

**CONTACTO**

maría.florestr@uanl.edu.mx  
evelyn.alemanpe@uanl.edu.  
mx

MARÍA EUGENIA FLORES TREVIÑO/  
EVELYN CATALINA ALEMÁN.  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO  
LEÓN. MÉXICO

**CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN FEMENINA  
Y SEXISMO EN COMENTARIOS DE  
*FACEBOOK***

**FEMALE IMAGE CONSTRUCTION AND  
SEXISMO IN *FACEBOOK* COMMENTS**

**Resumen:**

A inicios del año 2019 una gran cantidad de habitantes mexicanas decidieron compartir sus experiencias con respecto a secuestros y feminicidios en la plataforma de *Facebook*; así como también, otra parte de ellas posteó información sobre las marchas feministas que tuvieron lugar a raíz de los acontecimientos ya mencionados. El resultado de tal acto terminó en respuestas sarcásticas, indiferentes y satíricas con respecto a la situación. Esta investigación versa sobre un estudio socio-pragmático-discursivo acerca del sexismo y la construcción de la imagen femenina en comentarios de *Facebook* surgidos a partir del contexto mencionado.

**Palabras clave:** sexismo, imagen femenina, facebook, discurso.

**Abstract:**

At the beginning of 2019 a huge amount of mexican women decided to share their experiences about kidnappings and femicide on *Facebook* as well as another part of them posted information about feminist marches that took place as a result of the events already mentioned. The result of this act ended in sarcastic, indifferent and satirical responses about the situation. This research is about a socio-pragmatic-discursive study about sexism and the construction of the female image in Facebook comments.

**Key words:** sexism, female image, facebook, speech

## 1. Introducción

La cultura mexicana se ha caracterizado por poseer una ideología machista y misógina: la mayoría de las mujeres hemos crecido con frases como “calladita te ves más bonita”, “la que no enseña no vende”, “corres [u otro verbo] como niña” y “eso es cosa de niños” (Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres, 2018). Estas construcciones sociales nos han inculcado los estereotipos que la teoría de rol de género plantea como “creencias generales acerca del sexo, que se asocian a los roles, características psicológicas y conductas que describen a hombres y mujeres” (Alport *et al.* 1954 en Velandia y Rozo, 2009). Dentro de los roles de género, a la mujer se le ha etiquetado como el sexo débil, la otredad o, en palabras de Simone de Beauvoir, “el segundo sexo” (2018) el cual es percibido como inferior al otro. A la par de esta creencia se desarrolla el sexismo, “procedimiento ideológico mediante el cual un orden social desigual es presentado como natural” (Palacios y Rodríguez, 2012: 412), como una segunda ideología. Existen teorías que plantean el sexismo como un acto de violencia hacia el género femenino:

[...] el sexismo se consideraba fruto y creador de la desigualdad y jerarquización de las mujeres, muestra de desvalorización y menosprecio para la población femenina, sus formas de pensar y obrar, por exceso o defecto o tal cual eran. Su objetivo era mantener la posición de inferioridad, subordinación y explotación (Sau, 1990 en Fernández, 2012).

Mientras que otras lo sitúan para ambos sexos:

“Y decimos era en pasado, porque aquí consideramos que la desvalorización puede ejercerse, y así pasa también y de manera específica en últimas fechas hacia la población masculina” (Fernández, 2012).

Nos enfocaremos únicamente en el sexismo ejercido sobre las mujeres en la plataforma de *Facebook*. Usamos como base la definición de Allport (1954 en Lameiras, 2004) que lo explica como un prejuicio hacia este género desde la hostilidad y aversión. Además, cabe mencionar que el sexismo tiene dos vertientes: hostil y benevolente<sup>1</sup>.

El sexismo hostil es una ideología que caracteriza a las mujeres como un grupo subordinado y legitima el control social que ejercen los hombres. Mientras que el sexismo benevolente se basa en una ideología tradicional que idealiza a las mujeres como esposas, madres y objetos románticos (Glick *et al.* 1997 en Lameiras, 2004: 94).

Ahora bien, con la llegada del internet, el sexismo encontró una nueva forma de expresión lingüística desde el anonimato y la carencia de coerción que ofrece este medio:

La alteridad en Internet, dice Segato (2003), es ilusoria y el diálogo inauténtico ya que la virtualidad tiene limitaciones en la mediación del discurso. Las personas pueden exponer y exponerse de manera distinta a como lo harían en la realidad, inventar identidades, materializar sus fantasías en un cuerpo imaginario (Estébanez, 2013: 14).

---

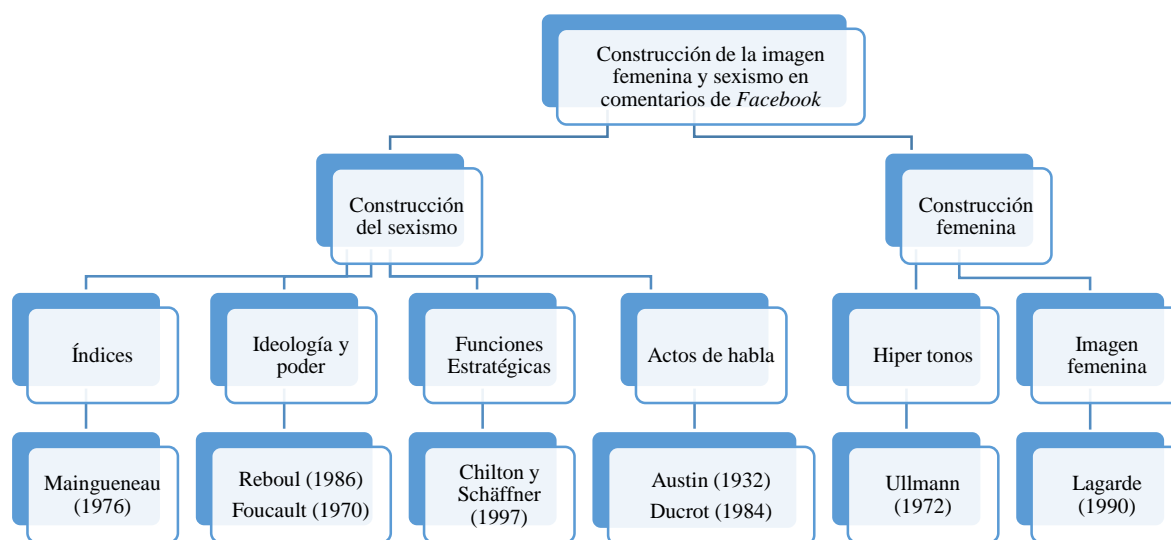
<sup>1</sup> Glick y Fiske (1996) lo plantean como sexismo ambivalente.

En los últimos meses (los correspondientes al año 2019 e inicios del 2020) se ha observado – según Estébanez (2013)-, que dicha agresión verbal aumenta cuando las mujeres se auto-identifican como feministas o fomentan sus principios. En un artículo del periódico virtual *Actualidad RT* (Garrido, 2019), se dice que Jan Jarab de La Oficina del Alto Comisionado de la ONU para los Derechos Humanos, alertó sobre las más de 9.000 mujeres desaparecidas en México, de las cuales 300 habían ocurrido en los primeros tres meses del año. Ante estas situaciones, las feministas de la ciudad de México se organizaron para marchar por los derechos de las mujeres y la justicia para estos casos. La primera manifestación del año se dio el 2 de febrero del 2019, días después de que iniciaran publicaciones (mencionadas más adelante) para alertar a la población en *Facebook*.

En México, durante los meses enero y febrero del 2019, una vasta cantidad de publicaciones acerca de feminicidios, secuestros a mujeres e intentos de estos mismos invadieron la plataforma de *Facebook*. Una gran cantidad de usuarias decidieron contar sus experiencias a través de esta famosa red social con el objetivo de alarmar al resto de la población y promover el autocuidado. No obstante, la respuesta que se recibió no fue la esperada pues en un periodo de tiempo muy corto surgieron los comentarios sexistas y machistas apoyados de la burla y la sátira a través de la creación de memes, videos, estados y comentarios con respecto a la situación. Ahí está nuestro interés.

