

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTOBAL DE
HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TEMA

**“CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS DE LA MUJER A PARTIR DE LAS
CARICATURAS ERÓTICAS EMITIDAS EN LOS DIARIOS NACIONALES”**

Tesis presentada para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor : Jhonatan Taipe Herreras

Asesor : Dr. Carlos Infante Yupanqui

Ayacucho- Perú

2015

A: Mi señora madre Elizabet Herreras, a mis hermanos Jaqueline y Fernando, quienes fueron el impulso en este camino de superación, al Dr. Carlos Infante por el apoyo incondicional en la construcción de esta investigación y a mi primera casa de estudios la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga

ÍNDICE

Resumen	4
Introducción	5
Capítulo I	
Revisión de la literatura	
1.1. Teorías sobre el estereotipos	7
1.1.1. Las definiciones de estereotipo y su clasificación	7
1.1.2. Relación entre estereotipo y prejuicio	15
1.1.3. Los estereotipos como mecanismo de defensa	22
1.1.4. El estereotipo como método de control	24
1.2. Humor	
1.2.1. Construcción del humor	25
1.2.2. Aproximación del humor desde un perspectiva sociocultural	32
1.2.3. La ironía, la parodia y el chiste	33
1.2.4. El humor y el erótica	
Capítulo II	35
Materiales y métodos	
2. Problematización	
2.1. Objetivo de estudio, contexto y justificación	35
2.2. Objetivos de investigación	35
2.3. Hipótesis de investigación	36
Estrategia metodológica	37
2.4. Tipo de investigación	
2.5. Población y muestra	37
2.6. Métodos y técnicas de investigación	38
2.7. Procedimiento de investigación	38
Capítulo III	
Presentación y análisis de datos	
3. Formas de contribución de la caricatura erótica	39
3.1. Exageración de aspectos físicos de la mujer	
3.2. Uso de lenguajes visuales grotescos	
3.3. Uso de expresiones prejuiciosas	
4. Construcción de estereotipo sobre la mujer	50
4.1. Estereotipo de la mujer voluptuosa	
4.2. Estereotipo de la mujer sometida	
4.3. Estereotipo de la mujer sumisa	
4.4. Estereotipo de la mujer celosa	
4.5. Estereotipo de la mujer conflictiva	

4.6. Estereotipo de la mujer seductora

Discusión de resultados	60
Conclusiones preliminares	61
Referencias bibliográficas	62
Anexos	67

RESUMEN

El presente informe desarrolla una descripción acerca de la construcción de estereotipos que se organiza alrededor de la mujer peruana en las caricaturas de corte erótica publicadas por los diarios nacionales. Asimismo, visibiliza el papel de los medios impresos en el proceso.

La investigación utilizó el método hermenéutico bajo enfoque cualitativo. Entre sus técnicas figuran el análisis hermenéutico y hemerográfico.

Entre los resultados obtenidos, la investigación halló caricaturas eróticas en los diarios de circulación nacional con contenido estereotipador acerca de las mujeres definiendo roles sociales que se sustraen a valores morales aceptados por la sociedad peruana.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, la mujer ha sido objeto, no solo de la exclusión en todos los campos de la vida social, ha sido también sometida a múltiples mecanismos de sometimiento y segregación. Si bien es cierto, su continua lucha a lo largo de la historia de la humanidad, ha tenido resultados positivos a favor de lograr su emancipación, sin embargo, en plena época de desarrollo de la sociedad, la lógica social, caracterizada por profundas desigualdades sociales, mantiene formas de discriminación a través de los diferentes medios de comunicación, en cuyos espacios humorísticos, la mujer sigue siendo blanco de agresión.

Esto es lo que se observa en las caricaturas de corte erótica que se publican en los medios impresos de circulación nacional y que nos hemos propuesto investigar.

La investigación contempla tres capítulos: El primero, desarrolla el sustento teórico donde teorizamos nuestras principales categorías de estudio, este es el caso del estereotipo, una categoría que está más ligada al tema del género y que las investigaciones existentes, básicamente están enfocadas desde una perspectiva

psicológica. Sin embargo, Walter Lippmann que, por cierto, fue el primero en realizar la investigaciones sobre este tema, ya tratado de enfocarlo desde el ámbito social el tema del estereotipo, sin embargo, existen algunos vacíos que hemos tratado de cubrir con el presente estudio. Lippmann estima que el más profundo de los estereotipos es el estereotipo humano que le imputa naturaleza humana a cosas inanimadas o colectivas.

En el mismo capítulo, se definen los estereotipo y su clasificación, así como la relación que tiene el estereotipo y el prejuicio. De igual modo se explica cómo se daba la relación de estos estereotipos con “analogía de defensa” y “método de control”.

La otra categoría presente en la investigación fue la caricatura, pero como la teoría alrededor de este concepto se encuentra aun en desarrollo recurrimos al humor, una categoría que trabaja Mijael Bajtín, quien ha asociado el humor al dominio de la cultura. También se ha trabajado las aproximaciones del humor desde una perspectiva sociocultural, la relación entre la ironía, la parodia y el chiste y por último el humor y el erotismo.

En el segundo capítulo se presenta el diseño metodológico, se incluye la problematización que dio lugar a la presente investigación. Se consigna asimismo el tipo de investigación, la población y muestra, métodos y técnicas de investigación al igual que el procedimiento de investigación.

Finalmente, en el tercer capítulo se desarrolla los resultados que se han obtenido del recojo de la información y de su análisis respectivo, tomando en cuenta los indicadores con los que se han trabajado: las formas de contribución de la caricatura sexista,

exageración de aspectos físicos de la mujer, uso de lenguajes visuales grotescos, uso de expresiones prejuiciosas, es decir: estereotipos sobre la mujer, tales como estereotipos de la mujer voluptuosa, de la mujer sometida, sumisa, celosa, conflictiva, seductora y entre otros.

Las limitaciones y dificultades halladas en el proceso de investigación fueron básicamente relacionadas con la bibliografía, debido a que varias de ellas estaban en otro idioma. Sin embargo, lo que significó una limitación se convirtió en un desafío que logramos superar finalmente.

CAPÍTULO I

(Revisión de la literatura)

1.1. Teorías sobre el estereotipos

1.1.1. Las definiciones de estereotipo y su clasificación

A lo largo de la historia, el tema del estereotipo se ha avizorado desde varias perspectivas, y con mayor énfasis en el campo de la psicología. Aunque algunos consideran que Walter Lippmann; nuestro autor teórico, tiene una perspectiva cognitiva al definir el tema del estereotipo, pero ya vincula por primera vez a la ciencia social, no de manera clara ni manejado de forma unívoca, pero se aproxima al mencionar que “El más profundo de los estereotipos es el estereotipo humano que le imputa naturaleza humana a cosas inanimadas o colectivas”¹, he aquí un ejemplo claro ya habla de una sociedad y ello automáticamente de cultura.

Lippmann nos recuerda el concepto de representaciones sociales cuando nos dice que el estereotipo consiste en “imitaciones cambiantes, réplicas, falsificaciones y

¹ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 159.

distorsiones en las mentes individuales”² de hallazgos y formulaciones sistemáticas hechas por hombres de talento.

En esta vaguedad de la aplicación del término, no es extraño que los autores posteriores resolvieran adoptar como definición operativa del estereotipo que Lippmann define al mencionar ‘imágenes en nuestras cabezas’ a una perspectiva cognitiva.

El autor se sitúa en la cueva de Platón para explicarnos qué significa, en el mundo; el hecho de que sólo podamos ver las sombras que los objetos reales proyectan y nunca los objetos mismos. Así, el hombre percibe en realidad sólo un reflejo del entorno, un pseudoentorno, y actúa con respecto a esta percepción. Su acción, sin embargo, tiene un efecto no ya en el pseudoentorno sino en el entorno real, que él no puede percibir directamente.

Lippmann hace una referencia a la mezcla del hombre y su realidad con una pseudo-realidad. “El comportamiento del hombre es la respuesta a ese pseudo-ambiente. Pero debido a que es una conducta, las consecuencias - si son actos - operan no en un pseudo-ambiente donde la conducta es estimulada, sino en un entorno real, donde ocurren los actos”³. Si la conducta no es un acto sino lo que llamamos pensamiento y emoción, puede pasar mucho tiempo antes de que haya una ruptura notable en la conformación de ese mundo ficticio

En palabras del libro, “el ajuste del hombre a su ambiente tiene lugar a través de la mediación de ficciones. Por ficciones no quiero decir mentiras. Me refiero a una

² Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 105

³ *Ibid* Pag. 108.

representación que está en mayor o menor grado hecha por el hombre mismo, El alcance de la ficción se extiende sin interrupción desde la alucinación completa hasta el uso perfectamente consciente por parte de los científicos de un modelo esquemático”⁴

Por tanto, estas ‘ficciones’, estos estereotipos que Lippmann no aclara si el primer concepto está incluido en el segundo o al revés) no son esencialmente negativo ni pueden ser concebidas como un error como lo ha mantenido la literatura sobre los estereotipos, un error entendido desde una causalidad emocional o desde un sesgo cognitivo⁵.

Por lo contrario, Lippmann afirma que no hay alternativa al uso de estas ficciones que cumplen una función trascendental de simplificación cognitiva, dado que el “entorno real es conjuntamente demasiado grande, demasiado complejo, demasiado fugaz para un conocimiento directo... Aunque tenemos que actuar en ese entorno, tenemos que reconstruirlo en un modelo más simple antes de que podamos arreglárnoslas con él. Para atravesar el mundo los hombres deben tener mapas del, mundo”⁶

He aquí, aunque para Lippmann el estereotipo supone un alejamiento de la realidad, es en cambio un alejamiento inevitable, como hemos visto antes. Al no existir una alternativa “acertado” o “exacta”, el estereotipo no puede ser considerado por lo tanto un sesgo o un error, sino como la forma natural de percepción.

⁴ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 15-16

⁵ Suriá, Raquel. *Guía de recursos prácticos de psicología social*. 2010 Alicante: Editorial Club Univresitario.

⁶ Ibid. Pag. 16.

Lippmann manifiesta que la construcción de los estereotipos en el ser humano resume tres aspectos claves de los estereotipos: tienen un contenido informativo, ello nos lleva a dogmatizar que toda construcción mental tiene un contenido informativa de lo que se quiere cimentar. Otro de los aspectos claves en la construcción de los estereotipos es representan la realidad de forma sintética, que están asociados al fieles reflejos a la cultura y una historia⁷ y como tales van a surgir y mantenerse presentes en el ser humano porque responden a una necesidad que tiene tal contexto de mantener y preservar unas normas sociales. He aquí que viene el último aspecto clave de los estereotipos, que nos sirven para conducirnos, para actuar dentro de ella

La estereotipia es pues un recurso cognitivo necesario e inevitable sin el cual nos encontraríamos confusos en una realidad demasiado inestable y contradictoria, donde “el estereotipo tiende a preservarnos del efecto desconcertante de intentar ver el mundo de modo constante y en su totalidad”⁸.

