UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

La interacción que se presenta entre usuarios de Facebook, con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo de sí mismo en la página oficial.

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A

LORENA PÉREZ GARCÍA

D I R E C T O R

Mtro. Martín Hernández González

Ciudad de México, mayo de 2018.

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

CA Coordinación Académica

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO
COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

Dedico esta tesis, a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, UACM, plantel San Lorenzo Tezonco, por estos años de formación académica y por otorgarme el apoyo económico para el empastado de esta tesis.

Por otro lado, dedico esta investigación, a todos los profesores que me apoyaron y creyeron en mí en especial a mi ***Director el Mtro. Martín Hernández González,*** *el cual me apoyo y me tuvo paciencia para realizar este tema que fue demasiado polémico, gracias por confiar y creer.*

Por otro lado, a mis lectores, los cuales fueron de gran apoyo para la culminación de esta tesis.

A mis padres y mi hermana que me han impulsado a seguir adelante, a no sentir miedo y vencer los obstáculos que se han puesto en mi camino, gracias a los tres por ser mi familia, por todo el amor y apoyo, este trabajo es para ustedes con mucho orgullo.

A todas las personas que me han dado su amistad sincera y lealtad gracias por formar parte de mi vida.

A mí que esta tesis ha sido un gran reto el realizarla ha sido satisfactorio, me felicitó por lograrlo, porque sé que soy una mujer sincera y con grandes valores, me abrazo con mucho amor, felicidades Lorena.

INDÍCE

INTRODUCCIÓN 8
CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO 11
1.1 Pregunta general de investigación 11
1.1.1 Preguntas particulares 11
1.2. Objetivo general. 11
1.2.1 Objetivos particulares… 11
1.3. Planteamiento del problema 12
1.4. Justificación 13
1.5. Supuesto 17
CAPÍTULO 2. CONTEXTO SOCIO-HISTÓRICO 18
2.1. Tecnologías de la Información y la Comunicación 18
2.1.1. Redes Sociales 21
2.1.2. Facebook… 23
2.2. Futbol… 25
2.1.2. Biografía de Cristiano Ronaldo 25
CAPÍTULO 3. ESTADO DEL ARTE 28
3.1. Comunicación Interpersonal… 28
3.2. Construcción de la Identidad en Facebook… 31
3.3. Redes Sociales y Género… 33
3.4. Masculinidad 35
CAPÍTULO 4. MARCO TEÓRICO Y MARCO CONCEPTUAL 37
4.1. Masculinidad 37
4.2. Masculinidad y Deporte 48
4.3. Industria Cultural… 51
4.4. Consumo Cultural 54
4.5. Consumo Cultural en el Deporte 61
4.6. Consumo Cultural en el Futbol… 62
4.7. Consumo Cultural en el futbolista Cristiano Ronaldo 65
4.8. Interacción Social 67

4.9. Internet…..70
4.9.1. Internet en México… 72
4.9.2. Tecnologías de la Información y Comunicación 75
4.9.3. Redes Sociales e Hipermediaciones….....76
4.9.4. Hipermediaciones…..... 80
4.9.5. Facebook….....82
CAPÍTULO 5. APARTADO METODOLÓGICO 85
5.1. Técnica…..... 87
CAPÍTULO 6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....89
CAPÍTULO 7. REFLEXIONES SINTÉTICAS SOBRE EL ANÁLISIS Y LA INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....208
CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES 224
CAPÍTULO 9 REFERENCIAS CONSULTADAS 230

INTRODUCCIÓN

Esta tesis tuvo como finalidad, analizar la interacción que se da entre usuarios de Facebook con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil, ya que actualmente algunas personas dedican parte de su tiempo a comunicarse e interactuar a través de las redes sociales como Facebook y Twitter.

Estas plataformas de interacción, han abierto otro panorama hacia la comunicación, ya que a partir de ellas se ha descubierto una nueva manera de relacionarse con los demás, así como de involucrarse en la vida de muchas figuras públicas que han logrado que esta nueva manera de difundir y promocionar lo que realizan, traiga consigo un buen número de ganancias y de seguidores que están atentos de lo que difunden en las redes sociales.

Esta tesis se enfocó en la red social Facebook, ya que a través de esta plataforma, las personas se han sumergido en un mundo de tecnología, la cual ha causado impacto en las sociedades, ahora se comunican a través de ellas sin que se vean cara a cara, expresando sentimientos y experiencias, hacia otras personas sin que les cause pena, sin embargo, es importante decir que no todo es bueno ya que también esta red social puede ser peligrosa y causar daños psicológicos o vulnerabilidad en algunas personas.

De manera particular, esta tesis tomó como objeto de estudio al futbolista Cristiano Ronaldo, para analizar como en la red social Facebook, se da la interacción entre los usuarios con respecto a la masculinidad en las fotografías que este deportista publica, ya que se puede decir que en sus fotos prevalece como modelo ideal de futbolista, además de que esta figura pública tiene gran influencia de masas ya que actualmente el número de seguidores que tiene en su página oficial, “es de 120.518.426 personas que le siguen” (Cristiano Ronaldo. (2017, 4 de octubre). Humbled. [Estado de Facebook]).

Otro motivo por el que se decidió hablar sobre el futbolista Cristiano Ronaldo es porque este se ha ido construyendo como figura pública para mantener una imagen sustentada en cierto tipo de masculinidad, es decir que a través de sus fotografías, se pueden percibir diferentes conductas de masculinidad ya que "han sido construidas por una sociedad determinada, son producto de la interacción social y éstas, las masculinidades, son fundadas a partir de las estrategias y recursos disponibles"(Cabello, 2010: 83), ya que para algunas personas el hecho de ver a una figura pública posando comodidades, lujos, triunfos, riquezas, prestigio, les puede causar una imagen atractiva o no, tanto para sus seguidores y no seguidores.

Por otro lado, también se pudo ver como para sus seguidores la imagen publica de este futbolista, puede influir en algunas personas o en algunos varones para imitarlo e intentar ser como él, es decir ser atractivo, tener un cuerpo ejercitado que va más allá de lo que pide el futbol, lo cual puede traer consigo trastornos alimenticios, depresiones así como modos de percibir las cosas materiales como el dinero, autos, ropa, y asilarse de las personas que están alrededor. Este futbolista es un hombre exitoso y su personalidad e imagen publicada en Facebook y otros medios puede causar en algunas personas alteraciones en su personalidad o emociones que puedan atentar incluso con la vida.

Otro factor es que este futbolista, se ha logrado conducir a las redes sociales teniendo una presencia mediática, ya que es considerado entre los 50 mejores futbolistas del mundo, además de que es una figura la cual es presentada de forma comercial ya que se estima que actualmente "obtiene por publicidad 33,5 millones de euros al año (42 millones de dólares)" (depor.pe, 2014), por consiguiente es importante mencionar que este futbolista ha generado ganancias considerables dándose a conocer en los medios de comunicación, comerciales y marcas reconocidas.

Considero que la principal aportación que tiene esta tesis, es brindarle al lector, una nueva perspectiva sobre algunas de las maneras de interactuar y de comunicarse en las redes sociales por usuarios que interactúan con las fotografías de este futbolista que proyecta diferentes tipos de masculinidad. A partir de toda la información, recabada, se obtuvieron nuevos resultados, los cuales podrán ser comparados con datos de otros autores, que trabajaron en temas similares, además de que esta tesis se abre hacia nuevos tópicos dando paso a un aporte más para los estudios en la Comunicación y la Cultura.

CAPÍTULO 1

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Pregunta general

¿Cuál es la interacción entre usuarios de facebook con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil?

1.1.1 Preguntas particulares

¿Cómo perciben los usuarios la imagen del futbolista desde sus fotografías?

¿Cómo es la interacción entre los usuarios a partir de las fotografías?

¿Qué diferencias hay en los comentarios de hombres y mujeres a partir de las fotografías del futbolista?

¿Qué características tienen las fotografías que publica el futbolista para que a partir de ellas se dé una interacción entre los usuarios?

1.2 Objetivo general

Analizar cuál es la interacción entre usuarios de Facebook con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica Cristiano Ronaldo de sí mismo en la página oficial.

1.2.1. Objetivos particulares

Identificar cómo perciben los usuarios la imagen del futbolista desde sus fotografías.

Analizar cómo es la interacción entre los usuarios a partir de las fotografías.

Exponer las diferencias que hay en los comentarios de hombres y mujeres a partir de las fotografías del futbolista.

Identificar las características que tienen las fotografías que publica el futbolista para que a partir de ellas se de una interacción entre los usuarios.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Problema práctico

Estoy estudiando sobre la interacción entre usuarios de la página oficial de Facebook del futbolista Cristiano Ronaldo con la masculinidad en las fotografías que publica este deportista de sí mismo en su perfil, así como observar si a través de sus fotografías los usuarios se construyen un ideal de la masculinidad.

Problema de investigación

El problema en esta investigación es saber sí:

- Con la Interacción que se da en la red social Facebook, se ha perdido o se ha fracturado la comunicación cara a cara.
- La comunicación virtual se ha convertido en una nueva manera de comunicarse.
- Los estereotipos juegan un papel importante en la comunicación de los usuarios de Facebook.
- El futbolista Cristiano Ronaldo, desarrolla su página de Facebook, bajo el estereotipo de la masculinidad.

1.4. JUSTIFICACIONES

Justificación académica

Esta investigación tuvo como fines académicos, demostrar las diferentes visiones, sentimientos, emociones, experiencias o creencias, que tienen algunos usuarios de Facebook con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil.

Por lo que con esta tesis, se tuvo la intención de aportar en el lector un nuevo conocimiento, sobre la interacción que se da a través de una figura pública, en este caso el futbolista Cristiano Ronaldo, el cual es considerado como un modelo ideal de fútbol, además de que se ha ido construyendo como un imaginario de la masculinidad, a través del deporte más popular del mundo.

Es importante decir que este aporte académico pudo servir como base para entender la producción de significados que se dan a partir de la interacción de los usuarios de Facebook, en torno a una figura pública, además de involucrar otros temas que se realicen posteriormente, ya que los datos fueron actualizados para enriquecer a los estudios en Comunicación y la Cultura.

Este análisis se realizó desde la perspectiva del interaccionismo simbólico el cual puede entenderse como “la interacción mediante la que los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno, a partir de la transmisión de mensajes, signos convenidos por el aprendizaje de códigos comunes” (Rizo, 2004: 1), es decir que la intención de esta investigación fue dar a conocer como los usuarios de Facebook, interactúan a través de los comentarios de las fotografías del futbolista, para percibir que conductas expresan y observar cómo se comunican entre sí, ya que a través de la tecnología, y en especial de la red social Facebook, se ha dado una nueva manera de comunicarse mediante códigos y mensajes que hacen que las personas cambien su manera de relacionarse con los demás.

Como ya se ha dicho anteriormente, esta tesis aporto al campo académico sobre la Interacción Social la cual es “el principio básico de las relaciones sociales” (Rizo, 2006: 3). Además de haber analizado si a través de las fotografías del futbolista y de la interacción de los usuarios en el Facebook, se ha transformado la comunicación, dando un nuevo aporte a los estudios en materia de Comunicación y la Cultura, ya que esta investigación fue actualizada y confiable dando la mayor información posible y siendo coherente en los datos que surgieron de ella.

Justificación social

Hoy en día, algunas personas suelen preguntarse acerca del hombre o mujer ideal que desean o simulan ser a través de la red social Facebook, se ha ido construyendo algunas fantasías e ilusiones de cómo podría ser un hombre o mujer ideal.

Es por esta razón, que esta tesis, aporta a la sociedad una nueva visión sobre la Comunicación y la Cultura en el Facebook, ya que se analizó cómo algunas personas, perciben las fotografías del futbolista Cristiano Ronaldo, a través de los comentarios que hagan de ellas, e identificando las características de la masculinidad, además se observó cómo esté deportista, muestra su personalidad, su trabajo futbolístico, su prestigio, éxito y hasta su sexualidad, es decir, mostrando poses, estereotipos, un cuerpo atlético con poca ropa, las cuales pueden trasmitir en ciertas personas, el deseo o el imaginario por encontrar o ser alguien así con esas características.

Por estas razones, esta investigación encuentra su inserción en el ámbito social y en la Comunicación y la Cultura ya que, tiene la finalidad de aportar a la sociedad los conocimientos sobre la forma en que se construyen significados a partir de la interacción en la red social Facebook, que actualmente en México, cuenta con un aumento significativo de usuarios los cuales “se acercó un poco más a los 2,000 millones de usuarios, diciendo que alrededor de 1,860 millones de personas estaban utilizando mensualmente su servicio al 31 de diciembre, 17% más que un año atrás. Los usuarios activos en móviles crecieron 23%, a 1,150 millones, alrededor de 90% del acceso de usuarios a Facebook se produce a través de dispositivos móviles” (Economista, 2017).

Otra aportación se refiere a diversas reflexiones sobre la Interacción Social, ya que ésta es una nueva manera de comunicarse entre las personas, además de que existe una relación con la Comunicación y la Cultura porque es un “proceso básico para la construcción de la vida en sociedad, como mecanismo activador del diálogo y la convivencia entre sujetos sociales”(Rizo, 2006: 13). Porque que a través de su análisis se puede conocer como la comunicación se va enlazando en una red social y como se ha ido transformando cuando se comenta sobre un futbolista, ya que no hay una comunicación cara a cara, sin embargo, las personas pueden interactuar y establecer relaciones sociales a través de la comunicación a distancia.

Otro aporte importante para la sociedad es que se escogió a este futbolista y no a otro, porque este ha sido comparado con el futbolista Lionel Messi ya que se dice que entre ambos existe una rivalidad sobre quien es el mejor jugador del mundo, pero al comparar en las páginas oficiales de Facebook el numero de seguidores que ambos tienen se pudo ver que Cristiano Ronaldo, es una influencia de masas ya que actualmente el número de seguidores oscila en “120.518.426” (Cristiano Ronaldo. 2017, 4 de octubre). Humbled. [Estado de Facebook] y su rival tiene “87.783.855” (Lionel Messi. 2017, 4 de octubre).Humbled [Estado de Facebook], como tal estás cifras sirven para darse una idea de cuantos seguidores están influenciados por este futbolista.

Otro factor importante de mencionarle a la sociedad, es que se eligió al futbolista Cristiano Ronaldo, porque es reconocido mundialmente a través del futbol, ya que transciende y se vuelve universal, es decir a algunas personas les inquieta lo que pasa con este jugador, sin embargo, a otros no les ocasiona absolutamente nada, pero a través del futbol se ha convertido en un ideal o prototipo varonil teniendo una presencia mediática, ya que es considerado entre los 50 mejores futbolistas del mundo, además de que es una figura pública, la cual es manejada de forma comercial ya que se estima que actualmente “obtiene por publicidad 33, 5 millones de euros al año (42 millones de dólares)” (depor.pe, 2014), además de que se ha dado a conocer en los medios de comunicación, comerciales y marcas reconocidas.

Otro punto importante es que este jugador, puede influir en algunas personas o en algunos varones sobre el hecho de ser como él, es decir a través de tener un cuerpo ejercitado que va más allá de lo que pide el futbol, así como trastornos alimenticios y depresión, ya que este futbolista puede influir en sus seguidores a través de los estereotipos que son cada vez más notorios en la actualidad, lo cual puede causar en algunas personas factores que alteren su vida.

