de ideas que dan cuenta a la producción y reproducción de la violencia simbólica hacia las mujeres en las redes sociodigitales, una de ellas es el hecho de que los discursos y contenidos producidos que emiten los medios de comunicación como bien se mencionó con anterioridad, son percibidos por las audiencias como ventanas a realidades y es un

hecho que el material producido, a partir de la “inferioridad” que el patriarcado ha impuesto sobre las mujeres socialmente, en el caso de los productores de contenido en redes sociodigitales, también es parte de su formación y percepción impuesta y aprendida que forma parte de un círculo vicioso que ahora pareciera crecer gracias a la maravilla de la interacción entre el espacio que ofrecen las redes sociodigitales y los usuarios, así como su alcance, impulsando el nacimiento de los prosumidores, quienes al momento de “subir” su contenido a redes sociodigitales dese sus espacios personales, como lo puede ser su propia casa por ejemplo, esto genera en los espectadores una sensación de cercanía, de familiaridad, pues se percibe como información genuina, natural, real, “normal”, sin filtro alguno que pueda ser generado e impuesto por algún interés de agencia, y por ende, es que la violencia simbólica hacia las mujeres y su anclaje al espacio privado en los nuevos medios de comunicación gana viabilidad, credibilidad y puede encontrar todavía más fácil la aceptación y un lugar en el imaginario sociocultural de los usuarios, mismos que de manera inconsciente aceptan, teniendo como prueba los comentarios que colocan en sus videos.

Por ejemplo, en el video de “Los diferentes tipos de mamás” se pueden leer cosas de parte de mujeres como “todas son mi mamá”, “soy la cocinera y todos tus videos me encantan bendiciones desde Costa Rica”, “soy la ejecutiva, pobre de mi hijo andarme soportando” y en varias ocasiones hicieron mofa de la madre a la cual le duele la cesárea después de años de parir, incluyendo a un hombre que comentó, “todavía me duele tu cesaría telasupermegamamaste casi me meo de la risa (número excesivo de caras de risa); mientras que en el video “La primera vez que me bajó” se pueden leer comentarios de hombres como “Este hombre me alegró el

día es el mejor tiene un sentido del humor increíble”, “y me imagino el problema para ponérselas (toallas femeninas) y (caras de risa)”, “Recuerdo cuando a mi novia le llego en su trabajo y yo trabajaba cercas de ella y fui a comprarle unas y fue igual de vergonzoso”, y por parte de las mujeres, algunas escribieron “jajaja no ma un cobertor amooo ver sus videos (caras de risa)”, “jajajaja ciertamente, a mi a la fecha me da pena comprar toallas netaaa jajaja”.

Estos ejemplos de aceptación inconsciente de la violencia simbólica hacia las mujeres en medios sociodigitales, hace parecer que la idea de que como seres humanos tenemos la capacidad de “desaprender” y aprender cosas nuevas y reproducirlas, como menciona Rita Segato (2003: 143), sea complicado y lento, más de lo que de por sí ya parece ser, o como se señala el texto de Alexandra Ayala, (2011: 84) durante su entrevista a Michelle Mattelart, quien considera que los hombres pueden llegar a ser capaces como las mujeres de poder usar en forma renovada las nuevas tecnologías.

Reitero, los generadores de contenido en las redes sociodigitales así como Mario Aguilar, parten desde el discurso y la perspectiva viciada por el machismo, y los micromachismos a los que la sociedad patriarcal los han habituado, y estos son transferidos a su contenido generando reafirmaciones y concepciones de realidades sobre las mujeres que solo vuelven a colocar al género femenino en un lugar de subordinación, perpetuando así esa ideología colectiva.

En este ensayo nos avocamos al trabajo de Aguilar, sin embargo, en cuanto a la reproducción de la violencia simbólica en redes sociodigitales, es imperante señalar que el mismo tipo de discurso machista dentro del contenido al ser tan popular por considerarse entretenido y sobre todo “divertido”, él no es el único

hombre popular en nuevos medios de comunicación que toma y aborda al género femenino para hacer reír a los usuarios, hay entre los creadores una reproducción de contenido.

Ahora bien, con miras a evidenciar la reproducción de la violencia simbólica hacia las mujeres en los medios sociodigitales es que se tomó en cuenta como ejemplo a otro comediante que optó por reproducir el mismo discurso violento en sus contenidos, lo cual da cuenta de que si es un hecho que el contenido de Mario llega a millones de personas, y a eso se le suma que otros comediantes con importante alcance en la red divulgan el mismo discurso repleto de violencia simbólica, la cantidad de personas que se encuentran expuestas al adoctrinamiento que desencadenan estos mensajes discursivos hacia las mujeres resulta ser importante, pues de pasar a la reproducción de violencia simbólica hacia las mujeres en las redes sociodigitales, esta también se reproduce a niveles sociales (cara a cara).