Lippmann parece apuntar con estas palabras a la existencia de una motivación primigenia en el hombre: la búsqueda de estabilidad y la coherencia en la percepción del mundo, de ese mundo fantástico, replicado por la mente del ser humano.

Lippmann de igual modo manifiesta algunos factores y efectos en su análisis de los estereotipos, así alejándose de algunas de las últimas formulaciones cognitivas que emplean lo psicológico como único factor explicativo.

⁷ Gabaldón González, Blanca. “Los estereotipos como un factor de socialización de género”. 1999. Pag. 79-88. Artículo de comunicar.

⁸ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 162.

El primer efecto fundamental de la “estereotipia” se da en su influencia sobre la percepción de nuevos objetos semejantes. Hay que tener en cuenta que “ni siquiera el testigo visual narra una imagen inocente de la escena... La mayoría de los hechos en la conciencia parecen ser elaborados en parte”⁹. La conciencia no es una agencia pasiva en el proceso de percepción sino que desempeña un papel activo y creativo.

Lippman también describe algunos efectos cognitivos de la “estereotipia” más destacados: la selectividad en la atención y la percepción, guiada por criterios sociales.

En la gran confusión floreciente y vibrante del mundo externo seleccionamos lo que nuestra cultura ya ha definido para nosotros y tendemos a percibir aquello que hemos seleccionado en la forma estereotipada para nosotros por nuestra cultura (...) Cuando un sistema de estereotipos está bien fijado, nuestra atención es atraída por aquellos hechos que lo confirman, y desviada de aquellos que lo contradicen... No vemos lo que nuestros ojos no están acostumbrados a tener en cuenta¹⁰.

De igual modo está el hecho servir de gula para facilitar el recuerdo:

Las formas estereotipadas conferidas al mundo no vienen meramente del arte, en el sentido de la pintura, la escultura y la literatura, sino de nuestros códigos morales y nuestras filosofías sociales y nuestras agitaciones políticas también¹¹

Y por último se encuentra la polarización en el juicio:

Ellas (las preconcepciones) señalan ciertos objetos como familiares o extraños, enfatizando la diferencia, de modo que lo ligeramente familiar es visto como muy familiar, y lo extraño hasta cierto punto, como profundamente ajeno¹².

⁹ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 76.

¹⁰ *Ibid.* Pag. 119.

¹¹ *Ibid.* Pag. 83.

Resulta importante también el análisis que considera el autor sobre el pilar de los estereotipos tras lo cognitivo y lo social que es su vertiente emocional que están altamente cargados con los sentimientos que están ligados a ellos como lo manifiesta

Los estereotipos están cargados de preferencia, impregnados de afecto o disgusto, ligados a miedos, ansias, fuertes deseos, orgullo y esperanza¹³.

Entonces la emoción no sería un elemento periférico al del estereotipo, sino como menciona el autor, “cualquier cosa que invoca el estereotipo es juzgada con el sentimiento apropiado”¹⁴, ello llevaría a que en la influencia de los estereotipos pasa primero por lo una fase emotivo antes que lo cognitivo.

Esto deduciría que lo emocional no se limita solo al plano individual sino que incluye el papel que tanto el individuo como su grupo juegan en la estructura social como hace mención Lippmann:

Un entramado de estereotipos no es neutral... Es la garantía de nuestro respeto por nosotros mismos; es la proyección sobre el mundo de nuestro sentido, de nuestro propio valor, nuestra propia posición y nuestros propios derechos”¹⁵

En general, Lippmann entiende el estereotipo como una distorsión de la percepción real, como un error a evitar para no deteriorar el proceso perceptivo.

Lippman también hace mención del conflicto que general estereotipar y que lo define como un producto de una diferencia de estereotipos entre los contendientes (aunque

¹² Ibid. Pag. 90.

¹³ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 178.

¹⁴ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 119.

¹⁵ Ibid. Pag. 96.

ellos mismos no acepten esta explicación porque “mina los cimientos mismos de nuestra certeza de que hemos visto la vida de modo estable y en su totalidad”. En este extremo, el análisis peca quizá ligeramente de cognitivo. Una perspectiva más social, continuaría preguntándose por qué en el contexto intergrupal unos grupos desarrollan estereotipos distintos a otros, y en cambio otros grupos comparten imágenes convergentes.

Entonces podemos deducir que las vertientes emotivas y sociales en el estudio de los estereotipos quedan íntimamente entrelazadas. La emoción presente en el individuo que posee un estereotipo, y que regula su funcionamiento, no es una emoción meramente individual.

Lippmann de igual manera hace referencia al hábito normal humano de encajar dentro de los estereotipos todo lo que se pueda encajar y de arrojar a la oscuridad exterior todo lo que no se ajuste. Cuando confrontamos nuestras preconcepciones con la realidad pueden ocurrir por tanto dos cosas:

Si lo que estamos viendo se corresponde exitosamente con lo que anticipábamos el estereotipo queda reforzado para el futuro¹⁶

Y lo que es más:

Si el modelo se ajusta a su experiencia en un punto crucial, ya no lo contemplan como una interpretación. Lo contemplan como la ‘realidad.’¹⁷

¹⁶ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 99.

¹⁷ *Ibíd.* Pag. 127.

En cambio, cuando la información proveniente de la realidad no concuerde con las expectativas estereotípicas, podemos albergar dudas razonables sobre si el individuo verdaderamente percibirá o interpretará esta información como desconfirmante, teniendo en cuenta que el contenido sensorial o categorial son percibidos a la vez y se solapan, tal y como hemos visto antes, Si a pesar de todo, la persona percibe el desajuste entre sus estereotipos y la realidad.

Si la experiencia contradice el estereotipo, pueden ocurrir dos cosas. Si el hombre ya no es flexible, o si algún interés poderoso hace que le sea altamente inconveniente el reorganizar sus estereotipos, desprecia la contradicción como una excepción que prueba la regla, rechaza al testigo, encuentra un defecto en algún sitio y se las arregla para olvidarlo. Pero si todavía es curioso y abierto de mente, la novedad es incluida en la imagen y se le permite que la modifique¹⁸.

Creemos que con esta definición Lippmann sugiere por vez primera, uno de los procesos que muchos años después sería postulado y estudiado como uno de los mecanismos claves a través de los que se realiza la autoconfirmación de los estereotipos: el olvido selectivo de información.

Pues bien creemos que al momento de mencionar el estereotipo como una ficción por Lippmann, no necesariamente como un disfraz, sino en el sentido de imagen elaborada por el hombre, tal como puede serlo un modelo científico, no en el sentido de algo irreal o equivocado. El hecho de ser construido por el hombre lo hace por supuesto susceptible de ser afectado por lo que podríamos llamar distorsiones o sesgos de origen afectivo y valorativo, pero no predetermina necesariamente un contenido distorsionado.

¹⁸ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 100.

Y ante esto, el autor propone para evitar las posibles distorsiones de la estereotipia que es simplemente la introspección y la consciencia de la propia estereotipia el darse cuenta de que nuestro pensamiento está impregnado de estereotipos para así poder controlar su efecto:

Lo que importa es el carácter de los estereotipos y la credulidad con que los empleamos. Y éstos dependen al final de esos modelos inclusivos que constituyen nuestra filosofía de la vida. Si en esa filosofía asumimos que el mundo está codificado de acuerdo a un código que nosotros poseemos, es probable que hagamos describir a nuestros relatos de lo que sucede un mundo regido por nuestro código. Pero si nuestra filosofía nos dice que cada hombre es sólo una pequeña parte del mundo, que su inteligencia capta en el mejor de los casos sólo fases y aspectos en una tosca red de ideas, entonces, cuando usemos nuestros estereotipos, tendemos a saber que son sólo estereotipos, a sostenerlos suavemente, a modificarlos de buena gana.¹⁹

Por otra parte y dado que los estereotipos son inevitables, Lippmann parece considerar una especie de dimensión afectiva dentro del estereotipo, relativamente independiente de su contenido, que determinará lo pernicioso o no de su influencia.

Esta consiste básicamente en la medida en que el estereotipo implica el rechazo o no de lo ajeno, al margen del usual apego a lo propio.

1.1.2. El Estereotipo y su relación con el Prejuicio

Walter Lippmann, investigador en la materia, es el primero en introducir el término estereotipo a la investigación psicosocial para referirse al conjunto de ideas y actitudes que forman una imagen mental sobre algo o alguien.

¹⁹ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 91.

Como se ha dado a conocer por el autor, el estereotipar es la estructuras cognitivas que facilitaban el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y estos eran determinados por la cultura del sujeto.

Ello nos lleva a afirmar que todo el proceso de estereotipar ocurre dentro de un grupo de personas, influenciados por una estructura cultura donde se encuentra el estereotipo conjuntamente con las experiencias propias que el sujeto ha tenido con el grupo estereotipado.

Debemos señalar que Lippman hace alusión que tanto del estereotipo como del prejuicio son dos conceptos indistintamente y establece que no hay distinción entre ambos.

El prejuicio puede ser detectado, descontado y refinado, pero mientras hombres finitos deban limitarse a una corta preparación escolar para enfrentarse a una vasta civilización, deben llevar consigo imágenes de la misma y tener prejuicios. La cualidad de su pensamiento y acción dependerá de si esos prejuicios son amigables, amigables hacia otra gente, hacia otras ideas, de si evocan amor hacia lo que se siente como ciertamente bueno, antes que odio hacia lo que no está contenido en su versión de lo bueno.²⁰

El autor asevera que tanto el prejuicio como el estereotipo no sean dos conceptos arraigadamente distintos. Podemos inducir que ambas categorías comparten la caracterización cognitiva en los procesos de construcción.²¹ Es decir que ambas categorías comparten una matriz en común que en su proceso se afianzamiento y se nutre de otros factores, pero siempre apegados uno del otro.

²⁰ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 120.

²¹ *Ibid.* Pag. 156.