### 1.1. Sobre este estudio

El estudio está dividido en dos secciones; la primera de ellas se centra en el análisis del sexismo desde una perspectiva socio-pragmática y retórica, mientras que la segunda es el análisis de la construcción femenina desde perspectivas semiótico-discursivas. En el esquema 1. Modeloruta mostramos el camino seguido.



Esquema 1: Modelo-ruta

Como se observa, articulamos diversos niveles de análisis del discurso con el objetivo de llegar a su interpretación social; para ello, en la primera sección se analizarán los comentarios con el propósito de detectar los elementos lingüísticos que permiten la construcción del sexismo. Esta parte se divide en cuatro categorías: la primera son los índices (Maingueneau, 1980) que ayudarán a reconocer las palabras usadas con más frecuencia para ofender a las mujeres en las publicaciones que conforman el corpus; la segunda es la ideología y el poder (Reboul, 1986 y Foucault, 1970) con el objetivo de localizar estos aspectos en los actos de habla (Austin, 1981 y Ducrot, 1984); las funciones estratégicas (Chilton, Henry y Schäffner, 1997) para analizar las faltas a la política por parte de los usuarios analizados; y por último, los actos de habla ya mencionados.

Con respecto a la segunda parte, se pretenden analizar los hipertonos (Ulmann, 1972) con el propósito de estudiar los cambios de significado que se utilizan para desacreditar al movimiento feminista, así como la imagen femenina propuesta por Lagarde (1990), a fin de conocer los estereotipos de género y los cambios que ha tenido en los últimos años.

### 1.2. Objetivos

Nos proponemos analizar una serie de comentarios hechos por el público para mostrar la construcción de la imagen femenina y el sexismo en las redes sociales, específicamente en la plataforma de *Facebook*. Diseñamos estos objetivos específicos para lograrlo: 1) Mostrar el sexismo en *Facebook* desde una perspectiva retórica y pragmática; 2) Analizar los sentidos del juego de palabras empleado por los usuarios para entender sus posicionamientos con respecto al otro género.

## 2. Antecedentes

La comunicación consiste en el intercambio de diálogo entre dos personas. A propósito de ello, Reboul (1986) afirma que no se habla como se quiere, debido a que sobre nuestro lenguaje pesan ciertas coacciones sociales que operan en el nivel de la lengua. Más genéricamente, tampoco se escribe como se habla.

En sitios como *Facebook* la imagen se construye a través de las formaciones imaginarias<sup>2</sup> (Haroche, Henry y Pêcheux, 1971) generadas a partir del discurso colectivo de los usuarios, quienes, por tratarse de este medio de comunicación -producto de la creación de un universo paralelo- (Estébanez, 2013: 9) donde no hay censura, ni obligatoriamente veracidad en la identidad de los dialogantes, estos no sufren ningún tipo de coacción, lo que genera el surgimiento del lenguaje sexista.

Como antecedentes se encuentran los trabajos *Sexismo léxico-semántico y tensiones psíquicas* “¿Por qué Dios creó a la mujer bella y tonta?” de Anna María Fernández Poncela; y *Sexismo, hostilidad y benevolencia. Género y creencias asociadas a la violencia de pareja* (Palacios y Rodríguez, 2012) una colaboración entre la Benemérita Universidad Autónoma de

Puebla y la Universidad del País Vasco. Además, el artículo *El análisis del discurso: una herramienta epistemológica para deconstruir el sexismo lingüístico* (Flores y Estrada 2016) en el que se analiza la violencia simbólica de manera in-visualizada a través del habla cotidiana. También: *Construcción de la imagen y sexismo discursivo. Un estudio en tres sitios de opinión en Facebook* de Flores, Infante y Sepúlveda (2018)<sup>3</sup> en el que se analizan los ataques sexistas que se elaboran en notas periodísticas de *Facebook*.

En el ámbito internacional se han realizado trabajos como: *El sexismo y sus dos caras: De la hostilidad a la ambivalencia* (Lameiras, 2004) quien plantea un análisis sobre el sexismo moderno, hostil y benevolente; *Estereotipos de género, sexismo y su relación con la psicología del consumidor* (Velandia y Rozo, 2009) en el que se hace un estudio sobre la relación entre los estereotipos de género, el sexismo y el comportamiento del consumidor; y *¿Qué es y cómo nos deshacemos del lenguaje sexista?* (Facio, 2013) compilación de diálogos entre 127 feministas que permiten el intercambio de ideas, argumentos y reflexiones teóricas sobre el tema.

### 3. El estudio

En los niveles semántico y pragmático revisamos los hipertonos semánticos<sup>4</sup> (Ullman, 1972) que brindan al estudio elementos para el análisis de los juegos de palabras presentes en la muestra, que son utilizados por los usuarios con el objetivo de ofender al movimiento feminista y los actos de habla<sup>5</sup> (Austin, 1981; Searle, 1969), para reconocer la manera en que, en acciones lingüísticas, se presenta el sexismo en *Facebook*; por otra parte en el ámbito discursivo, examinar al discurso como interacción social (Chilton y Schäffner, 1997) es útil para interpretar el contexto en el que se desarrolla la situación; la imprescindible relación entre lenguaje e ideología (Reboul, 1986) se revisa para exponer el ideario presente; y con el propósito de mostrar cómo funciona el poder, aprovecharemos las teorías de Foucault (1992). Estimamos al discurso como una práctica semiótico - discursiva<sup>6</sup> (Haidar, 2006). Igualmente se habrán de considerar algunos de los estudios de género<sup>7</sup> en la cultura (Lamas, 2007; Flores y Estrada, 2016). Definimos el género con Lamas (2007), como el conjunto de creencias, prescripciones y atribuciones que se construyen socialmente tomando la diferencia sexual como base. Además, la autora afirma que:

[...] todas las sociedades clasifican qué es “lo propio” de las mujeres y “lo propio” de los hombres, y desde esas ideas culturales se establecen las obligaciones sociales de cada sexo, con una serie de prohibiciones simbólicas (2007: 4).

Glick y Fiske (1996 en Lameiras, 2004) proponen un sexismo que posee dos vertientes: el hostil y el benévolo. Según estos autores, el primero corresponde al viejo sexismo o sexismo tradicional que se conforma por actitudes de prejuicio o conducta discriminatoria basada en

inferioridad de las mujeres como grupo y parte de tres premisas: paternalismo dominador, diferenciación de género competitivo y hostilidad heterosexual<sup>8</sup>. Mientras que la segunda conforma lo que ellos denominan el *nuevo sexismo*, es decir, la romantización de la mujer y el deseo por parte de los hombres de protegerlas por considerarlas sagradas (Lameiras, 2004). Por otra parte, nos apoyamos en García Meseguer (2001) con respecto al lenguaje sexista en la que aborda dos maneras de llegar a él: sexismo léxico, uso de palabras que pueden identificarse de manera aisladas; sexismo sintáctico, mediante la construcción de frases (2001: 20-21).

### 3.1. *Corpus y estrategia metodológica*

Este trabajo versa sobre un estudio socio-pragmático-discursivo acerca de los actos de habla (Austin, 1981), el sexismo y la construcción de la imagen femenina. El corpus está conformado por veintisiete comentarios (27) (en total) tomados de la plataforma *Facebook* y publicados en febrero de 2020; de los cuales, la muestra construida para este artículo (aleatoria, sin pretensiones de representatividad), son dieciocho (18).