Tras lo anterior doy cuenta del otro ejemplar:

El comediante Paco de Miguel, quien al menos de acuerdo con su perfil en Facebook tiene 3.4 millones de seguidores con acceso libre a su contenido, se enfoca en la ridiculización de mujeres, sus relaciones de amistad entre ellas, sus relaciones con su mamá y hermanas, con sus parejas, sus trabajos o sus estados de ánimo, generando violencia simbólica de manera integral al hecho de ser mujer en esta sociedad.



Figura 1



Figura 2

Una vez tomando en cuenta lo anterior, es importante también señalar que dicho contenido al resultarle divertido y entretenido a los usuarios de las redes, aparte de hacer populares y dar un nombre dentro de la industria digital a sus productores, un punto crucial que también fomenta la producción y reproducción de la violencia simbólica hacia las mujeres es el hecho de que por hacerlo, las plataformas los monetizan, queriendo decir con esto, que les pagan. Mientras más seguidores tengan y ostenten gran cantidad de “vistas” en sus productos, ellos ganan, situación que de antemano dificultaría de sobre manera el cese de contenidos violentos, simbólicamente hablando, hacia las mujeres.

## 5. Consideraciones finales

1. En este ensayo se puede dar cuenta de manera específica bajo qué situaciones específicas la violencia simbólica hacia las mujeres puede detectarse dentro de los contenidos sociodigitales, cuáles son sus contextos y la forma en la cual se reproducen en redes sociodigitales, aparte de que se mostró la posibilidad de “ver” más allá de lo que a simple vista y escucha puede percibirse en los videos en relaciona a lo que implica la inserción de connotaciones machistas y a la

normalización de los micromachismos, sobre todo partiendo de la dificultad que el género de la comedia brinda para poder ser consientes y percibirlos como tal.

2. Existe un factor que por la naturaleza del tema y su delimitación en mi trabajo no fue considerado, y es el sistema capitalista como parte importante e impulsadora de la violencia simbólica hacia las mujeres en las redes sociodigitales pues durante la investigación realizada en la producción y reproducción de la violencia simbólica hacia las mujeres en redes sociales, al ser un contenido popular y por ende consumidos con frecuencia, son contenidos reproducidos por diversos usuarios, quienes al ostentar un número de seguidores y vistas notables, el tema de los incentivos monetarios por parte de las plataformas cobran relevancia pues en cualquier caso, en una sociedad cuya finalidad es el poder adquisitivo como sistema impuesto por donde quiera que se mire, en caso de ser un productor de contenido que eche mano de la violencia simbólica hacia las mujeres y obtiene dinero por ello, ¿qué tan probable sería que esto cesara?

La relación del sistema capitalista con los nuevos medios de comunicación, así como su interés en conservar a través de ellos en el imaginario colectivo una imagen de la mujer que indique su “deber” de permanecer en el espacio privado, y su apego a los roles y estereotipos tradicionalistas, complica la labor de la desnaturalización de estos preceptos.

3. Una parte relevante que también debe abordarse es el señalar la importancia del poder del discurso como mecanismo para ejercer, naturalizar y perpetuar la violencia simbólica hacia las mujeres a través de los sketches con características iguales o similares a los contenidos analizados en este ensayo, partiendo desde la premisa, que con anterioridad retomé en este texto, de que el discurso es “como

una práctica social vinculada a sus condiciones sociales de producción, y a su marco de producción institucional, ideológica cultural e histórico-coyuntural” (Karam, T. 2007: 2) y por ende el discurso emitido en las redes sociodigitales puede contar con la facilidad de brindar y alojar conocimiento a quienes estén expuestos a él, es decir, que puede construir ideas y transmitir las, generar aportes al conocimiento de la sociedad y la cultura (Schiffrin, D. 2011: 1), propiciando de esta forma la proliferación y perpetuación de la violencia hacia las mujeres.

### **Bibliografía**

Acevedo, P. (2002). ¿Vivir en un barrio vulnerable influye en las opciones de encontrar empleo? Argentina. CIUDADES SOSTENIBLES.

Ahmed, S. (2015) La política cultural de las emociones. México. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Anzorena, C. (2008). Estado y división sexual del trabajo: las relaciones de género en las nuevas condiciones del mercado laboral. Venezuela. Utopía y praxis Latinoamericana.

Ayala, A. (2011). Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.