No hay una percepción directa de la realidad. El acto mismo de percepción de la cognición que se realiza por medio de la selección, acentuación e interpretando los datos. Su meta es conseguir a partir de un mundo caótico una imagen del mundo ordenada, manejable, razonablemente simple y estable que nos sirva de guía en el mundo. Y en la línea de Lippmann, que afirma que en un mundo donde hay tantos estímulos y tan poco tiempo para decidir, esta imagen del mundo sólo es adquirible por medio de clases.

Si Lippmann ya había advertido las profundas imbricaciones emocionales y de autodefensa del estereotipo, estos autores profundizan en esta perspectiva defendiendo lo emocional que los estereotipos juegan.

Allport asevera que el estereotipo sirve de base para la formación de los prejuicios de grupo sociales o miembros individuales con actitudes desfavorables, injustas o irracionales hacia otros grupos de personas. Pero también comparte la definición de describir el estereotipo como “una actitud o predisposición negativa hacia un grupo, que descansa sobre una generalización errónea y rígida”²²

No podemos dejar de mencionar también que Allport hace el hincapié de que el prejuicio es causado por una lucha real entre grupos que compiten por un mismo objetivo (puestos de trabajo, recursos económicos, etc.). Pero también hace una puntualización sumamente interesante que los conflicto de intereses puede explicar el prejuicio y la estereotipia mutua, pero para que éstos se den hace falta previamente una sistematización consecuente en términos de ese endogrupo y ese ex grupo que permita a los actores interpretar el conflicto de esa forma. La misma competición puede ser

²² Allport, G. W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba 1971. Pag.78.

interpretada de muchas formas, comenzando por las individuales hasta multitud de dimensiones alternativas que pueden servir para categorizar a los individuos en oxido y exogrupos.

El autor de igual modo hace referencia a que prejuicio está concebido como una atribución cognitivo y categorial, basada en elementos erróneos y con una fuerte implicación afectiva²³.

También el autor hace hincapié en la función que tiene el estereotipo para la socialización del individuo.

Que es de facilitar la identidad social, la conciencia de pertenecer a un grupo social...para permanecer integrado al grupo²⁴

Esta función de identidad social se da para aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo, es una manera de permanecer integrado en él, ya que estas actitudes de integración son realizados de manera muy espontanea ya que pertenece al crecimiento del grupo.

Esto nos lleva a señalar que al igual que formamos con la totalidad de las realidades que nos rodea, también el ser humano funciona de la misma manera con su sociedad, se les etiqueta, se les agrupa en tipos, se les asigna características informes y que se acaba aceptando y creyendo que cada uno de los individuos a de entrar en alguna de las categorías sociales o grupales en los que se reconoce.

²³ Ibid. Pág 65

²⁴ Gonzáles, Blanca. *Los estereotipos como factor de socialización en el género*. Art Comunicar. 1999. Pag.81

El prejuicio está determinado en gran medida por un tipo de pensamiento conocido como categórico²⁵ y suele ser un resultado natural de la forma en que comprendemos el mundo. Cuando pensamos en categorías es fácil que se presente el prejuicio. El primero en hablar de la relación entre pensamiento categórico y prejuicio fue Gordon Allport.

Según este autor las consecuencias del pensamiento categórico facilita la distorsión de las percepciones. “Estas distorsiones consisten en el hecho de que las personas minimizan las diferencias de las categorías”²⁶ lo que se conoce como asimilación o exagerando las diferencias entre categorías lo que se conoce como contraste.

Ello nos lleva a presumir que las diferencias dentro de los grupos tienden a ser minimizadas y las diferencias entre grupos tienden a ser exageradas, lo que facilita que se presente el prejuicio. Si estas diferencias son consistentes con estereotipos bien conocidos serán difíciles de modificar.

Allport le dedica un apartado a intentar demostrar que el prejuicio no es un juicio de valor sino un juicio de hecho, y no debe depender por tanto de los valores del observador. Allport se opone a la argumentación de otros autores, según la cual un prejuicio requeriría además para ser considerado tal el contradecir imperante acerca del objeto del mismo. Según eso, habría grupos a los que estaría socialmente permitido descalificar y entonces los juicios y las actitudes correspondientes no serían prejuicios. Sólo lo serían aquellos referentes a grupos a los que estuviera mal visto denostar²⁷.

²⁵ Allport, G. W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba 1971. Pag.78.

²⁶ Allport, G. W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba 1971. Pag.60.

²⁷ Allport, G. W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba 1971. Pag.40.

El autor insistencia en que si se aceptara esta visión se llevaría en un relativismo axiológico del que sería muy difícil salir.

Es definir de manera inequívoca lo que es un prejuicio. A no ser que identificáramos prejuicio con desviación social, lo que tampoco nos llevaría mucho más allá. Lo que en el fondo refleja esta postura es la evaluación social negativa que suscita la palabra prejuicio, de modo que cada uno la ve en los demás pero no la reconoce en sí mismo²⁸.

Allport también señala que los presuntos hechos en que los individuos dicen fundamentar sus prejuicios son por lo general bien rumores; las noticias sin fuente clara y sin contrastación, bien recuerdos seleccionados y sobre generalizaciones a partir de las experiencias del sujeto.

He aquí que destaca mencionar a Lippmann como pionera al referir que dicho autor sobre el “recuerdo selectivo como mecanismo involucrado en el mantenimiento del prejuicio y subsiguientemente de la estereotipia”²⁹.

El propio Allport es consciente de una de las limitaciones básicas de una definición de prejuicio como la suya: la dificultad para determinar cuándo exactamente una actitud está suficientemente fundamentada en la realidad como para no constituir un prejuicio, y la consecuente necesidad de un patrón objetivo de la realidad que nos permita calificar como prejuicio todo lo que se aleje del mismo.

Nunca podemos esperar trazar una línea clara y rápida entre pruebas suficientes e insuficientes. Por esta razón no podemos estar siempre seguros de sí estamos tratando

²⁸ Ibid. Pág 52.

²⁹ Allport, G. W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba 1971. Pag.58.

con un caso de prejuicio o de no prejuicio. Sin embargo, nadie negará que a menudo formemos juicios sobre la base de probabilidades escasas, incluso inexistentes³⁰.

La discriminación según Fernández son propensiones que conllevan a cabo acciones, prácticas y conductas que separan, comportamiento negativo consecuencia de estereotipos y prejuicios. Negar la igualdad, desvalorización exclusión e inequidad.

Conducta sistemática y extendida socialmente, duradera en el tiempo, culturalmente aceptada en ocasiones, hacia personas o grupos estereotipados, sobre los cuales pesa un prejuicio negativo o incluso un estigma junto a una desventaja en principio inmerecida, y cuya intención es dañar los derechos y libertades de un ser humano o de un grupo social dado.

Fernández señala que dentro de la discriminación tienen lugar una serie de actitudes concretas en cuanto a conductas sociales: indiferencia –no interesarse por el/la otro/a-, el ninguneo –no acercarse al/a la otro/a-, la invisibilidad –no mirar al otro/a-, la burla –insultar verbalmente al otro o la otra-, y a actos de intolerancia e injusticia, entre otros.

Todo ello nos llega a que los estereotipo-prejuicio-discriminación están siempre en estrecha relación cognitivo-afectivo- conductual. Y todos ellos tienen que ver, de una u otra manera con las actitudes en general y las discriminatorias en particular, y en concreto las de género.

Pues bien si los conceptos que venimos definiendo se viene avizorando desde un componente cognitivo, afectivo y conductual, los estereotipos serian creencias de un

³⁰ Allport, G. W. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba 1971. Pag.8.

grupo, el prejuicio sería el apego de lo negativo del grupo y mientras que la discriminación la falta de igual como menciona Blanca González.

El estereotipo es el conjunto de creencias acerca de los atributos asignados al grupo, el prejuicio el afecto o la evaluación negativa del grupo y la discriminación la conducta de falta de igualdad en el tratamiento otorgado a las personas en virtud de su pertenencia al grupo.³¹

1.1.3. El estereotipo como método de defensa

Existe otra razón, además de la economía de esfuerzo, que explica por qué en algunas ocasiones el ser social opta firmemente en los nuestros sistemas de estereotipos, a pesar de que podrían aspirar a poner en práctica una visión más imparcial de las cosas, Lippmann hace referencia al “hecho de que estos bien pudieran ser el núcleo de la tradición personal, es decir el sistema defensivo de nuestra posición en la sociedad”³².

Los estereotipos según el Lippman también constituye imágenes ficticias, algo en el capítulo anterior señalábamos, pero no como una construcción falseada de la realidad, sino del mundo posible como lo señala.

Son imagen ordenada y más o menos coherente del mundo, a la que nuestros hábitos, gustos, capacidades, consuelos y esperanzas se han adaptado por sí mismos. Puede que no formen una imagen completa, pero son la imagen de un mundo posible al que nos hemos adaptado. En él, las personas y las cosas ocupan un lugar inequívoco y su comportamiento responde a lo que esperamos de ellos.

También releva que la construcción de un estereotipo, hace que uno se sienta como en casa, porque pertenecemos a los mismos miembros de pleno y en su interior sabemos

³¹ González, Blanca. “Los estereotipos como factor de socialización en el género”. *Comunicar*. 1999.

³² Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 167.

cómo y por dónde movernos. “En esa mundo encontramos, además, el encanto de lo que nos resulte familiar, normal y fiable”³³.

El autor de igual modo hace mención a que no debe sorprender que cualquier alteración de los estereotipos parezca un ataque contra los mismísimos pilares del universo, cuando las cosas importantes están en peligro, no admitimos fácilmente la existencia de diferencias entre ambos³⁴.

Ningún modelo de estereotipo es neutral, ya que la construcción en el proceso cognitiva del estereotipo influyen diferentes factores como en este caso las cargas emocionales, que hacen que tenga un direccionamiento que conlleve a un objetivo.

Ninguna es simplemente una forma de sustituir la gran confusión bulliciosa y radiante por una realidad ordenada, de la misma forma que ninguna puede considerarse un simple atajo. Todos ellos son estas cosas, sí, pero también algo más: la garantía de nuestro amor propio y la proyección al mundo del sentido que cada uno de nosotros tenemos de nuestra valía personal, nuestra posición y nuestros derechos.³⁵

He aquí que el estereotipo precede al uso de la razón. Nadia LIE y Dagmar Vandebosch mencionan que es preconcepción del estereotipo es una forma de percepción que impone un cadiz determinado a la información mientras aún se encuentre en el nivel de los sentidos³⁶, es decir, antes de que haya tenido tiempo de pasar por la filtro de la inteligencia.

³³ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 168.

³⁴ Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Harcourt, Brace. New York, 1922. Pag. 120.