La primera publicación se realizó el 3 de febrero del 2019 por Tania Ruiz Segal, poeta (Ruiz Segal, 2019), con un texto de su autoría adjunto. El cuerpo del *post* está constituido por 31 imágenes de la manifestación feminista que se vivió el día anterior en la ciudad de México. Tuvo un total de 5,000 reacciones, 296 comentarios y fue compartida 11000 veces. De tal publicación diez comentarios conforman la muestra.

La segunda divulgación se hizo el 1 de febrero del 2019 desde el perfil privado del usuario V.S. (2019). Se creó como respuesta al siguiente comentario que estuvo rondando en redes sociales con respecto a los feminicidios y el estado de alerta de las mujeres: *Ah, pero si a las mujeres los fines de semana no les da miedo salir*<sup>9</sup>. El motivo de dicho *estado* es promover el respeto hacia las mujeres que expresan su miedo ante la inseguridad que vivimos como sociedad, así como también entender el derecho que estas mismas tienen de salir a divertirse. En esta publicación reaccionaron 4600 personas, 272 comentaron y se compartió 13000 veces. Se tomaron ocho comentarios para integrarlos a la muestra.

La tercera, y última publicación se hizo el 9 de febrero del 2019 por la página llamada *Cartas para un pendejo* (2019). El *post* consta de una captura de pantalla donde se muestra, en primera instancia, un *meme*<sup>10</sup> en el que, con ayuda de la imagen de *Bob Esponja*<sup>11</sup>, se realiza un contraste de la reacción que, según se juzga, muestran las mujeres al hablar acerca de los secuestros y feminicidios y la actitud que tienen cuando salen de los antros por la madrugada en un aparente estado de ebriedad. Por otra parte, se muestra el comentario de un usuario femenino en el que defiende la libertad que tienen las mujeres de divertirse sin ser asesinadas. A este *post*

<sup>9</sup> Cabe mencionar que la cita no es textual ya que variaba según el usuario, sin embargo, se rescata la esencia del comentario.

<sup>10</sup> Imagen que hace alusión a una situación que por lo general está de moda con el objetivo de mofarse de ella.

<sup>11</sup> Serie de televisión de dibujos animados transmitido por Nickelodeon de 1981 al 2018.

reaccionaron 7000 personas, tuvo 1500 comentarios y fue compartido 18000 veces. Se utilizaron 9 comentarios para conformar la muestra.

Para el análisis de la muestra clasificamos los contenidos en: 1) índices; 2) actos de habla; y 3) estrategias del discurso político- en los que se estudiaron los comentarios desde las categorías correspondientes a cada tema. Por ejemplo, en el área 1 las categorías presentes en el objeto de estudio fueron: tiempo, lugar, acciones, adjetivo, sustantivo, adverbio y memes, mientras que en las áreas dos y tres se tomaron en cuenta los elementos según las teorías correspondientes (recursos retóricos en la primera y deslegitimación, resistencia encubrimiento y coerción en la segunda). A continuación, mostraremos el desarrollo y los resultados.

## 5. Dimensión semántica y pragmático-retórica

Partiendo de la premisa de que la pragmática aborda el estudio de las relaciones de interpretación, es decir, las que existen entre los signos y los usuarios dentro del contexto en que estos usuarios utilizan las relaciones (Alcaraz Varo y Martínez Linares, 1997), se realizó un estudio de comentarios en *Facebook*. Utilizamos al acto de habla (Austin, 1981; Searle, 2017) como unidad de segmentación.

### 5.1. Recursos semántico-pragmáticos y retóricos

En este apartado revisamos las estrategias semántico-pragmáticas y retóricas que los locutores emplearon en sus comentarios. Ullmann plantea que el vocabulario de una lengua es una estructura inestable en la que las palabras individuales pueden adquirir y perder significados con la misma facilidad (1972: 221), por ejemplo, la construcción de la imagen de la activista femenina a través de un cambio de significado que está representado en el ejemplo:

- (1. P<sup>123</sup>) B: A no puedes decir que nadie lo pela porque yo lo pelo, así que ve a hacerme un sándwich maldita **feminazi**

El término en negritas es una fusión de dos: feminista y nazi, que, una vez juntos, generan un nuevo significado en el que a las mujeres defensoras de la igualdad se les adjudica la ideología del régimen encabezado por Adolf Hitler. Según Ullmann (1973), este cambio semántico se debe a dos causas: 1) lingüística; debido a las asociaciones que las palabras contraen en el habla, es decir, la unión de los dos sustantivos ya mencionados, y 2) psicológica: los cambios de significado con frecuencia tienen sus raíces en el estado de ánimo del que habla, en este caso, un enfrentamiento entre la ideología patriarcal y la del feminismo. Influye la actitud del hablante, el sentido peyorativo, que está regido por el prejuicio humano.

Se trata de hipertonos de significado (Ullman, 1973) que cubren una amplia gama de definiciones, se dice que pueden resultar también de ciertos procesos de formación de palabras - que son los hipertonos permanentes que ciertas palabras adquieren en una comunidad

<sup>12</sup> En adelante P significa “publicación” y estará seguida del 1, 2 o 3 según corresponda.



determinada. En lo que se refiere al término en cuestión (feminazi), se sabe que el término es relativamente nuevo y surgió como una crítica hacia la ideología de las feministas del siglo XXI (juzgadas también como feministas radicales) en la que se cree que el objetivo es colocarse por encima del hombre. Desde su nacimiento, la palabra ha sido utilizada con una frecuencia increíble y en diversos contextos, pero con más incidencia en las redes sociales.

#### 5.1.1 *Índices, sentido, connotación y acciones*

En el discurso, de acuerdo con Maingueneau (1976), existen cuatro tipos de índices que permiten anclar y contextualizar la enunciación: de tiempo (adverbios, fechas, sustantivos), persona (pronombres, onomásticas, artículos), lugar (adverbios, topónimos, sinónimo) y acciones (verbos, construcciones verbales). Este elemento implica que el locutor introduzca al receptor en su discurso y que, debido a este hecho, se manejen referencias internas al discurso mismo.

No obstante, al momento de analizar los comentarios se consideró pertinente añadir cuatro categorías más debido a su incidencia dentro del estudio y al valor que aportaba para el mismo. Los índices se detectaron, en primera instancia, mediante el empleo del criterio de distinción en alusión al sexismo léxico: se seleccionaron las palabras que aisladamente connotaban un acto de agresión y posteriormente se analizaron con el objetivo de detectar el grupo gramatical al que pertenecían, en otro orden de palabras, reconocer la categoría gramatical de los vocablos utilizados. Con respecto a los comentarios cuyo ataque se hizo mediante frases, utilizamos el sexismo sintáctico y ocurrió que, al momento de clasificar, en un mismo comentario hubiera una cantidad extra de incidencias en los tipos de índices.

A continuación, se presentarán algunos ejemplos.

Dentro de los actos de habla, hallamos que los índices se utilizaron para realizar actos de agresión hacia las mujeres de diversas maneras:

A) Para comparar/situar la postura de las mujeres presentes en la manifestación con elementos conocidos por la cultura, tales como: programas de televisión, gestión de finanzas y medios de entretenimiento.

Ejemplo (2. P1): Bienvenidos a **Art Attack**<sup>13</sup>. **Hoy haremos** un origami con tu papel de víctima.

Este es un comentario sexista en el que: a) se repite un cliché en el cual el público es recibido en un programa de televisión que es famoso por hacer manualidades, por tanto, hay una intertextualidad lúdica; b) se le invita a hacer una “figura” (en el origami se manipula el papel) con “la postura de las mujeres” donde muestra una transferencia de sentido, pues se usa literalmente el término, como si se pudiera representar; y c) dicha postura social femenina es aludida como un “papel” (usando el doble sentido del término), es decir, se hace referencia a una actuación en la que la mujer se hace la víctima.

Ejemplo (3. P1): “La ventaja de **tener** pito es q **puedes salir** y **volver** a casa  
Pitos- 1000000  
Vagina- **no vuelve** por q la **secuestraron mataron** y **violaron**”.

