

¿Cómo es la mujer en las revistas? Un análisis contrastivo sobre la conceptualización metafórica de la mujer en publicaciones digitales

CARP, Dafne / Universidad de Buenos Aires – dafnecarp@gmail.com

VÁZQUEZ, María Belén / Universidad de Buenos Aires – bel.vazquez@hotmail.com

Eje: Análisis del discurso - Sociolingüística / Tipo de trabajo: ponencia

» *Palabras claves: metáfora - representaciones de lo femenino - lingüística de corpus - análisis del discurso*

> **Resumen**

Este trabajo se inserta dentro de la corriente del Análisis Crítico del Discurso (Fairclough, 1993) y se basa en la Teoría Conceptual de la Metáfora (Lakoff & Johnson, 1991) para estudiar los marcos conceptuales empleados para caracterizar a la mujer, presentes en un corpus comprendido por las versiones digitales de cuatro revistas argentinas (*Hola!*, *Caras*, *Sudestada* y *Anfibia*). A partir del agrupamiento de los marcos conceptuales de acuerdo con su frecuencia de aparición -y teniendo en cuenta el lineamiento ideológico de las editoriales- se efectúa el análisis de aquellos más frecuentes, que son los siguientes: ANIMAL, ARTE, ELEMENTO DE LA NATURALEZA, GUERRA y OBJETO. Tanto los marcos conceptuales como las expresiones lingüísticas metafóricas que los expresan se exploran cualitativamente con el fin de echar luz sobre la ideología que subyace en las metáforas empleadas al momento de referir a la mujer.

> **Introducción**

El poder del lenguaje está en su capacidad de, como establece Lakoff (2007), seleccionar un marco. Los marcos son estructuras mentales que moldean el modo en que vemos el mundo. En consecuencia, estructuran nuestras metas, planes, actos y lo que es considerado bueno o malo. A la hora de crear marcos conceptuales, las metáforas tienen un papel importante: debido a que conceptualizan un dominio en términos de otro, tienen el efecto de poner en foco un aspecto, ocultando otro que es inconsistente con la metáfora, de modo que pueden ser utilizadas para enfatizar “estratégicamente ciertos rasgos de las

entidades conceptualizadas que pueden resultar pertinentes para sostener una línea particular de argumentación” (Olza Moreno, 2008, p. 216).

Teniendo en cuenta estos planteos, nos interesamos por el lenguaje que se utiliza para conceptualizar a las mujeres y qué marcos conceptuales se activan en torno a ellas. Nos centramos en el discurso periodístico, más específicamente en el de las revistas, ya que, al ser de circulación masiva, posee un gran peso en la creación de expectativas en torno a las mujeres. Para estudiarlo, seleccionamos cuatro revistas digitales argentinas. Dos de estas (Anfibia, Sudestada) poseen un lineamiento feminista, y las otras dos (Hola! y Caras) se caracterizan por su lineamiento tradicionalmente heteronormativo.

En el marco del Análisis Crítico del Discurso (ACD) (Fairclough, 1993), nos propusimos identificar y analizar las metáforas conceptuales presentes en las páginas digitales de las revistas mencionadas. Nuestro objetivo fue el de comprender cómo se representa a la mujer dentro del discurso periodístico, para luego establecer un análisis comparativo, en pos de determinar si existen diferencias entre dichas representaciones, de acuerdo con el posicionamiento ideológico de las editoriales. Nos preguntamos más específicamente: ¿Cómo se representa a la mujer en el discurso periodístico? ¿Cuál es la incidencia del posicionamiento ideológico de las editoriales en esas representaciones? ¿Frente a las diferencias ideológicas, va a haber dominios fuente distintos? Si no hay dominios fuente distintos, ¿en dónde se expresa la diferencia ideológica?

A continuación, se expondrá un apartado teórico explicando las funciones cognitivas de las metáforas y la teoría de ACD de Fairclough (1993). Luego, se describirá el corpus y la metodología empleada, y finalmente, se expondrán los resultados de nuestro análisis junto a nuestras reflexiones basadas en los datos extraídos de cada revista.

