

Coplas del carnaval de Cajamarca, estereotipos de la mujer y de género subyacentes

Cajamarca carnival coplas, stereotypes of women and underlying gender

Alberto Loharte Quintana Peña ¹, William Montgomery Urday ²,
Carmela Malaver Soto ³, Nicolás Medina Curi ⁴, Gabriela Ruiz Sánchez ⁵
Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Ofelia Calero Escurra ⁶
Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo

Recibido: 21 - 10 - 20

Aceptado: 16 - 11 - 20

Publicado: 21 - 12 - 20

Resumen

Con el propósito de demostrar si el análisis automatizado de contenido puede ser efectivo para la identificación y análisis de las representaciones sociales, se recopilaron y analizaron alrededor de tres millares de coplas cantadas en el carnaval de Cajamarca con el software para el Análisis de Textos, T-Lab, buscando identificar las representaciones sociales presentes en ellas. Encontrando que en las representaciones masculinas se muestra un juego de roles que asumirían los géneros, en el que una mujer debe ser joven y linda, para ofertar su cuerpo a cambio del dinero que el hombre le debería proveer, denotando el dominio del hombre sobre la mujer y la tendencia a la devaluación ideológica de esta última. Por el contrario en la representación femenina se evidencia una visión romántica de la pareja. Se hicieron evidentes las representaciones sexistas en las coplas de carnaval de Cajamarca. En ambas representaciones tanto de varones como de mujeres al referirse a los sujetos de sus actitudes

1 Docente, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

Autor para correspondencia: aquintanap@unmsm.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4305-137X>

2 Docente, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

E-mail: wmontgomeryu@unmsm.edu.pe, avidolector@yahoo.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9518-3329>

3 Docente, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

E-mail: cmalavers@unmsm.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0464-8918>

4 Docente, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

E-mail: nmedinac@unmsm.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5344-6389>

5 Docente, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Educación. Lima, Perú.

E-mail: gruizs@unmsm.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3984-1205>

6 Psicóloga del Programa Nacional para la Promoción de oportunidades laborales.

E-mail: ofeliapaolac.ps.p@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9260-7840>

de rechazo aluden a la procedencia étnica de los mismos, denotando una ideología racista de devaluación ideológica de la población originaria.

Palabras Claves: Análisis de Textos con T-Lab; Coplas de carnaval; Cajamarca; Representación de mujer; Representación de hombre.

Abstract

In order to demonstrate whether automated content analysis can be effective for the identification and analysis of social representations, around three thousand couplets sung at the Cajamarca carnival were collected and analyzed with the software for Text Analysis, T-Lab, seeking to identify the social representations present in them. Finding that in the male representations a role play is shown that the genders would assume, in which a woman must be young and beautiful, to offer her body in exchange for the money that the man should provide, denoting the dominance of the man over the woman and the tendency to ideological devaluation of the latter. On the contrary, in the female representation a romantic vision of the couple is evident. Sexist representations in the carnival songs of Cajamarca became evident. In both representations of both men and women, when referring to the subjects of their rejection attitudes, they allude to their ethnic origin, denoting a racist ideology of ideological devaluation of the original population.

Keywords: Carnival songs; Text Analysis with T-Lab; Carnival couplets; Cajamarca; Representation of women; Representation of man.

Análisis de Contenido mediante software

Las Técnicas de Análisis de Contenido describen un texto a través de la medición de sus indicadores. Son un método objetivo que tiene como supuestos que el contenido de la comunicación es un objeto de análisis pertinente y que los textos en tanto estructura superficial permiten conocer la estructura profunda del mensaje transmitido en el texto (Rodríguez, 2002). La finalidad última de las técnicas de análisis de contenido es identificar y explicitar las representaciones que le dan sentido a todo relato, es ir más allá del texto.

El límite para distinguir el análisis cuantitativo del análisis cualitativo de textos (T-LAB o ATLAS-Ti) sería la magnitud de la intervención humana durante el análisis (Stefanello, De Francisco y Carrazana, 2010). Pues si bien la intervención humana siempre está presente, en el análisis cuantitativo la misma supone realizar una serie de tareas previas al análisis propiamente dicho, mientras que en el análisis cualitativo, el análisis es realizado por el propio investigador, aunque es asistido por un software. Es de esperar que a medida que se vaya perfeccionando el reconocimiento del lenguaje natural, estos análisis se harán cada vez más automatizados.

En los últimos tiempos se despliega un gran interés por tratar la problemática de la violencia familiar y sexual en el Perú (Defensoría del pueblo, 2018; INI, 2018). El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP, 2018), Sistematizó 129 investigaciones en este tema del 2011 al 2015, estando pendiente entre

las líneas de investigación que se requieren fortalecer el feminicidio, habiendo registrado 1,025 casos de feminicidio y 1,374 casos de tentativa de feminicidio, de enero del 2009 a febrero del 2018. En este contexto, si bien aproximadamente un 15% de los hombres que ejercen violencia hacia sus parejas muestran trastornos de la personalidad y/o alto consumo de alcohol u otras drogas (INI, 2018), para explicar el 85% restante de casos no pueden pasarse por alto las características del contexto sociocultural.

Las representaciones de género son creencias que la gente tiene acerca de las formas en que difieren los sexos, al margen de si tal consideración es empíricamente verdadera o no, y que operan como estímulos disposicionales (es decir, que elevan la probabilidad de aparición) de determinados comportamientos sexistas o agresivos. Así, como lo reseñan Larsen y Buss (2005, p. 522), en todos los estudios sobre estereotipo de género, los hombres son vistos como “más agresivos, autónomos, orientados al logro, dominantes, exhibicionistas y perseverantes”, en tanto que las mujeres son vistas como “más afiliativas, deferentes, heterosexuales, de crianza y autodegradantes”. Características atributivas y de comunicación femeninas que coincidan con las encontradas en nuestro medio como distintivas de las mujeres víctimas de maltrato psicológico (Quintana y Col., 2016). De hecho, el subtipo femenino “clásico”, según estos estudiosos, se mueve en una dimensión dicotómica que incluye por un lado: amas de casa, secretarias y mujeres maternas, a la vez que por el otro lado: mujeres “buscadoras de sexo ocasional”.