Mediante el uso de los índices de acción (tener, salir, volver), los sustantivos y los adverbios se da a conocer esta diferenciación de la que habla Lamas cuando dice que “en todas las culturas, la diferencia sexual aparece como el fundamento de la subordinación o de la opresión de las mujeres” (2007: 4), pues en este comentario se presenta un juego discursivo asimétrico por medio de sinécdoques<sup>14</sup> en las que ser hombre se manifiesta como una ventaja (“tener pito”) y, por el contrario, ser mujer (“vagina”), como una desventaja que tiene como consecuencia ser secuestrada, violada y asesinada. La situación es para referirse con un tono de burla a los sentimientos de las mujeres con respecto a la inseguridad en el país y la visión de terceras personas con respecto a éstos. Pongamos otro ejemplo:

Ejemplo (4.P2): ‘hasta a mi [*sic*] me da MIEDO salir’/ ‘ellas tienen derecho a salir sin miedo’.  
No, no tienen ese derecho, el derecho a sentirte seguro no existe. Al asumir tu libertad asumes también los riesgos. Solo tienes derecho a que la ley te asista si alguien trata de dañarte. No justifico los actos, pero existen.

A través del adverbio de negación “no”, su reiteración y las construcciones “no tienen”, “no existe”, “asumir tu libertad”, “asumir los riesgos” se encubre una posición sexista en la que se manifiesta culpa hacia la mujer por las circunstancias a las que se enfrenta debido a que va contra los estigmas de la sociedad, que, en el saber común de la colectividad mexicana, establecen que el papel de la mujer está en la casa y, por lo tanto, no tiene una razón para “andar” en la calle, en palabras de un dicho conocido: “La mujer y la sardina en la cocina”.

B. El caso siguiente ocurrió con respecto a una de las fotografías en las que una joven de la manifestación portaba un cartel cuyo mensaje decía “sin demanda no hay trata”. El sustantivo es el índice donde se puede notar, en los ejemplos, el uso marcado como sexista para tres situaciones (ver negritas):

Ejemplo (5. P1)

“E: Sin **oferta** no hay **demanda** jejeje

F: Es la verdad. Simple clase de **economía/negocios**”.

El usuario E respondió haciendo una comparación de esta terrible situación (trata de blancas) con una gestión financiera, dicho comentario obtuvo algunas réplicas y, posteriormente, la respuesta de F en la que afirma su aportación aparentemente lógica. Esta situación colabora a crear una nueva imagen del feminismo tal como se explicará más adelante.

### 5.1. 2. *El recurso del Implícito: Presupuesto/sobreentendido*

Para Ducrot (1984) el presupuesto permite anticipar algo sin decirlo y al mismo tiempo diciéndolo. Su característica más importante es que posee un sentido literal, del que los sobreentendidos están excluidos. Estos sentidos derivados se nos aparecen como agregados y ayudan al locutor a esconderse detrás de sus palabras puesto que se deja al interlocutor interpretarlas como él desee. Véanse los ejemplos 6 y 7:

Ejemplo (6. P2): Soy **chica** y la **neta**, la mayoría de las **niñitas** que publican este tipo de cosas es porque quieren justificar su **putería** al máximo. Les gusta andar en la **calle**, ¿todo bien en **casa niñas**?

Quien enuncia se coloca en la misma posición de las referidas (“soy chica”) y se adjudica la emisión de la verdad (“la neta”), para expresar su desaprobación: nombra en condición de inferioridad (“niñitas”) a las mujeres y emite acusaciones (“justificar su putería”) hacia la comunidad referida con base en prejuicios personales (“les gusta andar en la calle”). Finaliza con una pregunta retórica, irónica, que alude a familias desintegradas o con otra clase de disfunción.

Ejemplo (7. P2) A[sic] pinche madre, pinches viejas nadie las tiene content... **Espera, este wey es hombre?** Xd xd

En este ejemplo, en el comentario se alude a un hombre con pelo largo, intencionalmente, mediante el presupuesto proyectado “las mujeres siempre se quejan”, la pregunta del usuario da a entender que el hombre, por encontrarse en tal condición de género, no tiene derecho a quejarse ante ninguna situación porque eso lo haría parecer débil. Esta postura es reforzada cuando se realiza una pregunta retórica: “este wey es hombre?” mediante la cual ocurre una coerción, como menciona Lamas:

El género tiene una lógica: la de la complementariedad entre mujeres y hombres. Creer que hay tal complementariedad existencial entre mujeres y hombres ha servido para limitar las potencialidades de las mujeres y para coartar el desarrollo de ciertas habilidades en los hombres (2007: 5).

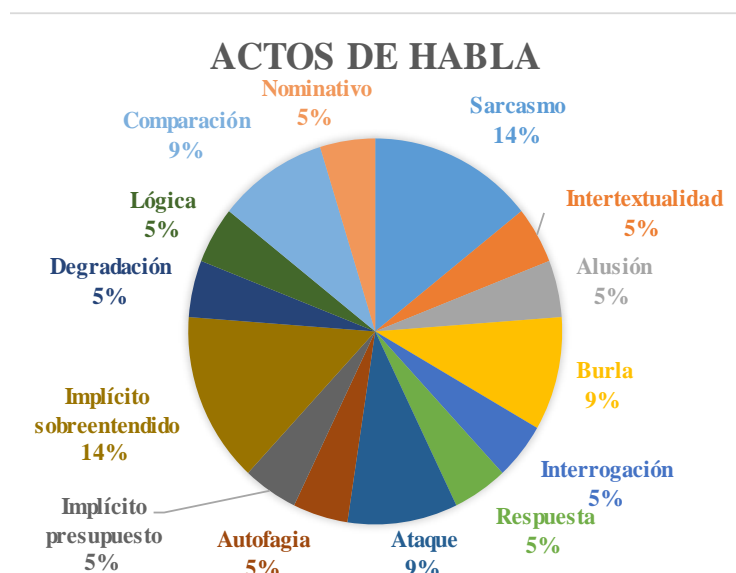
Y, el comentario se cierra con representaciones gráficas de burla (Xd xd). Podemos añadir que los componentes del implícito (presupuesto y sobreentendido) son el elemento más valioso, si a valor pragmático nos referimos, debido a que es el que nos permite proponer la posible ideología del usuario.

### 5.1. 3. *Las acciones realizadas*

Ullmann define los actos de habla como una secuencia de estímulos y respuestas (Ullmann, 1972). Por otra parte, Van Dijk, con base en la teoría de Austin, los delimita como acciones:

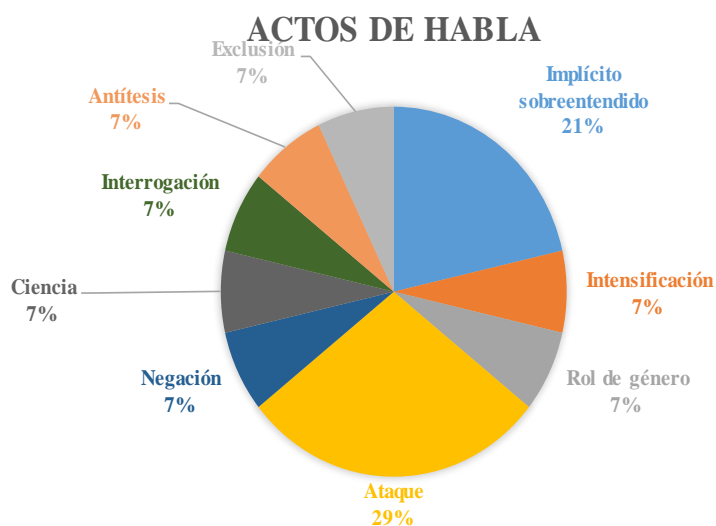
Austin comenzó por observar que la emisión de determinadas expresiones, como "Lo lamento", "Te advierto" o "Yo te bautizo", no pueden ser verificadas como verdaderas o falsas, puesto que no tienen por propósito realizar afirmaciones verdaderas o falsas, sino "hacer" cosas con el lenguaje (Van Dijk, 2000: 72).

