



La casa de papel, Rita y Merlí: entre nuevas narrativas y viejos patriarcados

Paola Bonavitta¹; Jimena de Garay Hernández²

Recibido: Agosto 2019 / Revisado: Julio 2019 / Aceptado: Octubre 2019

Resumen. Netflix ha venido desafiando, en cierta forma, algunos de los roles tradicionales que ocupan las mujeres en los medios de comunicación. Ha incorporado series que han buscado desestabilizar los estereotipos sexistas clásicos para proponer nuevos protagonismos, otras miradas y diversas posibilidades de ser heroínas. En este artículo trabajamos con tres series que presentan nuevas perspectivas narrativas para mujeres y que centralizan gran parte del argumento en ellas: *Rita*, *La Casa de Papel* y *Merlí*. Se trata de tres historias creadas por fuera de las producciones imperialistas e, incluso, del idioma inglés. A partir de un Análisis Crítico del Discurso pautado por la metodología feminista, analizamos las construcciones de mujeres que se presentan en estas ficciones, así como los estereotipos sexistas que se ponen en juego, se desafían y se formulan en el marco de estos tres programas. Desde el análisis de contenido mediático, nos centramos en las representaciones sociales de género que se producen y se concretan en la nueva apuesta de la industria cultural.

A pesar de que estas series parecen atender a nuevas demandas de la sociedad, incorporando personajes y narrativas que apelan a la diversidad y a la contestación, es posible sugerir que ese movimiento se dirige más a atraer nichos de mercado en la industria del entretenimiento que a proponer una crítica social más amplia y profunda.

Palabras clave: mujeres, medios de comunicación, análisis de contenido, estereotipos de género.

[en] *La casa de papel, Rita and Merlí: between new narratives and old patriarchates*

Abstract. Netflix has been challenging, in a way, some of the traditional roles that women occupy in the media. He has incorporated series that have sought to destabilize classic sexist stereotypes to propose new prominence, other perspectives and various possibilities of being heroines. In this article we work with three series that present new narrative perspectives for women and centralize much of the argument in them: *Rita*, *La Casa de Papel* and *Merlí*. These are three stories created outside the imperialist productions and even the English language. From a Critical Analysis of the Discourse based on the feminist methodology, we analyze the constructions of women that are presented in these fictions, as well as the sexist stereotypes that are put into play, are challenged and formulated within the framework of these three programs. From the analysis of media content, we focus on the social representations of gender that are produced and materialized in the new commitment of the cultural industry.

Key words: women, media, content analysis, gender stereotypes.

¹ paola.bonavitta@gmail.com
Universidad Nacional de Córdoba/CONICET (Argentina)

² jime.degaray@gmail.com
Dra. y Mg. en Psicología Social por la Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Docente e investigadora de la UERJ.

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Análisis de contenido: presentaciones oficiales. 4. ¿Qué sucede con los personajes?. 5. Conclusiones: ¿cambian los estereotipos en el nuevo milenio?. Referencias

Cómo citar: Bonavitta, P.; de Garay Hernández, J. *La casa de papel, Rita y Merli: entre nuevas narrativas y viejos patriarcados*, en *Investigaciones feministas* 10 (2), 207-221.

1. Introducción

En medio de la revolución tecnológica, los contenidos de los Medios Masivos de Comunicación (en adelante MMC), así como sus formatos, deben necesariamente cambiar si quieren adaptarse a las nuevas generaciones. En este marco nace Netflix, que revoluciona el mundo del espectáculo al hacer contenidos propios en la conquista de un mercado de audiencias globales (Heredia, 2017).

Si nos remontamos a los orígenes, Netflix se crea en 1997 en California, Estados Unidos y comienza sus servicios de suscripción mensual en 1999. Se inició como una especie de “videoclub *online*”, pero se trata de una empresa comercial estadounidense de entretenimiento que proporciona, mediante tarifa plana mensual, un *streaming* de contenido multimedia (principalmente, películas, series de televisión y documentales) bajo demanda por Internet, además de DVDs que son facilitados por correo postal. En diez años, Netflix llegó a contar con una colección de 100.000 títulos en DVD y a superar los 10 millones de suscriptores. En 2011, la empresa tenía más de 23 millones de suscriptores en los Estados Unidos y más de 26 millones en todo el mundo. Así, rápidamente se globalizaron sus contenidos, su público y su formato.

Netflix responde al consumo capitalista: ofrece un servicio “a la carta” de rápido y fácil acceso, sencillo de utilizar, que diferencia entre consumo para adultos/as y para niños/as. Por tanto, el consumo voraz y veloz que posibilita se condice con los tiempos líquidos de la modernidad y posmodernidad (Bauman, 2006): la posibilidad de ver series y películas a lo *fast food*, en cualquier lugar y en todo momento, sin tener que esperar para el clásico cine o tener que movilizarse para rentar, como antaño, en un videoclub. Netflix propone inmediatez, siendo un clarísimo representante de los tiempos posmodernos y los consumos fugaces e individualizados. Además, no tiene distractores, por lo que facilita un consumo de los productos sin necesidad de tener que detener la mirada en, por ejemplo, publicidades.

Ofrece ciertas rupturas con los contenidos tradicionales y, con ello también deja en claro su capacidad de adaptarse a los tiempos actuales y a las/os consumidoras/es reales que la televisión tradicional ha dejado en el camino mientras se vuelve obsoleta. Según señala Cristina del Pino (2012: 12), todas estas nuevas apuestas han provocado una transformación radical de la cadena de valor de las industrias culturales que ha terminado repercutiendo a nivel mundial en los/as profesionales, en la distribución de contenidos y en los hábitos de las/os consumidoras/es:

Pendientes de los usos sociales que desarrolla el público en el entorno digital, los agentes involucrados definen una oferta audiovisual abundante y altamente diversificada. El desarrollo de aplicaciones, sistemas, pantallas e interfaces más complejas multiplica las posibilidades de elección de contenidos audiovisuales en

Internet y facilita el surgimiento de una mayor heterogeneidad en las prácticas y preferencias de los usuarios, comparadas con las ofrecidas por los medios audiovisuales tradicionales (del Pino, 2012: 12).