Justificación personal

El motivo por el que decido trabajar este tema, es porque esta investigación se inserta en la Comunicación y la Cultura, ya que hoy en día a través de las redes sociales principalmente en el Facebook, podemos tener una nueva manera de comunicarnos mediante mensajes, signos, símbolos, e interactuar a través de los diferentes medios electrónicos que nos están permeando en la actualidad.

Es por esta razón que, lo que interesó analizar es cómo los usuarios de facebook, se expresan y perciben las fotografías del futbolista Cristiano Ronaldo, a través de los comentarios, además de percibir como idealizan y se construyen un imaginario de un hombre ideal. Pues bien, uno de los motivos por los que decidí trabajar en el futbolista Cristiano Ronaldo son que este deportista resulta ser un hombre atractivo, un buen jugador de futbol, elegante, con un cuerpo ejercitado, exitoso, sin embargo, para algunas personas no es así, ya que este futbolista, ha generado infinidad de estereotipos que pueden ser perjudiciales y ocasionar vulnerabilidad en algunas personas por no lograr ser como él.

Finalmente es cierto que hay otros futbolistas parecidos a Cristiano Ronaldo, pero se eligió a él, porque prevalece como modelo ideal del futbol y porque para algunos varones, les es motivo de inspiración, además de que este personaje, es un producto creado por la sociedad el cual es visto como mercancía, y se plasma su imagen en fotografías que causan controversia por los tipos de masculinidad que le refleja a la sociedad.

1.5. SUPUESTO

Esta investigación partió del supuesto, de las preguntas particulares que se plantearon al principio como posibles respuestas y se puede decir, que para algunas personas, ver las fotografías del futbolista puede que no inspire nada y no se exprese nada, sin embargo, algunas otras personas pudieran opinar acerca de su personalidad, vestimenta, o en su caso sea insultado o se exprese otra cosa totalmente diferente a lo que se espera.

Probablemente, la interacción que pueda darse genere discusiones o en absoluto nada, sin embargo, puede haber participantes que sin conocerse puedan intercambiar opiniones acerca de su aspecto, su personalidad, su sexualidad, y masculinidad.

Otra cuestión, sería que a través de las fotografías haya insultos por lo que ven y que la interacción se propague hacia otros temas. Entre las diferencias que pudiera haber en los comentarios, de hombres y mujeres, podrían darse comentarios de admiración, de gusto, de odio, insultos, halagos, sentimientos y por otro lado, las mujeres pudieran expresar amor, insultar o tener un lenguaje más atrevido en cuanto a la masculinidad, causando una interacción individual o en grupo.

CAPÍTULO 2

CONTEXTO SOCIO-HISTÓRICO

El siguiente contexto socio-histórico, sirve para ubicar al lector en el tema de esta tesis.

2.1. Tecnologías de la Información y Comunicación

Primeramente, se habló sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que es importante, porque hoy en día las figuras públicas, se promueven a través de una plataforma de difusión y promoción y como tal el objeto de estudio el cual es el futbolista Cristiano Ronaldo, encaja muy bien en ellas, además de que hoy en día es común escuchar y hablar sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación, las cuales han tomado fuerza con el desarrollo del Internet y con el acceso a través de cualquier dispositivo que nos permite navegar, por lo que se le considera una plataforma digital que nos envuelve en diferentes modos de pensar de cada persona que las utiliza. “Vivimos en un mundo que en palabras se ha vuelto digital” (Castells, 2006: 56).

Estamos envueltos en el mercado electrónico es decir, “aparatos como reproductores de MP3, cámaras digitales y DVD cada vez son más baratos e interconectados” (Colle, 2004: 37). Las nuevas tecnologías de la información y la Comunicación, se han desarrollado con mucha velocidad, pero dos décadas atrás en los años 1970 y 1990 las tecnologías tomaban su propio rumbo expandiéndose por el mundo.

> Sin duda alguna, existen grandes áreas del mundo y considerables segmentos de población desconectados del nuevo sistema tecnológico: Además la velocidad de la difusión tecnológica es selectiva, tanto social como funcionalmente. La oportunidad diferencial en el acceso al poder de la tecnología para las gentes, los países y las regiones es una fuente crítica de desigualdad en nuestra sociedad. (Castells, 2006:60).

En el año 1990, varios grupos sociales comienzan a conectarse a un sistema tecnológico, pero es hasta en los años setenta dónde comienza el auge por las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Ahora bien, algunos historiadores mencionan que hubo dos revoluciones industriales, es decir en el siglo XVIII, se presenta una nueva tecnología la cual era la máquina de vapor, posteriormente la hiladora las cuales ya no son consideradas como herramientas sino como máquinas. Posteriormente cien años atrás, la electricidad junto con la química y la fundición de acero dan inicio a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, dando paso a la creación del telégrafo y el invento del teléfono.

Por otro parte, al final del siglo XVIII, “el consumo per cápita y los niveles de vida aumentaron poco al principio, pero las tecnologías de producción cambiaron de forma espectacular en muchas industrias y sectores, preparando el camino para el crecimiento sostenido en la segunda mitad del siglo XIX, cuando el progreso tecnológico se extendió en la industrias”. (Castells, 2006: 63).

Con “la invención de la máquina de vapor es el hecho central de la revolución industrial, que estaría seguido por la introducción de los nuevos generadores de fuerza motriz y del generador móvil” (Castells, 2006: 64). La máquina de vapor fue un invento esencial en ese entonces, después le siguió la electricidad, la cual fue la creación en la segunda revolución y los avances en la química, el telégrafo, y la telefonía que poco a poco se fueron desarrollando hasta conectarse entre sí.

Los años setenta fueron los que trascendieron en la tecnología y en la interacción con la sociedad, en el año 1971, se inventa el microprocesador un artefacto de la expansión de la microelectrónica, en el año 1977, se lanza con éxito el primer Apple II, posteriormente Microsoft produce sistemas operativos, para el año 1979 se produce la fibra óptica y en esa misma década Sony comienza a producir máquinas de video.

Por otra parte, la tecnología comienza a tomar en consideración los orígenes de la vida es decir, se genera en la microbiología el descubrimiento de genes y el ADN, que son utilizados para aplicaciones médicas. A finales de la década de los ochenta y comienzos del siguiente año, Estados Unidos decide financiar la microbiología para conocer el genoma humano.

En el año 90, varias empresas como Silicón Valley y compañías japonesas, taiwanesas, coreanas, indias y europeas, dan la bienvenida a la multimedia así como el diseño informático y la producción de imágenes para Hollywood.

Es importante decir, que las Tecnologías de la Información y la Comunicación, han sorprendido a varios países y al mundo lo cual ha provocado una innovación en la producción así mismo, México ha desempeñado un papel primordial en cuanto al uso de las Tics, ya que se ha desarrollado tecnológicamente a través de otros países. Obviamente, aún existe un retraso tecnológico pero se ha caracterizado una revolución tecnológica que ha cambiado las mentalidad de las personas.

En el siglo XX, las tecnologías han tenido un crecimiento así como pérdidas pero han sobresalido a través de compañías europeas, en donde la tecnología de la información utiliza considerables recursos y “se han establecido alianzas con compañías japonesas y estadounidenses que cada vez muestran sus conocimientos en tecnologías de la información avanzadas”(Castells, 2006: 85).

Es importante decir, que las Tecnologías de la Información y la Comunicación, no se desarrollan por un sistema, sino más bien su entrada es a través de una red, la cual se adapta mediante la interconexión, de este modo, la tecnología y la sociedad establecen una relación con la vida y la mente de cada persona por lo que “la tecnología no es buena ni mala, ni tampoco neutral”,(Castells, 2006: 92), simplemente genera un impulso para que en la actualidad algunos seres humanos, sean capaces de investigar las acciones en las que desenvuelven las personas así como los cambios que nos brindan las Tics para adaptarnos en el ámbito de la información.

2.1.1. REDES SOCIALES

Es importante, hablar sobre las redes sociales y en especial del Facebook, porque ahí se puede ver cómo se da la interacción entre las personas, además de que en la actualidad esta plataforma se ha vuelto un fenómeno no solo a nivel local sino mundial.

Al escuchar la palabra redes sociales inmediatamente las asociamos con el Facebook y Twitter entre otras, “sin embargo, la noción de redes sociales planteado va más allá de esta conceptualización. En realidad, es un asunto que ha existido desde el principio de los tiempos”. (Flores, 2014: 37).

Las redes sociales surgen en la Edad de Piedra, “cuando el hombre tiene la necesidad de relacionarse en grupos de su misma especie para defenderse y cazar animales con la finalidad de obtener alimento y abrigo, aumentando así sus posibilidades de supervivencia” (Flores, 2014: 37). La palabra Red Social surge en la época contemporánea, diversos investigadores han estudiado, desarrollado y perfeccionado el término.

> Entre los más destacados se encuentran: Kurt Lewin (1952) por sus estudios basados en las relaciones sociales informales, Jacob L. Moreno (1951) con los conceptos de la psicología geográfica y la técnica socio-métrica, para esbozar un mapa de la red de relaciones del tipo “quién conoce a quién”, John A. Barnes (1954-1972) por ser pionero en estudios acerca de las redes sociales familiares y extra familiares, informales y formales, así como Elizabeth Bort (1957), por sus estudios sobre las relaciones externas de familias urbanas, y el desarrollo de metodologías pioneras en el análisis de prácticas de interacción informal de la red extendida para el análisis de la distancia geográfica entre el informante y los miembros significativos de su red. (Flores, 2014: *38).*

Las redes sociales digitales, se originan en el año 1955, por Randy Conrads, “él cual crea un sitio web de redes sociales llamadas classmates.com con el fin de que las personas mantuvieran contacto con sus compañeros de escuela” (Flores, 2014: 40). En el año 1977, se crea “Six Degrees.com, considerada como la primera red social en la que se

permitía crear perfiles y listas de amigos. En 2002, comienzan a aparecer sitios para amigos online, como Friendster y Fotolog" (Flores, 2014: 40).

Para el año 2003, es inaugurado My Space, entre otros como Hi5 o LinkedIn. En el año 2004, "estudiantes de la Universidad de Harvard crean Facebook, sitio de redes sociales abierto al público en 2006 y considerado actualmente como la red social más importante del mundo, debido a su cantidad de usuarios (1.110 millones), hasta marzo de 2013". (Flores, 2014: 40).

Asimismo, en el 2006 nace el Twitter "un servicio de microblogging otra de las redes sociales más populares y exitosas (500 millones) de usuarios registrados, hasta abril de 2012" (Flores, 2014: 40).

En el 2005 México estaba considerado como el quinto país con mayor interacción en esta red social.

Es decir, "México se encuentra por encima del promedio de usuarios europeos y estadounidenses. Es importante señalar que si bien existe equidad de género en la región (50% son hombres y 50% mujeres), son las chicas quienes pasan más tiempo socializando en la red. De esta forma, los hombres pasan en promedio 8.2 horas y las mujeres poco más de 9" (Vázquez, 2014).

Como se puede ver, el mundo ha cambiado, las redes sociales brindan ciertas características que están presentes en el ser humano, desde el género, la condición social etc, y estas han permitido acercarse y tener contacto con figuras públicas, políticos, deportistas, incluso los presidentes. Además "los usuarios nacionales son más "fieles", tanto como seguidores como con sus marcas, es decir pasan más tiempo conectados, pero visitan menos perfiles. Esto significa que aunque siguen pocas cuentas o contactos, su interacción es alta" (Vázquez, 2014).

A través de las Redes Sociales también se han generado censuras en especial sitios como Facebook y Twitter, en donde ciertas organizaciones realizan llamados a las sociedades para diversos fines desde marchas, hasta conciertos y/o violencia en contra de alguien o de algunas personas.

2.1.2. FACEBOOK

El hablar en esta investigación sobre la red social Facebook, es de suma importancia, porque ahí se podrá ver la interacción que se da entre usuarios con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil, ya que esta red constituye el objeto de estudio y permitirá obtener información detallada sobre lo que se investigó.

De esta manera podemos decir que la red social Facebook, es creada en el año 2004, por estudiantes de la Universidad de Harvard, "sitio de redes sociales abierto al público en 2006 y considerado actualmente como la red social más importante del mundo, debido a su cantidad de usuarios (1.110 millones), hasta marzo de 2013" (Flores, 2014: *40).*

Esta red social es conocida en el año 2004 como TheFacebook.com y cambia su nombre a Facebook, posteriormente amplía su uso en las escuelas y universidades de E.U., llegando a 5.5 millones de usuarios.

> En el año 2006, se expande al público permitiendo integrarse a todo tipo de personas que fueran mayores de 13 años y contaran con un correo electrónico, alcanzando una cifra de 12 millones de usuarios activos; en el 2007 en una búsqueda ávida de expansión, lanza sus versiones en español, francés y alemán. Vemos que esta estrategia le fue muy efectiva, ya que actualmente se ha dado todo un fenómeno social alrededor de éste sitio de red, debido a que su crecimiento se ha ido dando a partir de ese momento de forma exponencial: en 2008 ya existían 100 millones de usuarios activos, para el 2009 supera los 300 millones y en el 2010 más de 500 millones de personas (Salgado, et al, 2011).

La red social Facebook, "es ante todo una empresa que persigue, como todas, una máxima ganancia económica. Uno de los principales negocios es el tráfico de datos personales que los usuarios comparten voluntariamente en la red" (López, 2014: 9). Es decir que se crea un espacio para añadir a amigos o buscar amigos que hace muchos años no se ven, además permite enviar mensajes privados, con un muro dónde se expresa lo que los usuarios sienten y piensan, así como publicar fotografías, imágenes, memes, canciones, videos, noticias etc.

Facebook, funciona de manera “viral propagándose y contagiándose por gente cercana que lo esté usando” (López, 2014: 10). Esto quiere decir que las personas comienzan a socializar desde esta red, la cual el número de usuarios que tiene es de “mil millones de usuarios, señalan expertos en redes, como lo es la firma ¡Crossing. Actualmente (septiembre de 2013) cuenta con más de 850 millones de usuarios” (López, 2014: 10). Siendo México el quinto país con una cantidad de usuarios de 31 millones.

Ahora bien, México, “se encuentra por encima del promedio de América Latina en el uso de social media, con un alcance del 98.2 de los usuarios de Internet, mientras que el promedio de la región es de 95.8” (Forbes México).

Las cifras que se tienen consideradas de cuantos usuarios tiene México en Facebook es de “49 millones de usuarios de Internet tienen un perfil en la red social” (Sánchez: El economista). Esta cifra representa un crecimiento de dos millones de usuarios en el año 2013. Una cifra exacta hoy en día es de “585 millones de usuarios a nivel global actualmente con una tasa de crecimiento de 7,9 usuarios creados por segundo,” (Salgado. et-al. 2011, p. 90), no cabe duda que tanto usuarios como grandes compañías han logrado establecer un canal de comunicación para interactuar y el cual reúne diferentes culturas y estilos de vida. Facebook es considerado el segundo sitio más visitado y popular y su valor estima en más de 42,000 millones de dólares.