Añade también que cada uno de los actos de habla involucrados tiene una función específica de preparación, inicio, conclusión, énfasis, etc., para el cumplimiento del acto de habla esencial y, por tanto, forman parte (individualmente y en conjunto) de la interacción social, durante la cual se establece o modifica una situación social (1989: 337). Ofrecemos en las siguientes gráficas los resultados del estudio de los actos de habla localizados dentro del *corpus*, así como los elementos retóricos presentes en ellos.



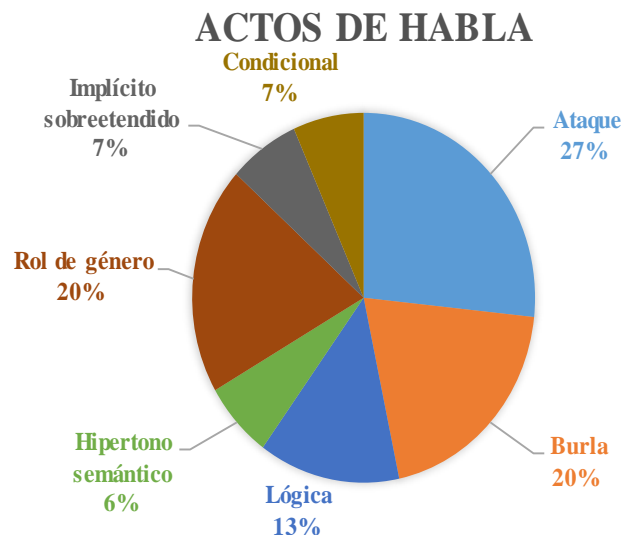
Gráfica 1. Actos de habla (Publicación 1).

Observamos que los recursos con más incidencia dentro de la primera parte de la muestra fueron el sarcasmo y, dentro del implícito, el sobreentendido con un 14%, seguidos por la burla, el ataque y comparación con un 9%. A partir de estos resultados proponemos la recurrencia, por parte de la población digital, a atacar a las mujeres y culparlas por los delitos que se han cometido contra su persona cuando éstas deciden alzar la voz y pedir justicia.



Gráfica 2. Actos de habla (Publicación 2).

En esta segunda parte, las acciones lingüísticas más utilizados fueron el ataque con un 29% y, dentro del implícito, el sobreentendido con un 21%. En este caso, podemos observar que existe una coincidencia con respecto a los recursos presentes en la gráfica 1, pero que su porcentaje varía. Con esta base afirmamos que el ataque es más común cuando es un hombre quien defiende la libertad de las mujeres y, que, además, se utiliza la ocasión para desprestigiar al usuario en su rol de género (véanse los ejemplos presentes en el resto del trabajo).



Gráfica 3. Actos de habla (Publicación 3).

Como se muestra en la gráfica 3, en la tercera publicación, nos encontramos con que el ataque y el rol de género (con 27% y 20% respectivamente) fueron los componentes más utilizados para desacreditar las acciones de las mujeres y la lucha de las feministas, así como para reafirmar una postura sexista. Como se puede observar en las tres gráficas anteriores, en total se localizaron treinta y un elementos (entre ellos figuras retóricas) presentes en los comentarios analizados.

#### 5.1.4. Recursos retóricos: el sarcasmo y la paradoja

De acuerdo con Rey, el sarcasmo “se refiere a la ironía cruel que se hace a una persona indefensa” (1986: 32). Por lo general, dentro de los ejemplos analizados, el sarcasmo venía en compañía de la burla, como se puede ver en: (Ejemplo 8. P1) *Good luck*

El usuario se burla de la demanda de justicia por parte de las manifestantes y, mediante el sarcasmo y a través del implícito, muestra que el mundo o la realidad por la que luchan las feministas no va a llegar, en otras palabras, el sobreentendido sería, “Buena suerte con eso: la equidad nunca pasará”. Por otra parte, el sarcasmo también se puede encontrar acompañado de la paradoja, que, de acuerdo con Rey (1986), es la reunión de ideas contradictorias para poner más de relieve la profundidad del pensamiento la cual ayuda a remarcar la idea, como se observa en el ejemplo:

(Ejemplo 9.P2) Les da miedo que las persigan las camionetas, pero se llega en el fin de semana hasta se suben solas 😊😊😊😊

Observamos que el usuario realiza un ataque mediante el sarcasmo al afirmar que los fines de semana a las mujeres no les importa ser secuestradas/ violadas/ asesinadas. Además, y a través de la paradoja, reúne ideas contradictorias (dar miedo y subirse solas) para otorgar mayor énfasis al pensamiento.

La paradoja, al menos en los comentarios seleccionados, se utilizó de dos maneras: consciente, como en el ejemplo 10:

(10. P2) Es que en parte tienen razón **se la pasan con miedo ¡ah, pero llega el fin y se les olvida!** ¡Y pues de todos modos no está chido! Deberían poder salir solas o con amigos sin miedo a nada.

Donde el usuario muestra su postura con respecto al tema: las mujeres que tienen miedo a ser secuestradas no deberían salir los fines de semana. Dicha postura encubre una visión sexista hostil.

Y también se manifestó con alusiones sexistas efectuadas de manera inconsciente, como en el ejemplo 11:

(11. P2) **Tienen derecho a salir SI [sic] tienen derecho a divertirse sin que las agredan también porque [sic] eso no es pretexto para que las agredan, pero si está bien cagado que se la pasen diciendo "tengo miedo de salir" "tengo miedo de ir hasta la escuela o a comprar" pero no tienen miedo salir a fiestas en la madrugada, se les quita el miedo cuando hay fiesta o que [sic] (?)**

Donde se muestran dos posturas ideológicas. En la primera posición asumida, se reconoce el derecho y la libertad que posee el género femenino de salir a divertirse, mientras que en el segundo posicionamiento censura la libertad de expresión al juzgar como estresante (“cagado”) el hecho de que diversas mujeres expresen sus sentimientos en las redes sociales, e incluye una paradoja al aludir que las mujeres dominan su miedo para ir a divertirse; finaliza su comentario con una pregunta retórica que refuerza la oposición manifiesta.

## 6. Dimensión socio-ideológica discursiva

Para Reoul (1986) una ideología determina no sólo nuestra manera de hablar, sino también el sentido de nuestras palabras porque:

[...] confiere a las palabras no sólo un sentido, sino también un poder; un poder de persuasión, de convocatoria, de consagración, de estigmatización y de rechazo. Opera en términos de grupos sociales, son construidas, utilizadas y cambiadas por los actores sociales (como miembros de un grupo) en prácticas sociales específicas y, frecuentemente, discursivas (1986: 12).

Dice también que las ideologías controlan las opiniones y actitudes del grupo y manifiesta que las opiniones compartidas deben ser importantes para la interacción, coordinación y su reproducción (Reoul, 1986: 12). Así, la ideología ejerce un poder, una restricción.

A continuación, presentaremos algunos rasgos de la ideología (Reboul, 1986) hallados en la muestra: con respecto al rasgo partidista y limitado de la ideología, que “es parcial en sus afirmaciones y polémica frente a las otras” (Reboul, 1986: 18-19). La comunidad en la que se enfoca la ideología de la muestra es los usuarios de las redes sociales en *Facebook*. Y está conformada por aquellas personas que comentaron las publicaciones que se estudian en el presente trabajo. Ésta, a su vez, se divide en dos grupos más: 1) los que se encuentran a favor de las mujeres que luchan por sus derechos y 2) los que se encuentran en contra y realizan opiniones sexistas. Por tanto, también es colectiva, es “un pensamiento anónimo, un discurso sin autor: es lo que todo el mundo cree sin que nadie lo piense” (Reboul, 1986: 19-20). Dentro de las creencias colectivas o presupuestos ideológicos en la sociedad mexicana, que sustentan los comentarios recogidos aquí están los siguientes:

La mujer no debe de beber porque se arriesga a que le pase algo/Las mujeres no deben de manifestarse porque no son las únicas personas que sufren.