³⁵ Nadia LIE y Dagmar VANDEBOSCH, Nadia Lie. “El juego de los estereotipos, la redefinición de la identidad hispánica en la literatura y el cine postnacionales”. Vol 6, 1989. Pág. 112.

³⁶ Ibid. Pág 120.

Hemos hablado de estereotipos, en vez de ideales, porque este término solemos reservarlo para aquellos que consideremos el bien, la verdad y la belleza. Por tanto, cada vez que lo empleamos estamos insinuando que aquello a lo que nos referimos es digno de ser alcanzado. En consecuencia, nuestro mundo estereotipado no es necesariamente el mundo tal y como nos gustaría que fuera, sino sencillamente como creemos que es.

1.2. Humor

1.2.1. Construcción del humor

A lo largo de las investigaciones que se siguen realizando sobre la caricatura, se ha observado que nuestra categoría no cuenta con una teorización; como la anterior categoría que se trabajó, que nos ayude a definir y entender a profundidad lo que trae consigo esta palabra.

Mijael Baijin, estudioso en el tema se ha aproximado a conceptualizar esta categoría desde la risa popular y sus formas que constituyen el campo menos estudiado de la creación popular, plasmándolo en su libro *La cultura popular en la edad media y el renacimiento, en el cual* manifiesta que el mundo infinito de las formas y manifestaciones de la risa se oponía a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal de la época. Dentro de su diversidad, estas formas y manifestaciones —las fiestas públicas carnavalescas, los ritos y cultos cómicos, los bufones y «bobos», gigantes, enanos y monstruos, payasos de diversos estilos y categorías, la literatura paródica, vasta y multiforme, etc., poseen una unidad de estilo y constituyen partes y zonas únicas e indivisibles de la cultura cómica popular, principalmente de la cultura carnavalesca.

Bajtín señala que la esencia nutricia de la risa; en este caso popular, tiende a desfigurarse debido a que en su proceso es suministrada por ideas, perspectivas que se dan en la sociedad. He aquí ya una aproximación que en su posterioridad muchos estudiosos se han aproximado. La cultura y la sociedad, no pueden estar apartadas

La naturaleza específica de la risa popular aparece totalmente deformada debido a que le atribuyen ideas y nociones que le son ajenas pues pertenecen verdaderamente al dominio de la cultura.³⁷

En la época donde el autor se remonta que es la Edad Media se manejaba el ideal que toda manifestación y formas de risa eran opuestas a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal de la época. Dentro de estas manifestaciones y formas que mencionaba el autor se encontraban las fiestas populares carnavalescas, los ritos y cultos cómicos donde ya se hacían los bufones, enanos, monstruos de diversos estilos que poseían una peculiar estilo de la cultura cómica popular.

Al analizar profundamente la cultura cómica popular medieval y renacentista, como primer elemento de gran importancia y parte fundamental de la creación popular es la risa en todas sus formas, contrapuesta a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal del medioevo.

La cultura cómica popular medieval y renacentista, como primer elemento de gran importancia y parte fundamental de la creación popular es la risa en todas sus formas, contrapuesta a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal del medioevo.

³⁷ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pág. 9.

El mundo infinito de las formas y manifestaciones de la risa se oponía a la cultura oficial, al tono serio, religioso y feudal.³⁸

Bajtín exterioriza el humor como una reacción que se da de forma individual ante uno u otros “hechos singular aislados”³⁹. Mientras que la risa es ante todo el *patrimonio del pueblo* y he consigo allí de su cultura, siendo inherente a la naturaleza misma.

La risa carnavalesca es ante todo patrimonio del pueblo (este carácter popular, como dijimos es inherente a la naturaleza misma del carnaval)⁴⁰.

Sus manifestaciones que son muy diversas: fiestas públicas carnavalescas, ritos y cultos cómicos, bufones y “bobos”, gigantes, enanos y monstruos, payasos de varios tipos y categorías, literatura paródica multiforme; sin embargo, se verifica una unidad de estilo. En esta multiplicidad, la cual señala tres grandes categorías:

- 1) formas y rituales del espectáculo (festejos carnavalescos, obras cómicas representadas en las plazas públicas, etc.);
- 2) obras cómicas verbales (incluidas las parodias) de diversa naturaleza;
- 3) diversas formas y tipos de vocabulario familiar y grosero (insultos, juramentos, lemas populares, etc.)

Dicho esto, Bajtín caracteriza los festejos carnavalescos que, aunque parezca paradójico, ocupaban un lugar preponderante en la vida cotidiana del hombre medieval. No sólo se celebraba el carnaval propiamente dicho sino también la “fiesta de los bobos” (*festa stultorum*) y la “fiesta del asno”; existía una risa pascual (*risus*

³⁸ Bajtín, Mijaíl. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pag. 10.

³⁹ *Ibid.* Pág. 15.

⁴⁰ *Ibid.*

paschalis)⁴¹ y todas las fiestas religiosas, las ceremonias y los ritos civiles típicos de la época poseían su “doble” cómico popular y público (los bufones, por ejemplo, parodiaban los actos en los que se armaban caballeros, las ceremonias en las que se entregaban los derechos de vasallaje, etc.) Todas estas formas rituales y de espectáculo eran sumamente libres y estaban consagradas por la tradición.

He aquí que Bajtín manifiesta La risa era el acompañamiento inseparable de estas expresiones populares que presentan una diferencia sorprendente respecto de la cultura oficial de la Iglesia o del Estado feudal.

La risa acompaña también las ceremonias y los ritos civiles de la vida cotidiana: así los bufones y los “tontos” asistían siempre a las funciones del ceremonial serio, parodiando sus actos (proclamación de sus nombre de vencedores de los torneos, ceremonias de entrega del derecho de vasallaje, ect). Ninguna fiesta se desarrollaba son la intervención de los elementos de un organizador cómico⁴²

Bajtín afirma que tales espectáculos:

Ofrecían una visión del mundo, del hombre y de las relaciones humanas totalmente diferente, deliberadamente no oficial, exterior a la Iglesia y al Estado; parecían haber construido, al lado del mundo oficial, un segundo mundo y una segunda vida a la que los hombres de la Edad Media pertenecían en una proporción mayor o menor y en la que vivían en fechas determinadas. Esto creaba una especie de dualidad del mundo⁴³

Existen ya algunos aspectos que se dan con la risa, que Bajtin señala, como la universalidad que tiene la risa. La emoción, la energía que pueda traer consigo el efecto

⁴¹ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pág. 10.

⁴² *Ibíd.* Pág. 11.

⁴³ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pág. 12.

de la reír en cualquier espacio compartirá la misma esencial que contendrá al momento de generar la carcajada.

La risa es general (...) es universal, contiene toda las cosas y la gente (incluso las que participan en el carnaval), el mundo entero parece cómico y es percibido y considerado en un espacio jocoso, en su alegre relativismo⁴⁴.

A la par que la risa sea general, también genera una ambivalencia, una doble función que están conectadas. Por un lado trae alegría y llene de júbilo al ríe, pero también indirectamente podría estar generando un efecto de ironía y sarcasmo.

La risa es ambivalente: alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlón y sarcástico, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez.

Bajtín hace hincapié en la existencia de diferencias entre la risa popular ambivalente de la risa popular sarcástica. Mientras que la risa sarcástica emplea el humor negativo, colocando fuera del objeto aludido, destruyendo la decencia del aspecto cómico del mundo y convirtiéndolo en un fenómeno particular, la risa popular ambivalente formula una opinión sobre un mundo, un mundo donde la presencia de la cultura es inevitable.

Esta es una de las diferencias esenciales que separan la risa festiva popular de la risa puramente satírica de la época moderna. El autor satírico que solo emplea el humor negativo, se coloca fuera del objeto aludido y se le opone, lo cual destruye la integridad del aspecto cómico del mundo; por lo que la risa popular se convierte en un fenómeno particular (...), la risa popular ambivalente expresa una opinión sobre el mundo en plena evolución en el que están incluidos los que ríen⁴⁵.

⁴⁴ *Ibíd.* Pág. 15.

⁴⁵ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pag. 17.

Ya al inicio de la construcción del humor y consigo la risa, Bajtín había mencionado la importancia que tiene la cultura en la construcción del humor que recalca haciendo énfasis en que la risa necesariamente se da apegado a la cultura “de una forma peculiar, de imágenes y, mis complementos, de una concepción estética de la vida práctica que caracteriza a la cultura”⁴⁶, pero no considerándolo como pertenencia de ninguna cultura como hace mención Carlos Infante. La risa o el llanto no son patrimonio de ninguna cultura.⁴⁷

La risa popular que estructuraba las formas del realismo grotesco que son según el autor “sistemas de imágenes de la cultura popular” está ligados permanentemente a lo corporal y material. La risa degrada y materializa que según el autor, es una forma de comunicación con la vida de las partes inferiores del cuerpo.

Rebajar consiste en aproximar a la tierra, entrar en comunión con la tierra concebido como un principio de absorción y al mismo tiempo de nacimiento: al degradar, se amortaja y se siembra a la vez, se mata y se da a luz algo superior⁴⁸

En el realismo grotesco, los cuerpos y las cosas no están individualizados, “particularizados”, se resisten a ser dispersados, desunidos y aislados; no han cortado aún el cordón umbilical que los une al vientre fecundo de la tierra y el pueblo.

La imagen grotesca caracteriza un fenómeno en proceso de cambio y metamorfosis incompleta, en el estadio de la muerte y del nacimiento, del crecimiento y de la evolución (...), (por ello tiende a exhibir) dos cuerpos en uno: uno que da la vida y desaparece y otro que es concebido, producido y lanzado al mundo. Es siempre un

⁴⁶ Ibid, Pag. 19.

⁴⁷ Infante Yupanqui, Carlos. *Poder, tensión y caricatura durante el período final del régimen fujimorista*. Manoalzada editoriales. 2010. Pag. 63.

⁴⁸ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pag. 25

cuerpo en estado de embarazo y alumbramiento, o por lo menos listo para concebir y ser fecundado con un falo u órganos genitales exagerados. Del primero se desprende, en una u otra forma, un cuerpo nuevo.⁴⁹

El principio de la risa ya en el romanticismo, del que hace mención el autor no desaparece, sino que solo toma la forma en el humor, la ironía. Deja de ser burlesco y alegre e inicia un proceso de regeneración positiva.

La risa subsiste, por cierto; no desaparece ni es excluida (...) pero en el romanticismo grotesco la risa es atenuada y toma la forma de humor, de ironía y sarcasmo. Deja de ser jocoso y alegre. El aspecto regenerador y positivo de la risa se reduce extremadamente.⁵⁰

Bajtín manifiesta que la risa es el medio más poderoso para la encarar a la adversidad de la vida y la suerte⁵¹. Esta aseveración destacaría la universalidad que tiene la risa y el sentido de cosmovisión que posee rasgos obligatorios del grotesco.