2.2. FUTBOL

El siguiente punto, trata sobre la historia del deporte más popular del mundo, el futbol, que tiene más de 100 años de existencia y se dice que la fecha en que se practicó por primera vez fue en el año de 1863 en Inglaterra.

Este importante deporte tiene sus orígenes en los griegos, pero más específicamente con los romanos, ya que estos tenían “un balón más chico y dos equipos jugaban en un terreno rectangular, limitado con líneas de marcación y dividido con una línea media. El objetivo era enviar el balón al campo del oponente, para lo cual se lo pasaban entre ellos, apelando a la astucia para lograrlo” (FIFA, 1994-2015). El futbol le ha dado la vuelta al mundo, es decir se consolidó en nuestro país en 1898. Este deporte es “una práctica social ligado principalmente a la masculinidad” (Ibero, 2014), y aunque últimamente se le ha visto a la mujer practicarlo aún se nota una inequidad de género entre los que lo practican.

Cabe destacar, que este deporte ha generado miles de ganancias alrededor del mundo y como tal ha sido el principal indicador en la carrera de muchos futbolistas como en Cristiano Ronaldo.

2.1.2. CRISTIANO RONALDO

El siguiente punto trata del futbolista Cristiano Ronaldo, el cual nace el 5 de febrero de 1985, su nombre completo es Cristiano Mesías Ronaldo dos Santos Aviero, hijo menor de “María Dolores dos Santos y del jardinero municipal Dinis Aviero que le bautizó con el nombre de Ronaldo en homenaje al político y actor estadounidense Ronald Reagan” (Busca Biografias.com). Vivió en un barrio obrero en la isla portuguesa de Madeira junto a su familia humilde y sus hermanos “Hugo y dos hermanas mayores Elma y Liliana Cátia. Su bisabuela Isabel da Piedad era de Cabo Verde. Su familia tiene raíces firmemente católicas. Ronaldo declaró que vivían en la pobreza, teniendo que compartir habitación con sus hermanos y hermanas” (Busca Biografias.com).

En la escuela, fue popular entre sus compañeros, además fue expulsado por aventarle una silla a su profesor. A los 14 años le dijo a su madre que sería futbolista. Desde muy pequeño comenzó su gusto por el fútbol, posteriormente a la edad de 17 años “Cristiano Ronaldo realiza una prueba de tres días para fichar por el **Sporting de Portugal**, y dejó el **Nacional** para pasar a formar parte del club de Lisboa, debiendo de trasladarse a la capital portuguesa. Allí Cristiano tuvo tutores que le orientaban en sus estudios, psicólogos que le ayudaban en su etapa de adolescencia y médicos que vigilaban su crecimiento físico” (la voz digital. es).

A los 17 años juega en una liga portuguesa en el año 2001, causó una gran sensación ya que fue campeón en esa temporada 2001-2003.

Para el año 2003, juega en un “partido amistoso con motivo de la inauguración del estadio José Alvalade para la Eurocopa de 2004” (la voz digital. es). En ese partido Cristiano Ronaldo asombró a los presentes y en especial a “Sir Alex Ferguson, que pidió y consiguió el traspaso del crack portugués poco después en ese verano, pagando algo más de 12 millones de libras esterlinas (más de 18 millones de euros)” (la voz digital. es).

En el año 2004, Cristiano Ronaldo es considerado una estrella del fútbol durante la Eurocopa.

En el 2005 y tras la muerte de su padre es arrestado “bajo sospecha de violar una mujer en un hotel de Londres y puesto en libertad bajo fianza. Ronaldo negó las acusaciones y los cargos fueron retirados” (Busca Biografias.com).

Para el año 2006, en el “Mundial de Alemania Cristiano volvió a ser una de las estrellas, ayudando a Portugal a ser cuarta clasificada,” (la voz digital. es).

En el año 2007, se rumora que jugaría en el equipo del Real Madrid, pero en ese entonces el equipo Manchester United al que él pertenecía le pone de oferta 80 millones de euros. Sucesivamente, “el 13 de abril de ese año Cristiano Ronaldo renueva su contrato con el equipo inglés hasta 2012 con su sueldo de 180.000 euros a la semana” (la voz digital. es).

Cristiano Ronaldo se “proclama bota de oro en el año 2008, siendo el máximo goleador de Europa” (la voz digital. es). Gana la Champions League y en ese año se comienza a hablar de su salida del equipo Manchester, para unirse al Real Madrid, lo cual no es desmentido por el futbolista. Pero como solo se rumoraba, Alex Ferguson “interviene y convence a Cristiano para que se quedé en el Manchester” (la voz digital. es).una temporada más.

En el 2009, “Cristiano Ronaldo se convierte en el jugador más caro de la historia del fútbol, el equipo del Real Madrid paga por él 94 millones de euros” (Busca Biografias.com).

El 6 de julio de 2009, Cristiano Ronaldo “fue presentado en el Estadio Santiago Bernabéu ante 80.000 personas” (Busca Biografias.com), como el nuevo jugador del equipo Real Madrid.

En el año 2010, “se convirtió en padre de un niño llamado Cristiano y al que la familia apodo Cristianinho, nacido en los Estados Unidos, el futbolista declaró tener la custodia del niño sin revelar la identidad de la madre” (Busca Biografias.com). En este mismo año se le relaciona con diferentes mujeres entre ellas con la modelo “rusa Irina Shayk, que supuestamente conoció a través de sus campañas de Armani Exchange” (Busca Biografias.com).

Durante este tiempo y a través de su pertenencia en este equipo, ha logrado ganar diferentes copas entre ellas la “Copa del rey en el año 2011, la Supercopa de España en el 2012, la Copa de su majestad el Rey, la Champions League y la FIFA Club World Cup” (Busca Biografias.com).

En el año 2014, gana su segundo balón de oro, dejando de lado a otros jugadores como Messi y Ribéry. “El 12 de enero de 2015 logró su tercer balón de oro alcanzando el 37,66% de los votos” (Busca Biografias.com). En este siglo XX, Cristiano Ronaldo ha sido un jugador importante para el equipo Real Madrid, debido a que, es considerado uno de los máximos realizadores de la historia de dicho equipo. Es evidente que, a sus 30 años sea “goleador incansable, destaca por su descomunal potencia física, una envidiable

velocidad, un fabuloso disparo con ambas piernas y un gran remate de cabeza. Una amenaza constante para las defensas contrarias" (realmadrid.com).

Este jugador ha logrado muchos éxitos, ha alcanzado victorias importantes durante su vida, y se le considera un ídolo y el mejor futbolista del mundo.

CAPÍTULO 3

ESTADO DEL ARTE

Para este Estado del Arte, se encontraron investigaciones, entre tesis de maestría y doctorado, así como revistas científicas, las cuales fueron de gran ayuda para esta investigación.

Estos trabajos académicos, son similares al tema de investigación que se desarrolló y el cual trata sobre la Interacción que se da entre usuarios de Facebook con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil, ya que dichas investigaciones fueron de gran ayuda para adentrarse en el tema, lo que guio a tener resultados concretos sin alterar la información proporcionada por especialistas.

3.1. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

La primera línea de investigación que se encontró son estudios sobre la interacción social y la comunicación interpersonal, de esta línea se obtuvieron tres investigaciones tituladas "Interacciones entre masculinidades. Microanálisis de actividad de investigación escolar en física", la segunda investigación se titula "Modelos de comunicación interpersonal medida y a distancia de la conversación cara a cara a la interacción social" y la tercera investigación tiene el nombre de "Comunicación Interpersonal en Internet". De estas tres investigaciones una es tesis en Maestría en Ciencias de la Comunicación y las otras dos un artículos una de la *Revista Convergencia. Revista de Ciencias Sociales* y la otra *Revista Mexicana de Investigación Educativa.*

En estos tres trabajos los autores se basaron en analizar el proceso de Comunicación Interpersonal mediante diversos medios, en uno de los artículos de revista, el objetivo de esa investigación fue analizar las relaciones entre las diferentes características de masculinidad, además de analizar las interacciones entre jóvenes mientras realizan tareas escolares, y en el otro artículo el objetivo fue explorar “los mecanismos que operan en el intercambio textual interpersonal que establecen los usuarios de las interfaces de comunicación Interpersonal” (Kiss de A. 2004: 277). El objetivo de la tesis fue “analizar el proceso de comunicación interpersonal a la luz de diversos medios” (Ortega, 2004: 4).

En cuanto al marco teórico que utilizaron estas tres investigaciones coinciden en el concepto de Comunicación Interpersonal, así como “el comportamiento del proceso interpersonal de comunicación mediado por diversas tecnologías” (Ortega, 2004: 39).
Sin embargo en uno de los artículos el marco teórico que utilizó tiene mucho más conceptos que me pueden orientan en mi tesis, algunos de estos son la Comunicación Interpersonal, los Procesos de Comunicación, Internet, la Semiótica del autor Eco. Además de que dicha investigación “no se restringirá al ámbito de la Comunicación Interpersonal, sino también a la relación entre las personas y la tecnología, a los procesos de comunicación colectiva y a la preocupación teórica sobre la interacción entre el destinador y el destinatario en el nivel de la estructura textual” (Kiss de A. 2004).

Asimismo, la metodología que utilizaron es diferente ya que en la tesis sobre los Modelos de comunicación interpersonal mediada y a distancia de la conversación cara a cara a la interacción digital, se puede ver una metodología de tipo monográfico-descriptivo, “pues solo trata de mostrar el comportamiento y modificación de los modelos de comunicación interpersonal mediada por diversos instrumentos” (Ortega, 2004: 5).

En cambio en la otra investigación la metodología que se utilizó es la observación participante dentro de un salón de clases, el uso de cámaras y grabadoras en actividades específicas, además de la etnografía, en la cual “la observadora está presente en todas las clases y en otros espacios escolares para aculturarse a aquel medio, conocer el

“lenguaje silencioso” de sus miembros y comprender mejor su comunicación íntima” (Taft, 1999). Escrito por Josimeire y Vaz, 2009: 7).

Por otro lado, en el otro artículo de revista no se menciona la utilizada y dicha investigación solo trata de comprender como la interacción se va construyendo a través de un contexto.

En cuanto a los resultados obtenidos en estas tres investigaciones se pudo ver que en una se comprueba que la interacción social entre los individuos facilita la comunicación interpersonal, en cambio en uno de los artículos de revista escrito por los resultados que se obtienen solo informan sobre la interacción que se da es a través de la masculinidad y cómo influye de un individuo a otro, en la otra investigación los resultados que obtiene es que “El proceso de interacción virtual comprende, dos orientaciones en la construcción del contexto de simulación: el que elaboran el emisor y del destinatario a partir de sus respectivas representaciones de la realidad y el que expresa el canal de comunicación, mismo que establece los márgenes simbólicos, gráficos y textuales que la interacción interpersonal es posible” (Kiss de A. 2004).

Así pues, dichas investigaciones tienen conclusiones que se entrelazan, es decir, en una de ellas “la comunicación interpersonal se puede dar o no dependiendo de diversos factores […] y no solo del medio en sí. Pues el mensaje existe a partir de un productor del mismo, un mecanismo de envió un interlocutor y alguien que responde” (Ortega, 2004: 19), por otro lado en la otra investigación a través del autor la comunicación interpersonal se pudo ver la masculinidad como primer lugar, así como las relaciones que se dan de esta, trayendo consecuencias de malestar o sufrimiento de algunas personas.

Asimismo, en el otro trabajo el autor Kiss de A. (2004), concluye que “la configuración tecnológica de internet como sistema de interacción permite una doble relación comunicativa: entre el usuario y la máquina, y entre usuarios a través de los medios, en un vínculo que va más allá del simple nexo con el sistema” (Kiss de A. 2004).

3.2. CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN FACEBOOK

La siguiente línea de investigación es sobre la construcción de la identidad en facebook. Para ello se encontraron cinco investigaciones, tres tesis, una de maestría en Desarrollo Humano, la otra de Maestría en Comunicación, la otra tesis doctoral y los otros dos trabajos artículos de revista una del Instituto de Estudios en Educación de la Universidad del Norte y la otra un artículo de la *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad.*

Estas investigaciones tienen cierta similitud con el tema y al observarlas se pudo ver que todas tienen como objetivo la construcción de la identidad, la igualdad entre sexos, la subjetividad en las redes sociales así como la auto-representación del yo en la red social facebook.

El marco teórico utilizado en estas investigaciones son las redes sociales, en el trabajo titulado “Identidad y Subjetividad en las redes sociales virtuales caso facebook se habla sobre “el desarrollo de las nuevas herramientas de comunicación” (Aguilar y Said, 2010: 193), además de como se ha permitido “desarrollar en las redes sociales virtuales los conceptos de identidad y subjetividad” (Aguilar y Said, 2010: 193). Así mismo, en uno de los artículos de revista se pudo observar que el autor que se elegido para ese trabajo fue al autor Erving Goffman así como “la interacción en si puede llegar a detenerse en un punto de confusión y desconcierto” (Goffman, 1993: 27-28). Citado en (Di Próspero, 2011: 3).

En cuanto a las otras investigaciones una de ellas utilizó de marco teórico al autor Gilberto Giménez quien define el concepto de identidad como “un proceso subjetivo y frecuentemente autorreflexivo por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos y su entorno social mediante la auto asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo” (Giménez, 2007:61). Definiendo así la Identidad como aquella que se mantiene “y se manifiesta en y por los

procesos de interacción y comunicación social". (Giménez, 2007:61). Citado en Alvarado, (2013: 27).

Así mismo autores como Erving Goffman quien habla sobre la construcción social del sí mismo y de la construcción de la imagen, también se definen conceptos como la manifestación de la identidad en la web y los procesos comunicativos que se plantean a través de la tecnología y la relación del hombre con la máquina.

En cuanto a la metodología utilizada por dichas investigaciones en la de Di Prospero (2011: 3) la metodología cualitativa a través de la etnografía la cual permite "desmenuzar (e incluso enredarse) en los usos que los sujetos despliegan en Facebook para luego categorizarlos que llevaron a conformar las dimensiones de análisis".

En otra investigación desarrollada por Aguilar y Said (2010: 203) utilizaron "mapas comunicativos que se caracterizan por la dinámica orgánica de las relaciones de conflicto y acuerdo ante las mediaciones video-tecnológicas urbanas y comunicativas (Barbero, 1994), las cuales inciden en las formas de relación de los individuos" Citado en (Aguilar y Said, 2010: 203).

En la tesis de maestría escrita por Alvarado (2013: 60) la metodología que utilizó el autor es entrevistas a ocho varones de diferentes edades así como historias de vida. En otro de los trabajos la metodología utilizada también es cualitativa, donde sus herramientas fueron "teórico-metodológicas, propuestas por la semiótica, la pragmática y ciberpragmática" (Alvarado, 2013: 60). Además de llevar a cabo cuestionarios de 20 preguntas con referente a la red social facebook y una etnografía virtual "recolectando la información de la cuenta personal de 20 usuarios 10 hombres y 10 mujeres, (Alvarado, 2013: 60), también se pudo ver el uso de análisis comparativo e individual sobre el uso de la web.