La mujer es débil y quejumbrosa/Si a la mujer le gusta salir, es puta.

El lugar de la mujer está en la cocina/La mujer es un ser inocente que no debe ser corrompido/Si a las mujeres les pasa algo, es porque se lo buscaron...

Según el autor, la ideología debe de ocultar su propia naturaleza (Reboul, 1986: 20). En la muestra aparece de dos maneras: a) Como ayuda: se recomienda a las mujeres autoprotegerse con el objetivo de que no sufran ningún tipo de acoso; la mujer debe de cuidarse por sí misma en cualquier situación. b) Como razonamiento lógico: los negocios se rigen por reglas, por ello, si hay oferta, habrá demanda. Emplea teorías económicas para encubrir su naturaleza, sin embargo, el uso de diversos elementos retóricos como la ironía y las falacias, y pragmáticos como los nominativos, dejan ver que no se trata más que de eso: una ideología.

La ideología está “al servicio del poder. Su función es la de justificar su ejercicio y legitimar su existencia” (Reboul, 1986: 21-22). En los comentarios estudiados hay distintas coerciones: las mujeres no deben de tener ningún vello a la vista, de lo contrario, se considera antihigiénico; son las únicas que se pueden quejar, los hombres tienen prohibido expresar su punto de vista a manera de queja; los hombres no deberían dejarse el cabello largo, so riesgo de parecer mujeres; y las niñas no deben de estar en manifestaciones. Entre los roles de género aparecen aquellas acciones “propias” de las mujeres: no salir de casa a altas horas de la noche, no embriagarse y no salir a manifestaciones.

### 6.1. Formaciones imaginarias

La formación social, de acuerdo con Haroche, Henry y Pêcheux (1971), es determinada por la estructura económica con sus modos de producción, y el conjunto de relaciones que le son propias y que influye en el individuo.

La formación ideológica corresponde a la superestructura legal y política vigente en el sistema social al que el sujeto pertenece, que es coercitiva sobre él; y también se remite a las ideas, creencias, etc.,

que posee el individuo y que hacen legítimas las relaciones sociales (Haroche, Henry y Pêcheux, 1971: 93).

Las formaciones imaginarias son aquellos roles que el ser humano tiene según el público ante el que se encuentre. Es decir, una mujer que es madre y maestra va a desarrollar en el discurso su papel, sus formaciones imaginarias, según su entorno social. Haroche, Henry y Pêcheux destacan que:

lo representado es sólo un objeto imaginario —el punto de vista de un sujeto— y no una realidad física; pero en el intercambio comunicativo el emisor/receptor considera la formación imaginaria de su interlocutor, para crear/interpretar el mensaje (Haroche, Henry y Pêcheux, 1971: 102).

Dentro del texto analizado se encontró que existen las siguientes formaciones imaginarias:

- a) Usuario de *Facebook*: todos los navegantes son parte de dicha formación: anónimos, con identidad no comprobable, sin regulación discursiva. Hombre/mujer con diversos puntos de vista.
- b) Hombre/mujer machista: con respecto a la temática de las publicaciones (defensa/ataque a los derechos de las mujeres), como en el ejemplo 12:  
(12. P1): Jajajaja enserio creen que solo las matan por ser mujeres? Que pendejas xD
- c) Mujer que lucha por sus derechos y es vista por los usuarios como exagerada.
- d) Hombre/mujer con argumentos aparentemente lógicos: diversos usuarios, al momento de expresar su opinión, pretenden ser lo más objetivos posibles e incluso citan sus conocimientos acerca de diversas ciencias, adscritos a cierta ideología.
- e) Mujer puta: aquella mujer que defiende su libertad de salir a divertirse.
- f) Mujer con opinión: usuarias del género femenino que desean aportar una opinión personal (a quienes los usuarios masculinos buscan la manera de reprimirlas con memes como en el ejemplo (13.P3) Ya, vuelve a la cocina).

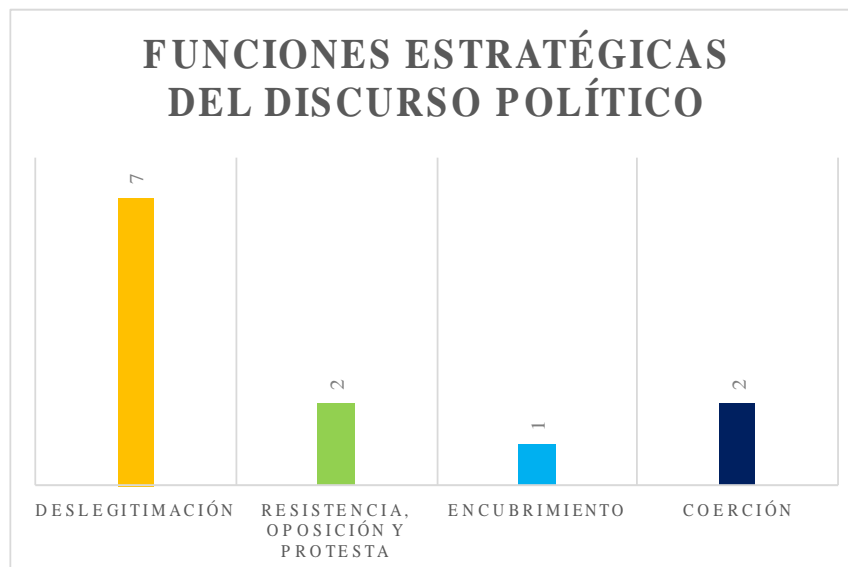
### 6.3. Funciones estratégicas del discurso político

El análisis del discurso político se ocupa de relacionar las particularidades del comportamiento lingüístico con lo que normalmente entendemos por "política" o "comportamiento político"<sup>15</sup> (Chilton y Shäffner, 1997). Examinamos la muestra y empleamos las cuatro funciones estratégicas propuestas por los autores: coerción<sup>16</sup>; resistencia, oposición y protesta<sup>17</sup>; encubrimientos<sup>18</sup>; y legitimación y deslegitimación<sup>19</sup>. Obtuvimos los siguientes resultados.

---

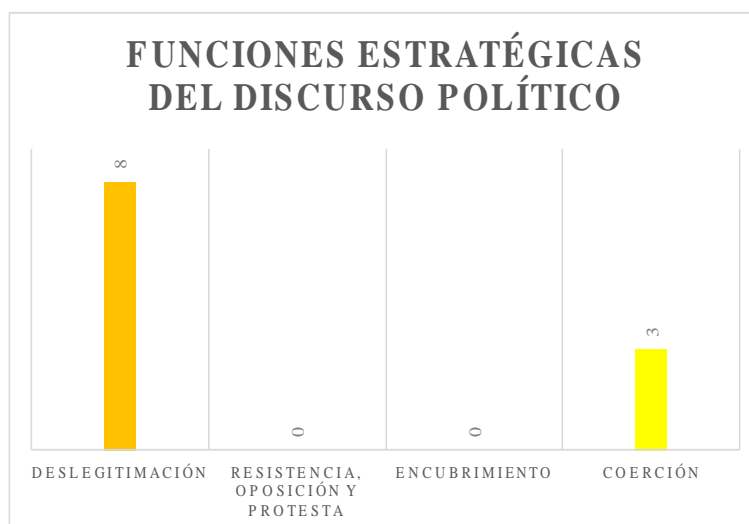
<sup>15</sup> RAE (2014): "Cortesía y buen modo de portarse".