Particularmente, en las coplas de carnaval predominan las referencias a la interacción entre el hombre y la mujer; que aunadas al rompimiento de censuras permisibles durante el carnaval, brindan la oportunidad de violar los tabúes y quebrantar lo vedado transgrediendo los límites usuales, dando pie a que proliferen en ellas las metáforas eróticas y sensuales, a la par de que se comenten opiniones personales de manera festiva y aguda, acerca de diversos aspectos de la vida, bien para desquitarse o bien para ufanarse de los mismos. Hurgando por antecedentes de este producto cultural, entre las tradiciones españolas se encuentra a las coplas flamencas, en las que López-Castro (2007) encontró manifestaciones patriarcales como el sexismo y la misoginia. Por lo expuesto, se consideró necesario responder a la siguiente interrogante: ¿Se encontrarán mensajes de sexismo y misoginia en las representaciones de género y de las relaciones de pareja presentes en las Coplas de carnaval de Cajamarca?

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN UTILIZADAS

El estudio se realizó a través una metodología cualitativa, que consistió en el análisis 27 escritos que van de 1979 al 2011 (22 cancioneros, con solamente autoría como referencia de Rojas, Ravines, Cruzado, Portilla, Marín, Díaz, Torres y Ravines, Infante, Solís, Becerra, Mestanza, Salazar y Salazar, Céspedes y 5 recopilaciones formalmente editadas por Los Andes, 1989; Ravines, 1991 y 1995; Corcuera, 2009

y Chavez, y Chavez, 2011;) que reúnen coplas de carnaval. Totalizando alrededor de cuatro mil coplas que mediante la depuración de las coplas repetidas se redujo a alrededor de tres millares de coplas distintas entre sí, de las cuales aproximadamente el 60% eran entonadas por varones en referencia a las mujeres y aproximadamente un 20% por mujeres en referencia a los varones.

Considerando el abundante número de coplas a analizar, se necesitó reducir la complejidad de la información obtenida usando elementos de la teoría Fundamentada y la técnica de análisis de contenido. En este sentido, existen softwares que procesan la información de tal manera que sus resultados facilitan inferir relaciones temáticas. El T-Lab (Marini y D'Andrea, 2015) es un software integrado por un paquete de herramientas lingüísticas y estadísticas para la minería de textos, el análisis del discurso y el análisis de contenido, que ha sido utilizado para identificar la emergencia conjunta de temas interrelacionados en la muestra de coplas.

Inicialmente se realizó este análisis con un proceso de codificación abierta de las coplas distinguiendo dos grupos (coplas cantadas por mujeres y coplas cantadas por varones), a continuación, se realizó una codificación axial, agrupando los temas (códigos) emergentes, creando categorías y subcategorías, las cuales con el apoyo del programa se relacionaron según las propiedades y dimensiones sintácticas y semánticas que evidenciaron, las mismas que con el uso de análisis “bottom-up” (es decir el análisis de temas emergentes) se integraron para mostrar un espacio semántico de conceptos y relaciones entre ellos (variables e hipótesis inferidas) con el objetivo de mostrar la emergencia de temas asociadas a las representaciones acerca del género de los sujetos de investigación, con la convicción que aquello que diferencia a la metodología de investigación cuantitativa de la metodología de investigación cualitativa, además de su naturalismo, criticismo y constructivismo (Denman & Haro, 2000), es el paradigma inductivo (Quintana, 2006; Kornblit, 2007) que la orienta. Supuestos epistemológicos que garantizan que los datos recogido-construidos y las explicaciones e interpretaciones, no han sido distorsionadas por la subjetividad de los investigadores, y pueden ser considerados una aproximación objetiva a la realidad (Guba & Lincoln, 1990).

Para una explicación pormenorizada de la forma en que el software realiza el procesamiento de la información, que iría más allá de los objetivos de este informe, leer Lancia (2010):

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

La figura 1. Muestra una de las gráficas que resultan del análisis de contenido realizado por el T-Lab, en ella podemos ver un eje de coordenadas construido a partir de los clústeres temáticos identificados en el total e coplas Cajamarquinas recopiladas durante las tres últimas décadas previas al estudio, en ella estos clústeres

son representados con distinto diámetro en correspondencia a la frecuencia con la que estos temas están presentes en el total de coplas estudiado, a menor diámetro menor frecuencia y viceversa.

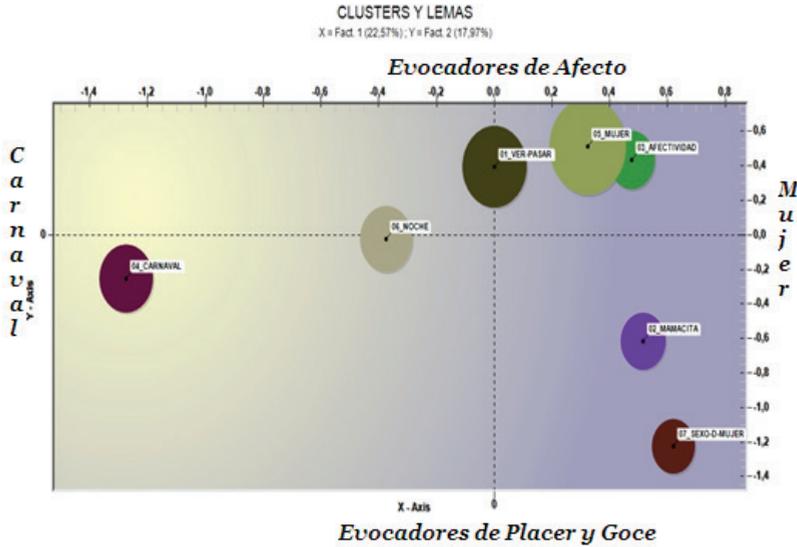


Figura 1. Sistema de oposiciones conceptuales emergentes mediante análisis “bottom-up” del corpus del total de coplas Cajamarquinas estudiadas