Bartra, E. (1998). Debates en torno a una metodología feminista. México. Universidad Autónoma Metropolitana.

Bonino, L. (2004). Micromachismos. España. Revista La Cibeles.

Bourdieu, P. (1998). La dominación masculina. España. Anagrama.

Cabnal, L. (2010). Feminismos diversos: el feminismo comunitario. Honduras.

ACSUR

Calderone, M. (2004). Sobre Violencia Simbólica en Pierre Bordieu. Argentina. "La Trama de la Comunicación".

Federici, S. (2013). Revolución en Punto cero, trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas. España. Fábrica de sueños.

Editorial, Equipo. (2018). "Significado de Sketch". Significados.com.  
<https://www.significados.com/sketch/>

Rubín, G. (1986). El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. México. Nueva Antropología.

Instituto de las Mujeres (S.f). Definiciones de violencia de género. España.  
[https://www.inmujeres.gob.es/servRecursos/formacion/Pymes/docs/Introduccion/02\\_Definicion\\_de\\_violencia\\_de\\_genero.pdf](https://www.inmujeres.gob.es/servRecursos/formacion/Pymes/docs/Introduccion/02_Definicion_de_violencia_de_genero.pdf)

Instituto Nacional de las Mujeres. (2002). Derechos Humanos de las Mujeres. México. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Haraway, D. (1995). Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza. Ediciones Catedra Universidad de Valencia Instituto de la Mujer.

Hernández, J. (2005). Sexualidad mujeres y publicidad. México. Revista Iberoamericana de Comunicación.

Manovich, L. (2001). "El lenguaje de los nuevos medios de comunicación". Ediciones Paidós.

Marín, A. (2011). Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad. Ecuador. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.

Martí, S. (2020). Performance urbano: "Besadora de ciudades", acción artística en estado nómada. México. Revista de Investigación en Artes Visuales.

Montiel, A. (2009). La comunicación en México una agenda de investigación. México. La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Lagarde, M. (S.f). México. Mujeres en Movimiento.

Prieto, E. (2023). Diferencias entre medios tradicionales y nuevos medios digitales. México. Recuperado de: <http://es.snhu.edu/noticias/diferencias-entre-los-medios-tradicionales-y-los-nuevos-medios>.

Pech, C. Rizo, M. Romeu, V. (2007). DISCURSO SOBRE EL GÉNERO Y DISPOSICIÓN HACIA LA DIFERENCIA. Estudio exploratorio en jóvenes universitarios de la Ciudad de México. Chile. Última Década.

Pech, C. (2015). Melodrama y telenovela: representación y naturalización de la violencia contra las mujeres. México. Revista Iberoamericana de Comunicación

Pujol, J. Montenegro, M. (2003). Conocimiento situado: un forcejeo entre el relativismo construccionista y la necesidad de fundamentar la acción. España. Revista Interamericana de Psicología.

Ramírez, N. (2018). Técnicas de la metodología cualitativa. Unidades de Apoyo para el Aprendizaje. México. CUAIEED/Facultad de Medicina-UNAM. Recuperado de: [https://repositorio-uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2558/mod\\_resource/content/1/UAPA-Tecnicas-Metodologia-Cualitativa/index.html](https://repositorio-uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2558/mod_resource/content/1/UAPA-Tecnicas-Metodologia-Cualitativa/index.html)

Ruiz, S. (2015). MACHISMO MISOGINIA PATRIARCADO UNA REFLEXIÓN DESDE LA TERAPIA NARRATIVA. México. Revista de Psicología. Procesos Psicológicos y Sociales.

Segato, R. (2003). Las estructuras elementales de la violencia. Argentina. Colección: Derechos Humanos. Viejos problemas, nuevas miradas.

Smaldone, M. (2017). El trabajo doméstico y las mujeres. Aproximaciones desde la teoría de género, los feminismos y la decolonialidad. España. Revista Feminismos. México. [www.pjetam.gob.mx/igualdad/interior.php?seccion=Articulos&id=5](http://www.pjetam.gob.mx/igualdad/interior.php?seccion=Articulos&id=5))

Karam, T. (2007). Notas Introdutorias para el Estudio y la Investigación del Discurso. México. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Krippendor, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona. Paidós Comunicación.

## **ANEXOS**

Reflexión sobre la aplicación de los conocimientos del diplomado y su vinculación con la Licenciatura en Comunicación y Cultura.