Gráfica 4. Funciones estratégicas del discurso político (Publicación 1).

La estrategia con mayor número de incidencia es la deslegitimación (7), seguida por la coerción y resistencia (2 cada una), oposición y protesta (1). Complementa los hallazgos en las gráficas anteriores<sup>20</sup>. Los resultados muestran que los comentaristas se enfocan en invalidar la postura de las feministas, además de reprimirlas por comportamientos que son vistos como “incorrectos” para el género femenino.



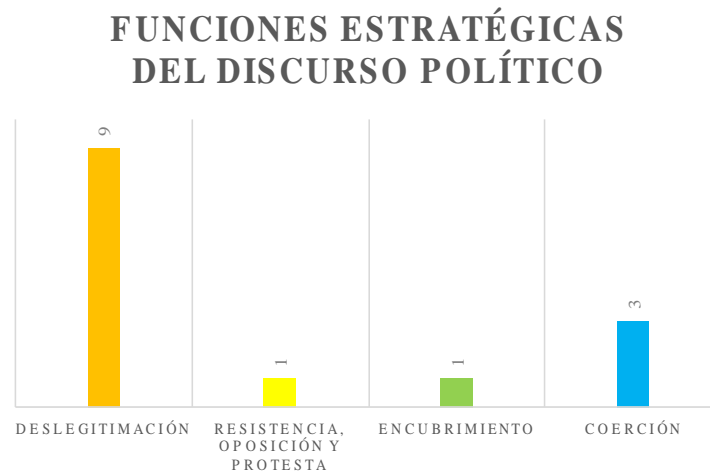
Gráfica 5. Funciones estratégicas del discurso político (Publicación 2).

Como en la gráfica anterior, las estrategias más utilizadas fueron la deslegitimación (8) y coerción (3), los otros recursos no aparecieron en esta parte de la muestra. Percibimos que, al

<sup>20</sup> Gráficas 1 y 3.

menos en esta situación, el ataque no varía drásticamente según el género de la persona que realiza la publicación, y se emplean casi los mismos recursos.

En la gráfica seis, y por tercera ocasión, nos encontramos con que las funciones estratégicas más utilizadas son aquellas que se refieren al acto de hacer perder la legitimidad (9) y reprimir (3):



Gráfica 6. Funciones estratégicas del discurso político (Publicación 3).

No obstante, también se halló el uso de las otras dos funciones propuestas por Chilton y Shäffner (1997).

## Resultados

El sexismo que tuvo más incidencia fue el hostil o viejo sexismo con comentarios que legitimaban el control social que ejercen los hombres: las mujeres no pueden ingerir bebidas alcohólicas, no deben salir a antros, su responsabilidad es permanecer en la cocina y no perder su delicadeza. Sin embargo, el nuevo sexismo también se presentó en ciertos comentarios mediante adjetivos. También, la violencia se generó en mayor medida mediante el sexismo sintáctico. Se ejerció el sexismo ambivalente al plantear a la mujer como un ser que se debe cuidar/ no matar (sexismo benévolo) y al rechazarla por ingerir bebidas alcohólicas y salir por la noche (sexismo hostil). Otros de los elementos utilizados son los *memes*, que crearon intertextualidad e intensificaron el sentido del comentario que se realiza a partir de ellos.

A través de los índices, los sentidos y los actos lingüísticos revisados observamos que tanto los adjetivos como los sustantivos y verbos son utilizados de manera despectiva con el objetivo de ofender al sexo femenino, en algunos casos; y en otros, se realiza un ataque de manera sutil mediante el implícito, y se recurre a los diminutivos, ya que tienen vinculación con el sexismo benevolente en el que se usa palabras aparentemente positivas (como hacer un cumplido), pero que sigue discriminando a la mujer. Los índices de persona, lugar y tiempo, en raras ocasiones se hallaron, puesto que, por ser comentarios de *Facebook*, el sujeto se dejaba implícito, los lugares mencionados son muy generales (se mencionan sustantivos como *calle*, *casa* y *cocina*).

En cuanto a los actos de habla que se encuentran en los fragmentos estudiados, habría que mencionar que una de las estrategias más comunes que realizan los hablantes es el tratar de “defender” al inicio de su comentario a las mujeres con ideas como “está mal que las maten”, pero, al final, terminan asignando una doble culpabilidad: la primera por ejercer sus derechos y su libertad y la segunda por las acciones de una tercera persona que, en este caso, es un hombre.

Las figuras retóricas ayudaron a estos usuarios de *Facebook* a transmitir su ideología aparentemente lógica, pero esencialmente sexista. Una vez más, dentro del ámbito retórico, nos encontramos con que el sexismo preferido en este corpus es el hostil: se reitera mediante sinécdoques, paradojas, preguntas retóricas que la mujer es inferior al hombre y, por tanto, se discrimina su derecho a decidir. Sin embargo, para que surja éste, primero se plantea una premisa con un tono de sexismo benevolente que no se concluye: se le otorga la razón a la mujer por su descontento con los feminicidios, aunque no se le otorga la protección masculina (característica de este concepto).

Se puede aseverar que la función estratégica que más se utiliza es la deslegitimación (24 frecuencias) mediante la cual se pretende atacar la imagen de las mujeres feministas y personas que defienden los derechos de la mujer, Por otra parte, el segundo recurso con más incidencia es la coerción (8 frecuencias). A través de ésta se pretende dar un argumento aparentemente lógico y basado en pruebas científicas o legales para encubrir una postura sexista y machista como ilustramos en el ejemplo 3. Por último, el encubrimiento y la resistencia, oposición y protesta, aunque se presentaron en menos ocasiones, de igual manera, su objetivo es encubrir y mostrar una postura sexista.

## Conclusiones

Durante mucho tiempo se creyó que las diferencias entre mujeres y hombres se debían a la diferencia sexual. Hoy se sabe que son el resultado de una producción histórica y cultural. (Lamas, 2007). Dicha producción se puede asociar a lo que Haroche, Henry y Pêcheux (1971) definen como formaciones imaginarias dentro de las cuales, al género femenino y masculino, se les asignan ciertas posiciones discursivas propias de su “condición” o rol de género. Estas creencias se transmiten de generación en generación y se dan a conocer entre los ciudadanos a través de lenguaje puesto que “La primera función del lenguaje es la de ser un medio de comunicación que permite expresar lo que pensamos y sentimos a otra persona” (Flores y Estrada, 2016). Existen diversas técnicas y niveles pragmáticos y retórico-discursivos en los que se puede ejercer un ataque sexista; hemos mostrado que se realizan al culpar al sexo femenino de las situaciones de inseguridad que sufre debido a “sus acciones”, las cuales, cabe mencionar, son parte de sus derechos: salir, ser, tener.

Por otra parte, al intentar desacreditar mediante la deslegitimación, a los usuarios que publicaron el contenido analizado, queda expuesta la posición ideológica de cada usuario a través de su comentario. De esta manera, se utiliza el lenguaje para transmitir una postura sexista y denigrante. Como los *memes*, que dejaron de ser imágenes para divertir y se convirtieron en otra arma para el ataque.

Ahora bien, es preciso mencionar que la violencia sexista lingüística ejercida se manifestó en todas sus formas: se hizo uso del sexismo léxico y sintáctico para insultar a las mujeres, feministas y sus aliados, así como para remarcar los roles de género y que, el sexismo benevolente, a pesar de no manifestarse en numerosas ocasiones, tuvo una presencia significativa al momento de tratar de defender a las mujeres, sin embargo, en todo momento fue opacado por su contraparte: el sexismo hostil. Y es que: “El sistema sexo-género fue construido como un dispositivo de fijación, clasificación, jerarquización sin posibilidad de cambio” (Flores y Estrada, 2016).