De ahí que la gráfica muestra que la frecuencia de aparición de los temas en el total de coplas en orden creciente es: Partes sexuales del cuerpo de la mujer, mamacita, afectividad, noche, carnaval, ver pasar y Mujer. Por otro lado, en esta figura llamada en el software mapa estratégico, se observan las correspondencias existentes entre los índices de relación de los temas y los clúster, de forma que conforme estén más cerca, habría mayor relación temática y, viceversa.

Otra particularidad de esta grafica es que posibilita observar los temas representados en un eje de coordenadas en el que los cuadrante se refieren a espacios semánticos distintivos (es decir, ser parte de un mismo cuadrante significa que los temas son semánticamente semejantes), es decir, en cuadrantes opuestos (izquierda-derecha o de arriba-abajo) se graficarían los temas pensados como antónimos en las representaciones sociales de los cantautores. Aquí, es pertinente puntualizar que en lingüística los antónimos de un concepto comparten más atributos distintivos entre ellos que con otros conceptos (Por ejemplo: podría decirse que los atributos distintivos para identificar el concepto *antes* son: {un X tal que X es un periodo de tiempo, que no es hoy, y que ya sucedió}; mientras que los de su antónimo *después* son: X es un periodo de tiempo, que no es hoy, y que aún no sucede};, conceptos que comparten los atributos distintivos de ser un periodo de tiempo,

que no es hoy, diferenciándose solamente en el atributo referido al momento del suceso). Es la relación entre los dos términos del binomio así obtenido la que hay que interpretar si se quiere captar la estructura del mensaje y descodificarla en un sistema de significados de segundo orden (Mattelart, Piccini y Mattelart, 1976), Siendo necesario resaltar que entre los dos términos de la estructura, existe una dimensión única que explica la razón por la cual éstos se encuentran coexistiendo como polos extremos de un mismo binomio. Estrategia de análisis relevante para este estudio en tanto como sostiene Ivanov (1984), la principal característica de las distintas manifestaciones del carnaval es la presencia y dinámica de actitudes que buscan el equilibrio y la unificación de dos polos opuestos en la unidad, es decir, la deconstrucción de parejas binarias jerárquicas.

En este organizador gráfico, considerando el eje horizontal, se observa una primera oposición referida a la fiesta de carnaval en el extremo izquierdo y al género femenino en el extremo derecho, ambos representando los dos polos de una dimensión que por los clústeres contenidos en ella podría denominarse de expresión cultural (Carnaval/Mujer). Dimensión de la cual, para efectos del presente informe, resulta importante desarrollar el polo derecho en el que se alude a la representación de género femenino que se expresa en las coplas.

A este respecto, ya situándose en el extremo derecho de la figura 1, se puede observar la oposición, respecto al eje vertical, en el cuadrante superior *Casos Evocadores de Afecto* refiriéndose a la mujer asociada a las emociones románticas en oposición a referirse, en el cuadrante inferior, a *Casos Evocadores de Placer-Goce*, vale decir, a la mamacita (que en la tradición mestiza alude a una mujer joven picara) y que en la figura comparte el mismo cuadrante, es decir, se encuentra asociada, al clúster partes sexuales de la mujer (no existe la frase “partes sexuales de la mujer” en las coplas, sin embargo, a este clúster lo rotulamos con ese nombre pues incluye los términos presentes en las coplas que aluden en jerga a este concepto, como por ejemplo: papaya, culantro, trasero, rabo, etc) lo cual estaría evidenciando que en la representación de Mujer manifestada en las coplas cajamarquinas se reproduce la oposición machista de la mujer digna de afecto sublime (esposa, madre, hija, abuela) en el polo de *Casos Evocadores de Afecto* (cuadrante superior derecho), versus las otras mujeres, consideradas como un simple objeto del cual habría que resaltar sus atributos sexuales, en el polo de *Casos Evocadores de Placer-Goce* (cuadrante inferior derecho). De ello resulta que el software habría extraído en el análisis de contenido del total de coplas, un sistema de oposiciones, resultante de la intersección de dos dimensiones: una dimensión que se propone denominarla de *Expresión Cultural*, con referencias al *Carnaval* por el extremo izquierdo y referencias a la *Mujer* por el extremo derecho. Y otra dimensión que se propone denominarla de *Casos que Evocan*, referida, por el lado inferior a eventos que *Evocan Placer y Goce* y, por el contrario, por el lado superior, a eventos que les *Evocan Afecto*. Estos resultados coinciden con los hallazgos

reportados por Larsen y Buss (2005), de una representación de la mujer que oscila entre concepción de la mujer como evocadora de afecto y, por otro lado, mostrando una devaluación ideológica de lo femenino, la conceptualiza como evocadora de placer y goce, mostrando la representación que estudiosos como Amaya (2004), han denominado mujer-objeto.

Representación de las mujeres en las coplas cantadas por los cantautores

Las coplas de los cantautores (Figura 2), que representan el 62% del total de coplas del corpus, en su totalidad hacen referencia a la representación que los varones tienen de la mujer

Para iniciar el análisis, se obtuvieron los siguientes 5 clúster temáticos: Buenamoza, Dinero, Mamacita, Mujer y Trasero.