El autor revela también que en la Edad Media y el Renacimiento, lo grotesco asociado a la cultura cómica popular adquiere un aspecto extravagante, donde es vencido por la risa.

En cambio lo grotesco de la de la Eda Medía y el Renacimiento, asociado a la cultura cómica popular representa lo terrible mediante los espantapájaros cómicos, donde es vencido por la risa, lo terrible adquiere allí un cariz extravagante y alegre.⁵²

En el proceso de investigación, Bajtín hace mención de las denominaciones que se les hace a los rasgos grotescos. Uno de ellos es Jean-Paul quien no emplea el termino

⁴⁹ *Ibid.* Pág. 27.

⁵⁰ *Ibid.* Pag. 40.

⁵¹ *Ibid.* Pag. 40.

⁵² *Ibid.*

grotesco, sino, como hace mención el autor, la expresión de “humor cruel” y así comprendiendo a la perfección el carácter universal que tiene la risa grotesca

En su introducción a la estética, Jean-Paul, señala con gran agudeza los razgos grotescos románticos. No emplea la palabra grotesco, sino la expresión humor cruel.⁵³

De igual modo aclara que al referirse del “humor cruel” no está dirigido contra acontecimientos negativos aislados de la realidad, sino contra toda la realidad, contra el mundo perfecto que es aniquilado por el humor. Gracias al humor cruel el mundo se convierte en algo exterior, terrible e injustificado, el suelo se mueve bajo nuestros pies, sentidos vértigo, porque no vemos nada estable a nuestro alrededor.⁵⁴

El autor ostenta a partir del análisis de Jean-Paul que lo grotesco de la risa no puede estar separado de la comicidad y reduciendo que la risa es humor, desprovisto de la fuerza regeneradora y renovadora positiva de la misma.

La época de Rabelais, Cervantes y Shakespiere, representó un cambio capital en la historia de la risa, según Bajtín, las fronteras que dividen el siglo XVI y siguientes de la época renacentista fueron las más claras en la que respecta a la opinión que tienen sobre las mismas.

Ya en el siglo XX, la risa se inicia a manejar un con mayor profundidad sobre la concepción y aseverando que la risa puede captar ciertos aspectos excepcionales del mundo. La dualidad de la historia y el hombre considerándolo el punto de vista particular y universal.

⁵³ *Ibíd.* Pag. 44.

⁵⁴ *Ibíd.* Pág. 44.

La risa posee profundo valor de concepción del mundo, es una de las formas fundamentales a través de las cuales se expresa el mundo, es una de las formas fundamentales a través de las cuales se expresa el mundo, la historia y el hombre; es un punto de vista particular y universal sobre el mundo, que percibe a este en formas diferentes, pero no menos importante (tal vez más) que el punto de vista serio; solo la risa, en efecto puede captar ciertos aspectos excepcionales del mundo.⁵⁵

A comparación del siglo XVIII que la definían de la siguiente manera:

La risa no puede expresar una concepción universal del mundo, solo puede abarcar ciertos aspectos parciales y parcialmente típicas de la vida social, aspectos negativos, lo que esencial, e importante no puede ser cómico, la historia y los hombre que representaban la esencia (reyes, jefes, militares) no pueden son cómicos, el dominio de la comicidad es restringido y específico.⁵⁶

La risa no solo tiene la funcionalidad de ridiculizar, sino que conserva su integridad, su relación con la totalidad de la evolución vital y la reinterpretación de la risa solo se cumple como consecuencia directa de la instauración de la jerarquía de los géneros como lo señala Bajtín. La risa no queda tampoco reducido a una simple y pura ridiculización: conserva aún su integridad, su relación con la totalidad de la evolución, su bi-polaridad y las tonalidades triunfantes del nacimiento y la renovación⁵⁷.

1.2.2. EL humor y lo cómico.

Iniciamos este capítulo haciendo mención que para Mijael bajtín el humor posee un carácter popular. Cómico, a comparación de Freud y Bergson que lo asocian al chiste

⁵⁵ *Ibíd.* Pág. 58.

⁵⁶ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento.* Barral editorial. 1971, Pag. 65

⁵⁷ *Ibíd.*

La verdadera risa, del que ya se había mencionado su ambivalencia y su universalidad, no suprime lo serio, sino que lo purifica como lo menciona Bajtín. La verdadera risa ambivalente y universal, no excluye lo serio, por el contrario, lo purifica y lo completa. Lo purificante de dogmatismo, de unilateralidad, de esclerosis (...)⁵⁸

Mijael Bajtín como Henry Bergson cuentan con ideas compartidas sobre la risa. El primer apoyado en la época de Rabelais formula que el hombre es el único que ser viviente que ríe⁵⁹, mientras que Bergson destacando que no hay comicidad fuera de lo propiamente humano⁶⁰. Un paisaje podrá ser hermoso, armonioso, sublime, insignificante o feo, pero nunca será risible. Nos reiremos de un animal, pero porque habremos descubierto en él una actitud de hombre o una expresión humana. Nos reiremos de un sombrero; pero no nos estaremos burlando del trozo de fieltro o paja, sino de la forma que le han dado unos hombres, del capricho humano que lo ha moldeado.

Bergson señala que la insensibilidad que suele acompañar a la risa. Parece que la comicidad sólo puede producir su estremecimiento cayendo en una superficie de alma bien tranquila, bien llana. La indiferencia es su entorno natural. El mayor enemigo de la risa es la emoción.

Nos parece atinado mencionar algunos hechos que Bergson hace mención. La primera que ya se ha mencionado de que la comicidad no existiría sin el hombre, la segunda es

⁵⁸ Bajtín, Mijail. *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barral editorial. 1971, Pag. 112

⁵⁹ Ibid. Pág. 66.

⁶⁰ Bergson, Henry. *La risa. Ensayo sobre el significado de la comicidad*. Ediciones Godot. Buenos Aires. 2009.

que no disfrutarían la comicidad si nos sintiéramos aislados⁶¹. Ello parece ser que la risa necesita un eco pero que no se trata de un sonido articulado, nítido, acabado; sino de algo que quisiera prolongarse repercutiendo de forma paulatina, algo que empieza con un estallido para luego retumbar, como el trueno en la montaña. Y resaltando que dicha repercusión no es infinita.

⁶¹ Bergson, Henry. *La risa. Ensayo sobre el significado de la comicidad*. Ediciones Godot. Buenos Aires. 2009. Pag. 11.

CAPÍTULO II

(Materiales y métodos)

1. APROXIMACIONES METODOLOGICAS

- ¿Cómo contribuyen las caricaturas eróticas de la prensa nacional en la construcción de estereotipos sobre la mujer?
- ¿Cuáles son los principales estereotipos de corte erótico que se presencian en los diarios de circulación nacional en el Perú?
- ¿Cuáles son los diarios que contienen caricaturas eróticas?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

- Analizar cómo contribuyen los estereotipos de corte eróticos sobre la mujer peruana en las caricaturas de la prensa nacional.

Objetivos específicos

- Identificar los estereotipos de corte erótico que se presencian en los diarios de circulación nacional en el Perú.

- ¿Cuáles son los diarios que contienen caricaturas eróticas de circulación nacional en el Perú?
- Determinar los elementos que constituyen la construcción de estereotipos eróticos en las caricaturas de los diarios de circulación nacional.

1.3. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Las caricaturas de corte eróticas de la prensa nacional contribuyen de forma negativa en la construcción de estereotipos sobre la mujer peruana desestimando valores morales.

1.4. VARIABLES E INDICADORES

Variable independiente

Caricatura de corte erótico

Formas de contribución de la caricatura erótica

Indicadores:

- ❖ Exageración de aspectos físicos de la mujer
- ❖ Uso de lenguajes visuales grotescos
- ❖ Uso de expresiones prejuiciosas

VARIABLE DEPENDIENTE:

Construcción de estereotipo sobre la mujer

Indicadores

- ❖ Estereotipo de mujer voluptuosa
- ❖ Estereotipo de la mujer sometida
- ❖ Estereotipo de la mujer sumisa
- ❖ Estereotipo de la mujer celosa
- ❖ Estereotipo de la mujer conflictiva
- ❖ Estereotipo de la mujer seductoras

Unidad de análisis: Las caricaturas de corte erótica de los diarios de circulación nacional en el periodo 2015.

1.5. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN:

1.5.1. Tipo de Investigación

La investigación realizada se sometió a los alcances de una investigación básica con enfoque cualitativo y se organizó dentro de las posibilidades y limitaciones que ofrece las Ciencias Sociales.

1.5.2. Universo y muestra

La población de esta investigación comprende cinco periódicos impresos, publicados todos ellos en la capital del país. El espacio se delimitó de este modo, en razón a que en la ciudad de Ayacucho, la caricatura gráfica aún está en un proceso de surgimiento. El periodo de selección fue de enero y febrero del 2015, lo que significa que se pre seleccionó 150 ediciones con igual número de caricaturas eróticas.

Los diarios seleccionados fueron el *Faenón*, *Perú 21*, con su suplemento *El Otorongo*, *La República*, *Trome* y *Correo*.

La muestra no ha seguido las reglas de la probabilística, por lo que se empleó una selección maestra de tipo “opinativo y estratégico”⁶², que, para nuestro caso, significa la selección de las siguientes ediciones: 12, 15, 16, 17 de enero del 2015; 02, 06, 13, 18, 21, 25 de febrero del 2015.

Debemos puntualizar que el diario semanal *El Faenón* no dirige una fecha sino una enumeración, por ello en las fuentes de las imágenes analizadas se considerará sola la enumeración.

⁶² Sierra Bravo, R. *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. 1991, Editorial Paraninfo sa. Pg. 205.

1.5.3. Métodos de investigación

El procedimiento al que se recurrió para la presente investigación conllevó a la utilización del método de la observación y la hermenéutica. Entre las técnicas, empleamos el análisis hermenéutico y el hemerográfico.

1.5.4. Procedimiento de investigación.

En primer lugar se hizo un análisis bibliográfico sobre el tema de investigación, luego se realizó la pre selección de la muestra por medio de una ficha de filtro que permitió la identificación de los recortes de los diarios donde se encuentren presentes las caricaturas de corte erótico.

Un primer trabajo consistió en discriminar las caricaturas de acuerdo a su tipología, luego, aquellas que tuvieran características de un tipo de humor erótico. Eso permitió reducir más la muestra.