En cuanto a los resultados que dan estas investigaciones son muy similares ya que ambas coinciden en que los usuarios tienen contacto con otros a través del uso del facebook, así como aquellas acciones que se desenvuelven a través de subir fotografías y se generen comentarios que inciden en la relación de los individuos. También se destaca que dentro del Facebook, “los usuarios de la red social hacen publicaciones es decir el usuario dueño de un perfil se constituye como protagonista y público a la vez: sube sus posts y opina/ comenta sobre los de sus amigos” (Di Próspero, 2011:8).

Otro resultado más sería que los “individuos entran en contacto con otros, previamente vinculados o no entre sí, desde los contextos locales y globales, por los que cada uno transita de forma física o virtual” (Aguilar y Said, 2010: 205). Como último resultado se destaca que las imágenes o fotografías son principal factor de interacción entre los usuarios de facebook.

Estos trabajos tienen similitud en las conclusiones ya que cada uno identifica que a través del facebook se construye una identidad y subjetividad y “aprovechan la libertad de crear una personalidad quizás más atractiva, intelectual, seductora o divertida”. (Di Próspero, 2011:8). Además de que hoy en día “nuestra sociedad asume las tecnologías, pero seguimos teniendo modelos sociales antiguos, comunicativos y prácticas creativas que se mantienen la tradición, convive con lo moderno y en muchas ocasiones se contradice tanto como se complementa” (San Cornelio, 2002).

3.3. REDES SOCIALES Y GÉNERO

Otra línea de investigación son las redes sociales y género en este caso se encontró solo un trabajo titulado “Estereotipos publicitarios y representaciones de género en la redes sociales”, el cual es un artículo de la *Revista Científica de América Latina y El caribe, España y Portugal* publicado por Redalyc. El objetivo que tiene esta investigación fue presentar los resultados del análisis cualitativo y cuantitativo de las auto-representaciones que los y las adolescentes elaboran en Foto log.

Además de centrarse en “las imágenes que dichos adolescentes crean y comporten a través de la red están centradas en el sí mismo, el género y la sexualidad constituyen el eje principal de la representación” (Tortaja, 2013: 177-186).

Para esta investigación se utilizó de marco teórico el concepto de redes sociales, imagen, e identidad de género, así como al autor Livingstone él cual dice que la identidad “y las relaciones online están determinadas por una combinación entre las posibilidades técnicas que ofrecen las redes sociales y la cultura entre iguales” (Tortaja, 2013: 177-186).

La metodología que se utilizó fue un análisis de contenido cualitativo para “establecer qué tipo de imágenes se comparten en esta red social y un análisis crítico y cualitativo estudiando a profundidad los álbumes de 18 adolescentes” (Tortaja, 2013: 177-186).
Los resultados que arroja esta investigación fueron que aunque es de lo más frecuente fotografiarse con ropa “un 53% de los hombres y un 57% de las mujeres se fotografían con poca ropa, ropa ajustada o transparencias. Nunca lo hacen totalmente desnudos y apenas en ropa interior donde los porcentajes indican que un 5% son los hombres y un 2% las mujeres” (Tortaja, 2013: 177-186).

Las conclusiones a las que llega el autor sobre esta investigación fueron que “las auto-representaciones en las redes sociales usan las estrategias de estos contextos mediáticos, contribuyendo a extenderlas, popularizarlas y normalizarlas” (Tortaja, 2013: 177-186). Así mismo, el autor dice que “Las redes sociales son un espacio en el que se dialoga acerca del género, el amor, el deseo y el atractivo, y por lo tanto pueden usarse para transformar una socialización reproductora y fomentar en su lugar modelos alternativos de feminidad y masculinidad basados en las prácticas mediáticas (reflexivas) de los propios adolescentes” (Tortaja, 2013: 177-186).

3.4. MASCULINIDAD

Otra línea de investigación es sobre la masculinidad por lo que se encontraron cuatro trabajos el primero de ellos se titula "El futbol como organizador de la masculinidad" el objetivo principal fue "estudiar las áreas de la vida social como una fuerte presencia masculina que tiene gran relevancia en la historia de vida de los varones de la región" (Tajer, 1998: 246), ahí se pudo ver que el fútbol forma parte de una área de la sociedad, es decir que a través de este deporte la masculinidad tiene gran importancia en la cotidianidad de los varones. Por otro lado en la investigación titulada "La construcción socio-existencial de los varones hoy", el objetivo fue impulsar a los varones a través de su vida y animarlos a responsabilizarse a que asuman su función social a través de su comportamiento sexual en la sociedad.

En otra investigación, titulada "La apariencia y características físicas de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor de influencia social mediática en la vigorexia masculina", su objetivo fue el estudio de la imagen masculina en la publicidad, donde las variables no verbales de apariencia y características físicas de los modelos publicitarios utilizados en una muestra de revista masculinas.

Otra investigación titulada "Identidad, Masculinidad, y violencia de género" su objetivo fue la interpretación de la violencia de género desde una óptica del análisis de la masculinidad.

En cuanto al Marco teórico utilizado, en las investigaciones coinciden en los conceptos de masculinidad, igualdad, género, la función social y familiar y el comportamiento sexual, la publicidad, la teoría de la agenda, la escuela de Frankfurt, la teoría crítica, así como autores como Marcuse, Fromm, Lacan y Foucault.

La metodología utilizada en estos trabajos, fue la cualitativa, en una se realizan entrevistas a ocho varones e historias de vida y en la otra se realiza un modelo clínico "que se utiliza desde la perspectiva de un psicoanálisis revisado desde los estudios de género" (Tajer, 1998: 265).

Por otro lado, en otra investigación desarrollada por Fanjul (2006), se realizaron sondeos a jóvenes de ambos sexos, además de grupos de discusión solo para hombres. De la misma manera, se utilizó el análisis de contenido “el cual permite estudiar determinados aspectos de la comunicación además de utilizar tanto las dos metodologías cualitativa y cuantitativa” (Fanjul, 2006).

Algunos de los resultados que nos ofrecen estas investigaciones es que “la mayoría de los varones consideran que el comportamiento hostil es propio de la naturaleza del varón, pues es algo que han tratado de controlar sin lograrlo” (Olivares, 2006: 264). Sin embargo, en otro resultado se puede decir que el gusto por ciertos deportes o actividades “viene desde la función parental, además de que el padre se los heredó” (Tajer, 1998: 246). Un resultado más de las investigaciones es que se comprobó que en la revistas “se busca un perfil corporal muy determinado es decir: meso morfo e hipermusculado, muy definido y sin nada de grasa (modelo culturista)” (Fanjul, 2006).

Otro resultado más en estas investigaciones es que no se esperaron ciertas circunstancias es decir “El resultado fue poco fructífero debido a la resistencia de los y las participantes en hablar con más precisión del tema estando presente el otro sexo. Esto sucedió particularmente en los hombres, mientras las mujeres mostraron relativamente más “confianza” en hablar sobre el tema, quizá debido a un tipo de experiencia concreta. Los jóvenes llegaban a frases ya hechas además de que no expresaban cómo percibían la violencia de género” (Botello, 2005).

Así pues estas investigaciones afirman en sus conclusiones que las características que más preocupan a los varones son sus características personales, entre estos el género y la paternidad, además de que “se le considera una dimensión y es la que articula los dos mundos que atraviesan en el ser humano es decir, el biológico y el social” (Olivares, 2006: 264). Por otro lado, la comunicación no verbal forma parte del discurso publicitario, en este sentido, “la figura masculina en la publicidad actual presenta formas estereotipadas que son utilizadas por esta para elaborar y construir mensajes” (Fanjul, 2006).

A manera de conclusión, estas investigaciones tienen cierta similitud con el tema, que se investigó y brinda un panorama más amplio de información y fue de gran utilidad para la elaboración de esta tesis, además de que permiten comparar los datos de todos los autores con los datos que surgieron en esta investigación.

CAPITULO 4
MARCO TEÓRICO Y MARCO CONCEPTUAL

En el siguiente apartado, se desarrolló el Marco Teórico y el Marco Conceptual, los cuales serán de gran utilidad para que el lector se centré en entender de lo que trata la tesis.

4.1. MASCULINIDAD

En primer lugar, se trató el concepto de masculinidad, ya que hoy en día, es un tema controversial que puede resultar un tanto complicado, y más cuando los varones se construyen un imaginario de lo que es ser hombre, desde el momento en que nacen y son diferenciados del sexo femenino, así como la forma en que se van construyendo como adultos, a través de algunas características que aluden a la hombría y las cuales con el paso del tiempo se han ido transformando a través de la idea de ser un hombre perfecto para esta sociedad.

Los estudios sobre la masculinidad se inician en:

> La década de los noventa del siglo pasado, nacen como una respuesta a las investigaciones sobre género, enfocadas en las distintas cuestiones de la mujer: su lugar dentro de la sociedad, la cultura, la historia, la familia, la subordinación de su ser y hacer ante el hombre y los esquemas patriarcales, su limitación o negación del uso del poder, su “representatividad” en cuanto a ser depositarias del capital simbólico, así como las variantes de estas formulaciones falonarcistas (Montesinos, 2007: 149).

Un argumento central de mi tesis, fue que la masculinidad propicia que el hombre ocupe cierto status y posicionamiento social. Sostengo que la mayoría de las personas idealizan lo que la masculinidad representa para la sociedad y el ejercicio de dicha masculinidad permite a los hombres formar parte de ella, ocupar un lugar legítimo en éste y los varones se representan a sí mismos como masculinos de acuerdo con el imaginario que tienen de su profesión, representado con esto un hombre ideal ante los demás.

Pues bien, para adentrarse aún más a este tema es preciso indicar que se tomó como punto de partida algunos autores como Bourdieu y Bonino los cuales tienen diferente manera de explicar lo que es la masculinidad y exponen diferentes percepciones de lo que es un varón para esta sociedad contemporánea, aludiendo que entre el sexo femenino y masculino se tienen diferencias, pero hacia los hombres son mucho más vistas como un ideal de nuestra sociedad.

Ahora bien, es conveniente decir que tales autores tienen las mismas ideas sobre la masculinidad, Bourdieu, explica las diferencias entre lo masculino y femenino.

Para entender un poco más al autor en su libro “La dominación masculina”, nos introdujo a entender de manera general cómo el hombre se representa con dominio y autoridad ante las féminas y a su vez como estas se han ido construyendo como el género débil, haciendo una clara división de lo que un varón debe realizar y una mujer de aceptar.

Asimismo, es necesario decir que, “la diferencia biológica entre los sexos, es decir, entre los cuerpos masculino y femenino y, muy especialmente, la diferencia *anatómica* entre los órganos sexuales, puede aparecer de ese modo como la justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división del trabajo” (Bourdieu, 1998: 24). Desde mi punto de vista, es entendible esa diferencia que se marca entre hombre y mujer, porque a través del pene y la vagina, se deriva una diferencia que es notoria entre ambos géneros y esa diferencia hace que se lleven a cabo las prácticas que cada individuo realiza teniendo una división muy marcada de lo que un hombre cumple y una mujer puede o debe realizar haciendo siempre diferencias desde su género.

Indudablemente, para este autor lo masculino y lo femenino tiene sus diferencias en el pene y la vagina, ya que justo esa diferencia hace que ambos géneros tengan una construcción social, es decir, que algunos varones se representan con el símbolo de masculinidad y virilidad siendo estas características ejemplos de dominación hacia el sexo femenino, y excluyendo algunas mujeres de formar parte de la sociedad. Por otra parte, y haciendo hincapié en la virilidad, se puede decir, que esta acción se ha convertido en el factor principal del hombre ya que representa la honorabilidad de cualquier varón así como el respeto de algunas personas, además de obtener algunos privilegios que solo benefician a los varones.

Resulta relevante explicar el concepto de virilidad:

> La virilidad entendida como capacidad reproductora, sexual y social, pero también como aptitud para el combate y para el ejercicio de la violencia (en la venganza sobre todo), es fundamentalmente una *carga…* Todo contribuye así a hacer del ideal imposible de la virilidad el principio de una inmensa vulnerabilidad. Esta es la que conduce paradójicamente, a la inversión, a veces forzada, en todos los juegos de violencia masculinos, como en nuestras sociedades los deportes, y muy especialmente los que son más adecuados para producir los signos visibles de la masculinidad, y para manifestar y experimentar las cualidades llamadas viriles, como los deportes de competición (Bourdieu, 1998: 68-69).

Esto quiere decir, que la virilidad masculina, se construye ante la sociedad como una acción de violencia, competencia y venganza, pero sobre todo honorabilidad, aunque para ello signifique una carga, sin embargo, la diferencia que marca sobre el sexo femenino radica en la representación como inferiores, aludiendo a que si estas pierden la virginidad asumen una mala reputación ante los hombres, en cambio, estos al representar su virilidad son o están obligados a tener distinciones, a experimentar, y mostrar que la masculinidad es el acto de cualquier varón, que se representa en cualquier esfera de esta sociedad.

Por otro lado, con relación al siguiente autor, Luis Bonino, Psicoterapeuta y Director del Centro de Estudios de la Condición Masculina, muestra en su texto titulado *"Masculinidad Hegemónica e Identidad Masculina"* (2002), la transformación de la masculinidad hegemónica, y como se representa a los varones en diversas etapas que serán convenientes argumentar.

Para comenzar, la idea de masculinidad, se muestra en la sociedad desde tiempo atrás, sin embargo, actualmente, ha ido construyéndose y descubriéndose en las diferentes instituciones como la familia, el trabajo y sobre todo en las relaciones entre el género femenino y el masculino, teniendo en cuenta que este concepto se ha ido transformando paulatinamente, generando cambios en los varones.

Luis Bonino, por ejemplo, afirma que la masculinidad tradicional, "llamada más exactamente masculinidad hegemónica (MH), no es solo una manifestación predominante, sino que como tal queda definida como modelo social hegemónico que impone un modo particular de configuración de la subjetividad, la corporalidad, la posición existencial del común de los hombres y de los hombres comunes, e inhibe y anula la jerarquización social de las otras masculinidades" (Bonino, 2002: 7-8).

Esto nos dice que, la masculinidad, es un modelo que la sociedad ha impuesto, a través de la igualdad, el físico de los varones, así como la posición económica que tienen, aludiendo que los hombres son privativos y jerarquizados de manifestar una diferente masculinidad y más aún en esta sociedad contemporánea.

Tal es el caso, del futbolista Cristiano Ronaldo, el cual con 33 años de edad, es considerado uno de los jugadores más caros de la historia del futbol y como tal se ha convertido en una muestra de la masculinidad hegemónica dominante, es decir, esta figura pública se ha ido construyendo como un modelo futbolístico para sus seguidores y no seguidores, su hombría ha sido expuesta para competir ante todo el mundo. Su pasión por el futbol la inicia a los 17 años, causando una gran sensación hacia las personas que lo veían jugar, sucesivamente, su imagen comienza a ser reconocida su masculinidad "alude a lo que significa ser (y no ser hombre). Pero es también un formato deseado y una imposición de ser que designa e indica lo atinente- y no atiente- para la pertenencia al colectivo de los hombres" (Bonino, 2002: 9).