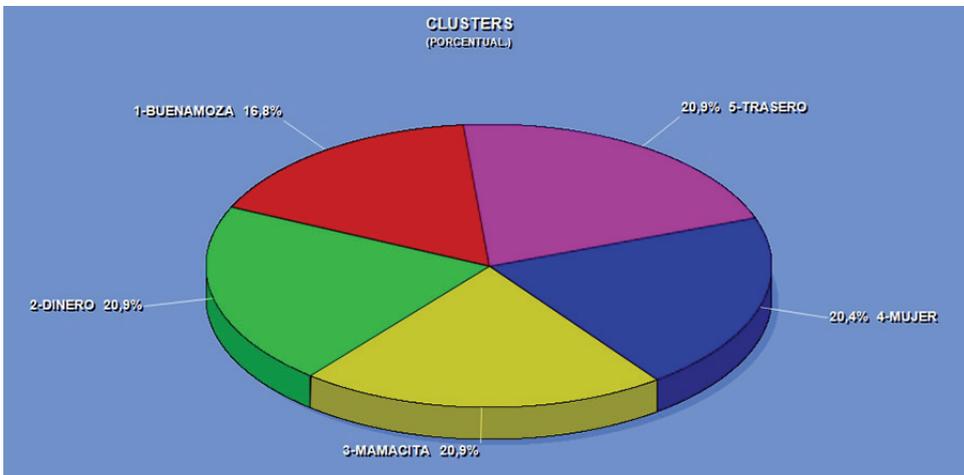


Figura 2. Porcentaje de cada clúster temático identificado en las coplas entonadas por los cantautores

En la figura 2, se muestra la distribución del número de coplas en los clúster temáticos. Se observa que los clústeres “mamacita, trasero y dinero” (cada uno con 20.9%), seguidos por el clúster “Mujer” (20.4%), destacan sobre el clúster “buenamoza” que solo representa un 16.8 %. A partir de la relación entre las temáticas identificadas, la muestra de coplas representativas de cada uno de ellas, permite aproximarse a la estructura del campo conceptual subyacente a las representaciones masculinas.

En este gráfico (Figura 3) de bisecciones que ofrece el programa observamos que para los varones forman una misma rama los temas emergentes *Buenamoza* y *Trasero* de un lado, mientras que del otro lado se encuentran formando una misma

rama los temas *Mujer* y *Mamacita*, y que luego estos últimos temas forman una misma rama con el tema *Dinero*. Lo que muestra que en su representación lo que la hace *Buenamoza* a la mujer es su *Trasero* y que para ellos la *Mujer* se distingue sobre todo por ser una *Mamacita*, además de que un medio de relación preferente con las mujeres así entendidas sería el *Dinero*.

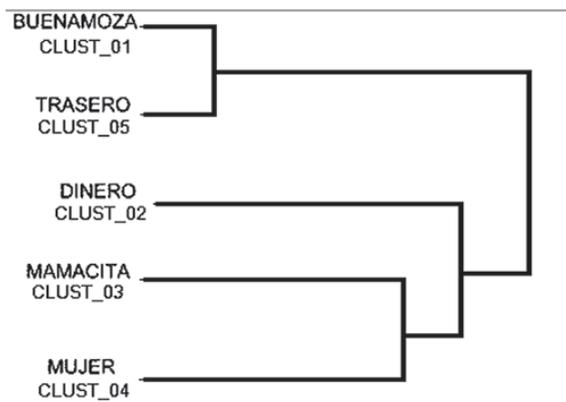


Figura 3. Árbol de bisecciones de los clúster temáticos identificados en las coplas entonadas por los cantautores

En la Figura 4, la representación que los cantautores tienen de la mujer se organiza en el eje horizontal en una dimensión de *Actitud de Atracción-Rechazo* a la mujer: (a la izquierda *Atracción* por las mujeres jóvenes y sus atributos corporales versus a la derecha *Rechazo* a las mujeres maduras y las jóvenes interesadas en el dinero) y por el eje vertical, coincidiendo con Martínez y Muñoz (2015), en una dimensión de *Complejidad en Función a la Moralidad* (*Convencional* frente a las mujeres “de su casa”, en el extremo superior versus *Ordinaria* frente a las “de la calle” en el extremo inferior). Al respecto, en cuanto al extremo inferior, *ordinaria* frente a las mujeres “de la calle”, existe una marcada prevalencia (62.7%) de las categorías mamacita-dinero y trasero, evidenciando una dinámica que se caracteriza por ser de orden transaccional en la que en el imaginario masculino el hombre provee el dinero y la mujer a cambio su cuerpo. Hallazgo que coincide con la conclusión de Ibáñez (2004), en el sentido que los mandatos culturales, han legitimado históricamente el poder y la dominación del hombre sobre la mujer, promoviendo la dependencia económica de esta última y garantizando el uso de la violencia y de las amenazas de aquel para controlarla. Por otro lado, en el polo superior, *Convencional* frente a las mujeres “de su casa”, muestra su *atracción* por los atributos estéticos de la mujer joven (clúster buenamoza), coincidiendo con las representaciones que se difunden de la mujer en publicidad, donde se la describe más por su apariencia que por sus capacidades (Bernad, 2010; Amaya, 2004). Es menester resaltar, que en las coplas enmarcadas en la intersección de los extremos

inferior, *Ordinario*, la mujer objeto sexual, y el extremo derecho, *Rechazo*, correspondientes a los clúster *mamacita* y *trasero*, en las coplas que los integran, se hace alusión la procedencia étnica de las mismas (pues se refieren a ellas con los términos *cholita*, *chinita*, etc.) que evidenciaría una actitud discriminatoria en relación a su procedencia étnica.