En este marco, las/os usuarias/os comienzan a tener un nuevo rol y se convierten, siguiendo a del Pino (2012), en un poseedor de poder crítico y proscriptor. Cambian las maneras del consumo y se activa la posibilidad de ser sujetos con capacidad de decisión en las nuevas maneras de “espectar”. Igualmente, “Netflix, además de ofertar cine y televisión, pone en circulación producciones propias que oscilan entre la televisión y la serie web en tanto sus formas de uso, de apropiación y de narrativa” (Murolo y Aon, 2018).

Cabe señalar que Netflix no se dirige sólo a los/as llamados/as *millennials* (jóvenes nacidos entre 1981 y 1995). Los *millennials* son la generación de nativos digitales, ellos/as son los/as crecieron al ritmo de las nuevas tecnologías, con internet y las redes sociales. Y ellos/as han ido marcando el desarrollo de la televisión online y multidispositivo (Mora Maeso, 2017). Pero Netflix llega a la sociedad en general, pues ha roto las barreras generacionales, cooptando desde públicos infantiles (con su versión *Kids*) y también a diferentes grupos etarios que han hallado allí la posibilidad de seleccionar “a la carta” contenido de entretenimiento de acuerdo a sus intereses personales. Esto fomenta lo que Bauman (2007) llamó el “fetichismo de la subjetividad”, que se basa en la supuesta soberanía del consumidor, la idea del sujeto más libre que nunca para elegir entre todas las opciones elegibles del mercado (Pulido y Colín, 2007). Lo que se fomenta con este fetichismo de la subjetividad es un consumo permanente, voraz, descarnado.

Que el consumo se plantee así asegura el deseo de consumo de nuevo. La obsolescencia y la obsolescencia programada son necesarias para que la sociedad de consumistas sobreviva. Nuestra sociedad, dice Bauman (2007), asocia la felicidad con un incremento de deseo y de la intensidad del mismo. En el sistema capitalista en el que vivimos, la manera de paliar el deseo por un momento es la compra, el consumismo. Y Netflix es una muestra de ello al incrementar este servicio a la carta.

En este marco de nuevos consumos posibles, nos pareció interesante reflexionar acerca de los perfiles de mujeres que se elaboran en las series que ofrece Netflix. Para dicha tarea, tomamos tres series que han alterado visiblemente los estereotipos de las mujeres mediáticas y que han sido reconocidas por ello. Se trata de las españolas *Merlí* (2015-2019) y *La Casa de Papel* (2017-2019) y la danesa *Rita* (2012-2017). Hemos seleccionado estas series por ser presentadas socialmente como las que modifican los estereotipos femeninos. En varias ocasiones, la prensa las denominó como series feministas y se ha explotado comercialmente este supuesto rol. A simple vista, parecen romper esquemas y abrir nuevos caminos en la construcción del género en la industria cultural. Nuestro interés en este artículo radica en analizar si efectivamente se produce o no una alteración de los estereotipos sexistas y machistas en un contexto donde la sociedad y, en particular, el movimiento feminista piden acabar con las imágenes estereotipadas que responden al patriarcado.

“Los medios de comunicación siguen manteniendo tendencias que forman parte de la violencia cultural y simbólica contra las mujeres que la normativa internacional denuncia. Esta violencia, en su forma más sutil, se mantiene en fenómenos como la estereotipación rígida de lo femenino o la invisibilización de los logros y aportaciones de las mujeres en el mundo actual” (Verdú Delgado, 2016). Frente a esto, soste-

nemos la importancia de desarmar los estereotipos sexistas y los micromachismos utilizados en los medios de comunicación que asignan simbólicamente el poder a lo masculino y refuerzan las relaciones desiguales entre los géneros, impidiendo elaborar estrategias de prevención de la violencia contra las mujeres.

2. Metodología

Roger Silverstone (2001) plantea que hay que estudiar a los MMC, ya que estos están imbricados en nuestra vida cotidiana y, más aún, en el ámbito privado del hogar, atravesado en la actualidad por multiplicidad de pantallas: “Ya no podemos pensar en la casa, así como ya no podemos vivir en la casa, sin nuestros medios” (2001, p. 143). Así, nos planteamos analizar tres series de Netflix para describir y reflexionar sobre las nuevas construcciones de las mujeres en los medios de comunicación y en los posibles impactos que estas construcciones pueden tener en las subjetividades contemporáneas.

Según la página electrónica lavanguardia.com³, “*Rita* es una comedia danesa políticamente incorrecta, escrita por Christian Torpe y producida por TV2, filmada en la antigua escuela estatal de Rødovre. La serie trata sobre Rita Madsen, interpretada por Mille Dinesen y su vida como maestra de escuela y madre soltera”. Es una producción de 2012 y tiene cuatro temporadas, con un total de 24 episodios.

Por su parte, según la productora Veranda TV⁴, la serie catalana *Merlí* “narra el proceso de maduración de un grupo de alumnos, los Peripatéticos, durante su paso por el bachillerato. Allí, el profesor Merlí Bergeron, un maestro contestatario y de moral propia, consigue convertir la filosofía en su asignatura preferida y mantenerlos despiertos y atentos a todo lo que les rodea”. Tiene tres temporadas, con un total de 40 episodios.

Por último, *La Casa de Papel*⁵, emitida en Antena 3, se estrenó en 2017 y tiene 22 capítulos en total⁶. Según Netflix⁷, la trama principal es que “Ocho ladrones toman rehenes en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre de España, mientras el líder de la banda manipula a la policía para cumplir con su plan”.

La metodología que empleamos se articula en torno al estudio en profundidad de los personajes femeninos centrales durante todas las temporadas de emisión de los programas. Para eso, tomamos de la serie *Rita* al personaje central (Rita) y también a Hjørdis, una colega profesora y amiga. De *La Casa de Papel* tomamos los papeles de Tokio y Nairobi. Y, de *Merlí*, a Gina y Miriam como figuras femeninas centrales.

Seleccionamos a estas series, puesto que, como señalamos anteriormente, generaron discusiones en torno a las nuevas protagonistas femeninas, sugiriendo otras miradas sobre las mujeres en los medios a partir de la irrupción masiva de Netflix. De esta forma, nos propusimos analizar si, fehacientemente, estas series presentan un nuevo prototipo de mujeres realmente o es sólo un cambio superficial sobre las nuevas heroínas. Además, estos tres casos han tenido especial repercusión en Amé-

³ <https://www.lavanguardia.com/cartelera/peliculas/rita-s-1479489>

⁴ <http://www.veranda.tv/es/proyecto/merli/>

⁵ <https://www.antena3.com/series/casa-de-papel/>

⁶ Durante la edición de este artículo, en julio de 2019, se lanzó una nueva temporada de la serie, la cual no se discute en este texto.