### **Revelaciones de otros lados para ver otras cosas con los ojos propios.**

El diplomado “Las mujeres en la perspectiva de las Ciencias Sociales y Humanidades. Política feminista y el enfoque de género”, ha significado toda una experiencia a niveles de conciencia y razonamiento en relación a nosotras las mujeres, las que somos en realidad y las que podemos ser si es nuestro deseo. El haberlo cursado abrió una brecha basta en la cual cabe el descubrimiento de una postura y forma de percibir el mundo y nuestro propio ser y cuerpo que va más allá de lo que la epistemología machista que inunda el globo y desde cualquier arista nos ha vendido y exigido adoptar para significar “algo”.

A lo largo de mi vida hasta ahora, siempre incurrí en el pensamiento de que las mujeres eran quienes “debían” velar por los intereses generales del género masculino, sin embargo era un pensamiento del cual no tenía conciencia al verse inserto y naturalizado en mi a través de la réplica de comportamientos que ejecutaba sin pensar al ser observados, aprendidos y reproducidos en mis diversos entornos

desde la niñez como lo son la casa, la escuela, las calles, en el ámbito laboral, incluyendo en todo este tema de generadores de aprendizajes toda aquella información adquirida a través de los medios de comunicación, tanto tradicionales como nuevos, ya sea por medio de películas, programas de televisión, caricaturas, telenovelas, etc. Productos comunicativos de los cuales es casi imposible prescindir porque son por excelencia los dispositivos a través de los cuales nos mantenemos informados y entretenidos en momentos de ocio, y de los cuales al tener acceso a ellos es imposible no absorber, aprender y replicar sus discursos en el día a día, mismos que determinan y han inculcado y reafirmado “el deber ser” de nuestro sexo.

Actualmente, como parte de mi proceso de aprendizaje y formación, no solo académica, y profesional, sino de manera personal como persona activa y de provecho, dentro del diplomado al abordar y desmenuzar de manera integral todo el aparato social y cultural sobre el cual nos desarrollamos las mujeres, desde una perspectiva “fuera de”, es que se ha generado una necesidad justa de cambio en mí, no solo en la forma de representarme y hacerme, de otorgarme un lugar, así como también a las y los demás siempre desde una mirada libre de prejuicios, sino también de hacer labor basada en la aceptación, comprensión y aprendizaje que pueda adquirir de los demás, es decir, partir del valor de la verdad desde la propia naturaleza y entendimiento de la diversidad existente, para así poder de alguna manera impactar positivamente en mis entornos y poder fortalecer todavía más la generación y surgimiento de una sociedad plural e igualitaria en la que el sexo, edad, raza o etnia no signifiquen una limitante para poder existir, ser, pensar, crear, actuar y valer ante cualquier persona, institución y derecho.

Ahora bien, como estudiante pasante de la carrera de Comunicación y Cultura, considero que una parte crucial para un mejor entendimiento en relación a los nuevos medios de comunicación, al ser figuras de la comunicación que han ganado terreno en cuanto a su uso por parte de las audiencias frente a los medios de comunicación tradicionales, así como a su injerencia en la violencia simbólica ejercida hacia las mujeres, fue la oportunidad de la realización de una relectura de sus contenidos desde una perspectiva feminista, la cual brindó a través de la investigación y análisis de contenido un panorama y entendimiento de la realidad distinto que va más allá de reafirmar roles y estereotipos machistas, mismos que impactan socialmente de manera negativa al velar por la perpetuación de una imagen e idea de las mujeres que da por sentado que el único contexto y finalidad dentro de la sociedad de la mujer es el obedecer a cánones de represión supeditadas al espacio privado, por el contrario, la relectura del contenido analizado para sustentar el ensayo dio cuenta del abuso, explotación y discriminación del que las mujeres somos víctimas, haciendo que crea fervientemente en la posibilidad inequívoca de que es posible ver, apreciar y digerir productos comunicativos como sociedad desde otro ángulo, desde un punto de vista diferente al que se pretende y que finalmente facilite la posibilidad de romper con cánones patriarcales que a fin de cuentas no solo perjudican la integridad de las mujeres, sino también la de los hombres, y la de ambos desde sus gustos y preferencias cualquiera que estas sean.

Aunado a lo anterior, el hecho de conocer y poder hacer saber que existen otras lecturas de lo que los medios de comunicación producen para seguir fomentando una cultura desigual, no solo me hace pensar en la oportunidad de la caída del velo heteropatriarcal de los ojos y mentes de mujeres y hombres, tal como

me sucedió a mí, sino también en la posibilidad de que se genere un cambio en cuanto a todo aquello que la comunicación nos impone como los es el estereotipo de “la mujer de casa” por ejemplo, y puede que al percibir las agencias o productores independientes que sus mensajes no son recibido bajo los discursos que promueven (a veces sin estar conscientes de ello dada a la naturalización del machismo en sí mismos) y perpetúan la voluntad masculina sobre el género femenino, podría significar un parteaguas para los generadores de contenido de pensar en modificar sus mensajes y discursos de los mismos, así como también para los usuarios en el inicio de una selección de otros tipos de contenido, que conozcan y reconozcan que hay un “más allá” de lo que los medios de comunicación a los que se encuentran culturalmente unidos, insertan en los imaginarios sociales.