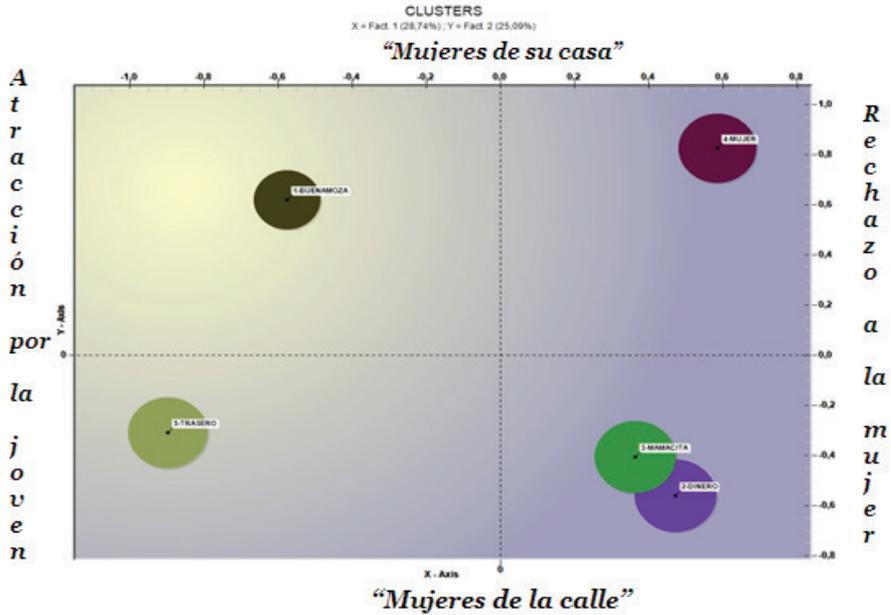


Figura 4. Sistema de oposiciones conceptuales emergentes mediante análisis “bottom-up” en las coplas entonadas por los cantautores

Muestra de las coplas del Clúster *Mamacita*:

Si tú me escondes, chinita, debajo de tu delantal tendremos una semana para gozar del carnaval.

Cantando mis carnavales alegre los pasaré cholita sal a tu puerta un besito te daré,

Con guitarra, caja y flauta llego a la puerta de tu casa, para expresarte mi canto cholita estás muy buenaza.

Dame, dame, dame, dame; toma, toma, torna, toma; tanto dame, tanto toma nos salió cara la broma.

Cantando mis carnavales alegre los pasaré cholita sal a tu puerta un besito te daré,

Muestra de las coplas del Clúster *Trasero*:

La mujer que a mí me quiera dos cosas habrá de tener: buena ruda, buen culantro y yo un rico perejil.

Vienen las punteñas montadas en burro, con las piernas calas y enseñando el culo.

La mujer que es palangana cuando usa pantalón les juro, les hago apuesta que no se ha puesto el calzón.

Cuando muele mi negrita el trigo en su batán yo no miro lo que muele sino miro su fustán.

Cómo pues te ha malogrado las noches en discoteca te he mirado por detrás deformada y hasta chueca.

En el organizador grafico de los resultados de la figura 5 que proporciona el T-Lab se puede observar una dimensión de las *Relaciones de Pareja* que va de los temas del cuadrante superior-izquierdo, *Gozo*, en oposición a los temas del cuadrante inferior-derecho, *Sosiego*, Y otra dimensión de la Emoción que va de los temas del cuadrante inferior-izquierdo, *Diversión*, en oposición a los temas del cuadrante superior-derecho, *Molestia*, siendo deducible que el eje semántico de izquierda a derecha se refiere a la *Representación su Circunstancia* que va del extremo izquierdo *Vida Durante el Carnaval*, al extremo derecho *Vida Fuera del Carnaval*.

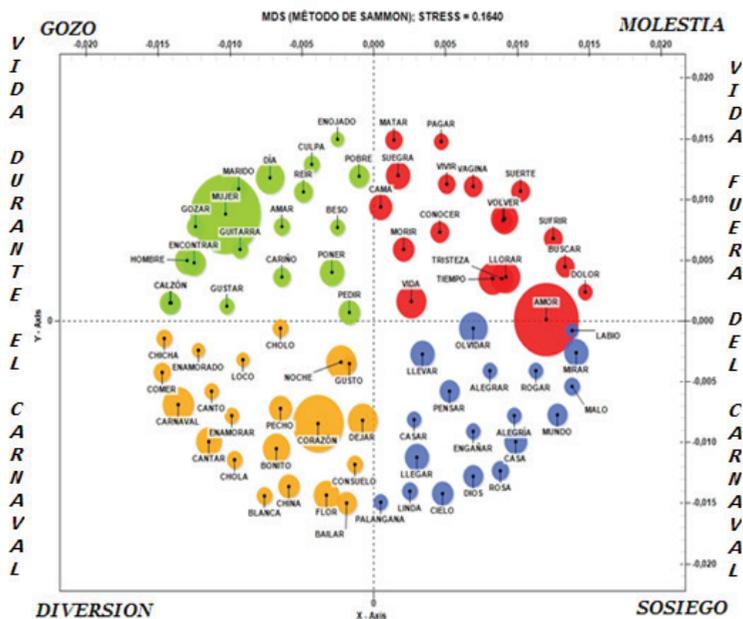


Figura 5. Temas emergentes de las coplas entonadas por los cantautores en el espacio semántico bi-polar de ejes factoriales individuales (Lancia, 2010).

Representación de los varones en las coplas cantadas por las cantautoras

Para comenzar se obtuvieron los siguientes 5 clúster temáticos descritos mediante sus principales palabras claves: Hombre, Afectividad, Amor, Mujer, Galán.