⁷ <https://www.netflix.com/title/80192098>

rica latina; en Argentina particularmente han representado un fenómeno mediático expansivo lo cual nos brindó un interés especial en comprender el mensaje que transmiten. Son tres de las ocho series más vistas en Argentina. Cabe resaltar que es interesante considerar que son productos que se encuentran fuera del imperio cultural Estados Unidos-Inglaterra y que ofrecen alternativas al mercado hegemónico *hollywoodense*. Incluso, su idioma original no es el inglés y eso ya genera rupturas en el consumo tradicional de productos de televisión.

Utilizamos la metodología cualitativa de manera de poder realizar un análisis del contenido mediático, tratando de desentrañar mensajes explícitos e implícitos y los estereotipos que dichos mensajes transmiten. Como técnica, abordamos el Análisis Crítico del Discurso (ACD), que consiste en una metodología de análisis de textos, entrevistas, conversaciones, imágenes y otras fuentes de datos que pretenden sistematizar y analizar de manera rigurosa los elementos de poder y desigualdad incluidos en el lenguaje y generados en los discursos (Van Dijk, 2002). Asimismo, nos posicionamos desde una metodología feminista (Castañeda, 2014) que apunta al conocimiento situado, a la deconstrucción de los sexismos y sesgos androcéntricos y patriarcales que los mensajes comunicacionales, sostienen, crean y (re)producen. Marcela Lagarde (1996: 13-38) sostiene que el movimiento feminista aporta una

...visión crítica, explicativa, y alternativa a lo que acontece en el orden de géneros, se conoce como perspectiva de género a esta visión científica, analítica y política creada desde el feminismo, ya es aceptado, que cuando se usa el concepto perspectiva de género se hace referencia a la concepción académica, ilustrada y científica, que sintetiza la teoría y la filosofía liberadora, creadas por las mujeres y forma parte de la cultura feminista.

Las investigaciones feministas han aportado valiosos matices sobre la definición de estereotipo y su adecuación a lo que implica ser hombre o ser mujer. Los estereotipos de género son “el conjunto de creencias acerca de lo que significa ser hombre o ser mujer en una sociedad concreta en un tiempo determinado” (Casco, 2005). En este trabajo intentamos desentrañar los estereotipos de género que perduran en los contenidos discursivos de estas tres series.

Así también, consideramos que el discurso, de muchas maneras, construye, constituye, cambia, define y contribuye a las estructuras sociales (Van Dijk, 2002). Por tanto, así como el discurso puede contribuir a mejorar el mundo y alterar positivamente las estructuras sociales patriarcales existentes en la sociedad (un ejemplo de ello son las publicidades de la marca Dove, que han permitido trabajar con los cuerpos reales de mujeres reales), también puede fomentar el sexismo, el machismo y el androcentrismo permanente y vigente en nuestras sociedades. Según señala Van Dijk (2002, 4), el ACD se enfoca en las relaciones de poder existentes, o más bien sobre el abuso de poder o dominación entre grupos sociales.

En los MMC se reproducen discursos que construyen estereotipos y roles. Allí se nos enseña cómo debemos ser y comportarnos en este mundo que es patriarcal y sexista. Tal como señala Gloria Ramírez Hernández (2018, 47): “Desde temprana edad, la niña cuenta con modelos femeninos a los cuales imitar, en la vida cotidiana y en la sociedad, se observa un papel subordinado de la mujer, siempre al servicio de los demás, de la familia, de la comunidad, en el trabajo en puestos secundarios, de preferencia al servicio de los otros”.

En el marco de un sistema patriarcal, se establecen claros vínculos de dominación de un género sobre el otro. Por tanto, los medios masivos de comunicación, como cuarto poder, deben hacer un esfuerzo en sus servicios para poder desentrañar y desenredar esas relaciones genéricas de opresión. Cambiar los estereotipos sexistas clásicos, permitirá pensar y crear nuevos modelos colectivos de ser y de hacer géneros. La cuestión, que intentamos reflexionar en este artículo, es analizar si efectivamente estas series, presentadas como novedosas, anti-patriarcales y originales, desarman los estereotipos patriarcales y sexistas clásicos o reciclan viejos patrones de dominación genéricos.

3. Análisis de contenido: presentaciones oficiales

De forma integrada al análisis de los personajes, es importante situarlas en el contexto geográfico en el que se desarrollan, considerando también los atravesamientos raciales y de clase que definen sus recorridos por las tramas de los guiones. A pesar de que las series no son provenientes de Estados Unidos, imperio cultural del mundo, pertenecen a países europeos, que mantienen un perfil determinado en sus producciones. Asimismo, los creadores de todas ellas son hombres blancos y europeos, reafirmando el lugar tradicional de productor de contenidos.

Aun así, es interesante pensar que las tres series han sido muy populares en América Latina particularmente, a pesar de que sus problemáticas parecen ser lejanas a las realidades de dicho contexto. Por ejemplo, en *Merlí* y especialmente en *Rita*, los problemas del sistema educativo abordados en algunos momentos son extremadamente distantes a los vivenciados en el sur global. Sin embargo, la trama emocional, especialmente la respectiva a conflictos micropolíticos en las relaciones de género, orientación sexual y clase social, parecen generar una identificación en públicos latinoamericanos.

Comencemos por las sinopsis utilizadas por Netflix para presentar las series dentro de su amplio menú de programación. En el caso de la serie *Rita*, la sinopsis sostiene: “Rita es una profesora independiente, sincera y muy querida por sus alumnos; por los adultos, no tanto... Una comedia dramática llegada de Dinamarca”.

Así es como se define oficialmente al personaje. Como vemos, no se describe en qué consiste la serie sino que, directamente, se narra acerca de su personaje central. En la descripción no se utiliza el lenguaje no sexista (“los alumnos”). Además, Rita se presenta bajo tres características centrales (“independiente, sincera y muy querida”) que hacen referencia exclusivamente a su personalidad y no al contenido de la historia en sí misma.

