

Representación de la mujer a través del humor en videos de youtubers vloggers

Representation of women through humor in videos of youtubers vloggers

Lic. B. Mariana Vargas Lazarte¹

Fecha de recepción: 9 de octubre de 2020

Fecha de aprobación: 27 de noviembre de 2020

Resumen

Cardamomasos, Alvinich y Juandy son tres youtubers y vloggers bolivianos que cuentan con una gran audiencia en las redes sociales. Esto se debe a su capacidad para representar temáticas cotidianas por medio del humor. Sin embargo, los videos de estos tres creadores reproducen estereotipos y conceptos socio-culturales relativos al “deber ser” de una mujer. Al mismo tiempo, generan la naturalización de los roles masculinos y femeninos por medio de su exhibición en las plataformas digitales (espacios de difusión que han adquirido mucha importancia en la actualidad). Por todo lo mencionado, el presente trabajo aborda la influencia de la representación estereotipada de las mujeres en los videos humorísticos de estos personajes.

Palabras clave

Representación, estereotipo, trascendencia, hegemonía, youtubers y humor.

Abstract:

Cardamomasos, Alvinich and Juandy are three Bolivian youtubers and vloggers who have a great audience on social media. This is due to their ability to represent everyday themes by medium of humor. However, the videos of these three creators reproduce stereotypes and socio-cultural concepts of woman's duties. At the same time, they generate the naturalization of male and female roles through their display on digital platforms (spaces for diffusion which have become very important today). For all the aforementioned, the

1 Cursa la maestría en Gestión de la Comunicación. Instituto de Investigación, Postgrado e Interacción Social en Comunicación. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz, Bolivia. Correo electrónico: vljmary37@gmail.com. Número de identificación en ORCID: 0000-0002-7068-7974

2 Esta investigación es parte del trabajo de titulación de grado en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

present work addresses the influence of the stereotypical representation of women in humorous videos of these characters.

Key words

Representation, stereotype, transcendence, hegemony, youtubers and humor.

I. Introducción

Los sujetos construyen su identidad y la reafirman cuando cuestionan las diferencias que existen entre ellos durante las interacciones sociales. La apariencia corporal es el indicador principal de semejanzas o desigualdades entre seres humanos; por esta razón, el individuo reconoce y adquiere determinados roles de género a partir de las diferenciaciones físicas que se hacen entre hombres y mujeres.

Según Melo & Astorino, el género comprende cuatro elementos principales: “los símbolos culturales que evocan representaciones, los conceptos normativos, las nociones políticas y la construcción de subjetividades” (2016, p. 20). En ese marco, el reconocimiento del género –tanto propio como ajeno– es resultado del desarrollo de un esquema mental que se ha reproducido durante generaciones y que, para permanecer vigente, se configura y se adapta a las nuevas construcciones sociales.

Gracias a movimientos y mentalidades contrarias a los dictámenes del patriarcado –en la actualidad– la lucha por los derechos, las obligaciones constitucionales y los deberes sociales de la mujer se ha orientado hacia la búsqueda de igualdad. Sin embargo, sigue vigente un discurso patriarcal, contrapuesto y consolidado históricamente; una estructura mental que obstaculiza el cambio de la realidad individual y el impulso de la transformación social.

El discurso se maneja en diversos espacios para reafirmar aquellas visiones que se validan en la experiencia personal. De este modo, se generan representaciones que crean imágenes potentes y casi indestructibles. La formación de estos esquemas en las mentes de los individuos facilitan el ejercicio de poder y dominación (León, 2016, p. 2). Por esta razón, los medios masivos construyen subrepresentaciones de imágenes estereotipadas y el humor se convierte en un mecanismo que reproduce las opiniones establecidas con respecto al funcionamiento social (Gallego, 2013, p. 7).

El objetivo de esta investigación es entender los discursos que se transmiten a través de YouTube, una plataforma digital que cuenta con una gran audiencia a nivel global y cuyos contenidos influyen en la opinión de un público numeroso.

El estudio aborda la representación de la mujer en los videos humorísticos de tres *youtubers vloggers* bolivianos: Alvinich, Cardamomasos y Juandy. El objetivo principal del estudio es identificar la reproducción de conceptos socio-culturales y discursos que legitiman estereotipos sobre los roles e identidades de género en las plataformas digitales.

La visión de las personas paceñas² con respeto a los roles de género y sus consecuencias en la identificación –y auto-identificación– de las mujeres se ha transformado históricamente. Sin embargo, las representaciones en diversos espacios de difusión refuerzan las construcciones hegemónicas vigentes. Esto quiere decir que las relaciones sociales aún son normadas por grupos dominantes, cuyo poder les permite intervenir en distintos espacios.

El orden social funciona bajo un universo simbólico en el que la división sexuada del trabajo es una construcción social que establece, como normal o natural, la presencia del hombre en el ámbito público y la permanencia de la mujer en el ámbito doméstico (Bourdieu, 1998, p. 37).

La representación genera y produce sentido a partir de símbolos, imágenes o palabras de determinados conceptos formados en la mente de un grupo social que pertenecen a una cultura y comparten el mismo mundo “conceptual y lingüístico”. De igual manera a través del lenguaje se produce un “sistema de representaciones” que forma conceptos por medio del sentido y la relación que se da entre las cosas y el objeto, generando “sistemas conceptuales”. (Hall, 1997, pp. 15-16).

La forma de contar historias se ha transformado durante los últimos años gracias a la expansión de información y al surgimiento de nuevas tecnologías que ofrecen una múltiple gama de plataformas. Todo esto hizo posible la construcción de nuevos espacios de interacción social (no pasivos) que permiten discusiones recíprocas entre varios sujetos.

2 Gentilicio relativo a los ciudadanos de La Paz.

El 8 de marzo de 2017 (Día Internacional de la Mujer), en la página web del Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (Cedla), se notificó que Bolivia fue reconocida por la Organización de Naciones Unidas (ONU) como el segundo país del mundo que logró la equidad de género en el espacio político. Sin embargo, a pesar de este reconocimiento, magistradas y trabajadoras públicas aclararon que Bolivia aún se encuentra en proceso de erradicar el sistema patriarcal de todo ámbito social (Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario, 2017).

El tema propuesto se basa en el análisis de la visión de creadores de entre 19 a 24 años (Alvinich, Cardamomasos y Juandy) y la proyección de sus opiniones a través de plataformas digitales de gran alcance (en este caso YouTube). De acuerdo con el periódico El Tiempo, en su artículo “Los ‘youtubers’ en perspectiva”: los jóvenes están en constante búsqueda de cambios y renovaciones para mantener sus diferencias generacionales, conservar su autenticidad y transgredir patrones culturales y sociales (López, 7 de junio de 2016).

En este sentido, los creadores que pretenden generar humor por medio de los videos que publican en YouTube, construyen escenificaciones en las que representan a la mujer con base en ideas y opiniones que provienen de sus experiencias personales. Por esta razón, los *vloggers*³ que cuentan con una gran audiencia influyen de forma importante en las nuevas generaciones. Si bien estos *youtubers* son considerados contemporáneos, sus mensajes reafirman la tradición patriarcal que rige las conductas de los individuos, naturaliza sus roles diferenciados y generaliza a la colectividad “femenina”.