En la figura 6, se muestra la distribución del número de coplas en los clúster temáticos. Se observa que el clúster “Mujer” (26.1%), seguido por “Afecto” (23.7%), cubren aproximadamente el 50% del corpus, mientras que el clúster “Galán” (19.5%), seguido por el clúster “Amor” (17.5%) y el clúster “Hombre” cubren el porcentaje restante.

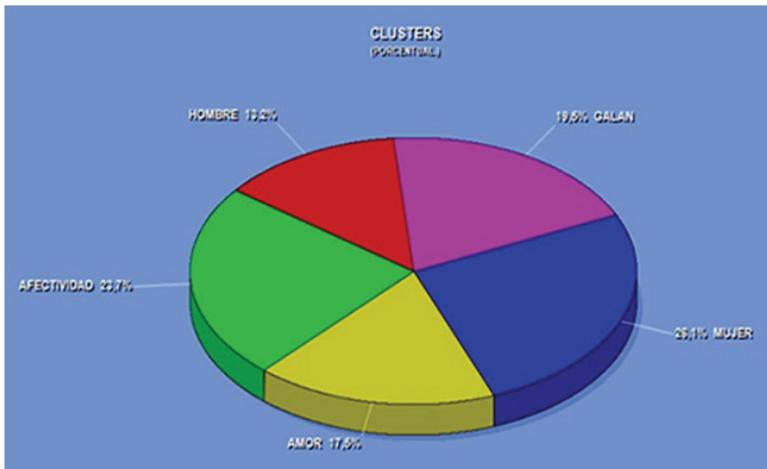


Figura 6. Porcentaje de cada clúster temático identificado en las coplas entonadas por las cantautoras

En la figura 7, observamos que para las mujeres forman una misma rama conceptual los temas emergentes hombre y galán de un lado, mientras que del otro lado se encuentran formando una misma rama los temas mujer y amor, y que luego estos últimos temas forman una misma rama con el tema afectividad.

Lo que indicaría que en sus representaciones un indicador de hombre es el mostrarse como un galán y que en su representación de sí mismas la asocian sobre todo al amor y al afecto. Por último, en el llamado mapa estratégico de los clúster temáticos, otra de las formas de presentar sus resultados el T-lab, se deducen las representaciones de la mujer respecto a sí mismas y a la relación de pareja, inferidas de las coplas entonadas por las cantautoras femeninas (Figura 8), nos muestran el siguiente sistema de oposiciones: en el eje horizontal, una dimensión de *Actitud en Función del Género* con referencias al *Rechazo a los Hombres* en el extremo izquierdo o con referencias a la *Aceptación de Sí Mismas* en el extremo derecho, y una dimensión de *Complejidad de la Interacción o la Emoción*, con referencias a *Ordinaria* en el extremo inferior o referencias a *Convencional* por el

extremo superior. Observándose que prevalecen (67%) en el extremo de referencias a *aceptación de sí mismas* de la dimensión de actitud en función del género, los temas emergentes: afectividad, mujer y amor, que se complementan entre sí, permitiendo deducir una visión romántica de la pareja en la representación que las mujeres tienen de sí mismas.



Figura 7. Árbol de bisecciones de los clúster temáticos identificados en las coplas entonadas por las cantautoras

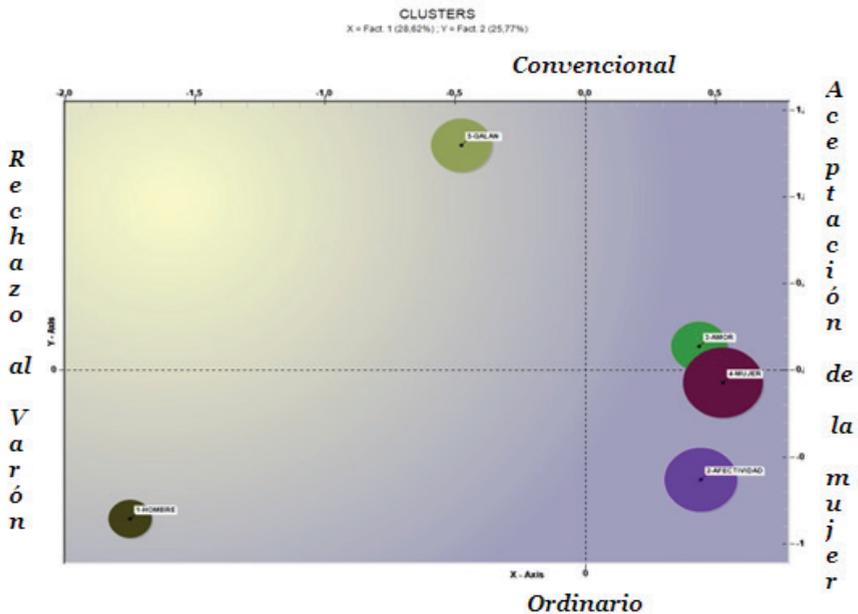


Figura 8. Sistema de oposiciones conceptuales emergentes mediante análisis “bottom-up” en las coplas entonadas por las cantautoras

Mientras que respecto a su actitud de rechazo a los hombres, al intersectarse con la dimensión *Complejidad de la Interacción o la Emoción*, han emergido los temas *Hombre* en el polo *Ordinario* y *Galán* en el polo *Convencional*, considerando en el primer caso el rechazo de estos por mediocres incapaces de asumir el rol de proveedores de dinero en la pareja, a los que aluden con términos de contenido racista, que devalúa la procedencia étnica de los aludidos.

Muestra de las coplas del Clúster *hombre*:

Cholito pantalón blanco, manitos a la cintura; cuando te piden dos reales te da frío y calentura.