A este respecto, este futbolista se ha convertido en un modelo deseado por algunas personas y es manejado para imponer un ideal de masculinidad, a través de su cuerpo atlético, además de que representa el perfil de ser un varón reconocido ya que este jugador, se ha transformado en un hombre cuyos atributos lo han hecho crecer, es un símbolo que provoca admiración entre los que le conocen, “se convierte así en un organizador privilegiado de la construcción del psiquismo y cuerpo masculino, y lo hace en intersección con otras relaciones de poder (edad, etnia, clase, opción sexual) para producir sus efectos” (Bonino, 2002: 11).

Por otra parte, para algunas personas, este futbolista es un “hombre común y corriente” que juega bien el futbol y a decir verdad, la mayoría de las personas no lo conocen ni saben de su existencia, sin embargo, en este tiempo, este personaje se ha ido presentando en la imagen de algunos niños y niñas que saben a lo que se dedica, quién es y en qué equipo de futbol juega, y algunos de estos seguidores perciben que este futbolista es un modelo a seguir, es decir, para algunos de ellos es emocionante verle con poder en una cancha de futbol y se convierte en un “arquetipo junguiano del Rey” (Bonino, 2002: 17).

Esto quiere decir que la masculinidad de este jugador lo transforma en un héroe del futbol, dominante, valiente, imponente y junto con su virilidad se vuelve un símbolo de respeto dentro y fuera de las actividades que realiza así como de su vida personal.

En consecuencia, la Masculinidad Hegemónica de Cristiano Ronaldo, se ha creado a través del éxito y de la proyección de su imagen en los diferentes medios de comunicación, esto ha logrado que algunas personas lo identifiquen como el jugador más famoso en el ámbito futbolístico de estos tiempos, y sea reconocido mundialmente sin embargo, su masculinidad puede simbolizar en los usuarios miedo porque este futbolista como los varones tienen miedo de reconocerse tal y como son, es decir, ocultan sus sentimientos y “encierran al hombre en el silencio, la vergüenza y la apariencia” (Bonino, 2002: 31), se construyen como hombres fuertes para ser reconocidos e idealizados por el sexo femenino y por otros varones, ese miedo o apariencia es la que demuestra que este jugador es manejado por otros para reflejar una identidad de súper hombre.

Podemos decir que, la masculinidad en este futbolista, es producida por otros varones que han idealizado que un jugador de futbol debe ser un héroe esto ha generado que algunos hombres se consideren igual de masculinos que Cristiano Ronaldo, por esta razón, se dice que la “Masculinidad Hegemónica no es algo de ponerse y quitar, sino que está inscrita en toda nuestra identidad (subjetiva, corporal y vincular) y modela nuestra posición existencial, por tanto modificarla supone un cambio identitario y posicional” (Bonino, 2002: 32).

Considero que, el entorno que cada persona tiene opera de diferente manera, si cada individuo sea hombre o mujer tuviera una identidad propia, sin aparentar, seríamos mejores personas, sin embargo, los estereotipos han causado en la sociedad que idealicemos con la idea de ser moldes de perfección tanto en el cuerpo masculino como en el femenino, creo que todos los seres humanos necesitamos de un cambio pero si esa transformación fuera vernos como iguales, se modificarían los estándares de belleza.

Si bien es cierto, existen textos y documentos con información precisa, en donde se explica lo que es la masculinidad, así como las diferentes masculinidades que se han ido construyendo, sin embargo, debido a que estas masculinidades se definen como “existentes y reales una serie de variaciones y modificaciones de la masculinidad que están mucho más en los discursos que en las prácticas, que cuando existen son periféricas, que se definen generalmente no por transformaciones de la MH sino a partir de líneas de fuga de ella por imperativo de las nuevas ideologías de la igualdad y la intimidad”(Bonino, 2002:8).

A mi parecer, esas nuevas masculinidades, son reales, porque depende de las prácticas que desempeñan los varones, aunque por otro lado, esas masculinidades aun solo se presentan en algunos documentos, los cuales se han ido deslizando a partir de las nuevas ideas que surgen en nuestra sociedad, esto ha generado que la masculinidad hegemónica tenga diferentes cambios en cuanto a la igualdad de género y la intimidad de las personas, no obstante, reiterando que en esta época ha ido lentamente construyéndose y generando una nueva idea de lo que representan los varones.

Por otro parte, la masculinidad hegemónica, se simboliza a través de las prácticas y comportamientos de los varones, así como en su imagen de sí mismo y de su profesión, sin embargo, algunos hombres se han ido idealizando conforme a lo que representan sus relaciones, es decir, unos encuentran su identidad en la familia, trabajo, religión, amigos, y como tal se van haciendo un imaginario de lo que representan ante los demás, sin embargo, puede que unos no se sienten identificados con la masculinidad, ni se cuestionan el hecho de ser reconocidos ya que cada persona adopta de diferente manera su identidad y existencia en esta sociedad.

Con el objetivo de entender el término de masculinidad Bonino afirma que es:

> Un significado diverso, y alude tanto al significado <<correcto>> de ser hombre como a diferencias como la feminidad. Es una categoría social, una organización más o menos coherente de significados y normas que sintetiza una serie de discursos sociales que pretenden definir el término masculino del género. (Bonino, 2002: 9).

Considero que, la masculinidad, es muy diversa ya que tiene algunas diferencias con el género femenino, porque tanto los hombres como las mujeres van teniendo su propia identidad y se van construyendo para la sociedad a través de los significados que brinda, así mismo, se van formando normas que hacen que las personas actúen y se comporten diferente, sin embargo, el género que más se ha idealizado es el de los varones al exteriorizarlos y engrandecerlos con poder y dominación ante las mujeres.

Asimismo, la masculinidad hegemónica es “algo más que un modelo referencial de tipificación (que lo es) con cuatro o cinco características que indican la manera aprobada socialmente de ser hombre” (Bonino, 2002: 10). Esto es que la masculinidad crea pero a la vez limita o sea, engrandece a los varones a través de la sociedad, pero también no los deja ser, se puede decir que se les obliga a que sigan un patrón asignado que los diferencia de las mujeres para que sean reconocidos socialmente.

A pesar de que la masculinidad, se ha ido construyendo en algunos varones es importante decir que el hecho de ser un hombre, implica varias situaciones, desde el momento en que nace, hasta sus comportamientos con otros individuos, sin embargo, las creencias de ser masculino, han ocasionado que el género femenino, sea visto como débil y no se tenga consideración sobre las cualidades de la mujer.

Recapitulando lo que ya se ha mencionado, se puede decir que ambos autores entrelazan sus ideas de lo que es masculinidad, las creencias que se han insertado de ambos géneros, nos dan una idea de que lo femenino y masculino se va construyendo, idealizando tanto a la mujer con al varón, desde luego, los hombres tienen un lugar en esta sociedad, a través de considerarlos con cualidades supremas y como el sexo fuerte.

A fin de que se entienda un poco más este concepto, es importante mencionar que la masculinidad tiene cuatro creencias que no pueden pasar desapercibidas, para ello a continuación se hará mención sugiriendo al lector sobre lo que se considera importante.

Una de las primeras creencias de la masculinidad hegemónica es la autosuficiencia prestigiosa, “la que afirma que ser hombre es adquirir cualidad de la autosuficiencia auto afirmativa, prestigiosa y eficaz” (Bonino, 2002: 17). Esta nos dice que se le asignan al varón diferentes creencias como ser libre, capaz, eficaz, diferente del sexo femenino, superior para lograr éxito y poder, haciéndoles creer que ellos tienen la autoridad de las cosas.

La segunda creencia es la belicosidad heroica, donde el varón debe ser valiente, fuerte, resistir al dolor, dominar, jamás llorar, competitivo, hacerse respetar y nunca mostrarse débil ni cobarde, esta creencia “promueve la figura del héroe, el soldado o el guerrero valeroso, o su versión del deportista, tan cara al imaginario masculino y en ella se basan todas las metáforas de la <<penetración>> masculina” (Bonino, 2002: 19).

La tercer creencia es el respeto al valor de la jerarquía, y donde se afirma que “ser hombre es adquirir un prominente lugar dentro de una estructura jerárquica masculina o sus referentes simbólicos tales como patria o institución encabezada por los <<los grandes hombres>>” (Bonino, 2002: 21). En esta creencia el varón debe tener autoridad y saber ordenar y mandar, pero también debe obedecer y ser sumiso.

La cuarta creencia es la superioridad sobre las mujeres y sobre los varones <<menos masculinos>> y la diferenciación de ell@s. Esta creencia hace hincapié en que los hombres deben distinguirse de las mujeres, ya que ellos tienen mucho más derechos así como la delicadeza de decidir con quién estar o de qué lado estar, además de no hacer cosas de homosexuales, no hacerle caso a las mujeres, tener muchas mujeres, porque

“el ser hombre es adquirir cualidad de superioridad frente a las mujeres, tener autoridad de ellas y no parecerse a ellas, así como también hacerlo con los hombres que se muestran<<menos masculinos>> (todos aquellos que no cumplen con los mandatos de la Masculinidad Hegemónica)” (Bonino, 2002: 23).

Otro punto importante, de la masculinidad es lo que afirma el autor Luis Bonino (2002: 3) quien clasifica a los varones en tres categorías:

> *Contrarios, favorables o ambivalentes* a los cambios de las mujeres, es decir tipifica por su posición ante las posiciones femeninas, de la misma manera ubica a los movimientos de masculinidad de acuerdo con su posicionamiento con respecto a las luchas feministas: A su juicio existen “cinco movimientos de varones… los de restauración o reivindicación de la masculinidad hegemónica [los] resistenciales [de] varones “feminizados” [y] nuevos modelos sociales masculinos (Bonino, 2002: 6).

Para ilustrar mejor, a los varones se les ha categorizado como contradictorios, optimistas y refinados, esto ha sido a través de comparar los cambios que tienen tantos ellos como las mujeres, es decir, se han clasificado a través de la posición de las féminas así como de los movimientos de lucha de ambos géneros. Habría que decir también, que los hombres se han renovado y han demandado que sean categorizados como varones en proceso de restauración, hombres feminizados y las nuevas masculinidades entre ellas la del hombre paternalista.

Para hablar de masculinidad hay que partir primero de la diferenciación entre dos conceptos que usualmente son confundidos: sexo y género. Diversos autores aluden a las diferencias entre ambas nociones, me refiero aquí a las vertidas por Orozco y Calvo (2016).

En principio, de acuerdo con estos autores, el sexo está determinado biológicamente y desde el nacimiento, y éste no cambia aunque en las últimas décadas algunas personas se someten a intervenciones quirúrgicas para cambiar la naturaleza de su sexo.

En contraste con esto, el género está definido socialmente, es un atributo que puede ser asignado por otros o por el sujeto mismo y está vinculado a las formas en que las personas se relacionan con los otros, al papel que juegan o se proponen jugar dentro del

rol de relaciones sociales. El género se aprende en el transcurso de la vida y va variando dependiendo de la cultura y la época misma.

Así por ejemplo, en un contexto, cultura o momento determinado, si un hombre lava los trastes del hogar puede ser catalogado como afeminado o como un hombre colaborador en las tareas domésticas. Si bien en una época se sugería y hasta impedía que los niños no realizaran tareas propias del hogar, como barrer, planchar, lavar la ropa, etc. En los tiempos actuales estas tareas ya forman parte de la educación propia para niños y niñas. Un ejemplo similar puede serlo la incorporación de las mujeres al trabajo, o la participación de las niñas en juegos deportivos, entre ellos el futbol.

Sin embargo, este es un proceso cultural lento, y por ahora, los deportes, y el futbol en especial es catalogado socialmente como un juego “propio de varones” y quienes lo practican como personas que muestran su hombría, su masculinidad. Esto es, en el juego de roles de género, los deportes que comprometen una gran y consistente actividad física son asociados a la masculinidad, a una actividad o un trabajo “propio de hombres”.

De acuerdo con Pascual (2015), las nuevas masculinidades, la cuales tienen su origen:

> A mediados y finales del siglo XX, en los años 60 y 70. En esta etapa aparecen cambios en la estructura familiar, se normaliza el divorcio y la autonomía de las mujeres, se dan una serie de cambios que proporcionan libertad y dignidad a numerosos colectivos hasta ese entonces discriminados tanto mujeres como homosexuales y negros (Pascual, 2015: 32).

Al mismo tiempo, el cuidado de los hijos e hijas, se le ha asignado a la mujer, por el hecho de ser las que les dan la vida, pero a través del tiempo, se ha visto que los varones tienen las capacidades y además intereses por cuidar y proteger a sus descendencias como lo hacen las mujeres ya que en palabras del autor Bonino (2003), “tanto la maternidad como la paternidad son construcciones sociales no determinadas ni por la biología ni por un carácter natural”. Es decir, que estas construcciones son inculcadas para que los hijos e hijas se idealicen un futuro más beneficioso, porque a través de las “nuevas masculinidades también aparecen nuevas formas de educar en igualdad” (Pascual, 2015: 37).

Pues bien, esta nueva forma de masculinidad a la que llaman <<padre cuidador>>, “pasa a ser un servicio y una relación más que un poder, no solo es positivo para las mujeres e hijos/as, sino también para ellos mismos” (Pascual, 2015: 37), ya que realzan y engrandecen el valor que tiene el ser padre en esta sociedad. Además mucho varones han “decidido dedicar parte de su jornada diaria al cuidado de sus hijos e hijas y han obtenido una gran satisfacción de ello, algo que era impensable algunas décadas atrás” (Pascual, 2015: 37).

Hay que hacer notar, que hoy en día esta nueva masculinidad se ha insertado en la construcción de los varones, algunas personas no ven mal que un hombre tenga a su cargo la educación de sus hijos e hijas, indiscutiblemente, es algo equitativo y que hasta cierto grado ha roto con lo tradicional donde la mujer sea la que debe educar y alimentar a sus hijos/as, sin embargo, “es necesario que la sociedad asuma un papel feminista en el que se demuestre la igualdad de roles en la población pues, por mucho que un padre quiera hacerse cargo de sus hijos e hijas, aun encuentra muchas dificultades: una familia, un padre soltero, un padre sólo” (Pascual, 2015: 38).

Considero que esta nueva masculinidad, es una aproximación a la igualdad de género porque para las sociedades, el hombre debe ser poderoso y tener una personalidad propia, pero a través de la paternidad, se podría generar un cambio en las emociones y en la educación de las personas, ya que “cualquier ser humano, tiene un papel importante para eliminar las actitudes machistas, es decir, la coeducación sentimental también educa en la transformación pacífica de conflictos” (Pascual, 2015: 39).

En conclusión, la masculinidad establece que las mujeres y algunos varones a pesar de tener la idea de lo que es ser hombre y mujer continúan construyéndose, ante un ideal o un imaginario muy antiguo y hasta cierto punto machista, por otro lado, hago hincapié en que ambos autores definen sus posturas de la masculinidad desde su perspectiva e identidad. Creo que la realidad sobre este concepto es manejar una propia identidad, sin hacerse ningún imaginario sea hombre o mujer, sin embargo, en esta actualidad, se han marcado muchos estereotipos que van enfocados hacia la masculinidad y sobre todo hacia la idea de ser un hombre ideal.