En ese marco, el aporte social de este trabajo recae en la identificación de los estereotipos sociales que influyen en la construcción identitaria de las mujeres y producen efectos en sus relaciones sociales. Del mismo modo, se pretende demostrar cómo estas construcciones patriarcales se reproducen, fortalecen e internalizan por medio de las representaciones humorísticas (que marcan las pautas para la interacción

La problemática que aborda la presente investigación es la representación estereotipada de la mujer en los videos humorísticos de Alvinich, Cardamomasos

3 El *vlogger*, a diferencia de un *blogger*, genera videos en lugar de realizar escritos con respecto a un tema (Olivas, 19 de marzo de 2015).

y Juandy, tres youtubers *vloggers* que generan un tipo de violencia no visible (simbólica) a través de la reproducción del discurso patriarcal.

II. Abordaje teórico

El estudio de los estereotipos permite comprender las teorías feministas y exponer los roles femeninos establecidos. Álvarez y Sánchez en el libro *Feminismos: Debates teóricos contemporáneos* mencionan que “el feminismo es capaz de percibir ciertas trampas del discurso, actúa en conciencia crítica resaltando las contradicciones que encierran los discursos y se convierten en patentes cuando se enfrentan” (2001, p. 11).

Para la presente investigación se identificó al patriarcado como la regularidad en la que se presenta al fenómeno de la reproducción de estereotipos machistas por medio del humor. Laura Mulvey menciona que a pesar de que la cultura patriarcal se encuentra en un proceso de quiebre, mantiene un orden simbólico trascendental (1988, p. 366). De esa manera, el sistema patriarcal se establece como una construcción cultural sobre el género que da lugar a una estructura hegemónica. Según Butler, esta configuración se caracteriza por la dominación y el mantenimiento de poder a través de una definición de sexo ligada al orden social y no a la unidad del sujeto (2007, pp. 50-54).

Los principios que limitan la arquitectura del género componen un discurso que se transmite y mantiene culturalmente. La construcción de significados, somete al sujeto y reproduce la verdad hegemónica. Al respecto, Butler refiere que la sexualidad y el género están siempre ligados al discurso (2007, pp. 55-57) y, de acuerdo con la teoría de Foucault, la forma en la que el sujeto interpreta los avances y retrocesos en la construcción de verdades sobre el género, dependen de la validación de los actores. Como consecuencia, la verdad deja de ser netamente un ritual y adquiere un sentido mayor a partir de la interacción entre el sujeto y su realidad. De este modo, el discurso determina al sexo como una idea “históricamente formada” (Foucault, 1970, pp. 9-12).

A partir del discurso, el individuo hace una categorización de los géneros de carácter individual. Tajfel afirma que este concepto se relaciona con la clasificación subjetiva de los grupos sociales. El sujeto tiende a minimizar las incoherencias que pueden resultar de un sistema de creencias; las discrepancias físicas, emocionales y de poder que se atribuyen a cada género son categorías establecidas por grupos

sociales dominantes que comparten una significación emocional y valorativa sobre sí mismos. Es así como el individuo construye una percepción individual sobre la realidad externa con base en las atribuciones mentales que se le asignan (colectivamente) a cada objeto o persona (1984, pp. 106-161).

El valor racional es la motivación que transforma el estado mental individual en la acción del sujeto. Tal como se menciona Blumer, los significados se construyen a partir de las interacciones sociales de las que resulta la experiencia compartida y el aprendizaje de los principios morales fabricados y validados culturalmente (1982, pp. 62).

De este modo, la interacción entre sujetos proporciona los patrones sociales que generan la reproducción de estereotipos –en este caso– de género. De acuerdo con los autores Bourdieu & Passeron (1995, pp. 17-46), el sistema social impone una cultura dominante en la que se establecen principios de carácter tradicional que someten al sujeto a un conjunto de creencias, normas y roles sociales que provienen de la gestión del capital cultural.

Los valores, creencias y el modo de actuar ante una situación determinada son obtenidas durante el proceso de educación, la cotidianidad y, principalmente, en el entorno familiar; ya que ahí se transmiten los conocimientos, actitudes y principios que refuerzan la estructura y ratifican la reproducción cultural y social.

Con respecto a la reproducción, cuando se ejerce el poder se construyen significados que se replican a través del discurso y estos adquieren un valor racional en la mente de los individuos gracias a la categorización social de género. Posteriormente, estos conceptos se reproducen individualmente y se convierten en saberes compartidos. De este modo, los sujetos interactúan y transmiten su capital cultural reafirmando el sistema de dominantes y dominados.

En este caso, los significados que se reproducen son los estereotipos de género y esta transmisión se da por medio del humor. Según Folk, las representaciones compartidas replican creencias que validan metamensajes humorísticos (Folk como se citó Gallegos, 2013, p. 3).

El patriarcado se constituye en un sistema social que establece la inferioridad del género femenino. La estructura patriarcal dominante determina la construcción de un discurso hegemónico cultural sobre el género que produce

la representación estereotipada de la mujer –en este caso– por medio de los chistes. Este es un tipo de violencia no visible, ni tangible (simbólica).

Según Butler, “sistema sexo género” es una estructura de dominación patriarcal que construye una categoría universal sobre el género y produce la asignación cultural de roles y tareas específicas a las mujeres (2007, p. 50). Bourdieu, en su obra *La dominación masculina*, afirma que la perspectiva patriarcal (generalizada) sobre las mujeres, ratifica los roles binarios y, de este modo, construye caracterizaciones durables en el inconsciente, legitimando normas que la sociedad establece sobre los cuerpos (1998, p. 12).

De acuerdo con la teoría de Gerbner, el sujeto genera conocimientos a partir de las representaciones que tiene del objeto (1998, p. 6). Por esta razón, la validación de las demostraciones que se hacen de las mujeres en el campo humorístico son un medio particular por el que se explicitan los estereotipos (Hobbes citado en De la Fuente 2002, p. 50). Como consecuencia, se modifica la forma en la que los sujetos las perciben y se viabiliza el ejercicio de la violencia simbólica.

En este caso, los estereotipos sobre la identidad femenina adquieren mayor influencia cuando se exponen en importantes espacios de difusión, como los canales de Youtube de los *vloggers* bolivianos: Juandy, Alvinich y Cardamomasos.

III. Metodología

En la presente investigación se aplicaron tres métodos: la revisión de fuentes documentales, el análisis crítico de discurso y la realización de entrevistas a los tres *youtubers* involucrados en el estudio de caso: Alvinich, Cardamomasos y Juandy, para explicar con mayor precisión el fenómeno identificado.

Para la aplicación y análisis de los métodos se utilizaron datos primarios y secundarios (ambos se analizaron cualitativamente). Por un lado, se hizo un análisis discursivo de los conceptos y símbolos que aparecían constantemente en los videos de los tres personajes y, por otro lado, se recolectó información de los sujetos entrevistados. Estos expusieron su criterio personal sobre el desarrollo de cada clip; lo que permitió analizar y contrastar los datos obtenidos con la revisión documental y los indicadores de las entrevistas con Horacio Veliz (Cardamomasos), Alvin Céspedes (Alvinich) y Juan Ruiz Paz (Juandy).

Se analizaron categóricamente los discursos y contenidos expuestos en las plataformas de YouTube y las *Fan pages*⁴ de los actores Juandy, Alvinich y Cardamomasos; ya que estos espacios virtuales cuentan con un alcance local, nacional e incluso mundial (de acuerdo a la cantidad de seguidores que tiene cada página).

Los actores involucrados en el estudio están vinculados a la cultura y contexto social en el que viven (La Paz, Bolivia). Esta sociedad conserva tradiciones que reafirman valores moralistas y ponen en vigencia la cultura tradicional. Por esta razón, aún si los tres *youtubers* y sus audiencias quisieran aislarse de las prácticas sociales machistas y cerradas, están inmersos en una estructura que respalda la existencia de estereotipos y normas de género.