Calla *cholo* palangana porque gritas sin saber, que yo tengo otro cholito y a ti no te quiero ver.

Cholito, cabeza crespas, cabecita de mistura, cuando te piden el diario te da frío y calentura.

A la piedra con ser piedra una gotera la pasa, como no voy a sentir yo si la otra está en tu casa.

Los muchachos de este tiempo son como el escarabajo, locos a sacar mujer haraganes pa'l trabajo.

Por otro lado, en el segundo caso, su rechazo a los varones por su injustificada soberbia, enfatizando de cierta manera en las características de depredadores en el contexto de las relaciones de pareja de los varones, coincidiendo con la representación mencionada por García y Nader (2009), quienes afirman que los varones son quienes escogen a su pareja y se aproximan a ella.

En la figura 9 se puede observar una dimensión de las *Relaciones de Pareja* que va de los temas del cuadrante superior-izquierdo, *Realista*, en oposición a los temas del cuadrante inferior-derecho, *Romántica*, Y otra dimensión de la *Emoción* que va de los temas del cuadrante inferior-izquierdo, *Placer*, en oposición a los temas del cuadrante superior-derecho, *Sufrir*, siendo deducible que el eje semántico de izquierda a derecha se refiere a la *Representación* que va del extremo izquierdo de los *Hombres*, al extremo derecho de las *Mujeres*.

Sintetizando por no ser tema de esta entrega se deduce que la representación es la de la mujer romántica y sufriente en la relación de pareja en oposición al hombre que es realista y busca disfrutar del placer, coincidiendo con los hallazgos de Woolf (2009).

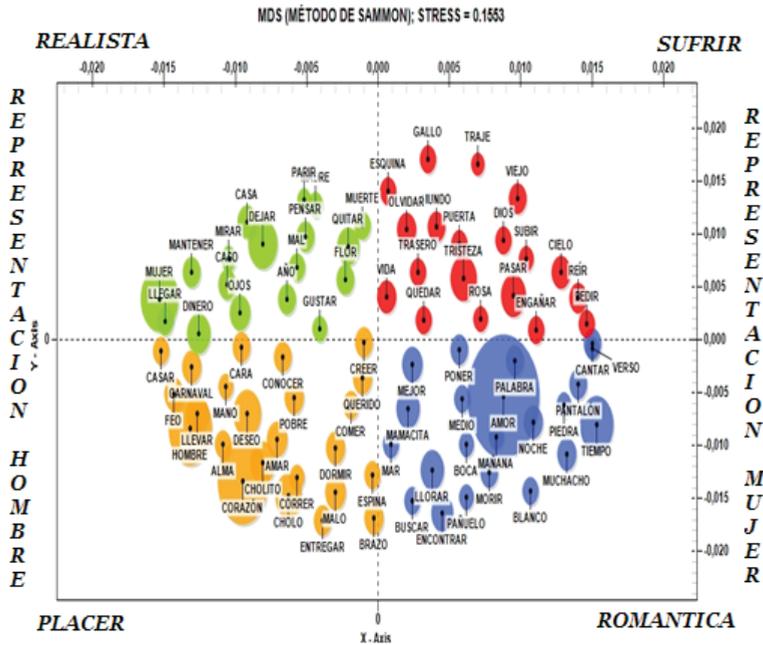


Figura 9. Temas emergentes de las coplas entonadas por las cantautoras en el espacio semántico bi-polar de ejes factoriales individuales.

CONCLUSIONES

Representaciones sociales, como las representaciones de género, pueden ser identificadas mediante aplicativos de análisis de contenido automatizado, como el software.

Los organizadores gráficos de resultados que genera por defecto el software son pertinentes para un acercamiento objetivo a los textos analizados, y de gran ayuda para interpretaciones más elaboradas.

Si bien fue necesario reescribir algunas coplas escritas en una variedad dialectal propia de los cantautores del lugar, esta dificultad fue recompensada con creces dada la velocidad en que realizo el análisis automático de las mismas el T-Lab

En las representaciones masculinas se muestra un juego de roles que asumirían los géneros, en el que una mujer debe ser joven y linda, para ofertar su cuerpo a cambio del dinero que el hombre le debería proveer, denotando el dominio del hombre sobre la mujer y la devaluación ideológica de esta última.

Por el contrario en la representación femenina se evidencia una visión romántica de la pareja.

Se hicieron evidentes las representaciones sexistas en las coplas de carnaval de Cajamarca.

En ambas representaciones tanto de varones como de mujeres al referirse a los sujetos de sus actitudes de rechazo aluden a la procedencia étnica de los mismos, denotando una ideología racista de devaluación ideológica de la población originaria.

Agradecimientos / Acknowledgments:

A la Universidad Nacional mayor de san marcos que por intermedio del Vicerrectorado de Investigación y posgrado considero oficializar y financiar el proyecto de investigación de cuyos resultados este artículo es uno de sus productos.

Fuentes de financiamiento / Funding:

El proyecto en referencia fue Financiado por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Proyecto con código 151801061, aprobado con Resolución Rectoral 00530-R-15.

Rol de los autores / Authors Roles:

AQP: Responsable de la investigación.

CMS: Corresponsable de la investigación, análisis de datos.

NMC: Responsable del marco teórico.

OCE: Aplicación de las pruebas, y la elaboración del artículo.

GRS: Aplicación de las pruebas, y la elaboración del artículo.

WMU: Elaboración del artículo.

Aspectos éticos / legales; Ethics / legals:

Declaro que todo lo descrito se ajusta a las normas éticas previstas para la investigación con seres humanos en por la Universidad y nuestro colegio profesional, por lo que asumo la responsabilidad legal y administrativa en caso contrario.

Conflicto de intereses / Competing interests:

Los autores declaramos no presentar conflicto de intereses ni durante la investigación ni referente a la elaboración del artículo.