> **Marco Teórico**

El ACD examina la relación existente entre el lenguaje, el poder y la ideología. De acuerdo con Fairclough (1993) el estudio del lenguaje es central para tomar consciencia sobre la producción, el sostenimiento y el cambio de las relaciones sociales de poder. De acuerdo a su propuesta, el funcionamiento de esas relaciones puede concientizarse a partir del estudio crítico del discurso, lo cual sería el primer paso para la emancipación. El método para realizar un análisis crítico del discurso debe ser interdisciplinario y lo suficientemente flexible, para adecuarse correctamente a los objetivos del estudio y a los requerimientos específicos del corpus a ser analizado. En nuestro trabajo hemos utilizado herramientas y teorías pertenecientes a distintas disciplinas. A raíz de la Teoría Conceptual de la Metáfora (TCM) (Lakoff & Johnson, 1980) dejó de comprenderse a la metáfora únicamente como un elemento retórico y pasó a ser entendida como una herramienta esencialmente cognitiva. El foco puesto sobre la

metáfora, además, dio pie a distintos estudios que la han considerado como un dominio en el cual se manifiestan las ideologías (Lakoff, 2002; Goatly, 2006; Charteris-Black, 2004; Semino, 2008), y por este motivo diversos estudios del ACD han tomado los postulados de Lakoff y Johnson (1991) para efectuar el trabajo con corpus. De acuerdo a lo expresado, con el fin de comprender la ideología subyacente en el discurso periodístico, nos basamos en la TCM, empleamos la herramienta de análisis textual *Sketch Engine* y trabajamos con distintas propuestas provenientes del campo del análisis de corpus, en las que ahondaremos al momento de detallar la metodología empleada para el análisis.

A partir de la TCM, Lakoff y Johnson (1991) proponen que las metáforas no están presentes solo en el lenguaje literario sino también en el cotidiano; pero además consideran que tanto el proceso del pensamiento humano como nuestro sistema conceptual están metafóricamente estructurados y definidos, por lo que nuestra forma de pensar y constituir lo que experimentamos y hacemos cada día también lo está. Las metáforas conceptuales permiten que entendamos una cosa en términos de otra, es decir, que utilicemos las experiencias relacionadas con un dominio, denominado fuente, para comprender otro, el dominio denominado meta. En general, el dominio meta es más abstracto, por lo cual, requiere ser entendido a partir de un dominio fuente más concreto. Uno de los ejemplos propuesto por Lakoff y Johnson es la metáfora “EL TIEMPO ES DINERO”, en donde el dinero, que es un concepto más tangible y por ende más concreto, se usa para comprender el tiempo, que es un concepto más abstracto. Esta metáfora conceptual se realiza a partir de expresiones lingüísticas concretas que están atadas al concepto metafórico de un modo sistemático. Por ejemplo, “EL TIEMPO ES DINERO” es realizado a partir de expresiones como: “estás gastando el tiempo”, “no tengo tiempo para darte” o “este aparato te va a ahorrar tiempo”.

› **Corpus y Metodología**

El corpus sobre el que hemos trabajado está compuesto por las versiones digitales de cuatro revistas argentinas: *Hola!*, *Caras*, *Anfibia* y *Sudestada*. De acuerdo a sus lineamientos ideológicos las clasificamos como heteronormativas y no heteronormativas, generando dos subcorpus. Para eso, como ya mencionamos, utilizamos la herramienta de análisis textual *Sketch Engine*. Esta permite al usuario cargar un corpus determinado y ofrece una serie de recursos para trabajarlo. Uno de estos es el *Thesaurus*, que automáticamente genera una lista de sinónimos o palabras pertenecientes al mismo campo semántico que la palabra buscada. Esta lista está basada en el contexto en el que las palabras aparecen en el corpus seleccionado. Luego de cargar cada revista por separada, buscamos el lema “mujer” en el *Thesaurus* para ver qué palabras aparecían como del mismo campo semántico en cada corpus.

En revistas como *Caras* y *Hola!*, el lema "mujer" aparece acompañado de palabras como "madre", "esposo", "pareja", "persona", "cosa", "hijo", "amor", "compañero". A partir de esto corroboramos nuestra decisión de catalogar a estas revistas como heteronormativas, puesto que consideramos que este tipo de asociaciones reproducen los mandatos tradicionales para la mujer que hacen hincapié en su rol social de madre o esposa. En cambio, para el subcorpus de *Anfibia* y *Sudestada*, el Thesaurus arroja palabras como "persona", "país", "cambio", "joven", "niño", "gente", "presidente". Creemos que estas relaciones van más allá de los estereotipos que la ideología dominante tiene reservados para las mujeres. Luego buscamos expresiones metafóricas. Basamos nuestro criterio de búsqueda en una combinación de la metodología propuesta por distintos trabajos provenientes de la Lingüística de Corpus (Goatly, 1997; Deignan, 2009; Stefanowitsch, 2006). Stefanowitsch (2006) propone como procedimiento para encontrar metáforas elaborar búsquedas a partir del vocabulario del dominio meta. Para eso el investigador debe seleccionar items léxicos referidos a conceptos del dominio meta y luego identificar aquellos que están insertos dentro de expresiones metafóricas. Las palabras que elegimos fueron "mujer/es", "chica/s", "ella/s", "nosotras" y "niña/s". Con el fin de determinar si alguno de estos ítems estaba presente en una expresión metafórica nos basamos en la propuesta de los marcadores textuales, postulada por Goatly (1997). La misma consiste en buscar marcadores explícitos de metáforas, que aparezcan en el contexto del término del dominio fuente. El autor establece la siguiente clasificación de marcadores:

- Marcadores explícitos ("metáfora", "metafóricamente")
- Intensificadores ("literalmente", "en verdad", "un poco")
- Minimizadores ("como", "algo así", "más o menos", "casi")
- Metalenguaje semántico ("sentido", "significa", "cercano")
- Términos simbólicos ("signo", "símbolo", "ejemplo", "tipo")
- Términos superordinados ("un tipo de")
- Simil y comparación ("como", "parece", "aparece")
- Términos de percepción alterada ("es decir", "en otras palabras")
- Comillas

Combinando los dos métodos, utilizamos la herramienta de concordancia del *Sketch Engine* para buscar conjuntamente las palabras del dominio meta con los marcadores textuales. Hecho esto, analizamos los resultados y nos deshicimos de aquellos que no constituían metáforas. Posteriormente, clasificamos las metáforas según su dominio fuente y las ordenamos para realizar un análisis cualitativo, de acuerdo con su postura en torno al feminismo. Finalmente, contrastamos los resultados obtenidos para ambos subcorpus con el fin de determinar si en estos existen diferencias en el modo de conceptualizar a la mujer.

> **Análisis**

Los resultados evidencian que los dominios GUERRA, ARTE, NATURALEZA, ANIMAL y OBJETO son recurrentes en ambos subcorpus. La distribución puede verse en el gráfico (1). En el mismo podemos observar que hay dominios que están presentes tanto en las revistas heteronormativas como en las que no, por ejemplo, el dominio de la GUERRA. Además, dominios que podríamos pensar que tienen una connotación heteronormativa, -como, por ejemplo, el de OBJETO- están presentes en ambos tipos de revista.

Distribución dominios fuente

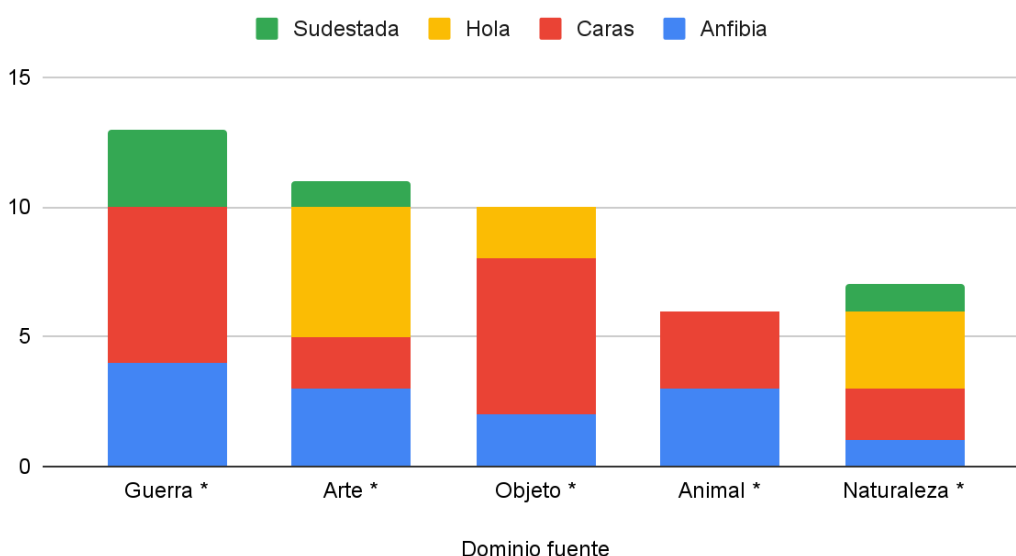


Gráfico 1. Distribución de dominios fuente.