III.1. Implementación de instrumentos

La investigación está basada en la aplicación de métodos cualitativos. El análisis, la observación, la interpretación de los datos de la realidad social y las abstracciones discursivas se hicieron a través de estrategias inductivas, reductivas y abductivas para explicar los dos propósitos expuestos.

Con el objetivo de analizar la reproducción de estereotipos de género y la representación de las mujeres en los videos, se articuló la información de las fuentes primarias (los tres *youtubers* descritos) con el análisis de contenido para explicar el fenómeno descrito e identificar la influencia de las tensiones culturales y el régimen del sistema patriarcal en las percepciones de las generaciones actuales.

III.2. Matriz de análisis crítico del discurso

Para identificar y examinar la reproducción de estereotipos en las representaciones femeninas se aplicó una matriz de análisis crítico del discurso. Para el diseño de este instrumento se tomaron en cuenta aspectos como las expresiones, imágenes y opiniones que se presentaban en los 46 videos analizados. Los materiales examinados se seleccionaron durante 10 meses completos y fueron considerados para el estudio según la cantidad y frecuencia de producción de cada actor.

4 Las *fan pages* o *páginas de fans*, son una red social creada en Facebook para todas las empresas o personas que desean crear, diseñar marketing y promocionarse a través de ellas (Definición de Fan Page, 2017).

La cantidad de videos analizados difiere entre los tres actores debido a que no todos contaban con las características definidas durante el proceso de selección como, por ejemplo: la identificación de roles, la caracterización de actores y la interpretación del papel de mujer. Por ello, de un total de 497 videos (105 en la plataforma de YouTube y 392 en las *Fan pages* de Facebook), se seleccionaron las siguientes cantidades (por actor):

- Cardamomasos: 11 videos de la plataforma de YouTube y 3 videos de la *Fan page* de Facebook. Total: 14 videos.
- Alvinich: 5 videos de la plataforma de YouTube y 18 videos de la *Fan page* de Facebook. Total: 23 videos.
- Juandy: 3 videos de la plataforma de YouTube y 6 videos de la *Fan page* de Facebook. Total: 9 videos.

Los videos elegidos se publicaron entre mayo de 2017 y febrero de 2018. Este recorte temporal responde al incremento de contenido y crecimiento de la audiencia tras la renovación de las cuentas de YouTube de Juandy y Cardamomasos, además del inicio de mini series cómicas de Alvinich en 2017. Los siguientes datos muestran que la cantidad de suscriptores de los tres actores considerados para el estudio se duplicó en tan solo 10 meses:

- Cardamomasos: Contaba con 19.009 suscriptores y en febrero incrementó a 38.000 suscriptores en YouTube.
- Alvinich: Contaba con 3.926 suscriptores y en febrero incrementó a 10.223 suscriptores en YouTube.
- Juandy: Contaba con 823 suscriptores y en febrero incrementó a 2.090 suscriptores en YouTube.

La matriz de análisis crítico del discurso permitió identificar patrones emocionales, físicos e intelectuales recurrentes en la interpretación de los roles femeninos; debido a que los tres sujetos de estudio se caracterizaron visualmente para representar a un personaje femenino. Por otro lado, presentan temáticas fuertemente relacionadas con el significado de “ser mujer” y videos en los que se expresan claramente las diferencias que existen en el comportamiento de los géneros masculino y femenino. El hecho de que los *youtubers mileniers*⁵ realicen

5 Son la generación nacida a partir de los años 80 y es denominada una “generación milenio”, digital e hiperconectada, es la más conectada a comparación de generaciones pasadas y se considera que tienen mayor nivel educativo (Blasco, 2018).

estas interpretaciones, demuestra que incluso los jóvenes de esta generación reproducen los estereotipos tradicionales impuestos por el régimen patriarcal.

III.3. Entrevistas en profundidad

Para el estudio se aplicaron entrevistas a profundidad con el objetivo de comprender la influencia de los estereotipos patriarcales en la mente de cada uno de los actores involucrados y, a partir de sus respuestas, se identificaron las categorías que permitieron contrastar estos resultados con el análisis de cada video.

La guía de preguntas para Horacio Veliz (Cardamomasos), Alvin Céspedes (Alvinich) y Juan Ruiz Paz (Juandy), fue diseñada para indagar sobre las razones por las que los tres actores eligieron ciertas temáticas y formas para representar a las mujeres en sus videos. Se llevaron a cabo tres entrevistas a profundidad (entre el 20 de abril y el 10 de mayo de 2018). Además, las intervenciones fueron grabadas en audio y video para obtener indicadores que den evidencia de los tipos de representaciones en cada canal de Youtube, los estereotipos internalizados por cada actor y las razones por las que estos elementos fueron incluidos en sus mensajes audiovisuales.

III.4. Revisión documental

La revisión documental se contrastó con la información de las entrevistas realizadas a los actores principales y permitió identificar el marco teórico para explicar qué es el sistema patriarcal y su influencia en la conformación de estereotipos, la asignación de roles y la emocionalidad. El análisis documental (bibliográfico) fue implementado a finales de abril y en el transcurso del mes de mayo de 2018, asimismo, los resultados de esta estrategia fueron contrastados con los otros métodos descritos.

La guía diseñada para el análisis teórico (expresada en una matriz con categorías madre y subcategorías) permitió la identificación de aspectos relevantes y su contraste con las teorías de las siguientes autoras:

- María Galindo (2013) en su obra: *No se puede descolonizar sin despatriarcalizar: Teoría y propuesta de la despatriarcalización*, explica la influencia del patriarcado en Bolivia, y su relación con el colonialismo.

Del mismo modo, describe cómo los bolivianos viven bajo el dominio de esta estructura y propone una visión feminista descolonizadora basada en la “despatriarcalización”, la erradicación de aquellas normativas que refuerzan el sistema patriarcal.

- Marcela Lagarde (2005), en el libro *Los cautiverios de las mujeres*, afirma que los roles asignados al género femenino sostienen la estructura patriarcal y explica que estos permanecen vigentes en la actualidad.

Ambas lecturas describen el funcionamiento del sistema patriarcal. En la obra de Galindo, se hace énfasis en la influencia del patriarcado en el contexto social boliviano (y su relación con la herencia colonial). Lagarde, por otra parte, explica cómo los roles tradicionales se mantienen vigentes en la actualidad y someten a la mujer al orden heteronormativo⁶.

IV. Resultados

Aun cuando el feminismo inició la lucha por la igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres (en una sociedad que favorece lo masculino) y, a pesar del surgimiento de nuevos avances relativos empoderamiento de la mujer, la estructura patriarcal establecida sigue siendo un obstáculo para la transformación social; pues los constructos culturales sobre el género conservan su valor simbólico e influyen en la posición que la mujer ocupa dentro de la jerarquía social.

Para el feminismo determinar el carácter universal del patriarcado tiene el objetivo de reforzar la idea de que las propias reivindicaciones del feminismo son representativas, que ha producido en algunas ocasiones, que se busque un atajo hacia una universalidad categórica o ficticia de la estructura de dominación, que por lo visto origina la experiencia de subyugación habitual de las mujeres. (Butler, 2007, p. 50).