4.2. MASCULINIDAD Y DEPORTE

Hoy en día, los deportes en nuestro país y a lo largo del mundo, se han ido consolidando teniendo un gran reconocimiento de hombres y de mujeres que han logrado premios por sus actuaciones en actividades deportivas, cautivando a que algunas personas se interesen por realizar cualquier tipo de actividad física, ya sea al aire libre o en gimnasios, sin embargo, algunos deportes son solo considerados actividades para el sexo masculino dejando de lado la participación de las mujeres y excluyéndolas de las actividades físicas por el simple hecho de no ser varones.

Pues bien, el deporte “fue creado por hombres y para hombres y han desarrollado un lenguaje que servía a sus fines, hábitos y deseos, creando un reducto espacial, social y lingüístico que armoniza perfectamente con la tradicional identidad masculina” (Alfaro et al, s/f: 7). Al respecto, algunos deportes han sido creados para el sexo masculino, logrando que los varones se construyan a través de lo que desean representar para esta sociedad, aludiendo que el deporte solo es apto para el hombre joven y el que goza de buena salud. No obstante, algunas mujeres han logrado que su identidad se construya y se represente como la de los varones en el ámbito deportivo, concursado en diferentes actividades físicas teniendo una presencia social en cualquier competencia deportiva mundial.

El deporte tiene su historia según Blanchard y Cheska (1986), los primitivos ya utilizaban las actividades físicas y los juegos corporales para mostrar posiciones y valores de los hombres y de las mujeres frente a funciones personales y sociales que estaban diferenciadas: productividad económica y creación y mantenimiento de la vida humana y de las relaciones (Alfaro et al, s/f: 12).

Lo anteriormente expuesto, nos da una idea de que en la época de la prehistoria, el deporte y las prácticas que se realizaban, diferenciaban al género masculino del femenino, así como de sus propios comportamientos y las relaciones sociales con los que les rodeaban, teniendo una transformación evolutiva de la vida.

De igual manera, el deporte “tanto en la antigüedad como en la era moderna ha sido construido como una exhibición de las cualidades físicas y morales masculinas” (Alfaro et al, s/f: 12). Esto quiere decir, que en la actualidad y en el contexto en que vivimos se puede percibir que los hombres se van construyendo a través de los estereotipos que asigna la sociedad, ya que para algunos el hecho de verse y sentirse bien es símbolo de virilidad o de poder imponiendo su hombría a través del cuerpo y su honorabilidad como ideal de la masculinidad.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la virilidad es parte fundamental en los varones porque a través de ella se idealizan como el sexo fuerte y se construye un símbolo de hombría ante el sexo femenino, sin embargo, en el deporte esa virilidad es aún más notoria porque muestran valentía, coraje, liderazgo, rudeza, dominio y fortaleza ante la actividad física que realizan, además de que “se expresan los rasgos que tradicionalmente se exigen, al “verdadero hombre”, el hombre viril” (Alfaro et al, s/f: 12).

Dentro de este marco, el deporte puede ser determinado por la familia, ya que desde ahí se puede influir a que algunos niños y niñas muestren su gusto e inquietud por algunas prácticas deportivas, construyendo su propia identidad, sin embargo, para el sexo femenino no siempre es posible identificarse, porque es mal visto que una mujer realice actividades extremas y algunos deportes pueden atentar con su vida o incluso como lo afirma Pierre de Coubertin a principios del siglo XX, “*no es digno ni elegante que las mujeres participen en el deporte, resulta antiestético y carece de interés”, o: “las mujeres en el deporte están para coronar de guirnaldas al vencedor*” (Alfaro et al, s/f: 13).

Esto quiere decir, que solo los varones a lo largo de la historia han sido considerados para realizar todos los deportes que puedan existir, en cambio para las mujeres, en este ámbito no serían buenas representantes, ya que lo único que aportarían, sería elegancia y distinción para otorgar premios al sexo masculino, haciendo siempre mención que una dama es aquella mujer débil que no destaca en los deportes, porque se construiría una identidad sucia, de rechazo y sin interés dentro de todas las sociedades del mundo.

Actualmente, podemos decir que los deportes como el futbol, volibol, natación, patinaje, ciclismo, box, artes marciales, caminata, etc., en las mujeres les han permitido sobresalir en competencias o juegos olímpicos y esto nos da una idea de que la realidad sobre las

“diferencias” que hay entre hombres y mujeres solo ha sido parte de la representación que se construye como el ideal de lo masculino y femenino, porque la participación que tienen ambos sexos en los deportes, ha sido favorable para que la mayoría de las personas se interesan por cuidar su salud, a pesar de que se marcan muchos estereotipos que pueden ocasionar un imaginario insensible de lo que es ser hombre y mujer para esta sociedad contemporánea.

Desde mi punto de mi vista, podemos decir, que el deporte, en estos tiempos se ha introducido a que las personas realicen diferentes actividades deportivas que ofrece la sociedad, pero si hablamos en términos de género, el sexo masculino es el que sigue teniendo privilegios, sin embargo, hoy en día las personas, han tenido un acercamiento mucho más relevante a las prácticas deportivas “invitando a que los niños y niñas, hombres y mujeres en edad adulta y algunas personas de la tercera edad, así como a las personas con discapacidad física y/o psíquica” (Alfaro et al, s/f: 15), se integren a grupos sociales de su agrado y realicen el deporte que más les gusta, para mejorar la salud dejando de lado los estereotipos sobre el ideal del cuerpo humano.

Ahora bien, podemos decir, que el deporte y la masculinidad están muy presentes en el futbolista Cristiano Ronaldo, porque está figura pública, ha ido colocándose entre las personas como un ideal deportivo, incitando estereotipos que van encaminados hacia el sexo masculino y también a la idea de que una mujer puede idealizar con un hombre con cualidades varoniles causando que algunas personas se sientan identificadas y se construyan un imaginario de lo que es ser un deportista dentro y fuera de una cancha de futbol así como de su vida personal.

Resulta relevante explicar que son los estereotipos:

> Son representaciones esquemáticas de la realidad compartidas por un gran número de personas, que hacen relación a comportamientos, actitudes y creencias fijas e inamovibles. Pueden adquirirse sin experiencia directa de la realidad y son muy resistentes al cambio, incluso ante informaciones y experiencias nuevas (Alfaro et al, s/f: 16).

De las evidencias anteriores, los estereotipos que se marcan en el deporte y en el futbolista puede causar que algunas personas tengan comportamientos diferentes o creencias que ocasionen un desorden en su vida, adoptando un imaginario que no existe, es decir, este jugador, el cual es un varón de cuerpo atlético, puede representar un ideal en el sexo masculino y por ende hacer distinciones en cuanto al género femenino a través de un lenguaje inapropiado que haga referencia a que este varón y el deporte es solo para hombres, haciendo a un lado a las mujeres ya que el lenguaje deportivo " es sexista, porque representa la idea tradicional del deporte coincidente con la estereotipada imagen del deporte como ámbito masculino y en el que las mujeres permanecen invisibles" (Alfaro et al, s/f: 17).

Con esa finalidad, es importante resaltar que este futbolista se ha comercializado en el deporte a través del futbol, el cual para bien o mal se ha convertido en el gusto de algunos varones y de algunas mujeres, y la influencia que causa, genera que las personas tanto del sexo masculino como del femenino opten por señalar que las mujeres no son aptas para esta actividad física ni para ningún deporte, haciendo hincapié que "el futbol es cosa de hombres" (Alfaro et al, s/f: 17).

A continuación, se hablará sobre la Industria Cultural la cual se ha adentrado en el mundo con el paso del tiempo.

4.3. INDUSTRIA CULTURAL

Con el surgimiento del capitalismo, hasta la actualidad, se ha dado un modelo de producción, en el que la sociedad ha sido bombardeada con productos, que venden los medios de comunicación, que más allá de dar a conocer una realidad sobre el mundo, han vendido ideas falsas y constantemente nos impulsan a acudir a las tiendas de autoservicio, centros comerciales, y otros para adquirir lo que los productos promovidos por los distintos medios nos ofrecen. Por esta razón, nos adentraremos en el mundo de la Industria Cultural, para empalmar al lector sobre lo que hoy en día la comunicación produce y al mismo tiempo, altera el entorno social e individual.

Para comenzar, la Industria Cultural es entendida como:

> El conjunto de medios de comunicación tales como el cine, la radio, la televisión, los periódicos y las revistas, que integran un sistema poderoso para generar ganancias por ser más accesible a las masas, ejerciendo con ello un tipo de manipulación y control social, o sea, no solo edifica la mercantilización de la cultura sino que es legitimada por la demanda siempre creciente de estos productos (Pentiado, L. et al., 2011: 50).

En otras palabras, la Industria Cultural, a través de los medios de comunicación, tiene cierto poder en las personas, ya que vende, manipula y controla con los productos que nos muestra, además de que mientras más nos vamos insertando en el consumo, la demanda de los productos y la producción de estos es mucho mayor.

En la actualidad, la mayoría de los productos comunicativos que nos ofrecen son basados en estereotipos, marcas, status, prestigio y posicionamiento, que responden escasamente a la realidad y nos presentan productos que muchas veces están fuera del alcance de las personas, logran estas campañas comunicativas impactar en la sociedad y logran establecer un consumo constante sobre el comercio.

Cabe mencionar, que los autores que se tomaron como referente de la Industria Cultural son Max Horkheimer y Theodor Adorno, los principales fundadores de la Escuela de Frankfurt y autores de la *"Dialéctica de la Ilustración"*, los cuales nos acercan a entender este modelo de producción que se ha encargado de manipular a las sociedades.

En el siglo XIX, nace el capitalismo como un nuevo modelo de producción, y con él una Industria Cultural, que se ha encargado de envolver a las sociedades de todas las épocas, a través de una gran cantidad de productos comunicativos como la televisión, el radio, cine etc. "El capitalismo es un sistema económico que rige a nivel mundial en el presente, no existió siempre en las relaciones sociales entre individuos y países. Anteriormente hubo otros sistemas. Uno de ellos fue el feudalismo, el sistema económico y social que rigió durante la Edad Media" (Morcillo, 2015).

A pesar de que han pasado varios siglos desde el surgimiento de este modelo de producción, en la actualidad, se siguen percibiendo las formas de manipulación en las mercancías, obteniendo ganancias (que están al servicio de la clase alta), además de que se ha extendido la compra-venta y el consumo entre los diversos grupos de

sociedades, que lo único que nos ofrecen son contenidos de diversión, entretenimiento y que promueven el consumo de los distintos productos bajo diversos discursos en torno a la calidad de vida y que en muchas ocasiones ignoren u oculten la realidad.

Como ya se mencionó antes, Adorno y Horkheimer, son los fundadores de la escuela de Frankfurt, ellos unen sus ideas para escribir *Dialéctica de la Ilustración*, donde realizan una crítica a la Ilustración, además de agregar un capítulo sobre la Industria Cultural, que según estos autores muestra el retroceso del iluminismo a la ideologia y se ve reflejado en el cine y la radio.

A continuación se citaron algunas de las ideas principales de estos autores con respecto a la teoría de la Industria Cultural:

- La desconsiderada unidad de la industria cultural da testimonio de lo que se cierne sobre la vida política. Distinciones enfáticas (…) sirven para clasificar, organizar y manipular a los consumidores. Para todos hay algo previsto a fin de que ninguno pueda escapar (Horkheimer y Adorno, 1944: 168).

Esta primera idea, dice que la Industria Cultural se ha encargado de manipular a las sociedades y por lo tanto nadie logra salir de este sistema.

- La rara capacidad de cumplir minuciosamente las exigencias del idioma de la naturalidad en todos los sectores de la industria cultural se convierte en medida de la habilidad o competencia. Todo lo que se dice y la forma en que se dice se debe poder ser controlado en relación con el lenguaje de la vida ordinaria, como en el positivismo lógico. Los productores son expertos (Horkheimer y Adorno, 1944: 165).

La siguiente idea expresa, que se debe tener la capacidad de control, lo que se dice y la manera en que se dice, de acuerdo a los requerimientos que se tengan y por lo tanto esperar las reacciones de los consumidores.

- La Industria Cultural, en suma absolutiza la imitación. Reducida a mero estilo, traiciona el secreto de éste: la obediencia a la jerarquía social (Horkheimer y Adorno, 1944: 175).

Esta idea, se centra en los estilos y formas de vestir, actuar, hablar, etc., que diferencian a las sociedades, deben obedecer a la jerarquía que marcan las clases sociales más altas sobre las menos favorecidas. Teniendo como única opción la imitación, aunque ésta jamás sea igualada.

- El lenguaje que se remite sólo a la verdad no hace sino suscitar la impaciencia de llegar rápidamente al fin comercial que se supone persigue en la práctica. La palabra que no es medio o instrumento aparece sin sentido; la otra, como ficción o mentira. Los juicios de valor son percibidos como anuncios publicitarios o como mera palabrería (Horkheimer y Adorno, 1944: 192).

En la siguiente idea, se pudo ver que la Industria Cultural, utiliza al lenguaje con fines comerciales, y lo que se diga fuera de este sistema carece de valor, sin embargo, lo que los medios expresan con mayor facilidad son palabras que ni ellos mismos perciben como verdaderas, porque todo está basado en una fábrica de fantasías que aluden a entorpecer la realidad misma.

Con lo anterior se pudo concluir que la Industria Cultural, se ha insertando en las masas y en los individuos porque se han ido fabricado fantasías a través de la apariencia, ideales, status, estereotipos e imitación que han hecho que las personas tengan una vida mentirosa e insoportable.

4.4. CONSUMO CULTURAL

Con el paso del tiempo, las sociedades se han mantenido controladas y enajenadas en la manera de consumir, ya que los medios de comunicación, se han encargado de manipular y engañar a los individuos para propiciar un consumo desmedido, con tal de vender, trayendo consigo, falsas ilusiones, status, entretenimiento y diversión, a través de las diferentes culturas, religiones, pensamientos, gustos, debilidades y deseos, continuando a seguir con una vida de conformismo.

Pues bien, para adentrarse aún más en este tema, me base en el autor Néstor García Canclini, antropólogo argentino, el cual nos introduce al consumo cultural, en su obra titulada *"El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica",* en la que nos dice que el término consumo ha sido "definido y utilizado por diversas disciplinas (economía, antropología, sociología, ciencias de la comunicación)" (García Canclini, 1993, citado en Lozano 1997: 200).

En este sentido, el autor expresa que el consumo cultural, se ha ido incorporando a los cambios culturales y a las diferentes percepciones que las disciplinas han adquirido, a través de un pensamiento propio, así como diferentes maneras de interpretar la vida, generando en el individuo un ser social consumista, que se ha ido adaptando a los precios de las mercancías y a su mismo salario.

Es por esta razón, que la gente:

> Consume en escenarios de escala diferente y con lógicas distintas, desde la tienda de la esquina hasta el supermercado y los macrocentros comerciales. Sin embargo, como las interacciones multitudinarias y anónimas de los malls y la televisión se hallan cada vez más entrelazadas con las interacciones pequeñas y personales, se vuelve necesario pensarlas en relación (García Canclini, 1993, citado en Lozano 1997: 200).

El consumo cultural, se ha ido insertando en algunas personas, a través de los diferentes mensajes publicitarios, que transmiten de manera masiva los medios de comunicación, estandarizando diferentes maneras de actuar y de pensar, así como conductas, que han hecho que las personas adquieran actitudes, las cuales permiten establecer vínculos, es decir, "los públicos se dividen en un gran número de grupos bien diferenciados por variables socioeconómicas, demográficas y culturales" (García Canclini, 1993, citado en Lozano 1997: 200).