En relación con las metáforas cuyo dominio fuente es la GUERRA, distinguimos dos roles opuestos: el de víctima y el de luchadora, de modo que se observaron dos mapeos diferentes para conceptualizar a la mujer. Si bien el rol de víctima no necesariamente está estrechamente relacionado con la guerra, lo tuvimos en cuenta ya que por un lado, trabajos como el de Vázquez y Berri (2021) proponen incluirlo al momento de analizar dicho marco conceptual en relación a la representación de las mujeres, y por otro lado, Koller (2002) propone abordar este dominio fuente de una manera más amplia: “it becomes clear that the lemmas *vulnerability/vulnerable, prey, killer/kill, bruise and victim/victimize* transcend the narrow definition of war as military confrontation and indicate a broader image schema of fighting/struggle/violence” (p. 189). En contraste con el pasivo rol de víctima, el campo semántico de la lucha, representado por expresiones como “luchadora”, “batalla”, “pelea”, da cuenta de una actitud activa por parte de la mujer, que actúa en pos de cambiar su situación actual de debilidad. Además, hemos

hallado que las revistas heteronormativas ponen el foco en mujeres particulares de la farándula, a las que muestran como ejemplos a seguir por actitudes de “lucha” particulares, mientras que las revistas feministas refieren a las mujeres como parte de un colectivo que lucha contra condiciones socialmente establecidas que las posicionan en un lugar de desigualdad, como se observa en los siguientes ejemplos:

(1) “Jennifer Aniston se manifestó en nombre del feminismo con una frase que dio vuelta el mundo. Como mujer exitosa, **luchadora y batalladora** en el ámbito de la actuación, la reconocida actriz reveló que se siente estupenda a los cincuenta años” (*Caras*)

(2) “En estos últimos tres años, la ola feminista integró a cantidades de mujeres a **la lucha política** por la igualdad de género y a poner en tela de juicio comportamientos o actitudes que antes pasaban desapercibidas.” (*Sudestada*)

Al examinar las metáforas cuyo dominio fuente es el ARTE, también hallamos que existen roles asociados a la actividad, como ser protagonista, y otros a la pasividad, por ejemplo, ser una musa inspiradora. Aun así es interesante remarcar que no siempre la mujer es protagonista de un mismo fenómeno. El “ser protagonista” o “tener el papel preponderante” puede resignificar en distintos contextos con valores radicalmente diferentes. En algunos casos, es la que hace historia, o la que elige sobre su vida, mientras que en otros es la principal en peleas de moda, sosteniendo el estereotipo de la necesidad de la mujer por ser siempre la más bella.

En cuanto a las metáforas cuyo dominio fuente es el de OBJETO, de las once (11) expresiones halladas, sólo dos corresponden al subcorpus de revistas feministas, mientras que las demás forman parte del subcorpus de revistas heteronormativas. En este caso, la caracterización de la mujer la asocia a un rol pasivo, idea que se sustenta en la valoración normativa y binaria de los géneros. De todos modos, hallamos distintos matices y gradaciones en las expresiones metafóricas, sobre todo en torno al rasgo del valor, que aparece con distintos matices. En varias metáforas la mujer aparece representada en términos de un objeto valioso, como ejemplifica la siguiente expresión:

(3) “(...) **no olvides lo mucho que vales** – como te he dicho una y otra vez: tú, mi querida amiga, eres suficiente” (*Caras*)

(4) “no se saldrá a las calles porque se odie a los hombres. Millones en todo el mundo lo harán por esos cuantos que creen que las mujeres son **basura**, a las que se puede hacerles los horrores que sean” (*Anfibia*)

Cabe destacar que en casos como este -presentes puntualmente en el subcorpus de revistas con lineamiento feminista- se retoman metáforas producidas por actores sociales que adhieren a la visión estereotípica de la mujer, para luego contradecirlas. Sin embargo, como señala Lakoff (2007) esto activa los mismos marcos conceptuales que se pretenden rebatir. Por este motivo, pese a la negación, hemos decidido analizarlas siguiendo la línea propuesta por el autor.

Respecto a las metáforas cuyo dominio fuente es el de NATURALEZA, debemos advertir que la vinculación mujer-naturaleza es estereotípica (Facio & Fries, 1999). De las expresiones metafóricas de la metáfora conceptual LA MUJER ES UN ELEMENTO DE LA NATURALEZA, las expresiones metafóricas que vinculan a la mujer con la luz se destacan por su frecuencia de aparición. A pesar de que cuantitativamente los resultados mostraron una distribución pareja de los dominios fuente utilizados en cada revista, fue a partir del análisis cualitativo que pudimos dar cuenta de los distintos matices presentes en cada subcorpus. Partiendo de este encontramos que -al igual que las metáforas de la GUERRA- en su mayoría, las metáforas en las revistas de posicionamiento feminista tienden a referirse a las mujeres de modo colectivo, mientras que las que se presentan en las revistas de posicionamiento heteronormativo refieren a la mujer en términos individuales, tal como se observa en los siguientes ejemplos:

(5) “Una de las grandes victorias del movimiento de mujeres, lesbianas, trans y travestis fue (y es) haber **alumbrado** las relaciones de poder y las violencias que atraviesan los vínculos sexo-afectivos de forma tal que no hay retorno” (*Sudestada*)

(6) “(...) y le envió una carta pública que aseguraba: “Eres la princesa **sol**, la chica más bella del país”. Sólo unos meses después, la artista rusa Elena Timkaeva presentaba en el “Art Dolls Expo” (...) (*Caras*)

Además, aquello que las mujeres “alumbran” difiere de acuerdo con el tipo de subcorpus que examinemos. En el caso del ejemplo de la revista *Sudestada*, el colectivo de mujeres, lesbianas trans y travestis “alumbró” las condiciones desiguales dentro de la sociedad, mientras que, en el caso de *Caras*, la mujer individualizada es “la princesa sol” por ser la más bella del país.

Como puede inferirse a partir de la cercanía semántica entre la naturaleza y los animales, las metáforas sobre animales evocan al vínculo estereotípico entre mujeres y naturaleza. Al igual que los animales, la mujer no poseería capacidad de razonar. Estas metáforas refuerzan la idea normativa de que las mujeres no se guían por la razón sino por su “instinto”.

Si a los hombres se les asigna la racionalidad, a las mujeres se les asigna la sensibilidad, si a los hombres se les asigna el espacio público, a las mujeres el privado. (...) A los hombres se les asignan las características, actitudes y roles que la sociedad más valora, y que además son las que se asocian con lo humano y la cultura. A las mujeres se les asignan las actitudes, roles

y características menos valoradas, y que además son más asociadas con los animales y la naturaleza. (Facio & Fries, 1999, p.23)

Habiendo efectuado estas observaciones, en el apartado siguiente procederemos a esbozar las conclusiones a las que hemos arribado en nuestro trabajo.

> **Conclusión**

A modo de conclusión, lo que evidencia nuestro análisis respecto a la contrastación de los distintos subcorpus es que, si bien los marcos conceptuales que se activan son similares, existe una diferencia de matices que se alinea con la ideología de cada una de las editoriales. Esto hemos podido advertirlo únicamente a partir del análisis cualitativo. Por otra parte, hemos hallado que las revistas feministas priorizan la representación colectiva de la mujer, frente a las otras revistas, que ponen el foco en ciertas mujeres individualizadas. Además, señalamos que en algunas oportunidades las revistas feministas retoman metáforas heteronormativas producidas por ciertos actores sociales para negarlas, pero de este modo activan los sentidos que buscan confrontar. Para finalizar, quisiéramos hacer una breve reflexión en torno a la metodología, ya que al aplicar el procedimiento propuesto por Goatly para la identificación de metáforas, nos encontramos con que no todos los marcadores eran igual de útiles para el hallazgo de estas, debido a diferencias entre el inglés y el español.

Bibliografía

- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Palgrave Macmillan.
- Deignan, A. (2009). Searching for Metaphorical Patterns in Corpora. En P. Baker (Ed.), *Contemporary Corpus Linguistics* (pp. 9-31). Continuum International Publishing Group.
- Facio, A., & Fries, L. (1999). Feminismo, género y patriarcado. En A. Facio & L. Fries (Eds.), *Género y Derecho* (pp. 6-39). American University.
- Fairclough, N. (1993). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Goatly, A. (1997). *The language of metaphor*. Routledge.
- Goatly, A. (2006). Ideology and metaphor. *English Today*, 22(3), 25-39.
- Koller, V. (2022). A shotgun wedding: Co-occurrence of war and marriage metaphors in mergers and acquisitions. *Metaphor and Symbol*, 17, 179-203.
- Lakoff, G. (2002). *Moral Politics. How Liberals and Conservatives Think*. The University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante*. Editorial Complutense.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1991). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra. (Obra original publicada en 1980)
- Olza Moreno, I. (2008). Metáfora y argumentación en el lenguaje político y la prensa españoles. *ELUA*, 22, 213-242.
- Semino, E. (2008). *Metaphor in Discourse*. Cambridge University Press.
- Stefanowitsch, A. (2006). Corpus-based approaches to metaphor and metonymy. En A. Stefanowitsch & S. T. Gries (Eds.), *Corpus-based approaches to metaphor and metonymy* (pp. 1-16). Mouton de Gruyter.
- Vázquez, B., & Berri, M. (2021, 17-22 noviembre). *La conceptualización de la mujer a través de las metáforas: un análisis a partir del discurso de las Senadoras argentinas* [Ponencia en congreso]. XVII Congreso de la Sociedad Argentina de Estudios Lingüísticos, Tucumán, Argentina.