Luego de la recopilación de los datos se realizó el análisis e interpretación de los datos obtenidos.

CAPÍTULO III

(Resultados y discusión)

De un total de 60 caricaturas, analizadas y presentadas, un alto índice de figuras estuvo orientado a mostrar distintos elementos vinculados a la seducción, al dominio, control, manipulación, etc .

A continuación presentaremos un breve análisis de los estereotipos presentes en las figuras humorísticas que aparecen en forma predominante en cada imagen de corte erótica emitidos en los diarios de corte nacional.

3. FORMAS DE ENTENDER LA CARICATURA DE ORDEN ERÓTICO

3.1. EXAGERACIÓN DEL CUERPO FÍSICO DE LA MUJER

DIARIO FAENÓN.

LAMINA 01



Fuente: Diario Faenón, N° 257 del 2015

La primera lámina muestra a dos personajes conocidos en el mundo de la farándula, uno de ellos conocidos por sus escándalos amorosos con el comediante Edwin Sierra; la vedette Paola Ruiz, que hacía gala de sus exuberantes y exageradas contexturas físicas tanto en los bustos y caderas. Vedette que se caracterizaba por las plumas, lentejuelas, luces y música que eran el complemento perfecto de estas mujeres de cuerpos muy bien proporcionados. En el Perú, un antecedente de las vedettes son las rumberas de los años 50 y 60 con Betty Di Roma, Mara o Anakaona quienes fueron las reinas del

ombliguismo local durante esa época y teniendo su boom en los café-teatros ocurrió en la década del 80⁶³.

Esta imagen de Paola Ruiz sintetiza la idea de uno de los estereotipos más predominantes que hoy se presenta en la sociedad no solo de Ayacucho, sino a nivel nacional, de la mujer perfecta físicamente, atributos físicos que sobrepasan el estándar que tendría la mujer. Cirlot hace referencia a la manifestación del seno o busto asociado en este caso a la intimidad, de ofrenda y de don que se les da solo a las mujeres y el encanto que puede generar ello. Otro personaje no menos conocido en el ambiente farandulero es el comediante Melcochita, quien hace gala de ser hombre alegre, burlón y hacendoso. La imagen expone al hombre trabajador, denodado y ello aseverado por el corte desgastado del pantalón que muestra el personaje. En la imagen también se recurre al uso de la palabra, pero al uso popular urbano, al lenguaje chabacano, chicha que a finales de la época de ex presidente Fujimori se hizo popular con los diarios. La cultura chicha que según Alex Urtado será la manifestación urbana, que ha sugerido en su propio nombre una suerte de jerarquía en donde lo “culto” se alza como superior o aceptable frente a lo masivo y complaciente, que es lo “popular por lo que nunca podremos tener suficiente distancia para hablar sin obviar nuestras sensaciones y no sentirnos parte de lo que hablamos⁶⁴. Este personaje de Paola Ruiz al hacer mención CURRICULUM pretender hacer entender que a ella le pagan por mostrar o exigir el “poto” como lo reconoce el lenguaje popular chicha.

⁶³ Fernández Arribasplata, María. *Vedettes las de antes*. 2011. Diario El Comercio.

⁶⁴ Alex Urtado. *Ciudad Abierta: lo popular en la ciudad peruana*. 2010.

emocionado y cubierto con un antifaz para que no le reconozcan, nos lleva a deducir que podrían estar ante una situación de prostitución.

Para Mariela Castro quien hace una rápida diferencia entre la erotismo y la prostitución, quien aclara que todo ser humano tiene algo de erótico, pero con la diferencia de que el erotismo es la expresión de un mensaje, de sentimientos, de una interpretación de la realidad, pero si la manifestación del acto sexual es para provocar deseo con un fin secundario de sacar un provecho, generalmente comercial, de lucro, entonces sería pornografía⁶⁶.

Pero también la desnudez, opuesta al estado normal, tiene ciertamente el sentido de una negación. La mujer desnuda y provocadora está cerca del momento de la fusión; ella la anuncia con su desnudez. Pero el objeto que ella es, aun siendo el signo de su contrario, de la negación del objeto, es aún un objeto, que también refleja al meretricio a la prostitución que permite sólo el adorno, para subrayar el valor erótico del objeto, que en este caso es la mujer. A ello reforzada la imagen del varón, gordo, viejo que esperar emocionado en la cama.

La otra figura casi desapercibida que está presente la caricatura es la máscara que tiene puesto el varón, que tiene un significado misterioso, la máscara representa el error y la ambigüedad: es algo que representa una cosa pero que transforma en otra, pero continua sin embargo en otra que real antes, pero también un carácter misterioso y escondido. He aquí inclinado más por el último término, el carácter escondido que direcciona a que la mujer es una amante, como un objeto sexual.

⁶⁶ CASTRO ESPÍN, Mariela. "El erotismo en la cultura". *Temas. Cultura, ideología y sociedad*, Número 59, julio- setiembre 2008 Pp. 107-122.

LÁMINA N°04



Fuente: Diario Faenón, N° 260 del 2015

Otra vez la diminuta prenda femenina vuelve a ser elemento crucial en esta caricatura, prenda que está asociada a la intimidad y a la lujuria, pero en este caso no ante una persona mayor, sino ante la presencia de un escolar.

La presencia de la agresividad también se hace presente en esta imagen, la imagen de la mujer agresiva y violenta que sostiene un látigo con la que apunta agredir al menor. El látigo representación de dominación y superioridad que expresa la idea de castigo y el emplea de poder.

Pero Cirlot hace mención que para la mentalidad arcaica, los golpes, azotes y flagelación aparecen no como castigo, sino como purificación y estímulo.



Fuente: Diario Faenón, Nº 262 del 2015

La infidelidad en los últimos tiempos, se ha puesto de manifiesto como el problema más resaltante de las crisis de pareja y algo de ello se aprecia en la siguiente imagen. La mujer al volante de un vehículo que según Cirlot esto es sinónimo de poder, de caza, de superioridad e importante ante los demás⁶⁷ y que ello nos lleva a deducir que la mujer quiere demostrar que puede ser tan importante y decisivo de las cosas de pareja. Ahora bien, pero también se percibe la infidelidad de la persona que se encuentra al volante acompañado de un hombre robusto que deduciendo podría ser un servidor sexual. La imagen muestra el sostén casi suelto de la mujer y el pañuelo que simboliza satisfacción para algunos estudiosos en la materia en este caso de la infidelidad.

Ahora bien si en nuestra sociedad de alguna manera permitía la infidelidad masculina y casi es una costumbre para algunos hombres y experiencias de algunas mujeres. Para

⁶⁷ J.E. Cirlot. *Diccionario de símbolos*. British Library Cataloguing in Publication Data available. 2001.

Adela Samalvides Linares existen dos percepciones desde los dos puntos de vistas sobre cómo lo ven los infieles el engaño⁶⁸. El hombre suele ser más dado a la aventura sin compromiso, por educación, o porque la sociedad lo ve como algo esperado o permitido de cierta manera, mientras que en el caso de la mujer es por falta de autoestima o porque está pasando un mal momento con su pareja y se da ese permiso

⁶⁸ SAMALVIDES LINARES, Adela. "Infidelidad femenina en la psicoterapia de pareja". Perú, Blog de Psicólogos del Perú. Número 13. (<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=89816249005>)

LÁMINA N° 6



Fuente: Diario Faenón, 18 de febrero del 2015

El poder concentra un profundo simbolismo en la siguiente imagen. La dama de la justicia que está asociado con la justicia, pero que en esta caso, el caricaturista retrata al personaje erotizada que nos coloca frente a la idea obsesión que está trastocando el mundo femenino, el poder por la vanidad. La dama de la justicia con exuberante figura física, exhibiendo su cuerpo y mostrando el cabello rubio que según Cirlot está asociado no solo a la de belleza femenina o masculina, sino de belleza regia⁶⁹. También se hace presente la locura al mostrar la mujer con los ojos desorbitante que nos coloca frente a la idea de que la belleza y la exigida por alcanzar patrones estéticos que Viviana Mira Lo denomina síndrome de la Barbie⁷⁰. La espada cuya presencia no solo afirma el símbolo del poder, sino también de la muerte. También cirlot hace mención que espada simboliza la herida y el poder de herir, pero extrañamente se convierte, también, en un signo de libertad y de fuerza.

⁶⁹ J.E. Cirlot. *Diccionario de símbolos*. British Library Cataloguing in Publication Data available. 2001. Pág. 112.

⁷⁰ Mira, Bibiana. "La cara oculta de la belleza". *SURA*, Número 34. Blogs 2009 <http://www.sura.com/blogs/mujeres/cara-oculta-belleza.aspx>

LÁMINA N° 7



Fuente: Diario Faenón, 25 de febrero del 2015

En esta imagen se observa dos escenas totalmente distintas. En una de ellas el hombre respetuoso, quien advierte de los acometimientos que podría sufrir por parte de los acosadores, pero en la otra escena es todo lo contrario, se observa al mismo hombre desnudándola con la mirada a la mujer quien advierten la morbosidad con la sonrisa. La lujuria carnal se hace presente en esta imagen que viene a ser una función natural del ser humano⁷¹

Para Louann Brizendine la primera etapa del desnudamiento visual se da por naturaleza ya que el hombre mira a una mujer atractiva en la misma forma que una mujer mira a una linda mariposa, llama su atención por un segundo, pero pronto sale de su mente y

⁷¹ Rodon, Patricia. "La mirada que desnuda". Revista MDZ online. Argentina. Edición 2885, 2013. (<http://www.mdzol.com/opinion/464712-la-mirada-que-desnuda>)

sus circuitos visuales de un hombre siempre están en búsqueda de una pareja fértil.

Mirar los encantos del cuerpo femenino, interesado o no, es una reacción natural⁷²

LÁMINA N° 8



Fuente: Diario Faenón, 15 de enero del 2015

En la siguiente figura elaborado por Carlos Lavidá El Popular se observa al controversial Gerald Oropeza, conocido por nexos con el narcotráfico y sus ostentosa fiestas que se daba, mostrando a esculturales féminas, demostrando su poderío económico que exhibía y pues presenta un elemento en la caricatura la figura del poder y sus mujeres como trofeos.

La definición de la mujer trofeo que está centrado únicamente en un aspecto físico y ser el centro de atención de cuanta complacencia exista, sobre todo complacencia masculina. Es un fiel ejemplo del egocentrismo al máximo y absoluto.