Cada grupo o persona, tiene diferente posición económica, y vive en diferentes zonas los comportamientos no son los mismos, sin embargo, a través de algunos mensajes publicitarios, "las personas van ubicándose en ciertos gustos y en modos divergentes de elaboración sensible según las brechas generacionales, las distancias económicas y educativas" (García Canclini, 1993, citado en Lozano 1997: 200).

Con lo anterior, García Canclini señala que el consumo humano tiene muy poco que ver con la satisfacción de necesidades naturales, en otras palabras, debe aceptarse la "concepción naturalista de las necesidades". En este sentido, el autor afirma:

> Lo que llamamos necesidades, surgen en sus diversas presentaciones culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos. La clase, la etnia o el grupo al que pertenecemos, nos acostumbra a necesitar tales objetos y a apropiarlos de cierta manera. Y como sabemos, lo que se considera necesario históricamente aún dentro de una misma sociedad (García Canclini, 1993: 23).

Asimismo, rechaza "la concepción instrumentalista de los bienes", "es decir, la creencia de que los bienes son producidos por su valor de uso para satisfacer necesidades básicas" (García Canclini, 1993, citado en Lozano 1997; 201).

Por esa razón, al separar ambas concepciones podemos ver que el "consumo" se define como:

> La relación que se establece entre un conjunto de bienes creados para satisfacer un paquete de necesidades como una relación estimulo- respuesta. No existe correspondencia mecánica o natural entre necesidades y objetos supuestamente diseñados y producidos para satisfacerlas" (García Canclini, 1993: 24).

En este sentido, la producción de bienes o productos, no son fabricados ni mucho menos pensados por su importancia de uso o consumo, ni tampoco para satisfacer las necesidades primordiales de la vida; por el contrario, lo que logra el consumo más que cubrir una necesidad, es cubrir un deseo.

En otras palabras, es importante mencionar que el consumo requiere de la producción, como:

> Una esfera que sólo adquiere lugar mientras es llenada de significado. Ella, como proceso de mutación de la naturaleza, sólo logra su destino de ser consumida sin lo cual no podría existir- a través de la construcción de significados que humanizan productos y servicios (Pentiano, et al, 2011: 48).

Sin la producción, el consumo no existiría y como tal las personas no malgastarían porque este proceso lo único que hace es atribuirle un significado a los productos y servicios. Es decir, en “dominio del consumo,[…] el hombre es “rey”. En el dominio de la producción es “esclavo” (Rocha, 1994: 66, citado en Pentiano et al, 2011: 48), y sin ambas partes ninguna estaría integrada en las sociedades.

Como ya se ha dicho, el “consumo” ha sido abordado en lo económico, pero de igual manera, también puede ser visto desde un enfoque de la recepción, apropiación, audiencia o usos. De esta manera García Canclini afirma que el consumo es “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, 1993: 24).

Con lo anterior, se abordaron los seis principales modelos teóricos sobre el consumo cultural que hacen alusión a la definición anterior del consumo.

- **Modelo 1: El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital.**

En este primer modelo, García Canclini, hace hincapié en lo económico así como en la producción del trabajo señalando que:

> Identifica al consumo de bienes y servicios como manipulación por parte de la clase dominante de una sociedad. Esta última inculca en los trabajadores, a través de la publicidad y otros medios, necesidades artificiales que los lleva a consumir y a reforzar así la expansión del capital (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 201).

Esto da una idea de que la manipulación es la que domina a la sociedad, y junto con la publicidad y los medios de comunicación se encargan de enajenar a las personas para que consuman los productos que se les vende, expandiendo el capital y generando ganancias hacia otras sociedades.

- **Modelo 2: El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.**

Este modelo, se refiere al lugar que las clases sociales y los grupos tienen dentro de una sociedad y cómo estos compiten por apropiarse de algunos productos con tal de formar parte de ella, para esto el autor señala que:

> De ver al consumo como un canal de imposiciones verticales, pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 201).

Al respecto, se puede decir que hoy en día las sociedades compiten a través de lo que producen y la manera en que utilizan dichos productos, además de que los medios de comunicación se han encargado de engrandecer a las empresas haciendo alusión a cuál es la mejor o el mejor producto generando disputas entre los consumidores.

- **Modelo 3: El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.**

Este modelo hace hincapié en las diferencias sociales, así como en la distinción de símbolos entre los grupos y según Canclini:

> En sociedades que se pretenden democráticas […] el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Las diferencias sociales entre las distintas clases se da no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se les utiliza: qué programas se ven en la TV, qué música se escucha en la radio o en la grabadora o reproductora de discos compactos, qué películas se ven en el cine, qué secciones del periódico se leen etc. (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 202).

En otras palabras, las diferencias sociales, han formado parte de nuestra sociedad, no siempre se ha coincidido en gustos y el consumo cultural de eso se ha encargado de provocar diferencias sociales entre los consumidores, ya que se produce para todos los gustos y posibilidades y como tal cada persona decide que compra, vende, ve, escucha y lee.

- **Modelo 4: El consumo como sistema de integración y comunicación.**

En efecto, el consumo cultural ha propiciado que las personas se integren desde sus prácticas a convivir con los demás, y como tal se genera una comunicación entre los individuos. Al respecto el autor señala que:

> Las diferencias entre los grupos elitistas y los subalternos en México, no se dan ya como antes mediante la oposición entre lo propio o lo importado, o entre lo tradicional y lo moderno, sino como adhesión diferencial a subsistemas culturales con diversas [sic] complejidad y capacidad de innovación: mientras unos escuchan a Santana, Sting y Carlos Fuentes, otros prefieren a Julio Iglesias, Alejandra Guzmán y las telenovelas mexicanas o brasileñas de exportación (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 202).

Esto modelo dice que las diferencias entre grupos siempre han existido y como tal el consumo ha producido una gran diversidad de productos para todos los gustos, sin embargo, todos de alguna manera, nos vinculamos en los espacios a donde acudimos, es decir, las personas podemos reunirnos en una oficina, escuela, plazas públicas, restaurantes, centros comerciales, tianguis, mercados, cafeterías, centros deportivos, bares, etc.

- **Modelo 5: El consumo como escenario de objetivación de los deseos.**

Teniendo en cuenta que cada quien elige lo que consume, también elige lo que desea. Es por esta razón que:

> Hay muchos elementos irracionales o inconscientes en el consumo. Las personas actúan con frecuencia siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas […] pese a ser difícilmente aprensible, el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 202).

El consumo a través de los medios de comunicación, ha provocado que algunas personas, adquieran productos que solo generan deseos y que muchas veces, causan un consumo excesivo en ciertos artículos que no están a su alcance, ocasionando que

gasten en lo que no necesitan, e idealicen con mercancías que puedan alterar su estabilidad emocional y psicológica, un ejemplo de esto serían las pastillas para adelgazar, las cuales se promocionan a través de modelos estereotipados enfocando el cuerpo humano, alentando el deseo de ser esbelto, además de influir en gastar en productos que sin pensar en el daño pueden provocar alteraciones en la salud.

- **Modelo 6: El consumo como proceso ritual.**

En nuestra vida cotidiana, el consumo se ha hecho indispensable y este se ha vuelto un ritual, a través de nuestras prácticas, desde el momento en que decidimos ir a comprar algo a una tienda y nos adentramos a comprar lo básico ya sea un refresco, una paleta, un chicle, se va decidiendo que consumir y como lo deseamos.
En este sentido los rituales a través de:

> La sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan. Cada vez que una persona selecciona y compra y utiliza está contribuyendo a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 202).

Efectivamente, la sociedad y las personas eligen dónde y qué comprar, todo es un ritual porque constantemente lo adherimos a nuestra vida, cada quién decide adquirir lo que desea, y como tal se va construyendo un proceso en algunas personas donde su prioridad es consumir.
Estos seis modelos son necesarios en el consumo de productos, pero además también, sirven para darse una idea de cómo las sociedades y las personas se van construyendo un estilo de vida, en la cada quien elige los bienes que desea comprar y de la satisfacción o el deseo que da el apropiarse de los objetos.

Es bien sabido, que el consumo cultural está sumergido en todo lo que adquirimos y como tal formamos parte de un sistema en el que comprar y desear bienes es el deseo de la sociedad.

4.5. CONSUMO CULTURAL EN EL DEPORTE

Hablar sobre el deporte y específicamente del futbol, es un tema que mundialmente ha permeado entre individuos, en específico el futbolista Cristiano Ronaldo, ha trascendido como modelo en la industria cultural y como tal, es bien sabido que forma parte de este sistema capitalista.

Es importante decir, que los deportes se han ido consolidando con el paso del tiempo, en todas las sociedades y estos han pasado por un proceso histórico, en cada época, con sus propias particularidades. Los deportes toman auge en el imperio romano, ya que el emperador Augusto “consolida la política de seducir a las masas a través de los juegos en el circo y el anfiteatro, tanto para mantener a los ciudadanos al margen de la política como, para darse a conocer de cara a unas próximas elecciones para la magistratura” (Ruíz, 2015: 4).

De este modo, y tomando como modelo “el consumo como escenario de objetivación de los deseos”, de García Canclini, quien considera que “las personas actúan con frecuencia siguiendo “deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisas o a la relación con personas determinadas” (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 202), hay que admitir que los deportes provocan deseos e impulsos en algunas personas que gustan de apasionarse y evidentemente su mundo se convierte en un escenario deportivo, compartiendo sus deseos con otras personas que tienen sus mismas aficiones, dejando de lado su realidad.

Cabe destacar, que los deportes han ocasionado, que algunas personas tengan un comportamiento de agresividad ya sea individualmente o de manera colectiva, y muchas veces, propician emociones y sentimientos que resaltan los comportamientos negativos y destructivos de las personas. Así mismo, a través de los medios de comunicación, se ha descubierto que los deportes son competencias que enmarcan poder, diferencias de género, status y clases sociales y esto provoca que algunas personas consuman y se construyan un imaginario deportivo.

El deporte forma parte de la sociedad, distrae, enajena a los sujetos de sus problemas de la vida cotidiana, es interpretado como algo distinto del papel social que realmente juega el futbol para la sociedad, pero sin su realidad.

En nuestros tiempos, el consumo cultural se ha encargado de que cada sociedad, vea a los deportes como un espectáculo de diversión y ocio, atrayendo al público con una gama de productos relacionados con los deportes, desde gorras, tenis, playeras, comerciales con diferentes deportistas, bebidas, y anuncios publicitarios en todos los medios de comunicación, etc., causando enajenación para dejar a un lado los problemas sociales y políticos de cada país.

Pues bien, en la antigua Roma, los deportes, eran violentos y más por los espectadores que acudían a presenciar los juegos gladiatorios, se exaltaban entre ellos y provocaban rivalidades las cuales aumentaban su pasión y ocasionaban masacres. Sin duda, en la actualidad los deportes provocan pasión, euforia, excitación, en las personas y algunas veces han generado enfrentamientos entre los deportistas y el público ocasionando violencia que denigra el mundo deportivo.

A continuación, se hablará sobre el deporte tan apasionado en estos tiempos, el futbol, el cual le ha dado la vuelta al mundo provocando un consumo universal entre las personas que gustan de este deporte.

4.6. CONSUMO CULTURAL EN EL FÚTBOL

Al escuchar la palabra “fútbol”, inmediatamente se asocia a palabras como balón, cancha, estadio, jugadores, porteros, camisetas, tenis, torneos, gente, gritos, euforia, pasión, emoción, entrega, poder, ilusiones, tristezas, triunfos y el tan esperado gooolll, y se contagia de alegría y expectación a través de lo que los medios de comunicación presentan, es justo ahí cuando algunas personas deciden apoyar y comprar artículos deportivos de su elección apoyando a su equipo y consumiendo bienes sin preocuparse cuánto gasten.

Para entender mejor al fútbol, partiremos de su origen el cual se ubica desde “las antiguas civilizaciones e imperios. Pueden encontrarse antecedentes de este deporte desde el siglo III a.C., en la diferentes culturas donde ya se practicaban juegos que algo de fútbol tenían” (CONADE, 2008: 5).

Este deporte, lo practicaban los indígenas, su juego era a la vez “un ritual religioso y un deporte, llamado tlachtli en náhuatl, pok-ta-pok en maya y taladzi en zapoteca, que consistía en hacer pasar una pesada pelota de hule por un aro, pegándole sólo con la cadera y los muslos, y el equipo perdedor era sacrificado” (CONADE, 2008: 5).

El fútbol como tal se origina en el siglo “VIII hasta el siglo XIX, en las islas británicas practicado en las formas más diversas según el lugar o la región y luego se perfeccionó hasta el fútbol que conocemos hoy” (FIFA, 1994-2016). Se dice que este deporte tiene más de 100 años de existencia y que la fecha en que se practicó por primera vez fue en el año de 1863 en Inglaterra. Este importante deporte, surge con los griegos pero más específicamente con los romanos estos tenían “un balón más chico y dos equipos jugaban en un terreno rectangular, limitado con líneas de marcación y dividido con una línea media” (FIFA, 1994-2016).

Sin duda el fútbol, le ha dado la vuelta al mundo, en nuestro país, ya que se consolida en el año 1898. Para el siglo XX y de manera particular “el 21 de mayo de 1904 en París se funda la Federación Internacional del Fútbol Asociado, la FIFA” (CONADE, 2008: 5). La cual es la encargada de poner las reglas de este deporte en todo el mundo. “Desde entonces la FIFA, ha sido imparable, llegando a tener 208 asociaciones divididas en seis confederaciones” (CONADE, 2008: 5).

En efecto, este deporte es universal y atrás de él podemos encontrar múltiples problemas tanto económicos, políticos como sociales. Es importante precisar que el fútbol es un negocio redondo para los patrocinadores y dueños de clubes futbolísticos, que se han insertado en el mundo de la Industria Cultural, es indiscutible, que se generan ganancias

millonarias y como tal es visto como un espectáculo de emociones y pasiones que cada asistente paga cuando acude a un estadio de fútbol.

Haciendo hincapié nuevamente en lo que García Canclini nos muestra como modelos de consumo cultural, podemos decir que el fútbol se ha centrado en un lugar donde las clases sociales y los grupos compiten por la apropiación del producto social. Es decir, “de ver al consumo como un canal de imposiones verticales, pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo” (García Canclini, 1993, citado en Lozano, 1997: 201).

En este sentido, el fútbol y los estadios son lugares donde las personas de diferentes clases sociales, acuden a apoyar al mejor equipo, además de apropiarse de una identidad fuera de la realidad, ya que por el hecho de portar una camiseta futbolística, puede generar en la masa una representación imaginaria por usar y adquirir productos deportivos que hacen engrandecer a algunas personas.

Hay que tener en cuenta, que este deporte, es el más visto por el mundo y se distingue porque está en la mira de los medios de comunicación, y como tal este sistema es muy contagioso para las personas, en este sentido es reconocido por influir moda, status, posicionamiento, diversión y deseos para algunas personas a las que les gusta este deporte.