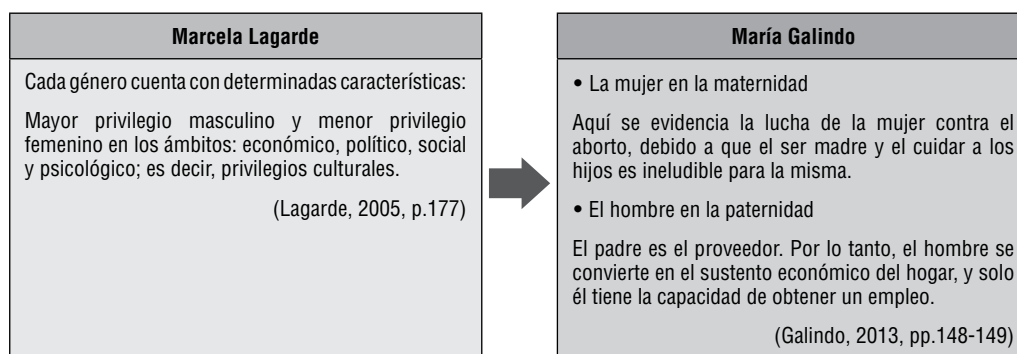
Históricamente, el sistema patriarcal le asigna a la mujer un lugar opuesto al del hombre, cómo se podrá ver a continuación con los datos recolectados a partir de la revisión documental. Para Galindo (2013) y Lagarde (2005), se produjo una lucha histórica, pues nacer mujer implica acatar con precisión una serie

⁶ La heteronormatividad o heterosexualidad obligatoria según Butler, es un régimen normativo que define cuáles son las identidades de género “inteligibles y correctas”, y castiga aquellas que no lo son. Según los cánones de este orden, solo existen dos identidades sexuales verdaderas: “hombre” y “mujer” (Gros, 2016, p. 247).

de normas e ideales impuestos. En ese sentido, Lagarde (2005) manifiesta que “ser mujer o ser hombre es un hecho sociocultural histórico” (p. 91) y Galindo (2013) afirma que es “una adquisición, gota a gota, de sangre subalternada” (p. 148).

De esa forma, ambas autoras ratifican que el sistema patriarcal determina reglas ineludibles para las mujeres, tales como las que se expresan en la figura 1.

Figura 1
Explicación de la influencia del sistema patriarcal y los mandatos que genera y establece



Fuente: Elaboración propia.

Cada categoría analizada establece los privilegios de un género por sobre el otro. Estas jerarquías se traducen en prácticas sociales que no están normadas por el Estado. Por ese motivo, perduran en el tiempo, evolucionando y adecuándose a cada contexto social.

IV.1. Posición de la mujer en el sistema

La mujer, a diferencia del hombre, se expone como un ser en el que prepondera la expresión de emociones en cualquier circunstancia. La posición que adquiere también está ligada a la del género opuesto; pero en el caso de las mujeres, el comportamiento repercute en mayor grado (a nivel social) porque debe adecuarse a las características y roles que establece y demanda el sistema patriarcal.

En ese sentido, Marcela Lagarde (2005) afirma que existe una “creación cultural de la mujer” compuesta por un conjunto de características que producen

distinciones genéricas en circunstancias históricas particulares (p. 33). Simultáneamente, María Galindo (2013) considera que la mujer se encuentra cubierta por un paraguas de “definiciones y lugares asignados por el patriarcado” (p. 54), tal como se presenta en la tabla 1.

Tabla 1
Posición de la mujer según el patriarcado

María Galindo	Marcela Lagarde
a) La jerarquía, la clase, la raza, la edad, el lugar de nacimiento y color de piel. b) La opción sexual. c) La pertenencia cultural, vínculo civil con los hombres como madres, como esposas o ante cualquier posibilidad de hacer un frente común llamado “mujeres”. (Galindo, 2013, p.54)	d) Los cautiverios como el ser madre, esposa, cónyuge, monja, prostituta y loca. e) La heterosexualidad normada. f) El cautiverio político. (Lagarde, 2005, p.33)

Fuente: Elaboración propia.

a. La jerarquía. Es parte de los aspectos identitarios que, inicialmente, le asignan una posición social a la mujer. A partir de esto, ella puede establecerse y vincularse a la sociedad, pero la ascendencia social no cambia la posición establecida.

b/e. La opción sexual y la heterosexualidad normada. La orientación sexual femenina debe ser la heterosexualidad normada en el sistema patriarcal, porque allí se establece que el sujeto debe definir su identidad sexual vinculando el sexo con el género. De no ser así –considerando que la mujer está ligada a cumplir el rol de madre– una orientación diferente a la heterosexualidad se convierte, principalmente, en la negación de la maternidad y, consecutivamente, en el rechazo al establecimiento de una familia heterosexual; lo que impide un cumplimiento preciso de los roles femeninos asignados.

c. La pertenencia cultural. Culturalmente, la mujer está sujeta al vínculo masculino para desarrollarse y definirse. De ese modo, adquiere un posicionamiento mental que no le permite supremacía, pues el papel principal de la mujer es el de compañera de vida del hombre y sus papeles secundarios son el de madre y cuidadora de la casa.

- d. **Los cautiverios.** Los roles de género se convierten en expresiones de lo femenino y, al mismo tiempo, modifican los estándares de realización y felicidad de las mujeres.

- f. **El cautiverio político.** En el patriarcado, la mujer está limitada por una estructura de dominación política que la somete. Dicha dominación le impide desarrollarse, empoderarse y obtener cargos en espacios de decisión.

IV.2. El cuerpo en el desarrollo de significados

Cada sujeto tiene la capacidad de interpretar la visión sobre los progresos o retrocesos sociales. Así, estos se convierten en elementos para controlar la evolución de los significados. “El discurso no se aísla del objeto, ya que se determina al sexo como la idea *históricamente formada*”. (Foucault, 1970, p. 12). Con esta importante referencia, este apartado presentará los datos obtenidos con el análisis de discurso.

Para ello, es preciso resaltar que al articular el sexo con el género en una construcción compuesta por ideas socialmente legitimadas, se forma un discurso que mantiene la hegemonía patriarcal. Como consecuencia, la mujer interactúa en un medio ampliamente discursivo, donde los rasgos biológicos y fenotípicos determinan sus deberes y roles.

La interpretación del rol de mujer se basa en la generalización del comportamiento femenino, completamente diferenciado del masculino. A partir de ello, se evidencian distinciones que producen el encasillamiento de ambos géneros en categorías sociales de comportamiento. Por ejemplo, la presentación del cuerpo, las emociones, las formas de relacionarse y la capacidad para el ejercicio de poder difieren en cada género.

Pese a que durante las entrevistas, Alvinich, Cardamomasos y Juandy, expresaron estar en desacuerdo con que la mujer esté por debajo del hombre y deba desempeñar roles diferenciados; en sus videos muestran a las mujeres dentro del hogar, como amas de casa, madres o parejas protectoras:

Es así como se reproducen estereotipos de género y, como consecuencia, validan las diferenciaciones que el patriarcado establece entre los sujetos.

Los roles que se identificaron luego del análisis de cada video fueron contrastados con las respuestas de los *vloggers* en cada entrevista y, luego, se examinaron por medio de las matrices de análisis de discurso.