⁷² Brizendine, Louann. *Cómo funciona el cerebro masculino, ¿por qué piensan en sexo?*. CNN México. 2010 <http://mexico.cnn.com/salud/2010/03/25/como-funciona-el-cerebro-masculino-por-que-siempre-piensen-en-sexo>

Los hombres han visto a estas mujeres trofeos como bellas pero sin cerebro cuya única función es verse bien y quedarse calladas⁷³, y ello acompañado con el patriotismo presentes en la vestimenta de las mujeres. Ello nos lleva a deducir que la mayoría de las mujeres siguen vistas hoy en la actualidad como objetos ya sea sexual o material.

DIARIO COMERCIO

LÁMINA N° 9



Fuente: Diario Faenón, 17 de enero del 2015

En el siguiente gráfico, de Carlos Carlin, bien podría ser calificado como sexista, da cuenta de algo sumamente importante, la superficialidad de la feminidad, la subjetividad y perfección del cuerpo hermoso y delgado considerado santuario. El control del peso y la figurita con la que deben tener las mujeres se transforma para muchos en el eje de sus vidas.

De igual modo, la imagen parece buscar nuevos atributos al cuerpo, buscar mayor aprobación, encaminando la felicidad que trae tener una figura deportista. No obstante, Foucault diría, es obedecer al sistema normalizador imperante.

⁷³ Duato, Candela. "La nueva esposa trofeo". *Revista UPSOCL Relaciones*. Chile, Número 34 2012 <http://www.upsocl.com/mujer/la-nueva-esposa-trofeo/>

LÁMINA Nº 10



Fuente: Diario Faenón, 12 de enero del 2015

La presentación de personajes femeninos con vestidos muy cortos y ceñidos que exhiben abiertamente sus atributos físico, incluso en circunstancias poco pertinentes para tal presentación se aprecia en la siguiente imagen.

Los personajes Patricio Parodi y Sheyla Rojas participantes en el programa de entreteniendo “Esto es guerra” que muestran sus atributos que aparentemente tiene como objetivo es despertar en el televidente una apreciación de la figura femenina como un fin en sí mismo, independientemente al rol del personaje en la serie y que recurre a discursos que refuerzan concepciones sexistas que adjudican a las mujeres y que muestran en la imagen.

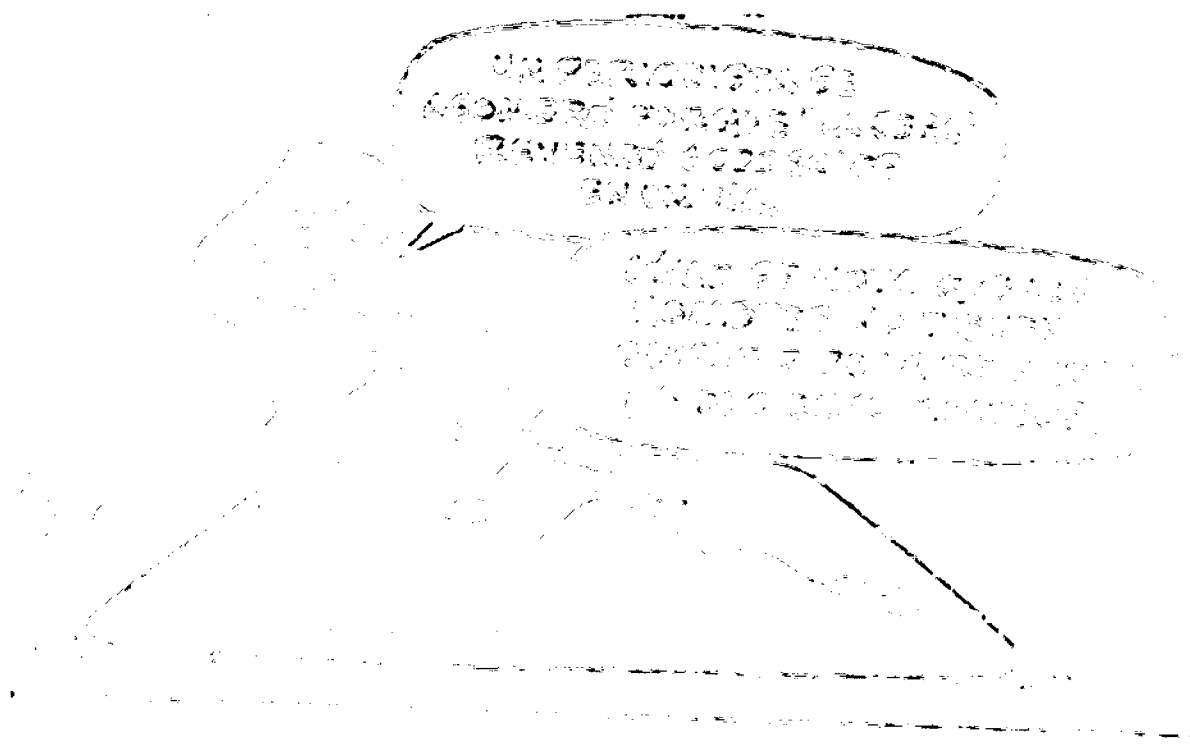
La calidad humorística presente en esta imagen encuentra un buen referente. Los medios de comunicación proclaman modelos con cuerpos contorneados que patrocinan

un patrón de belleza, que en el caso de las mujeres, está representado por jóvenes cuya estatura y peso son características excepcionales, las llamadas top-models.

La figura de los y las participantes en este programa se ha tornado distintivo imprescindible asociado a la autonomía, al éxito profesional, social y, desde luego, al éxito erótico.

En las últimas 4 años el saber que se ha entregado a través de distintos medios y programas (Combate y Esto es guerra), es la subjetivación del valor estético del cuerpo por sobre todo los otros valores que en él están inmersos (valor simbólico, cultural, religioso, etc.). Incluso, se ha establecido un consumo de los discursos corporales; los cuerpos deben ser bellos, saludables, bronceados, delgados, jóvenes. Ha ocurrido un traslado del término de belleza hacia el plano físico; la definición de belleza se ha impregnado de marketing, pues esta pasa a representar un capital simbólico que puede adquirirse, perderse o incluso comprarse.

Hay que aclarar que la televisión, al igual que otros medios, tiene el poder de crear valores sociales y ejercer influencia en las personas porque promueve estereotipos, ofrece modelos y definiciones.



Dentro del círculo de los estereotipos asignados a las mujeres, el caricaturista retrata a la mujer consumista y floja que se ha manejado como una forma de estimulación no necesaria, propia del capitalismo destinado a actuar como mecanismo de sostenimiento de una actividad productiva creciente.

Según la investigación realizada por estudiosos de la Universidad de Granada las mujeres se gastan inútilmente fuertes cantidades de dinero son consideradas impulsivas⁷⁴ a ello reforzado comentario que hacen las dos féminas al mencionar que ellas podrían gastarse 6000 en 10 minutos.

En esta imagen el caricaturista muestra el del cuerpo femenino como un mero elemento decorativo y como un medio de atraer la atención del sexo opuesto.

DISCUSIÓN

⁷⁴ Pizarro, Silvia. "Así son las mujeres que aparecen en las caricaturas: consumistas, celosas y obsesionadas". *ABC Sociedad*. 2014. Pág 34-88 (<http://www.abc.es/sociedad/20140409/abci-mujeres-dibujos-consumistas-celosas-201404091023.html>)

Contextualizando: las caricaturas eróticas no siempre están referidas a elementos de la libido expuestos de forma explícita. Las caricaturas, como se ha podido apreciar en el análisis de las láminas, muestran elementos implícitos que aluden a lo sexual, a lo instintivo. Bajo esta premisa, buscamos identificar y examinar los estereotipos en la prensa, los mismos que representan imaginarios sociales basados en imitaciones cambiantes, réplicas, falsificaciones y distorsiones.

En los análisis de las caricaturas eróticas presentes en la investigación, donde se aprecia la búsqueda en el fortalecimiento de la imagen de la mujer dentro de la sociedad, en donde los aspectos culturales de nuestro país, los estímulos y efectos hacen parte de una mala percepción que se tiene de la mujer peruana.

Como se aprecia actualmente, el cuerpo de la mujer se ha convertido en un estímulo de erotismo, de consumo como si se tratara de un producto. Los hombres las miran como objeto de deseo y las mujeres como punto de comparación, todo esto enfocado específicamente a lo que podemos apreciar visualmente en las caricaturas analizadas.

Como se da a conocer en el marco teórico Walter Lipmann definió como un conjunto de imágenes mentales indispensables para hacer frente a la gran cantidad de información que proviene del entorno, y que ello está impregnado en las características machistas y patriarcales que están vinculadas, sobre todo, en el tema de la percepción de la mujer como reproductora de la especie humana y objeto sexual que han calado e impregnado en la apreciación del varón sobre este género.

Debemos también recalcar que las ficciones, del que Lippman (1922) hace alusión a los estereotipos de no ser esencialmente negativo, ello no se refleja en las caricaturas analizadas, en la mayoría y por no decir en todas, están caricaturas de corte erótico están direccionados a mostrar las malas acciones de las mujeres, al igual que la funcionalidad que se le vendiendo al rol de la mujer, que en este caso la de la mujeres seductoras, superficial, celosas, conflictivas, y entre otras que se aprecia en las imágenes.

También no podemos dejar de lado, haciendo referencia a Mijael Bajtín que la naturaleza específica de la risa popular, que en este caso es la acción del humorística, se encuentra deformada debido a que atribuyen ideas y nociones que le son ajenas a uno, pero que ello en realidad les incumbe mucho más a la construcción cultural de cada sector, he allí un punto sumamente importante, la cultura machista y patriarcal que nos sigue suministrando la sociedad viene reflejando en la construcción de estos estereotipos sobre las mujeres en estas caricaturas.

La risa, del que Baijtin hace referencia en la representación de la risa tiene una función social de crítica popular, de manifestar las incomodidades de pueblo pero no necesariamente de manera negativa, minimizando el rol de la mujer como se ve en las caricaturas eróticas analizadas.

Pues bien debemos recalcar que tanto en la construcción de estereotipos y la caricatura a través del humor, la influencia de la cultura será indispensable debido a que todo ser humano tiende a ser social y ello genera la construcción de cultura.

Es importante mencionar que el humor, según plantea Mijael Bajtín, tiene una reacción que se produce de forma individual ante uno u otros “hechos singulares aislados”. Mientras que la risa es ante todo el patrimonio del pueblo y he consigo allí de su cultura, siendo inherente a la naturaleza.