En el caso de *La Casa de Papel*, Netflix la presenta así: “Ocho ladrones toman rehenes y se resguardan en la Fábrica Nacional de Moneda de España, mientras el líder de la banda manipula a la policía para cumplir con su plan. Protagonistas: Úrsula Corberó, Itziar Ituño, Álvaro Morte”. Esta sinopsis tampoco utiliza lenguaje no sexista ni se destaca la presencia de mujeres entre las protagonistas. De hecho, se habla de “ladrones” exclusivamente. A pesar de ello, en los títulos el primer nombre que aparece es el de la actriz protagonista.

Finalmente, el caso de *Merlí* es presentado de la siguiente manera:

“Un profesor de filosofía inusual altera tanto a padres como colegas, enamora a otros e inspira a todos sus alumnos, incluido su hijo gay”. No se utiliza lenguaje no

sexista y la descripción de la serie se centra, como en *Rita*, en la definición del personaje principal. Se destaca que su hijo es gay, como si la identidad sexual tuviera que ser aclarada desde el inicio. Se utiliza a la homosexualidad como un aliciente que atraerá mayores espectadoras/es a la serie.

También podemos ver la diferencia entre cómo se presenta a *Rita* y cómo se presenta a *Merlí*, tratándose de series de similares contenidos y enfoques. Netflix describe a *Rita* como “independiente y sincera” que además es querida por los/as alumnos/as. *Merlí* es “inusual” y “enamora” al estudiantado. Se destaca en *Rita* la independencia pues ello la diferencia de otras mujeres (estereotipadas como dependientes) mientras que *Merlí* simplemente es inusual, aunque utilicen técnicas de estilo semejante para acercarse y vincularse a sus estudiantes. Si bien *Merlí* en varios momentos reproduce comportamientos machistas, tales como asumirse como el mejor profesor de filosofía, seguro de sí mismo y confiado en sus habilidades amoratorias, Netflix lo presenta como inusual profesor, es decir que se enfoca en sus características profesionales para describirlo, mientras que *Rita* —mucho menos patriarcal en su comportamiento— es descrita de acuerdo a sus características y atributos personales/privados. Acá vemos cómo se reproduce el mandato de definir a las mujeres por sus características personales, propias del ámbito privado, y a los varones por su desempeño en el ámbito público. Claramente, a *Rita* también se la podría haber descrito como “inusual”, pero se optó por remarcar cualidades personales del personaje.

En relación a *La Casa de Papel*, las protagonistas mujeres han sido altamente reconocidas e incluso señaladas como feministas, Netflix ni siquiera las visibiliza en sus sinopsis que, se espera, presenten brevemente a la serie. Una de las frases que inmortalizó a *Nairobi* de hecho fue “empieza el matriarcado”, como una clara manera de instalar en el personaje un matiz feminista (no podemos hablar de un feminismo definido) pero esto no es destacado, ni mencionado siquiera en la sinopsis central de Netflix.

Así, al menos de manera global, podemos ver que la descripción que se realiza en las sinopsis de Netflix no dista en absoluto de las de cualquier otra serie de años anteriores que no pretendían generar rupturas con el patriarcado y sus estereotipos.

4.-¿Qué sucede con los personajes?

Con la intención de profundizar en el análisis, veremos, una por una, a las protagonistas de estas series que se presentan como innovadoras en relación a los estereotipos de género tradicionales.

En el caso de *Rita*, ella es presentada como la depositaria del arquetipo de la libertad femenina liberal. En un contexto donde el problema de las escuelas es la falta de estudiantes, debido a la disminución poblacional de su país, así como el conflicto migratorio de Europa, de nítido tono neocolonial, *Rita* se convierte en un personaje extremadamente complejo. Además, cabe considerar que es una serie que se ha producido en 2012, por tanto ha tenido algunos avances respecto a la tradicional construcción mediática femenina.

Rita es protectora con sus estudiantes, pero no con sus hijos e hija, por lo menos no como ellos y ella esperan. De hecho, muchas veces son sus hijos e hija quienes deben cuidar de ella, lo cual es constantemente elaborado como problemático, materializando una obligatoriedad de una maternidad instintiva. Dice las cosas como

son y como desea, pero se le dificulta trabajar en grupo. Insiste en una soledad que a su vez le provoca sufrimiento. Busca incluir a todos/as los/as alumnos/as, pero es frecuente que no perciba algunas diferencias políticas y culturales y que se enfoque particularmente en alumnas/os con mayores dificultades o problemáticas sociales-emocionales, haciendo una especie de proyección entre ella y sus estudiantes “conflictivos/as”. Incluso, en la última temporada, Rita retorna una y otra vez a su pasado en un *flashback* permanente. De esta manera, se intenta comprender por qué Rita es como es.

En algún punto, debemos entender –como espectadoras/es– que ella tuvo una vida muy dura y eso la convirtió en la solitaria y rebelde actual. Incluso, gran parte de esa dureza proviene del hecho de que su madre se haya alejado de ella durante un periodo de su adolescencia. Rita parece guardar más resentimiento a su madre que a su padre, violento, motivo por el cual su madre se alejó. Su entorno no acepta la personalidad de Rita por completo, pues sale de la norma constantemente. No cabe la posibilidad de pensar en una rebeldía innata, en una transgresora, podríamos sugerir feminista (a pesar de que ella no se nombra como tal) que no concuerda con las opresiones de ningún tipo, sino que hay que buscar las formas de entenderla comprendiendo su pasado. Una vez que se ve cuánto ha sufrido el abandono, se puede comprender a Rita y sus rupturas permanentes con los mandatos patriarcales.

Por otra parte, Rita comprende la misoginia, pero al mismo tiempo la vemos poco solidaria con otras mujeres, especialmente cuando se trata de estar con hombres casados, lo cual sin duda es un tema complejo. Sin embargo, su profundo compromiso con la educación, con la comunicación con las/os niñas/os y jóvenes que se ve tan perdida en esa sociedad, es emocionante. Igualmente, su búsqueda por justicia social incluye en varios momentos cuestionamientos al machismo, la homofobia, el elitismo, el racismo y el adultocentrismo.