Tabla 2
Roles que tiene la mujer para los tres vloggers estudio de caso

Pregunta guía de las entrevistas realizadas a los <i>vloggers</i>: ¿Qué roles tienen hoy en día las mujeres?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“(…) Hay mujeres que se ponen en roles de madres, de amas de casa. Hoy en día, la mayoría se siente así. También hay mujeres que salen del estereotipo de ama de casa que tiene que lavar y no sé qué más para ser un ser humano de bien, y en lugar de ello trabaja (fuera de casa) y tiene una función en la sociedad como el resto”.	“Hoy en día el rol de una mujer es de ser sumisa, de ser la que está por debajo del hombre, de ser la que no tiene derechos. (…) (pero debería tener) el mismo rol que tienen todas las personas y tener los mismos derechos.”	“El hombre es importante pero la mujer siempre asume el lado femenino y materno de la casa. Las mujeres no pueden perder (de vista) el nido, el interés por su familia como tal porque, por ejemplo, un hombre por más machista que sea o no por naturaleza, siempre es más desapegado a los hijos”.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3
Roles asignados a lo femenino en 14 videos del vlogger Cardamomasos

Actor: Cardamomasos			
Categorías	Textual	Visual	No verbal
Funciones femeninas	<p>Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La stalkedora • La que se guarda todo y explota. La extorsionadora • La depresiva • La macha pelo en pecho • La chismosa • La dormilona • La victima • La buena tipa • “La amiga de todos” • Amiga critica, hipócrita y chismosa • La ilusionada y enamorada, acompañada de sus amigas • La obediente y sumisa que accede a todos los reclamos que le hace su pareja • “Eres perfecto, maltrátame, embarázame, te presento a mis padres” 	<ul style="list-style-type: none"> • El hijo lleva a un amigo a casa y la madre los atiende. • Ama de casa. • Coqueteo exclusivamente femenino para conseguir presentar después el trabajo. • La mujer es quien asiste al gimnasio porque se siente gorda. • Es llorona, depresiva, come exageradamente y no se comprende a sí misma cuando atraviesa la menstruación. • Es cariñosa. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mujer es pareja. • La mujer es amiga. • La mujer es madre. • La mujer ve en otra mujer competencia y se refiere a otras de forma despectiva. • La mujer ve películas románticas y en este aspecto se hacen generalizaciones. • La hija mujer recibe, únicamente, el ofrecimiento de estudiar comunicación social; pero es desanimada por la madre porque ella considera que la hija no tiene la presencia física adecuada.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4
Roles asignados a lo femenino en 23 videos del vlogger Alvinich

Actor: Alvinich			
Categorías	Textual	Visual	No verbal
Funciones femeninas	<p>Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivación de la mujer. • “No comes y encima te vas a tomar, ¡Vamos a comer!” • Madre permisiva “Toma hijito, para que salgas con tus amigos, gasta nomás lo que quieras” Madre eufórica: “Crees que te voy estar dando dinero para que hagas pasear imillas” • “Las magdalenas” “La escandalosa” “La Acapulco Shore” “Hoy me voy a dar una super puti vuelta, porque a todos los he superado” “La tacaña” • “Mi mamá siempre me ha dicho que amor verdadero es cuando te regalan cosas y más de este precio”. En la escena de “el que tiene plata” la mujer es la que espera los detalles. • “La dramática” “La que odia a todos” “La psicópata” “La borracha” “Sabes qué ándate con él, que te embarace” “La celosa” • “Si no me ruegas, ya no iré a ver películas a tu casa.” 	<ul style="list-style-type: none"> • Madre que cocina y es indecisa. • En el video de vendedoras empiezan a mirarse feo (esto se evidencia en una escena en la que las vendedoras se miran despectivamente, pero se unen para atacar al casero que no compra el api). • Mujer que se preocupa por mostrar el trasero en las fotos de forma exagerada. • Mujer que reprime a su pareja cuando quiere salir con los amigos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pareja • Madre • Abuela • Ama de casa <p>Detalle de roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La madre es emocionalmente explosiva y se encarga de dar la comida al hijo después de que él salió de fiesta. También es cariñosa, protectora y juega al pasanaku. • La madre da dinero al hijo, pero cuando no quiere hacerlo se justifica en que si no tiene para la peluquería, menos podría tener para financiar la salida de su hijo. • La mujer está pendiente de la apariencia física. <p>La mujer protege a su pareja cuando este está borracho.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La abuela es sobreprotectora. • El control de pareja en roles invertidos, demostrando la situación por la que atraviesan las mujeres. • La mujer ve novelas o series, y el hombre ve el fútbol. • La mujer es tacaña porque no gasta en regalos para su pareja. • La mujer es vendedora.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5
Roles asignados a lo femenino en 9 videos del vlogger Juandy

Actor: Juandy			
Categorías	Textual	Visual	No verbal
Funciones femeninas	<p>Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La madre en la cocina, realizando la cena de fin de año y el hijo entra a preguntar si puede ayudar • Pero en realidad durante el año es quien le da dinero. • Doble moral de una mujer que no toma y después de un vaso no suelta la botella • La mujer al ver hombres bailando se olvida de su novio • La que organiza al grupo de amigas para la fiesta y les menciona que habrá hombres famosos. La que sobreprotege a todas las amigas con las que fue a la fiesta y no se divierte por hacerlo • Voz off: Madre escandalosa reclamando a su hijo • Pareja: "amor voy a salir con mis amigas" • Entre amigas los comentarios a una buena foto son de calificar a su amiga de forma cariñosa. • "La manipuladora (sexual)" "La celosa" • "La delincuente juvenil" • "La poseída (mujer en sus días)" • "La policía" • La madre que obliga a la hija a casarse por un embarazo. (Mujer, embarazo) 	<ul style="list-style-type: none"> • "La que no toma" • "La fiel" • "La que organiza la fiesta" • "La que orina donde sea" • "La que pierde todo" • "La que cuida a todas" • Madre ama de casa 	<ul style="list-style-type: none"> • Pareja • Proveedora • Amiga • Madre • Madre ama de casa • Las mujeres viendo imágenes de hombres famosos, semidesnudos • La mujer se sume a la depresión y al llanto, es apoyada en el dolor por las amigas • Entre amigas se evidencian expresiones moralistas por engañar a su pareja • Las mujeres que comparten gustos que atribuyen ser masculinos, son extrañamente admiradas

Fuente: Elaboración propia.

Las críticas que estos tres *youtubers* hacen con respecto a temas de equidad de género no coinciden con los mensajes que difunden en sus redes. Pues en sus videos, la mujer mantiene una posición subordinada en el ámbito privado y se la representa cumpliendo las labores de la casa; mientras que el hombre interpreta un rol de supremacía, pues tiene poder de decisión y la capacidad de proveer tanto a la pareja como a la familia.

IV.3. Estructura social y expresión de la estructura mental de los actores

Aunque los *vloggers* muestran una versión más empoderada de las mujeres, estos personajes nunca pierden características como la fragilidad, la madurez en el carácter y la cualidad de madre. En síntesis, sus representaciones comunes no dejan de lado la debilidad femenina y la distinción física-corporal.

Tabla 6
Diferencias emocionales

Pregunta guía de las entrevistas realizadas a los <i>vloggers</i>: ¿Cuáles son las diferencias emocionales entre hombres y mujeres?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“Se podría decir que las mujeres son más emocionalmente activas frente a los hombres, (...) los hombres se lo aguantan, aunque lo sientan.”	“Es que tal vez ellas no fingen ser fuertes, pero los hombres sí fingimos ser fuertes, por ser hombre yo no puedo llorar, no puedo hacer un montón de cosas, no puedo mostrar mis sentimientos, pero la mujer sí. Entonces, la mujer tiene que ser siempre la que expresa sus sentimientos y el hombre tiene que ser el que siempre está serio o cómo que no le duele.”	“Las mujeres yo creo que son más apegadas a la sensibilidad. (...) ese instinto maternal que ellas tienen, es ese instinto de sensibilidad de las mujeres que hace que emocionalmente sean un poco más sensibles que los hombres”.

Fuente: Elaboración propia.