De manera general en cuanto a los medios de comunicación tradicionales y nuevos medios de comunicación, recalco que sí, existe una infinidad de información que reitera la desigualdad sexista, a la cual tienen acceso millones de mujeres y hombres, pero también como parte de un sector de la sociedad con miras a fomentar una regeneración de percepción y valor “del otro”, corroboro que al realizar la investigación que corresponde a este documento, pude percatarme de la existencia de información en pro de las mujeres y la igualdad de género, sin embargo, también me fue posible saber sobre la existencia de muchos sectores que carecen de la oportunidad que el internet y los nuevos medios de comunicación brindan para tener acceso a cualquier tipo de información, aun cuando el derecho a la información está inserto inclusive en el listado de lo que conforman los Derechos Humanos de las Mujeres, de acuerdo con el Instituto Nacional de las Mujeres (2002: 27), y es así como sectores poblacionales que pueden ser catalogados como vulnerables al no

contar con servicios básicos dentro de los que se encuentra el servicio de electricidad, insumo primordial para tener acceso información emitida ya sea por radio, televisión o internet, tienen un mayor índice de probabilidades de verse alejados de todo tipo de información que desmitifique y desmonte la idea del “deber ser” o la naturalización de acciones y situaciones que a lo largo del tiempo han venido menoscabando a una parte muy importante de la sociedad, al género femenino, y por lo tanto es de suma importancia planear y ejecutar una reestructuración al respecto, buscar el poder poner al alcance de todas y todos la información correspondiente en pro de una sociedad próspera, sin desechar claro, el sin fin de posibilidades de poder ser empáticos y pasar la voz frente a frente en cada oportunidad que se presente.

Tras lo antes mencionado, me parece puntual hacer saber que aparte de lo aprendido durante el diplomado, no solamente en cuestiones académicas, teóricas e informativas, existe un elemento distintivo y fue la construcción de relaciones estrechas con otras compañeras con las cuales, bajo el entendimiento de lo leído, analizado y aprendido, y dadas nuestras inquietudes, dudas y metas en común, se hizo visible uno de los pilares primordiales del feminismo y eso es la sororidad, el arma más potente con las que contamos las mujeres que nadie nos puede negar o quitar o cambiar, es la alianza entre mujeres a favor de un cambio de vida y el mundo con un sentido justo y libertario, de acuerdo con la feminista mexicana Marcela Lagarde. (S.f. :4).

Todas aprendimos a vernos dentro de nuestra propia realidad, no me queda duda de que todas a nuestra manera y formas velaremos desde nuestras trincheras por nuestro bienestar y el de las mujeres que nos rodean, por nuestros derechos y

espacios, así como la libertad de nuestros cuerpos e ideales, siendo todo esto un legado que a mi parecer, resulta ser importante, inamovible e invaluable.

La experiencia que marca en mi persona el diplomado, va más allá de la posibilidad de poder obtener un título universitario, porque el hecho de haber recibido la oportunidad de tomar este diplomado, también significa una oportunidad muy importante no solo para poder continuar mi desarrollo ético y profesional, sino también como persona activa en pro de una sociedad saludable y justa, partiendo del hecho de mi propia resignificación como mujer desde mi propia experiencia, desde una perspectiva real y fuerte que surge de mí misma, ya que hablando con honestidad, yo no contaba con una instrucción profesional, amplia, profunda y veraz sobre lo que es y significa el feminismo ni la equidad de género, aun cuando ahora sé que fui y soy testigo de la “realidad” distorsionada, en la que hoy se considera a las mujeres plenas cuando la verdad no es así. Puedo ver y sentir con una mayor claridad y no dudaré, estoy convencida fervientemente que el eco de una pequeña voz, al ser reproducido muchas veces, puede generar cambios extraordinarios y considero que somos muchas pequeñas voces pugnando por nuestro bienestar conforme a nuestras justas necesidades y derechos.

Nada me daría más gusto que poder aplicar los conocimientos adquiridos en el diplomado e impactar positivamente no solo en todos mis entornos, sino en los de muchas otras mujeres con miras a un futuro próspero y de paz.