No obstante, el costado más íntimo de Rita la muestra como un personaje vulnerable: duda de sí misma, se siente sola, vive libremente su sexualidad pero no se permite enamorarse. Se autojuza por su carácter y no consigue aceptarse en su totalidad, se valora a sí misma como inmadura y hasta se vislumbra el castigo que ejerce sobre sí misma por no poder ser como las demás personas.

La libertad sexual con la que vive Rita es presentada de una manera novedosa puesto que conjuga un trabajo legitimado socialmente –como es el de docente– con el deseo sexual y la vivencia de una sexualidad sin tabúes. En ningún momento Rita es presentada como una “puta”, sino que se la caracteriza como una mujer libre. Ahora bien, ¿qué sucede con las mujeres libres, independientes y de carácter? Se quedan solas. Y la historia de Rita es una muestra más de que si no eres sumisa, no podrás disfrutar del amor de pareja. A su lado, aparece el típico varón bueno, acogedor y responsable, enamorado de Rita y entregado a ella. Pero ella no puede con ese amor y se termina quedando sola, como sucede con otras mujeres que rompen los arquetipos (las princesas de las películas de Disney “Frozen” o de “Valiente”, por ejemplo).

Lo peculiar es que además no se muestra cómo una soledad puede ser también placentera, elegida y disfrutable. Se muestra a Rita vacía, triste, nostálgica, viciosa y abocada al trabajo como salvaguarda.

El otro personaje a trabajar de la serie *Rita* es Hjørdis, quien representa el instinto maternal y el ser colectivo. Ella también tiene sus ideales, concuerda mucho con Rita, por eso son amigas, pero logra conectarse de otra forma. Tal vez el mensaje más

fuerte de esa serie sea el “cuidado”, sus prácticas y sus ausencias, y este personaje parece ser quien más logra establecerlo como micropolítica de vida.

Este personaje se muestra mucho más emocional y también más honesta en cierto punto puesto que Hjørdis se vincula con sus emociones y logra conectarse consigo misma y también empatizar con las demás personas. Alejada del consumo y del estilo de vida propuesto por el capitalismo, está constantemente desafiando mandatos: no cumple con estereotipos físicos de belleza, es particularmente excéntrica en sus gustos y comportamientos, no comprende totalmente las normas de una sociedad adultocéntrica y se vincula mejor con niñas/os. Asimismo, al igual que Rita, cuenta con una potente vocación docente que se transforma en una acción micropolítica y social permanente. También se muestra fuerte a la hora de formular proyectos con su pareja heterosexual, dando prioridad a sus aspiraciones profesionales.

Por otra parte, se la presenta como la única capaz de comprender a Rita e intentar cuidarla; en Hjørdis se refuerza permanentemente el estereotipo de mujeres cuidadoras/mujeres para-otros y otras. Pero más allá de su actitud de sororidad para con Rita, ésta última también la aleja y rechaza su proximidad, ante la cual Hjørdis insiste al punto de cambiar de trabajo y de ciudad para seguir a Rita y aceptar sus maltratos. Finalmente, podemos decir que Hjørdis, a pesar de presentar aristas novedosas en términos anticapitalistas y machistas, tal vez sugiriendo que su generación tiene una plataforma más abierta para construirse de esa forma que la de Rita, sigue respondiendo a algunos patrones sexistas tradicionales de cuidado y maternazgos. Hjørdis se presenta permanentemente como un ser para los otros, tal como el sistema patriarcal espera que se comporte una mujer. Ella está disponible para sus alumnos/as, para Rita, para su compañero y sus deseos se subordinan a los de estas personas.

En lo que respecta a *La Casa de Papel*, Tokio aparece como la clásica *femme fatale*. Desequilibrada, deseada, atrevida, está con un varón más joven. Tokio es impulsiva y es por ello que arruina el plan colectivo en más de una ocasión. La narrativa destaca más sus defectos que sus habilidades. Representa lo más rechazado de las mujeres, pero también lo más demandado. Representa lo fácilmente criticable, pues es egoísta, solitaria, emocional, visceral, sexual. Se habla de que tanto Tokio como Nairobi rompen los esquemas de las protagonistas clásicas femeninas, pero el personaje de Tokio ofrece poco más que una versión *millennial* de la chica sexy de cualquier serie de acción, por ejemplo, al ser presentada en ropa interior, mostrando su belleza adecuada al patrón occidental.

Es posible percibir en Nairobi representaciones del matriarcado decolonial. Su belleza no pertenece a los cánones europeos y se relata una vida de sufrimiento debido a la desigualdad social. Ella tiene objetivos, logra mantenerse fría, tiene un plan que desea ejecutar sin errores para poder recuperar a su hijo. Un clímax en la serie es cuando dice: “Empieza el matriarcado”, destituyendo al líder del atraco ante sus estrategias violentas y abusivas. Su trato con el personal del banco es destacado, su identificación de clase a pesar de ser secuestradora habla más fuerte, generando una empatía por parte de sus víctimas incluso mayor a la que tenían con su jefe. Cuando se le quiere lastimar, se destaca su incapacidad de ser madre, argumento que es utilizado (especialmente por Tokio) para hacerla sentir culpable. Y esa es su motivación para entrar al grupo de secuestro y para mantenerse permanentemente fija en el objetivo colectivo.

Al final, en la narrativa de la serie, su propuesta de matriarcado no funciona, por lo que el personaje misógino Berlín retoma el poder. Nairobi se muestra más racio-

nal, más estratega, en contraposición con Tokio, como si sólo existieran esos dos polos: totalmente racional o completamente emocional. Pero, finalmente, ella también cede o pierde poder frente al macho (Berlín) nuevamente. Juega con el protagonismo pero no accede a él por completo. La búsqueda de su hijo es utilizada como arma de doble filo: por momentos se vuelve la causa noble de la ladrona, pero también se convierte en lo más criticable de su conducta. Es *sororidaria* con las demás mujeres, acompaña, equilibra. En ese punto, el feminismo brilla en ella. Pero el personaje no deja de ser la heroína que ocupa un papel secundario.

Según Verdú Delgado (2016: 30), “tenemos que tener presente que si somos capaces de transformar los referentes culturales que producen la naturalización y reproducción del sexismo, podemos cambiar la realidad, de igual manera que cambiando la realidad acabamos transformando sus referentes”. Esto refuerza la importancia de pensar en los contenidos, de poder elaborarlos de mejor manera y de sostener un compromiso más acabado con los feminismos. Nairobi es un intento de incluir acciones y palabras feministas, pero sigue siendo un intento tímido que no es acompañado por Netflix (si pensamos en cómo vende en su sinopsis a la serie) a pesar de las fuertes repercusiones que sostienen en la sociedad.