Para los actores, la subordinación de la mujer es evidente, sobre todo en espacios de educación y oficios. La escenificación de los roles femeninos en los videos humorísticos, depende siempre de la estructura social en la que los actores crecen. En el contexto boliviano, la sujeción de la mujer se mantiene en ciertos espacios de desempeño profesional en los que les resulta difícil potenciar sus conocimientos y habilidades profesionales.

Tabla 7
Cargos laborales asignados a la mujer

Pregunta guía de las entrevistas realizadas a los <i>vloggers</i>: ¿Qué tipo de cargos laborales considera que tiene una mujer?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“Los mismos que un hombre. La mujer puede ser jefa, gerenta o presidenta si quiere y se lo propone.”	“Secretaria, ayudante... Hay mujeres que tienen cargos altísimos como jefa, (...) pero yo creo que normalmente los cargos de las mujeres siempre están por debajo del cargo del hombre; es decir, el hombre siempre está arriba de la mujer en el cargo”.	“(…) yo siento que las mujeres deberían estar en cualquier cargo que se pueda y creo que últimamente vamos por buen camino, no siento que la sociedad siga estando con esos estereotipos de la mujer no puede.”

Fuente: Elaboración propia.

Así, las construcciones culturales afianzan los principios morales adquiridos por estos jóvenes durante sus interacciones y perpetúan significados sobre su identidad social. El sistema de valores de cada actor estudiado resulta de sus relaciones sociales y configura las percepciones que estos tienen de las mujeres. Por ende, su forma de representarlas se adapta a las condiciones de su entorno.

IV.4. El humor y la incidencia en la representación

La forma en la que se representa a la mujer parte de la influencia de aquellas normas que dictan cómo debería ser una mujer y, como consecuencia, producen estereotipos sobre el comportamiento femenino. De esa manera, el discurso humorístico se convierte en el vehículo para exponer los mandatos de la femineidad que, además, se naturalizan al considerarse burlescos.

El humor valida meta-mensajes, códigos que se expresan de forma emotiva, dan lugar a múltiples interpretaciones y adquieren varios significados según las ideas que transmiten. Al mismo tiempo, estos chistes exhiben los principios que se consolidan en la mente de quienes los propagan. Así, el humor se presenta como un medio peculiar que expone estereotipos (De la Fuente, 2002, p. 50).

IV.5. Representación estereotipada de la mujer

El patriarcado, como una estructura social vigente en la sociedad, da lugar a los discursos humorísticos. Los tres actores estudiados (Cardamomasos, Alvinich y Juandy) realizan representaciones (de hombres y mujeres) que están condicionadas por su visión de la realidad, por el contexto en el que se encuentran y la estructura mental que han conformado.

Aun cuando la sociedad paceña lucha por el reconocimiento y la visibilidad de los derechos de las mujeres (con el objetivo de derribar la idea del poder totalitario masculino), permanecen los discursos patriarcales. La prueba de esto son los elementos y las actitudes representadas en los videos de los *youtubers* descritos.

La representación estereotipada de la mujer pone en evidencia la visión de actores sociales jóvenes (de entre 19 y 24 años) y la influencia del orden patriarcal en las percepciones que estos tienen con respecto al comportamiento de cada género.

Tabla 8
Construcción e interpretación del personaje de mujer

Pregunta guía de las entrevistas realizadas a los vloggers: ¿Cómo construye el personaje de mujer?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“Observación de la cotidianidad de la madre abuela o novia”.	“(…) tengo un montón de pelucas, pero con mayor frecuencia interpreto personajes militares.”.	“En base a experiencias propias. Por ejemplo, yo tengo novia hace años, entonces sé cuándo es buena tipa o fregada, o cuando está triste, o feliz. Creo que en realidad cuando hago de novia es un poco a través de las experiencias que tengo con mi novia. (…) La forma en la que construyó cada personaje es jugando con las experiencias propias que tengo”.
Pregunta guía de las entrevistas realizadas a los vloggers: ¿Qué personajes interpreta con frecuencia?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“Mamás, novias, novios, abuelas, pero con mayor frecuencia mamás y novias”.	“Hago todo tipo de personajes, pero con mayor frecuencia: mujeres, militares, cambas. Intento que salga todo para que un personaje no muera y siempre esté vivo”.	“Mamás, hijos, novias. Yo creo que es la mamá, tengo un personaje de mamá que me gusta usarlo mucho, porque ya le he agarrado personalidad, ya la estoy forjando un buen personaje. El hijo siempre es un hijo tímido, como somos todos los hijos, que con la mamá estamos sonriendo y a sus espaldas somos unos diablos, ese es el hijo. Y también las novias, pero ese no tiene mucha personalidad como tal porque no lo he armado tanto”.

Fuente: Elaboración propia.

De esa manera, crean y reproducen imágenes con las que ejercen poder, pues repercuten en la audiencia que se concentra en redes sociales.

Como se ha mencionado, el patriarcado establece posiciones para lo masculino y lo femenino y dicta normas que deben acatarse de acuerdo a los roles asignados. En ese sentido, es importante mencionar que ese poder no se ejerce en todos los seres humanos, ni en todas las ideologías. Sin embargo, al reproducir y presentar estos valores en escena (constantemente), las audiencias femeninas y masculinas, finalmente, validan y asumen las representaciones estereotipadas de la mujer.

IV.6. Representación de la mujer a través del humor

Las representaciones en el área humorística evidencian, con mayor claridad, las “construcciones sociales sobre el cuerpo y el género” (Apodaka, 2015, p.5) que se basan en la identidad e individualidad del sujeto, pues a partir de los

estereotipos se conforman imágenes sobre los actores sociales. En este caso, sobre la mujer en su cotidianidad y relacionamiento.

Por todo lo mencionado, los tres *vloggers* que formaron parte de este estudio interpretan a la mujer de la siguiente manera:

Las cualidades físicas y corporales de los personajes femeninos son expuestos en los videos de la siguiente manera:

Tabla 9
Aspectos físicos femeninos en los 46 videos del vlogger Cardamomasos, Alvinich y Juandy.

Actor: Cardamomasos			
Categorías	Textual	Visual	No verbal
Aspectos Físicos femeninos (Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados)	Tener buena presencia para estudiar Comunicación Social. “Sé que estoy gorda y aunque estés flaco, mañana empezamos el gym”. “Mirá su cuerpo está lleno de grasa” “Es tan flaca que debe usar faja” “Aquella ya parece una jirafa” “A esa chica ya ni la veo parece una hormiga” “Esa perra me bajó al novio”.	<ul style="list-style-type: none"> • Una polera en la cabeza como reemplazo del cabello largo de una mujer. • Chupete en la boca. • Se baja el cierre de la chamarra. • Movimientos sensuales del cuerpo. • Actriz mujer con ropa casual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entonación de reclamo. • Uso del filtro de distorsión de boca de la aplicación de Snapchat. • Expresiones que aluden al dialogo de una chica, refiriéndose al aspecto de otras.
Actor: Alvinich			
	<ul style="list-style-type: none"> • “Estoy gorda” (preocupación por lo físico) 	<ul style="list-style-type: none"> • Peluca azul de corte melena. • Blusa manga larga de cuello alto. • Mantilla y lentes para caracterizarse de abuela. • Polera blanca manga corta. • Canguro de varón. • Polera con escote. • Chaqueta azul. • Actor con peluca de cabello corto y con una guirnalda en la cabeza. • Papel de vendedora con mandil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voz afeminada. • Voz chillona. • Voz varonil que en ciertos momentos es afeminada y chillona. • Voz normal del actor.
Actor: Juandy			
		<ul style="list-style-type: none"> • El actor con una peluca despeinada, de cabello largo pelirrojo de cabello ondulado y largo. • Blusa escotada. • Exageración den movimiento de labios. • En la representación de madre se hace se la muestra con un bata. • Actriz mujer con polera y jean de cabello largo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voz afeminada. • Cambio de voz del actor a un tono afeminado.