REFERENCIAS

- Álvarez, Á.; Codina, M.; Gutiérrez, J. y Méndez, R. (2011) *Desigualdades sociales: sexismo*. Visto el 06/03/2019. <http://www.xtec.cat/~mcodina3/Desigualtats/3sexismo.htm>
- Amaya, S., (2004) La represión sexual de la mujer en la publicidad. *Etic@net*. 2(3). 1-8. Visto el 15/03/2019 en <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero3/>

- Bernad, E. (2010): "Ilicitud de las representaciones degradantes y humillantes del cuerpo femenino en la publicidad. Especial referencia a la anorexia". *Icono14*, 8 (3), 186207. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i3.234>
- Chavez, R. y Chavez, A. (2011) *300 coplas de carnaval de Cajamarca*. Lima: Lluvia editores
- Corcuera, A. (2009) *Carnaval de coplas cajamarquinas. Antología y comentarios*. Lima: Antares, artes y letras.
- Defensoría del pueblo (2018) *Violencia contra las mujeres: perspectivas de las víctimas, obstáculos e índices cuantitativos*. Reporte de Adjuntía 002-2018-DP/ADM: Lima. Visto en <https://peru.unfpa.org/es/publications/violencia-contra-las-mujeres-perspectivas-de-las-v%C3%ADctimas-obst%C3%A1culos-e-%C3%ADndices>
- Denman, C., & Haro, J. A. (2000). *Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social*. Hermosillo: El Colegio de Sonora
- García, I. y Nader, F. (2009) Estereotipos masculinos en la relación de pareja. *Enseñanza e investigación en psicología*. 14(1). 37-45. <https://doi.org/10.33670/18181023.v9i01.49>
- Guba, E., & Lincoln, Y. (1990). *Fourth generation evaluation*. London: Sage.
- Ibáñez, M. (2004). *Violencia doméstica en Euskadi: malos tratos a la mujer: Análisis definición del proceso de ruptura con una relación de maltrato*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Visto en https://www.euskadi.eus/contenidos/libro/liburua_2004/es_def/adjuntos/lib2004.pdf
- INEI (2018) Perú: Indicadores de violencia familiar y sexual, 2009-2018. INEI: Lima https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1584/libro.pdf
- Ivanov, V. (1984) La teoría semiótica del carnaval como la inversión de opuestos bipolares en Eco et al. *¡Carnaval!*, (pp. 21-40). México: Fondo de Cultura Económica.
- Kornblit, A. (2007). "Historias y relatos de vida". *Metodologías cualitativas en ciencias sociales: modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Biblos.
- Lancia, F. (2010) Word co-occurrence similarity in meaning. In S. Salvatore & J. Valsiner (Eds.) *Mind as infinite dimensionality*. Roma: Firera Publishing Group.
- Larsen, R.J. y Buss, D.M. (2005). *Psicología de la personalidad. Dominios de conocimiento sobre la naturaleza humana*. 2da. Ed. México: McGraw-Hill.
- López-Castro, M. (2007). *La imagen de las mujeres en las coplas flamencas. Análisis y propuestas didácticas*. Tesis Doctoral en Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga. Málaga. Visto en <http://www.biblioteca.uma.es/bblldoc/tesisuma/17115838.pdf>
- Los Andes (1989) *Carnavales para el recuerdo. Coplas del carnaval de Cajamarca*. Cajamarca: Los Andes.
- Marini, C. y D'Andrea, A. (2015): *T-Lab plus version*. Roccasecca (Italia).

- Martínez, M. y Muñoz, A. (2015) Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 21(1), 369384. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n1.49100
- Mattelart, A., Piccini, M., & Mattelart, M. (1976). *Los medios de comunicación de masas: La ideología de la prensa liberal en Chile*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- MIMP (2018) *Informe Estadístico: Violencia en cifras*. MIMP: Lima. Visto en <https://www.mimp.gob.pe/contigo/contenidos/pncontigo-articulos.php?codigo=80>
- Quintana, A. (2006) Metodología de Investigación Científica Cualitativa. En Quintana, A. y Montgomery, W. Eds. *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima: UNMSM. Visto en <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/3634305-Metodologia-de-Investigacion-Cualitativa-A-Quintana.pdf>
- Quintana, A., Malaver, C., Montgomery, W., Medina, C., Ruiz, G., Lúcar, F. y Pineda, D. (2016) Estilos atributivos y estrategias de comunicación en mujeres con y sin experiencia de abuso psicológico. Visto en https://www.researchgate.net/publication/303684049_Estilos_atributivos_y_estrategias_de_comunicacion_en_mujeres_con_y_sin_experiencia_de_abuso_psicologico
- Ravines S. (1991) *Carnaval de Cajamarca. Historia y coplas ganadoras 1980-1990* [recop.].Cajamarca
- Ravines S. (1995) *Cantos de carnaval, coplas y contrapuntos*. Cajamarca: INC.
- Rodríguez, Y. (2002). El uso de la técnica del análisis de contenido. *Revista Ciencias de la Educación*. 20. Recuperado el 2020 de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/a2n20/2-20-8.pdf>
- Stefanello, G.; De Francisco, A. y Carrazana, C., (2010) Aplicación y viabilidad de uso del software de Análisis Cuantitativo de Textos TLAB 7.1 en el análisis de las representaciones sociales presentes en la web soyborderline.com. *Mediaciones sociales*. 06 (01), 121-142. Visto en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4568111&orden=0&info=link>
- Woolf, V. (2008) Un amor a tu medida. Estereotipos y violencia en las relaciones amorosas, en *Revista de Estudios de juventud*. 8 (83), 2013-229. Visto en <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ83-14.pdf>