Finalmente, veremos *Merlí*. En esta serie los personajes principales son hombres. De hecho, siempre que Merlí se percibe instigado intelectualmente es por parte de varones, a pesar de la relevancia (incluso en la instigación) de los personajes mujeres. Esta serie se ha destacado por narrar la historia de un profesor de filosofía que ha devuelto a la audiencia el interés por Platón, Butler y Foucault (por cierto, mucho más filósofos que filósofas, como una de las alumnas nota). No obstante, en torno a la figura de Merlí poco se dice de su machismo permanente y sus actitudes sexistas y androcéntricas, a pesar de comportarse respetuoso y agradable con una docente trans y de aceptar tranquilamente la homosexualidad de su hijo.

¿Cómo son las mujeres con las que se vincula este profesor? Gina, su pareja en gran parte de la serie, es la madre de uno de sus alumnos, una profesionalista con un estilo de vida bastante abastado, recién divorciada, con carácter fuerte, segura de sí misma, inteligente y divertida. De hecho, es justamente eso que hace que el protagonista se sienta atraído a ella. No obstante, a lo largo de la relación, se ve debilitada por las posiciones de poder de Merlí y termina cediendo frente a sus mentiras y engaños. En algún punto, ella se muestra como dependiente del personaje masculino y se termina presentando como la clásica protagonista de telenovela.

Igualmente, Merlí en varios momentos cuestiona su maternidad, sugiriendo que es una madre sobreprotectora que está “castrando” a su hijo, al mismo tiempo que él tiene una relación complicada y distante con el suyo por haber sido un padre semipresente. Ella también sueña con tener un/a hijo/a con Merlí, evidenciando una idealización que tiene de él, a pesar de que él se muestre constantemente contrario a un estilo de vida familiar, al haber abandonado a su esposa e hijo cuando éste era pequeño, como él mismo reconoce. Aprovechando su rol docente, Merlí permanentemente juzga las actitudes de las madres del grupo escolar. Gina no se queda afuera de las críticas sobre su rol de madre e incluso su cargo en el interior de la escuela en una “machoexplicación”⁸ permanente. Él, por su parte, no se ve criticado con res-

⁸ Término utilizado en el movimiento feminista, especialmente en las redes sociales, que hace referencia a la práctica en la que los hombres les explican algo a las mujeres de forma condescendiente, frecuentemente algo de lo que ellas ya tienen igual o más conocimiento que ellos.

pecto a su paternidad, excepto por su propio hijo, a diferencia de lo que sucede con Rita en su serie.

Por otro lado, tomamos a Miriam, independiente económicamente a pesar de tener desafíos financieros, madre separada y joven, que ha debido criar sola a su hijo, también alumno de Merlí, sin tiempo para salir porque debe trabajar muchas horas y dedicarse a su hijo con agorafobia. Miriam termina enredándose sexualmente con Merlí y también con el compañero de escuela de su hijo, mucho menor que ella y, por cierto, discípulo del profesor. Da la sensación de que Miriam vive libremente su sexualidad, aunque realmente sucede que ella no tiene tiempo ni espacio para conocer a otras personas y termina estableciendo relaciones con aquellos varones que se acercan a su mundo y al de su hijo.

Miriam no termina siendo la protagonista de ninguno de los varones con los que se vincula, simplemente es una amante para ambos. Se la presenta como una mujer con una gran necesidad de compañía, reforzando la idea de que las mujeres que están solas siempre están vacías o incompletas y que por eso buscan en los varones aquello que falta, aun cuando esos varones son patriarcales y machistas. En más de una ocasión, se desborda emocionalmente, sosteniendo la emocionalidad de las mujeres como una característica común a varios de los personajes femeninos de Merlí.

Pareciera que todas las mujeres que rodean a Merlí debieran terminar acostándose con él y sosteniéndolo con la falsa imagen de un objeto sexual, cuando no es más que la versión filosófica de un macho alfa. Miriam y Gina son altas, delgadas, blancas, y, si bien su edad no les permite ser completamente apegadas a los patrones de belleza occidentales tradicionales, muestran una de las expansiones de ese concepto en el mundo actual, es decir, que las mujeres de más de 40 años pueden mantenerse hermosas. No sucede lo mismo con el protagonista masculino. Ello deja en claro adónde se colocan los mandatos de belleza y estética occidental en la serie. A pesar de que el tema principal del programa sea la discusión filosófica, esos dos personajes no discuten con Merlí en ese sentido, excluyendo a las mujeres protagonistas de la narrativa central y al mismo tiempo de su participación intelectual. La autoridad del profesor es incuestionable por parte de estas mujeres y la palabra de él, en cada escena, es la palabra final. Egoísta y altanero, las mujeres que aquí analizamos terminan cediendo y aceptando la personalidad de él a pesar de no ser la deseada.

Como vemos, las protagonistas femeninas de las tres series analizadas tienen puntos en común. Si bien trabajan y/o son independientes económicamente, muestran más decisión que las heroínas tradicionales y se muestra mayor liderazgo reduciendo la pasividad tradicional, se presenta una dificultad en común: las vidas emocionales. Excepto Hjørdis, las demás son personificadas como mujeres que no pueden formar parejas, que terminan solas y, por el hecho de estar solas, tampoco pueden estar felices. La soledad se manifiesta casi como un castigo a una personalidad independiente, rebelde, crítica. Buenas o por lo menos autosuficientes en sus trabajos, malas en sus vínculos, pareciera ser la nueva norma mediática a seguir. Es el castigo patriarcal al éxito profesional.

Igualmente, a pesar de que ellas desafían algunos aspectos de los patrones hegemónicos de belleza, tales como la juventud (Gina, Miriam y Rita), la delgadez (Hjørdis) y la blancura (Nairobi), las narrativas de la serie poco cuestionan de forma contundente dichos patrones machistas y capitalistas.