Fuente: Elaboración propia

Las expresiones sobre el comportamiento moral, los roles y los cargos laborales que se incluyen en los videos validan la estructura que sitúa a las mujeres en el hogar y las representa como personajes que se preocupan por los comentarios que los demás hacen de ellas; a diferencia de los hombres, quienes cumplen funciones como proveedores y autoridades de familia.

Los roles de madre y pareja aparecen constantemente en los videos analizados. En estas representaciones la mujer se caracteriza por ser emocionalmente expresiva y protectora. Además, siempre está al pendiente de las necesidades del hogar y mantiene una moral social que es determinante para la crianza de sus hijos.

Por otro lado, estos *youtubers* interpretan a mujeres emocionalmente de la siguiente manera:

Tabla 10
Aspectos emocionales asignados a lo femenino en 46 videos del *vlogger*

Actor: Cardamomasos			
Categorías	Textual	Visual	No verbal
<p>Aspectos emocionales femenino</p> <p>(Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados)</p>	<p>“Me estás diciendo gorda, vos siempre me quieres lastimar”</p> <p>“Mira está gorda”</p> <p>“Cuando es flaca”</p> <p>“Cuando es alta”</p> <p>“Cuando es baja”</p> <p>“Cuando les bajan el novio”</p> <p>“Me terminas y voy a decir que me estas pegando” (la victima)</p> <p>“Lo he perdonado” amiga responde: pero te pega “Pero me ha llevado flores”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Histérica • Celosa • Exigente • Seductora • Victimización del papel • Actitud a la defensiva y controladora ante su pareja. • Eufórica • Llanto efusivo • Cariñosa • Coqueteo, trato amigable y desesperación • Chismosa • Hipócrita • Mujer chantajista y escandalosa • Reclama constante a la pareja • Madre histérica, explosiva, celosa, impulsiva, características de protección y cuidado al hijo 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación de reclamo. • Manipulación ante la pareja • Impulsividad en todos los papeles interpretados. • Expresión y movimientos constantes de indignación. • La mujer interpreta un papel de cariñosa y la que sufre cuando termina una relación, pero perdona reiteradas veces a pesar de sufrir violencia física.

Actor: Alvinich			
	<p>Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados.</p> <p>Preocupación por mantener una relación con el actor de mejor clase social.</p> <p>“No sabía lo que me hablaba el Camba, pero nos fuimos a dormir”</p> <p>En las redes sociales: “Hijo siempre sigue los valores que te han enseñado tus padres, estas precioso” ¡Qué buena madre que soy!</p> <p>En la vida cotidiana: “Llokalla malcriado, abríme, ahorita te voy a dar”</p> <p>Madre: “Yo huelo cuando mis hijitos quieren ocultar algo”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Histérica, manipulación, intolerancia y cambio de humor drástico, repentino, agresiva y eufórica • Exagerada, renegona y calculadora, sufrida, celosa, controladora, escandalosa, impaciente e indecisa • Vanidosa, coqueta, dramática, sensualidad, disconformidad con el cuerpo • Su primer recurso de expresión el llanto • Expresivamente cariñosa • Madre histérica, denominada hipócrita e indecisa • Madre cariñosa • Abuela cariñosa y consentidora 	<ul style="list-style-type: none"> • Explosión de enojo constante • Empieza a golpear la puerta, con ganas de pegar a su hijo de forma histérica
Actor: Juandy			
	<p>Los términos que se enuncia a continuación son copia textual de los guiones interpretados en los videos clasificados.</p> <p>“La mujer denominada por el mejor amigo de su ex, como manipuladora”</p> <p>En una situación de engaño: La amiga la compadece y la alienta a que pueda llorar en su hombro, pero después de escuchar el engaño y colgar el teléfono, la califica como “perra” haber engañado a su pareja</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Moralista, eufórica, depresiva, sufrida, histérica, manipuladora, celosa, crítica, desconfiada, controladora. • Protectora • Cariñosa • Llorar y es motiva • Realiza movimientos y toques en el cuerpo del personaje de mujer para hacer que su novio no salga con sus amigos. 	

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, cuando estos actores personifican a los hombres los muestran como seres pasivos ante la efusividad femenina y, ante todo, amables. Otro rasgo que estos creadores utilizan para representar a sus personajes masculinos es la facilidad con la que expresan sus sentimientos cuando se encuentran en estado de ebriedad.

Los roles y tareas que establece el sistema patriarcal producen construcciones significativas sobre el cuerpo que se convierten en estereotipos de género. El uso del chiste en la personificación de hombres y mujeres es una práctica discursiva de poder masculino que se convierte en un mecanismo reproductor de valores y normas que se internalizan, como consecuencia, estos fortalecen y mantienen al orden socialmente establecido.

V. Discusión y conclusiones

La vigencia del patriarcado en el sistema social se debe a la reproducción de los conceptos socioculturales que norman el relacionamiento entre seres humanos. Es decir, nociones que regulan el comportamiento y establecen roles que, tanto hombres como mujeres, deben acatar en distintos ámbitos.

Aún en la actualidad, la mujer es cautiva de represiones en todo ámbito en el que se desarrolle. Por esta razón, la forma en la que se la representa repercute en el trato que se le da y en sus relaciones sociales, pues mantiene la estructura social tradicional que antepone los privilegios de la posición masculina por encima de la femenina.

Tabla 11
Significado de la representación de mujer

Pregunta guía de las entrevistas realizadas a los vloggers: ¿Qué significa para usted representar a las mujeres?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“Es un compromiso y una gran responsabilidad porque puedes dar un mensaje positivo y negativo de la visión del hombre hacia la mujer”.	“Me gusta mucho representar una mujer porque siento que no muchos hombres se animan a representarla y, cuando un hombre representa a una mujer, tiene que saber igual mucho sobre cómo es esa mujer. Yo intento observar a mis amigas y a mi familia para copiarlas y luego representarlas tal y como son. Creo que es divertido que un hombre imite a mujeres y no sé si me sale tan bien”	“Es un compromiso un poco delicado porque, yo, sí o sí hago comedia. (...) me parece súper chistoso personificar a una mujer porque obviamente soy hombre, pero me da una responsabilidad. Entonces, cada vez que represento a una mujer, una novia, una hija o una mamá, trato de no mellar la dignidad o algo así que les moleste a las personas. Me cuido de eso.”

Fuente: Elaboración propia.

Los sujetos se auto-identifican y se relacionan conforme a lo establecido social y culturalmente. Esto incide (tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres) en los valores morales que adquieren, los roles que acatan y las posiciones que ocupan en la jerarquía de la sociedad actual.

Bajo este sistema patriarcal, la mujer se percibe como un ser humano que tiene la capacidad de brindar cuidado en todo ámbito de relacionamiento. Debe ser cuidadosa con la familia, con los hijos, con su pareja y consigo misma. En ese sentido, la forma en la que desempeña cada uno de sus roles también está normada. Con los hijos existe un trato diferenciado según el género de cada

uno, con la pareja las labores de limpieza del espacio que habitan son distintas (ya que es una acción ineludible para la mujer y opcional para el hombre) y, por otro lado, con la sociedad se establecen estándares de cuidado físico que restringen el comportamiento y las habilidades, lo que mantiene a la mujer en una posición inferior dentro del espacio público.