CONCLUSIONES

1. Las caricaturas de corte eróticos en la prensa nacional viene contribuyendo de forma no solo negativa en la construcción de roles de la mujer, sino opacan y están crear nuevos estereotipos y desestimando valores morales.
2. Las caricaturas de corte erótico de la prensa nacional están manipulando un discurso machista que desestima el verdadero rol de la mujer frente a la sociedad peruana y transgrediendo sus derechos de igualdad de género.
3. Los estereotipos negativos asignados a la mujer en las caricaturas de corte erótico vienen desacreditar los nuevos roles influenciado por factores cultura que cuenta nuestro país.
4. El humor gráfico y, especialmente, la caricatura erótica, ha conseguido niveles significativos de desestructuración sobre la funcionalidad de la mujer ante la sociedad machista, creando estereotipos equivocados sobre los roles de género.
5. Se pudo determinar que en las caricaturas de corte erótico hay una dosis de fuerte prejuicio que se traduce en estereotipos contra de la mujer.

Referencias Bibliográficas

ACEVEDO, Mariela

2006 “La risa subversiva. Crítica al patriarcado desde las historietas y el humor gráfico” Consulta: 14/5/2015.

https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fnarrativasdibujadas.com.ar%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F10%2FACEVEDO_La-risa-subversiva.pdf&ei=uuCSVaSRGI3lggTx5JW4BQ&usg=AFQjCNETAhcM9FGURI4SBjzi6c5kxWN8jA

G. W. Allport

2004. *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires, Eudeba.

BAJTIN, Mijail

1971 *La cultura popular en la edad media y el renacimiento*. Barcelona: Barral editorial

BATAILLE, Georges.

2009 *Erotismo*. Scan Spartakku. Disponible en:

www.olimon.org/uan/bataille-el_erotismo.pdf

BERGSON, Henry.

2009. *La risa. Ensayo sobre el significado de la comicidad*. Buenos Aires: Ediciones Godot.

BRIZENDINE, Louann.

2010. “¿Cómo funciona el cerebro masculino, ¿por qué piensan en sexo?”.

(<http://mexico.cnn.com/salud/2010/03/25/como-funciona-el-cerebro-masculino-por-que-siempre-piengan-en-sexo>).

CASTRO ESPÍN, Mariela, et. Al.

2008 “El erotismo en la cultura”, *Temas*, N° 59, julio setiembre 2009. Pp. 107-122.

Disponible en:

www.temas.cult.cu/revistas/59/12%20Mesa%20erotismo.pdf

HIDALGO, Carlos.

2011 “Discriminación racial en los medios de comunicación peruanos”. Disponible en:

<http://sociosdelcin.blogspot.com/>

DUATO, Candela

2011. “La nueva esposa trofeo”.

(<http://www.upsocl.com/mujer/la-nueva-esposa-trofeo/>)

ESPINOSA, Agustín, CALDERÓN-PRADA Alicia y BURGA Gloria.

2009 “Estereotipos, prejuicios y exclusión social en un país multiétnico: el caso peruano”. Vol 25 N° 2 (En línea) PUCP. Disponible en:

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/1415>

GONZÁLEZ, Blanca.

1999 “Los estereotipos como factor de socialización en el género”. Edición N° 12.

Colectivo Andaluz para la educación en los medios de comunicación Andalucía.

España. Pp. 79-88. Disponible en:

<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Comunicar-12-Gonzalez-79-88.pdf>

J.E. Cirlot.

1971 *Diccionario de símbolos*. 2da Ed. Francis e-Library. London: Editorial Routledge.

INFANTE YUPANQUI, Carlos.

2010 *Poder, Tensión y caricatura durante el periodo final del régimen fujimorista.*

Lima: Editorial Mano alzada.

LIPPMANN, Walter.

1922 *Public Opinion.* New York. 10th ed. Editorial New York.

MIRA, Bibiana.

2009 “La cara oculta de la belleza. Colombia”. Blogs SURA. Colombia, Número 34.

Fecha de consulta 15/01/15. Disponible en :

<http://www.sura.com/blogs/mujeres/>

MOYA, Carlos Julio.

1997 “La delgada línea que separa el amor del maltrato”. *Rev. Psicología jurídica.*

Argentina. Número 123. Fecha de consulta 04/02/15. Disponible en:

<http://psicologiajuridica.org/psj98.html>

MUÑOZ PATIÑO, Cristina Angélica.

2004 “Análisis de discurso e imágenes de la construcción simbólica de la violencia y el rol de la mujer en la portada del periódico el extra”. Tesis de Licenciatura.

Disponible en:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/3188>

NAIRBIS DESIREE D Y MELISSA SUE CIFUENTES A.

2007 “Aproximación a la feminidad a partir del análisis semiótico-social de las caricaturas recopiladas en las obras *Mujeres Alteradas* de Maitena Burundarena”. Tesis de licenciatura en la Universidad de los Andes. Venezuela.

Pág. 210. 15/02/15. Disponible en:

[https://es.scribd.com/doc/2278983/Tesis-Aproximacion-a-la-feminidad-a-partir-del-analisis-de-las-caricaturas-de-Maitena.](https://es.scribd.com/doc/2278983/Tesis-Aproximacion-a-la-feminidad-a-partir-del-analisis-de-las-caricaturas-de-Maitena)

PIZARRO, Silvia.

2014 “Así son las mujeres que aparecen en las caricaturas: consumistas, celosas y obsesionadas”. Artículo ABC Sociedad. Disponible en:
<http://www.abc.es/sociedad/20140409/abci-mujeres-dibujos-consumistas-celosas-201404091023.html>

RODÓN, Patricia.

2013 “La mirada que desnuda”. *Revista MDZ online*. Argentina. Edición 2885. Fecha de consulta 22/01/15 Disponible en :
<http://www.mdzol.com/opinion/464712-la-mirada-que-desnuda>

SANTILLÁN ESQUEDA, M. y GANTÚS, Fausta.

2010 “Transgresiones femeninas: fútbol. Una mirada desde la caricatura de la prensa, México 1970-1971”. *Revista de Estudios Históricos*, N°. 52. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=89816249005>

SAMALVIDES LINARES, Adela.

2009 “Infidelidad femenina en la psicoterapia de pareja”. Perú, Blog de Psicólogos del Perú. Número 13. Fecha de consulta 13/02/15 Disponible en:
<http://psicologosperu.blogspot.com/2009/10/infidelidad-femenina.html>

SIGMUD, Freud.

1981 *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Tomo I, Vol III, Viena. Editorial Freud.

SIERRA BRAVO, R.

1991 *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. España, Editorial Paraninfo

TAUZIN, Isabelle.

2009 “La caricatura en la prensa satírica peruana (1892-1909)” *Bira* Instituto RIVA-AGÜERO (PUCP), Lima, N° 25. Pág. 68 – 134. Disponible en:

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/boletinira/article/view/4239>

VALLADARES TREJO, Elisa.

2012 “Análisis del discurso de género en los programas televisivos de producción nacional dirigidos a mujeres: milena tu amiga, grandiosas y de mujer a mujer, transmitidos de febrero a abril de 2012”. Tesis de Licenciatura, Universidad Centroamericana. El Salvador. Edit. E l S a l v a d o r , C . A .

http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/faec9e_tesiscatiavalladares.pdf

ANEXOS

<p>Problema principal de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Cómo contribuyen las caricaturas eróticas de la prensa nacional en la construcción de estereotipos sobre la mujer? <p>Preguntas secundarias</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Cuáles son los principales estereotipos de corte erótico que se presencian en los diarios de circulación nacional en el Perú? ➤ ¿Cuáles son los diarios que contienen caricaturas eróticas? 	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Analizar cómo contribuye los estereotipos de corte eróticos sobre la mujer peruana en las caricaturas de la prensa nacional. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar los estereotipos de corte erótico que se presencian en los diarios de circulación nacional en el Perú. ➤ ¿Cuáles son los diarios que contienen caricaturas eróticas de circulación nacional en el Perú? ➤ Determinar los elementos que constituyen la construcción de estereotipos eróticos en las caricaturas de los diarios de circulación nacional. 	<p>Hipótesis principal</p> <p>Las caricaturas de corte eróticas de la prensa nacional contribuyen de forma negativa en la construcción de estereotipos sobre la mujer peruana desestimando valores morales.</p>	<p>Sistema de variables.</p> <p>Variable independiente Caricatura de corte erótico. Formas de contribución de la caricatura erótica</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Exageración de aspectos físicos de la mujer ➤ Uso de lenguajes visuales grotescos ➤ Uso de expresiones prejuiciosas <p>Variable Dependiente Construcción de estereotipo sobre la mujer</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estereotipo de mujer voluptuosa. ➤ Estereotipo de la mujer sometida. ➤ Estereotipo de la mujer sumisa. ➤ Estereotipo de la mujer celosa. ➤ Estereotipo de la mujer conflictiva. ➤ Estereotipo de la mujer seductoras. <p>Unidad de análisis: Las caricaturas de corte erótica de los diarios de circulación nacional en el periodo 2015.</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>La investigación realizada se sometió a los alcances de una investigación básica con enfoque cualitativo y se organizó dentro de las posibilidades y limitaciones que ofrece las Ciencias Sociales.</p> <p>Población y muestra</p> <p>La población de esta investigación comprende cinco periódicos impresos, publicados todos ellos en la capital del país. El espacio se delimitó de este modo, en razón a que en la ciudad de Ayacucho, la caricatura gráfica aún está en un proceso de surgimiento. El periodo de selección fue de enero y febrero del 2015, lo que significa que se seleccionó 150 ediciones con igual número de caricaturas eróticas. Los diarios seleccionados fueron el Faenón, Perú 21, con su suplemento El Otorongo, La República, Trome y Correo.</p>	<p>Métodos de investigación</p> <p>El procedimiento al que se recurrió para la presente investigación conlleva a la utilización del método de la observación y la hermenéutica. Entre las técnicas, empleamos el análisis hermenéutico y el hemerográfico.</p> <p>Procedimiento de investigación</p> <p>En primer lugar se hizo un análisis bibliográfico sobre el tema de investigación, luego se realizó la pre selección de la muestra por medio de una ficha de filtro que permitió la identificación de los recortes de los diarios donde se encuentren presentes las caricaturas de corte erótico. Un primer trabajo consistió en discriminar las caricaturas de acuerdo a su tipología, luego, aquellas que tuvieran características de un tipo de humor erótico. Eso permitió reducir más la muestra. Luego de la recopilación de los datos se realizó el análisis e interpretación de los datos obtenidos.</p>
---	--	--	---	---	---