Según Verdú Delgado (2016, 41):

Hombres y mujeres reciben, por tanto, un tratamiento mediático desigual; los hombres aparecen en mayor medida como agentes activos, siendo representados con una mayor heterogeneidad y, en contraposición, las mujeres se identifican con una más reducida gama de cualidades, así como de actividades y escenarios. En este sentido, se ha de resaltar la utilización de las mujeres cada vez más frecuente como objeto sexual.

El caso de Nairobi y Tokio es fuertemente ejemplar de esto, aunque las demás protagonistas quedan supeditadas a figuras masculinas fuertes.

Se reproduce una especie de separación de espacios entre lo público y lo privado. Las mujeres que deciden abandonar su espacio patriarcalmente asignado en la historia (el espacio privado, doméstico, de reproducción) y salir al espacio público, no puede ejercer bien sus roles en los espacios privados. Se da una cierta masculinización de estos personajes, incluso en las maneras de vestir, de hablar o comportarse, que les impide tener éxito en la vida de pareja.

Siguiendo a López Díez (2005), la industria de la comunicación favorece las representaciones tradicionales de las relaciones de género estimulando la dependencia femenina, pero al mismo tiempo discrimina las visiones no complacientes con el *statu quo*, lo que redundará en un déficit de libertad de expresión y del desarrollo de la personalidad de las mujeres. Y esas representaciones sociales de género son construcciones sociales que forman parte del mundo de lo simbólico y constituyen una de las armas más eficaces contra la equiparación de las personas (Martín Casares, 2006). Es por ello que no es un tema menor ni una preocupación que pueda postergarse si queremos pensar en una sociedad libre de violencias de género.

5.-Conclusiones: ¿cambian los estereotipos en el nuevo milenio?

Si bien *Merlí* y *Rita* incluyen a las diversidades sexuales y comunican temáticas que antaño no se incluían en la televisión (abusos, violaciones, trata, violencia de género en las redes, diversidades y disidencias sexuales, aborto, etcétera), siguen sosteniendo paradigmas patriarcales en las maneras de narrar estas historias.

Por ejemplo, en el caso de *Merlí*, se trata el tema de los abusos por medio de las redes y cómo el novio de una de las alumnas filma y difunde un video con contenido sexual de la joven. Si bien es muy importante que las series traten este tipo de problemática, se volvió a colocar el ojo en la víctima. Ese capítulo giró en torno a la alumna y no volteó la mirada hacia el verdadero culpable y agresor: el novio de la alumna que filmó y difundió el video o en el resto de los varones cómplices con el agresor que volvieron a enviar el video a sus compañeros.

Coincidimos con Rita Segato en que el sexismo debe ser reconocido como un problema de los hombres, cuya humanidad se deteriora y se degrada al ser presionados por la moral tradicional y por el régimen de estatus a reconducir todos los días, por la fuerza o por la maña, a su posición de dominación (Segato, 2003).

El tipo de feminidad blanca, de sectores medios y heterosexual reproducido en estas series no representa ningún desafío ni quiebre a los cánones tradicionales impulsados por la televisión y el cine. Las tres series siguen sosteniendo roles y estereotipos de género clásicos y patriarcales. Rita, por su parte, quiere presentarse como alguien que no está pendiente de su aspecto y que siempre usa la misma vestimenta,

pero no deja de ser rubia, blanca, alta, delgada y sexy. Los actos performáticos de seducción y los modos particulares de estilización y presentación de los cuerpos que llevan a cabo estas series, evidencian la vigencia de las bellezas occidentales legitimadas siguen permaneciendo.

Algunas de estas protagonistas tienen cierto poder y son independientes (Rita, Gina, Nairobi). Entonces, se muestran más fuertes y contestatarias, es decir que adoptan características tradicionalmente masculinas para poder ejercer esos lugares políticos y/o de tomas de decisiones. Esta asociación entre el poder y lo masculino, vinculando a los hombres con los puestos de responsabilidad y el liderazgo, apunta a la perpetuación de los roles tradicionales de género (García-Mina, 1998). De esta forma, se muestra la adquisición de dichos valores como la principal vía para ascender en la escala de poder y lograr el respeto de sus iguales (Eguskiza y Sesumaga, 2018).

Asimismo, si bien se presentan historias de personajes homosexuales, bisexuales y trans (aunque no de lesbianas, a pesar de que en *Rita* hay una tensión relacionada con eso), son historias periféricas, secundarias. Los y las protagonistas siguen respetando la heteronorma, los mandatos patriarcales. El macho es sumamente macho alfa; las mujeres que terminan realizando intentos por desviarse de las normas patriarcales pero jamás lo consiguen. Parece que el desafiar al patriarcado es solamente otra estrategia de marketing para incrementar las ventas y las/os usuarias/os de estas series *millennials*. Las protagonistas, además, cumplen con gran parte de los estereotipos de belleza tradicionales, no desafían las normas de raza, clase, etnia o cultura.

De esta forma, los contenidos en estas tramas parecen atender a nuevas demandas de la sociedad, incorporando personajes y narrativas que apelan a la diversidad y a la contestación. Sin embargo, es posible sugerir que ese movimiento se dirige más a atraer nichos de mercado en la industria del entretenimiento que a proponer una crítica social más amplia y profunda.

Según señala Verdú Delgado (2016: 38):

Los medios de comunicación siguen manteniendo tendencias que forman parte de la violencia cultural y simbólica contra las mujeres que la normativa internacional denuncia. Esta violencia, en su forma más sutil, se mantiene en fenómenos como la estereotipación rígida de lo femenino o la invisibilización de los logros y aportaciones de las mujeres en el mundo actual.

Termina sucediendo que se refuerza el poder ya atribuido patriarcalmente a los varones y, con ello, se reproducen las relaciones desiguales entre los géneros y se impide elaborar estrategias de prevención de la violencia contra las mujeres y, por lo tanto, de su emancipación.

En base a todo lo dicho, podemos ver cómo el análisis feminista realizado por muchas décadas con respecto a los estereotipos de género en los medios de comunicación debe continuar y especialmente no despegarse de un análisis del capitalismo y de sus estrategias de cooptación de las identidades con fines de consumo y, por tanto, de lucro (Guattari, 1977). Las paradojas presentadas en este texto nos instigan a permanecer atentas y críticas a las nuevas caras del patriarcado capitalista, que a pesar de poder accionar nuestro lenguaje, evidentemente no va a desestabilizarse a tal punto de luchar contra la desigualdad social que lo sostiene.