Tabla 12
Reacción del público femenino

Pregunta: ¿Cuál es la reacción del público femenino cuando realiza representaciones de mujer?		
Cardamomasos	Alvinich	Juandy
“Es positiva, porque empiezan a etiquetarse entre ellas”.	“A mí me encanta que las chicas se sientan identificadas con un hombre que imita chicas, hay muchas veces que yo creo personajes mujeres y etiquetan a otras chicas”. “Me siento muy feliz de que las chicas puedan reconocer que un hombre está haciendo comedia para ellas y no siempre una mujer que las entienda”.	“La verdad es muy positiva. Nunca he recibido una mala crítica, un mal comentario de mis personajes de mujeres se identificaban.”

Fuente: Elaboración propia.

La existencia del sistema patriarcal en el contexto estudiado (La Paz, Bolivia), explica el origen del fenómeno explicado (la representación estereotipada de la mujer en los videos de tres *vloggers*: Alvinich, Cardamomasos y Juandy). En los mensajes analizados se puede observar que la representación diferenciada (tanto de rasgos físicos y emocionales, como en las tareas y ocupaciones asignadas a los personajes femeninos y masculinos) contribuyen a la reproducción de estereotipos sobre la mujer; pero además, dan evidencia de que la aún no se ha alcanzado la igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres en Bolivia.

El humor es el canal de libre inducción, reproducción y legitimación de normas establecidas, ya que produce un sentido de identificación; pero también es un medio por el cual se ejerce la violencia simbólica. Los discursos humorísticos juegan con la exposición de la realidad en un ámbito opuesto al de la seriedad y el formalismo. De esta manera, el mensaje se transmite por medio de un canal informal, pero con un impacto importante.

Por esta razón, ejercer violencia simbólica por medio del humor es un acto sutil, precisamente porque el dominador (quien transmite el discurso en tono de broma) hace que el dominado naturalice y minimice el mensaje (en este

caso, la exposición de la superioridad masculina y la inferioridad femenina). Con respecto a los videos analizados, gracias a ellos se instauran normas sociales permanentes por medio del sentido de identificación que producen. Estas reglas, al aceptarse socialmente, se convierten en estereotipos que validan la subordinación femenina y –al expresarse por medio del humor– reproducen el ciclo de violencia simbólica contra la mujer.

Por todo lo expuesto, se sustenta la proposición y los mecanismos de explicación del fenómeno propuesto en la investigación, a partir del sistema patriarcal como la regularidad que establece la construcción del género y sostiene una condición inequitativa para las mujeres.

Los discursos patriarcales generan la categorización de los sujetos que, a través de la interacción social, comparten los significados que adquieren por medio de la experiencia y la racionalidad. De esta forma, los individuos reproducen el capital sociocultural por medio de mecanismos como el humor. Estos mecanismos son parte de la narrativa que otorga dominio a lo masculino dentro del sistema patriarcal.

A pesar de que los *vloggers* que formaron parte del presente estudio (jóvenes de entre 19 y 24 años de edad) quieran desvincularse de las imposiciones establecidas por el patriarcado, involuntariamente, continúan reproduciendo estereotipos sobre la identidad femenina, valores que se fortalecen y viabilizan el ejercicio de la violencia simbólica.

La validación colectiva de los roles que se les asignan a las mujeres desde que nacen ha provocado que, con el tiempo, se normalice la evidente subordinación de este ser humano. Por otro lado, los discursos de “igualdad” del siglo XXI generan la ilusión de un mundo donde los jóvenes luchan por el bienestar común, cuando en realidad reproducen principios patriarcales que se modifican y adaptan al contexto social actual, manteniendo la desigualdad entre géneros.

Referencias

Álvarez, S., & Sánchez, C. (2001). Introducción. En E. Beltrán & V. Maquieira (Eds.), *Feminismos: Debates teóricos contemporáneos* (pp. 9-17). Alianza. <https://drive.google.com/file/d/1EB3jKgEsN2dsnViMf8jPexg7-1DPVaqG/view>

- Apodaka, E. (2015). Nuevas lógicas de legitimación de la identidad y la acción colectiva: De la representación metafórica a la articulación metonímica. *Papeles del CEIC*, (2), 1-27. doi:10.1387/pceic.14438
- Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina* (J. Jordán, Trad.; 2.ª ed.). Anagrama. (Trabajo original publicado en 1998)
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1995). *La Reproducción: Elementos para una teoría del sistema de enseñanza* (J. Melendres & M. Subirats, Trans.; 2.ª ed.). Laia. (Trabajo original publicado en 1973)
- Blumer, H. (1982). *Symbolic interactionism. Perspective and method* [El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método]. Hora. (Trabajo original publicado en 1969) <https://es.scribd.com/document/288882386/El-Interaccionismo-Simbolico-Perspectiva-y-Metodo-Blumer>
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la realidad* (A. Muñoz, Trad.; 3.ª ed.). Paidós. (Trabajo original publicado en 1999)
- Blasco, L. (19 de enero de 2018). ¿Qué significa realmente ser un “millennial” y cuáles son los mitos y las verdades sobre esta “generación perdida”? *BBC Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42722807>
- Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario. (13, marzo, 2017). *Bolivia: 2do país del mundo en igualdad de género, según la ONU*. Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario. <https://www.cedla.org/obess/52214>
- De la Fuente, F. (2002). El humor en Thomas Hobbes. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (7), 47-51. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93500704.pdf>
- Definición de FanPage. (7, abril de 2017). *F Tecnología*. <https://conceptodefinicion.de/fan-page/>
- Foucault, M. (2002a). El orden del discurso (A. González, Trad.; 2.ª ed.). Tusquets. (Trabajo original publicado en 1973)
- Gallego F. (2013). Me río porque es verdad: Sociología folk en los monólogos de humor. *Imagonautas*, 3(1). <https://dialnet.unirioja.es/>

- Galindo, M. (2013). No se puede descolonizar sin despatriarcalizar. Lavaca editora.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview [Análisis de cultivo: una descripción general]. *Mass Communication and Society*.
- Hall, S. (1997). The work of representation [El trabajo de la representación]. En S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* [Representación: Representaciones culturales y prácticas significantes] (pp. 13-74). Sage Publications. http://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: Madresposas, monjas, putas y locas* (4.ª ed.). Universidad Nacional Autónoma de México.
- León, R. (2016). Identidad y escenificación de estereotipos en los negros de jean Genet. *Revista Chilena De Literatura*, (92), 99-120. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=124003424&lang=es&site=eds-live>
- Loayza, R., & Peres-Cajías, G. (2016). *Repensando la investigación: Guía de trabajos de grado*. Centro Boliviano de investigación de Ciencias Sociales y de Comunicación; Plural Editores.
- López, M. (7 de junio de 2016). Los “youtubers”, en perspectiva. *Los Tiempos*. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16613916>
- Melo, A. N., & Astorino, J. (2016). Estereotipos de género en publicidades de productos orientados al público infantil en Argentina. *Ánfora*, 23(40), 17-50. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=124003424&lang=es&site=eds-live>
- Mulvey, L. (1988). *Placer visual y cine narrativo* (S. Zunzunegui Trad.). Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo. (Trabajo original publicado en 1975)
- Olivas, O. (19, marzo, 2015). ¿Cuál es la diferencia entre un blogger y un vlogger? *Merca 2.0*. <https://www.merca20.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-blogger-y-un-vlogger/>
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Herder.