## Notas

<sup>2</sup> Se forman a partir de los lugares que ocupamos en el intercambio comunicativo, donde se construyen roles que solo existen para eventos comunicativos específicos (Haroche, Henry y Pêcheux, 1971).

<sup>3</sup> Pertenece a las investigaciones que son parte del proyecto binacional "Descortesía y evaluación en comportamientos verbales sexistas dentro de las culturas rioplatense y mexicana" (URC-UANL, 2018) y a "Sexismo y machismo: Pilares de la violencia en el discurso. Estudios en el noreste de México", un proyecto apoyado por el PAICYT, UANL, 2020.

<sup>4</sup> “La producción o emisión de una oración-instancia bajo ciertas condiciones constituye un acto de habla” (Searle, 1969: 26).

<sup>5</sup> Se refiere a los cambios semánticos que se producen en ciertas palabras y cuyas causas pueden ser desde lingüísticas hasta psicológicas (Ullman, 1972: 219-267).

<sup>6</sup> Categoría en la que se relacionan: el discurso, el lenguaje, el habla y el texto (Haidar, 2006: 73).

<sup>7</sup> Para Lamas el género es el conjunto de creencias, prescripciones y atribuciones que se construyen socialmente tomando la diferencia sexual como base, afirma que “todas las sociedades clasifican qué es ‘lo propio’ de las mujeres y ‘lo propio’ de los hombres, y desde esas ideas culturales se establecen las obligaciones sociales de cada sexo, con una serie de prohibiciones simbólicas” (2007: 4)

<sup>8</sup> “El paternalismo protector consiste en la creencia arraigada de que la mujer es débil, insuficiente y dependiente, y que necesita por tanto de un hombre que cumpla el rol de protector y proveedor. (...) una imagen que perfectamente puede convivir con su contraparte hostil. La diferenciación complementaria de género incluye la creencia de que los rasgos positivos de la mujer son justamente aquellos que vienen a complementar al hombre. (...) todo aquel repertorio de rasgos tradicionalmente femeninos (pureza, entrega, generosidad, devoción, etc.) y de afirmaciones que aparecen para el oyente como expresiones positivas y favorables hacia la mujer. (...) La intimidad heterosexual apunta a la idea de que tanto hombres como mujeres sólo pueden ser felices con una pareja a su lado (...). Incluiría también la idea de que una pareja mujer le debe apoyo, respeto y admiración a su “compañero” y que por contrapartida debería recibir ayuda y cuidado. (...) la idea de que la mujer tiene rasgos muy positivos (aunque tradicionalmente ligados al estereotipo de género) tales como sensibilidad, comprensión, abnegación, mayor moralidad, etc.” (Palacios y Rodríguez, 2012: 413)

<sup>12</sup> Programa de televisión (Disney Channel) para Latinoamérica y España cuyo contenido se centra en la elaboración de manualidades con objetos que se pueden conseguir en casa (Disney, 2015).

<sup>13</sup> RAE (2005): “Tropo que consiste en denominar la parte por el todo, o viceversa”.

<sup>16</sup> Hace referencia a los actos de habla respaldados por sanciones legales y físicas (Chilton y Shäffner, 1997: 305).

<sup>17</sup> Formas específicas del discurso que realizan quienes se consideran opositores al poder (Chilton y Shäffner, 1997: 305).

<sup>18</sup> “Utiliza la estrategia del secreto para impedir que la gente reciba información” (Chilton y Shäffner, 1997, p. 305).

<sup>19</sup> La legitimación establece el derecho a ser obedecido a través de elementos lingüísticos a favor de cierto personaje, mientras que la deslegitimación son los otros, los que deben ser presentados negativamente (Chilton y Schäffner, 1997: 306).

## Referencias

Austin, J. L. (1981). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.

Chilton, P. y Schäffner, C. (1997). Discurso y política. En T. A. Dijk, *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa, págs. 297-329.

Disney. (2015). “Art attack”. En *Programación Disney junior*. En línea: <http://www.disney.es/disney-junior/art-attack/programa/guillermo-martinez/>

Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Argentina: Hachette.

Estébanez, I. (2013). La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales: una aproximación cualitativa al uso que hacen de las redes sociales las y los jóvenes de la CAPV. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. En línea: [https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/liburua\\_sexismoa\\_gazteak\\_7/es\\_def/adjuntos/s\\_exismo\\_gizarte\\_saretan\\_c.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/liburua_sexismoa_gazteak_7/es_def/adjuntos/s_exismo_gizarte_saretan_c.pdf)

Facio, A. (2013). ¿Qué es y cómo nos deshacemos del lenguaje sexista? s/l: JASS.

Fernández, A. M. (2012). Sexismo léxico-semántico y tensiones psíquicas. ¿Por qué Dios creó a la mujer bella y tonta? *Educación*, 175-196.

Flores, M. E., & Estrada, O. N. (2016). El análisis del discurso: epistemología para deconstruir el sexismo lingüístico. En A. M. Domínguez, *Educación superior: formación, investigación y evaluación*. Puebla: Piso 15, págs. 141-161.

Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets.

García Meseguer, Á. (2001). *¿Es sexista la lengua española?* Panace, 20-34.

Garrido, E. (9 de marzo de 2019). UNO alerta sobre más de 9000 mujeres desaparecidas en México. Obtenido de Actualidad RT. En línea:

<https://actualidad.rt.com/actualidad/307988-alerta-onu-9000-mujeres-desaparecidas-mexico>

Haidar, J. (2006). *Debate CEU-Rectoría*. México: Universidad Autónoma de México.

Haroche, C. Henry, P. y Pêcheux, M. (1971). La sémantique et la coupure saussurienne: langue, langage, discours. *Langages*, 93-106.

Lamas, M. (2007). *El género es cultura*. Portugal: Almada.

Lameiras, M. (2004). El sexismo y sus dos caras: de la hostilidad a la ambivalencia. *Anuario de Sexología*, 91-102.

- Maingueneau, D. (1980). *Introducción a los métodos de análisis del discurso*. s/l: Hachette.
- Palacios, S. y Rodríguez, I. (2012). Sexismo, hostilidad y benevolencia. Género y creencias asociadas a la violencia de pareja. En X. C. Vascos: *Gizarte aurrerapen iraunkorrerako berrikuntza = Innovación para el progreso social*. Donostia: Eusko Ikaskuntza, págs. 411-431.
- Real Academia Española (2005). "Sinécdoque". En *Diccionario panhispánico de dudas*. En línea: <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?key=sin%E9cdoque>
- Real Academia Española (2004). "Cortés". En *Diccionario de la lengua española*. En línea: <https://dle.rae.es/cort%C3%A9s>
- Reboul, O. (1986). *Lenguaje e ideología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Rey, J. (1986). *Preceptiva literaria*. España: Sal terrae.
- Searle, J. (2017). *Actos de habla*. México: Ediciones Catedra.
- Ullmann, S. (1972). *Semántica*. Madrid: Aguilar.
- van Dijk, T. A. (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Velandia, A. y Rozo, J. (2009). Estereotipos de género, sexismo y su relación con la psicología del consumidor. *Psychologia. Avances de la disciplina*, 17-34.
- Vizcarra, F. (2002). Premisas y conceptos básicos en la Sociología de Bourdieu. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 169-226.
- [S.a] (9 de febrero del 2019) Cuanta razón en un comentario, Cartas para un pendejo. [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/photo?fbid=2078562062199208&set=a.1396824703706284>
- [Santos V.] (1 de febrero del 2019) Que mentalidad tan pendeja de los que dicen cosas, Publicación de Facebook Recuperado de [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=2103356569747851&id=100002205853571](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2103356569747851&id=100002205853571)
- [Segal T. R.] (3 de febrero del 2019) Nací mujer, [Publicación de Facebook] Recuperado de <https://www.facebook.com/photo?fbid=10218810798891128&set=a.10218810788050857>