Actualmente, una parte fundamental de los obstáculos para poder alcanzar una plena igualdad y equidad de oportunidades entre mujeres, varones y disidencias se-

xuales, tiene que ver con micromachismos, sexismos y estereotipos que refuerzan las desigualdades patriarcales. El Análisis del Discurso permite comprender lo estrechamente unidos que están nuestros valores culturales a los valores patriarcales y, por ende, a la desigualdad de género. “En general, las formas que adoptan las expresiones simbólicas y culturales en relación con el género siguen mostrando significados de la masculinidad y la femineidad ligados a un esquema dicotómico, antagónico y jerárquico” (Verdú Delgado, 2016: 45).

Los medios masivos de comunicación, considerados el cuarto poder, tienen la obligación de generar nuevas formas de concebir, crear y ser en el mundo sin lugar a dudas. Para derribar violencias de género y construir subjetividades pautadas en la libertad, debemos poder eliminar las creencias y estereotipos que sostienen que las mujeres somos el sexo débil e inferior. Entonces, es fundamental dejar de reproducir y de crear sexismos. Y, para ello, no alcanza simplemente con reproducir imágenes de mujeres exitosas exclusivamente en lo profesional y sexualmente libres, sino de realizar miradas totales, completas y valiosas sobre las mujeres sin destinarlas a la soledad personal y sentimental por ser libres, críticas, rebeldes y activas.

Las imágenes que los medios de comunicación transmiten crean modelos y representaciones sociales de género. Es fundamental emplear, entonces un tratamiento equitativo entre varones, mujeres y disidencias sexuales con respecto a sus características y funciones desempeñadas, si se pretende avanzar seriamente hacia una sociedad sin discriminación de género.

La conformación de una imagen realista y representativa de las mujeres actuales será necesaria para conseguir una sociedad más justa, por tanto, en el ámbito mediático se debe apuntar a eliminar los sexismos, sensibilizar sobre las violencias de género que la sociedad adopta y que los medios normalizan, potenciar y visibilizar positivamente los triunfos feministas en materia de conquista de derechos para las humanas, disminuir las brechas digitales y comunicativas de género, concientizar sobre las diversas desigualdades de género que afectan a mujeres y diversidades y fomentar una mirada mucho más rica y realista de los perfiles de las mujeres y de las disidencias sexuales. Finalmente, es necesario que la imagen mediática de las mujeres respete su individualidad y heterogeneidad, en el marco de una sociedad plural y abierta, que rechace cualquier tipo de discriminación y opresión.

Referencias

- Bauman, Zygmunt (2006). *Vida Líquida*. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Vida de consumo*. México. FCE.
- Castañeda, Patricia (2014). Investigación feminista: caracterización y prospectiva. In: MONTIEL, Edgar (ed.). *Pensar un mundo durable para todos*. Lima: UNESCO, pp. 151-164.
- Casco, Beatriz (2005). *Eliminación de estereotipos y mitos en la realización de las tareas domésticas. Un aprendizaje para la conciliación*. Madrid. Manuales, Albelia Consultora, Área de Gobierno de Empleo y Servicios a la Ciudadanía, Dirección General de Igualdad de Oportunidades, p. 35.
- Del Pino, Cristina (2012). *Comunicación y tendencias de futuro en el escenario digital: el universo “sisomo” y el caso de la plataforma Netflix*. I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV). Málaga-Sevilla, 23-25 de mayo.

- Eguskiza-Sesumaga, Leyre (2018). *Diversidad entre rejas: Estereotipos e identidad de género en la ficción televisiva Orange is the New Black*. Comunicación y Medios N°37. Disponible en <https://revistas.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/48622/52964>. Chile
- García-Mina, Ana (1998). *Análisis de los estereotipos de rol de género, validación del inventario del rol sexual* (Tesis doctoral, Universidad Pontificia Comillas, Madrid, España).
- Guattari, Félix (1977). *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. São Paulo: Brasiliense.
- Heredia Ruiz, Verónica (2017). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación* N.º 135, agosto-noviembre 2017 (Sección Ensayo, pp. 275-296).
- Lagarde, Marcela (1996). "El género, fragmento literal: 'La perspectiva de género'". *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. España. Horas y Horas.
- López Díez, Pilar (2005). *Los medios de comunicación y la publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los derechos humanos de las mujeres*, en Estudios Multidisciplinares de Género, Universidad de Salamanca, pp. 75-92.
- Martín Casares, Aurelia (2006). *Antropología de género. Cultura, mitos y estereotipos sexuales*, Madrid, Feminismos, p. 52.
- Mora Maeso, Luz María (2017). *Los nuevos modos de ver la televisión: Netflix, análisis de marca y comunicación*. Trabajo Fin de Grado Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Comunicación Audiovisual y Publicidad Facultad de Comunicación Universidad de Sevilla. España.
- Murolo, Leonardo y Aon, Luciana (2018). *Maratón en Netflix. House of Cards, entre la narrativa de la televisión y la web*. Tram[p]as de la comunicación y la cultura (N.º 82), e023, octubre-marzo 2018 ISSN 2314-274X. <https://doi.org/10.24215/2314xe023> http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/trampas_FPyCS. Universidad Nacional de La Plata.
- Pulido, Gabriela y Colín, Georgina (2007). *Sociedad de consumo y cultura consumista en Zygmunt Bauman*. *Revista Nueva Época*. Núm. 55. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v20n55/v20n55a8.pdf>
- Ramírez Hernández, Gloria (2018). *La violencia de género, un obstáculo a la igualdad*. *Revistas de la UNAM*. México. Disponible en <http://www.revistas.unam.mx/index.php/ents/article/viewFile/56366/49999>
- Segato, Rita (2003). *Las estructuras elementales de la violencia*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- Silverstone, Roger (2001). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires. Amorrortu.
- Van Dijk, Teun (2002). *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. Athenea Digital. Número 1. Disponible en <https://atheneadigital.net/article/view/n1-van/22-pdf-es>
- Verdú Delgado, Ana Dolores (2016). *Desigualdad simbólica y comunicación: el sexismo como elemento integrado en la cultura*. *La ventana*, vol. 5 no. 44 Guadalajara jul./dic. 2016. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362016000200024