Desde mi punto de vista, puedo admitir que el fútbol es una mercancía, que ha envuelto a las personas a comprar o idealizar con este deporte y efectivamente, también es manejado en lo económico, social y político, es cuestionable la intención que tiene el consumo cultural, ya que ha sabido manejar la industria del deporte para mantener a los espectadores sumergidos en un mundo de fantasía e ilusiones.

Por otro lado, no estoy de acuerdo con que este deporte, sea totalmente visto como mercancía, porque aunque se sabe que genera ganancias y es un espectáculo de diversión donde se manifiestan violencia y rivalidades, este puede también ser impulsor

en algunas personas, como una actividad deportiva, que libera tensiones y estrés, acercando a hombres y mujeres a practicarlo sirviéndoles de pasatiempo y ayudando a mantener buena salud, y aunque todo marca hacia un consumo, reitero que más que atacar este deporte, pretendo acercar hacia una nueva visión de la realidad, considerando al deporte como una actividad sana que todos los seres humanos de este mundo pueden practicar.

4.7. CONSUMO CULTURAL EN EL DEPORTISTA CRISTIANO RONALDO

Llegados a este punto, podemos decir que para algunas personas, los futbolistas son hombres que indudablemente se exponen en un partido de futbol y como tal, arriesgan su físico en cada juego, pero si se compara a estos jugadores con los gladiadores de la antigua Roma, se puede coincidir en su manera de actuar ya que “Los gladiadores […] en su origen eran amateurs, soldados o prisioneros de guerra, y luchaban en ceremonias religiosas destinadas a honrar los muertos” (Ruíz, 2015: 4). Se honraron y se convirtieron en “un espectáculo sangriento como apreciado por los romanos” (Ruíz, 2015: 4).

Pues bien, partiendo de esa idea se puede comparar que los jugadores de futbol, son precisamente unos gladiadores, porque en cada encuentro futbolístico, salen airosos, rudos, imponentes, y como todos unos guerreros, para enfrentarse al equipo contrario y muchas de las veces esos partidos se convierten en espectáculos de combate y violencia por distinguir quien es el mejor equipo dentro de un estadio de futbol.

Ahora bien, partiendo sobre el futbolista Cristiano Messias Ronaldo Dos Santos Aviero, el cual nace el 5 de febrero de 1985 en una isla portuguesa, e inicia su carrera deportiva a los 10 años de edad, con el equipo de “Spoting de Lisboa”, comienza a consolidarse como el jugador más caro de la historia del futbol, su carrera toma auge cuando en el año 2003, el equipo del Manchester paga la cantidad de 17.5 millones de euros, o sea, este futbolista y un gladiador, se convierte en negocio redondo, lo cual se asemeja a ese entonces, en que un prisionero de guerra, ingresaba más de 20 millones de sestercios

(monedas romanas), además de impulsar a la creación de escuelas de gladiadores, como en el caso de las escuelas de futbol.

La similitud que tiene este futbolista con un gladiador es muchas ya que “los gladiadores profesionales disfrutaban de buena comida, y cuidados corporales” (Ruíz, 2015: 4), y en este sentido Cristiano Ronaldo, muestra un cuerpo atlético y una alimentación rigurosa cuidando su físico.

Teniendo en cuenta que, el consumo cultural se centra en este deportista, podemos decir que, este se ha convertido en un modelo ideal de futbolista y que sus actuaciones generan ganancias, ya que infinidades de marcas lo patrocinan y le han otorgado posicionamiento, status a través de miles de productos y generando un “récord de 300 millones de dólares en ganancias” (ESPN, 2015).

Este futbolista, logra ser parte del consumo cultural que ejerce el enorme conjunto de personas que le siguen, y a partir del modelo 5 que señala García Canclini, el consumo como escenario de objetivación de los deseos, podemos decir que este jugador, ha sabido manejar muy bien a las masas, porque se ha tomado como un objeto de deseo, para conseguir popularidad y prestigio en donde se encuentre, tal es el caso de las redes sociales, “ya que actualmente, el número de usuarios que le siguen es de aproximadamente 120.516.486 (Cristiano Ronaldo, 2017 5 de octubre).

Esta figura pública, logra consolidarse en las redes sociales a través del futbol, y como tal proyecta en sus seguidores infinidades de productos, marcas de prestigio y a comprar una gran variedad de artículos que causa que algunas personas idealicen con el hecho de visualizarse como el jugador.

Este futbolista, logra insertarse en la Industria cultural, a través de su carrera deportiva, y en suma absolutiza la imitación. “Reducida a mero estilo, traiciona el secreto de éste: la obediencia a la jerarquía social” (Horkheimer y Adorno, 1944: 175).

En este sentido, el consumo cultural, se centra en los estilos y formas de vestir de las personas así como su actuar y hablar, ya que dentro las sociedades las diferencias de las clases sociales están muy marcadas, siempre favoreciendo a la más alta y dejando al margen a las menos favorecidas.

Considero, que los medios de comunicación, han globalizado a este futbolista, y que la publicidad que le han hecho a este jugador lo coloca como una mercancía, porque pese a que algunas personas que no lo conocen, identifican el futbol y lo que representa para la sociedad, de igual manera, depende de cada persona, si este jugador inspira o no, ya cada quien adopta lo que desea, consume y pretende ser, aunque no sea realmente así.

4.8. INTERACCIÓN SOCIAL

Con el paso del tiempo, y de la cotidianidad, la manera de comunicarse de las personas ha tomado más fuerza, es decir, se comunican a través de gestos, miradas, sonrisas, ademanes, el cuerpo, y la distancia, las cuales han permitido que se desenvuelvan en su entorno y con las demás personas.

Es por esta razón, que este tema abordó la interacción social, la cual es un proceso comunicativo que permite que las personas intercambien, mensajeen e informen entre sí, ya sea de manera cercana o a distancia y mantengan un vínculo, el cual “designa una estructura de relación entre posiciones (unidas a la estratificación social, a los status, roles, identidades)” (Marc y Picard, 1989: 15).

Para esto, resulta conveniente decir que la comunicación es:

> Una transferencia de información. La cual a través de la lingüística ha contribuido a potenciarlo subrayando que no existe comunicación sin un código común al emisor y al receptor, es decir, sin un proceso de codificación y descodificación. Además de que el lenguaje no es sólo la transmisión de informaciones sino también la elaboración y el reparto de significaciones en un contexto portador de sentido.
>
> La comunicación es también un proceso psicológico: la recepción de un mensaje no es un registro pasivo; es una actitud activa de escucha en la cual intervienen múltiples factores (de selección, de interferencia…) que regulan la interpretación del mensaje (Marc y Picard, 1989: 18).

Esto quiere decir, que para que exista una comunicación debe de haber códigos, los cuales van dirigidos a la personas de manera recíproca, hay un intercambio y una transformación a través de mensajes verbales y no verbales con la finalidad de que los individuos y las sociedades compartan un mismo código.

Pues bien, para adentrarse en este concepto, es necesario decir que, la comunicación y la interacción social se conjuntan, ya que la comunicación interpersonal es aquella que se da entre dos o más personas y como tal esa relación, se ha transformado en una nueva forma de comunicación, ya que se ha insertado en millones de personas que usan las redes sociales como el Facebook, manteniendo una comunicación no presencial, pero interactuando con personas a través de la observación, y de la cibernética, adoptando un nuevo estilo de interactuar con varias personas, y teniendo como idea que la comunicación "aparece como un fenómeno relacional en el que los interactuantes, la situación, los comportamientos interactúan estrechamente entre ellos, formando un sistema circular de acciones y reacciones, de estímulos y respuestas" (Marc y Picard, 1989: 20).

En otras palabras, la comunicación ya no es lineal, o sea entre un emisor y un receptor, porque esta se ha expandido a nivel mundial, proyectando interactividad, a través de la tecnología, y los diversos medios de comunicación estrechamente relacionados entre sí, como la televisión, la radio y el internet, teniendo un cambio en la manera de comunicarse e interpretar la vida y el entorno que les rodea, además de que ha permitido que las personas transformen sus comportamientos, actitudes y su manera de ver el mundo a través de las "vivencias de los interactuantes, de sus sentimientos íntimos, de lo imaginario que suscita la interacción con el otro y sus relaciones afectivas" (Marc y Picard, 1989: 20).

Con esto quiere decir, que la comunicación ha permitido que las personas se relacionen en un nuevo espacio de vínculo con otros, expresando sus aficiones, gustos e inquietudes, dando paso a un sistema de comunicación el cual manipula con sus mensajes influyendo en significados como "la apariencia física, el vestido, los gestos, la

mímica, la mirada, la postura; cada comportamiento se convierte en un mensaje implícito y provoca una reacción en retorno" (Marc y Picard, 1989: 20).

Para comprender mejor la interacción social y en palabras de Marc y Picard (1989: 17), "la interacción no es solamente un proceso de comunicación interpersonal. Es también un fenómeno social anclado en un marco espaciotemporal de naturaleza cultural marcado por códigos y rituales sociales. Toda relación se inscribe en una institución que lleva con ella modelos de comunicación, sistemas de roles, valores y finalidades".

Se dice que la Comunicación Interpersonal, es el encuentro de dos o más personas que interactúan entre sí, teniendo una relación a través de mensajes, códigos y señas, ya sea de manera verbal y no verbal.

En palabras de Marta Rizo, (2006: 3), "en el proceso de comunicación interpersonal los sujetos proyectan sus subjetividades y modelos del mundo, interactúan desde lugares de construcción de sentido". Esto nos da una idea de que las personas van proyectando su realidad a través de interpretar y observar el mundo, sin importar el lugar en el que se encuentren y van dotando de sentido sus relaciones sociales, con base en códigos los cuales forman una interacción con las demás personas.

En efecto, el concepto de interacción social está asociado al de la comunicación interpersonal ya que "La comunicación interpersonal comprende interacciones en las que los individuos ejercen influencia recíproca sobre sus respectivos comportamientos, siempre en situación de presencia física simultánea" (Rizo, 2006: 3).
Podemos decir que esta comunicación puede comprender las interacciones que los usuarios del Facebook tienen a través de los comentarios que realizan sobre otras personas o figuras públicas ya sea de su agrado o no, y aunque su presencia no es física, su comportamiento y expresión con palabras, imágenes, emoticones influyen en los demás, para interpretar y mantener una comunicación.

4.9. INTERNET

Al escuchar la palabra Internet, inmediatamente la asociamos a computadoras, celulares, páginas web, buscador de información, interacción en redes sociales, escuchar música, mirar videos, ver fotografías etc. Sin importar en qué lugar se encuentren las personas.
Es por esta razón, que el adentrarse al internet con un clic, la información estará en segundos con un sinfín de contenidos, pues bien, en palabras de Manuel Castells, (2001: 1), “el internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad”. Es decir, las personas se han sumergido en un mundo y un nuevo medio de comunicación, de fácil acceso, en el que se expresan y comunican muchas culturas, sociedades, contextos, todo en tiempo real.

Pues bien, se puede decir, que a través del invento del telégrafo, teléfono, radio y televisión, se colocaron las bases para que el Internet creciera mundialmente, siendo un medio de información e interacción entre las personas independientemente de donde se encuentren.
El primer acercamiento con el Internet, fue en Agosto de 1962, “por J.C.R. Licklider, del Massachusetts Institute of Technology, en los cuales Licklider discute su concepto de Galactic Network (Red Galáctica)” (Álvarez y Pagés, 1997). Una red interconectada, la cual permitió acceder desde cualquier lugar a información y programas. “Licklider el principal responsable del programa de investigación en ordenadores de la (DARPA) desde octubre de 1962” (Álvarez y Pagés, 1997).
Para el año de 1961, Leonard Kleinrock, publica en el MIT (Massachusetts Institute of Technology), su primer documento sobre la Teoría de conmutación de paquetes, él convence al investigador del MIT Lawrence G. Roberts de la creación de una comunicación en paquetes en lugar de circuitos, “lo cual resultó ser un gran avance en el camino hacia el trabajo informativo en red” (Álvarez y Pagés, 1997). En el año 1965, Roberts, conecta un ordenador llamado TX2 en Massachusetts con otro llamado Q- 32 en California, “a través de una línea telefónica conmutada de baja velocidad, creando así

la primera (aunque reducida) red de ordenadores de área jamás construida" (Álvarez y Pagés, 1997).

Aunque ya se daban buenos inicios del internet por parte de estos investigadores, en el año 1968, Roberts se va a (DARPA) La Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa, a desarrollar su concepto de red de ordenadores, y elabora un plan para ARPANET, (Advanced Research Projects Agency Network), en español Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada de Defensa, dándolo a conocer en el año de 1967.

La ARPANET, durante los años siguientes siguió trabajando en la conexión de ordenadores, además de completar un "protocolo host a host funcionalmente completo, así como un software adicional a la red" (Álvarez y Pagés, 1997), para el año de 1970, el Network Working Group (NWG), dirigido por S. Crocker, "acabó el protocolo host a host inicial para ARPANET, llamado Network Control Protocol (NCP protocolo de control de red)" (Álvarez y Pagés, 1997). Esto ayudó a que la ARPANET, se completara con el protocolo de control de red y durante los años 1971-1972, las personas de la red pudieran desarrollar sus aplicaciones.
En Octubre de 1972, la ARPANET llevó a cabo una exitosa demostración para dar a conocer la nueva tecnología de la red y en ese mismo año, "se introdujo por primera vez la primera aplicación "estrella": el correo electrónico" (Álvarez y Pagés, 1997).

En marzo de 1972, Ray Tomlison, de BNN, "escribió un software básico de envío-recepción de mensajes de correo electrónico, impulsado por la necesidad que tenían los desarrolladores de ARPANET de un mecanismo sencillo de coordinación" (Álvarez y Pagés, 1997), el cual serviría como guía para adentrase a lo que hoy conocemos como aplicaciones o plataformas las cuales están en constante funcionamiento por parte de las personas.

Para Julio de 1972, Roberts, expande "el primer programa de utilidad de correo electrónico para relacionar, leer selectivamente, almacenar, reenviar y responder

mensajes" (Álvarez y Pagés, 1997), dando la entrada a la aplicación del correo electrónico, la cual ha permitido que en la actualidad sea de gran utilidad y ha favorecido a lo que hoy en día conocemos como "World Wide Web"(Álvarez y Pagés, 1997), lo cual ha ayudado a un crecimiento a nivel mundial para todas las personas.

La red World Wide Web (www), es creada por Tim Bernes en los años ochenta, "se trata de una red conformada por millones de páginas relacionadas entre sí y con una cobertura planetaria, que se desarrolla a partir de la infraestructura de Internet de los años setenta" (Quintar, 2007: 75). En efecto, Internet, se desarrolla en las sociedades a través de la cooperación y comunicación, sin embargo, "también está sujeta a la influencia del poder hegemónico, como lo manifiesta la creciente competencia de las empresas transnacionales para establecer y consolidar cuasi monopolios sobre esa nueva infraestructura virtual" (Quintar, 2007: 75).

A pesar de saber que el Internet es parte primordial de la comunicación, en la vida cotidiana de las personas, cabe mencionar, que su desarrollo y el consumo excesivo puede ser peligroso, es decir, este medio puede ocasionar alteraciones en las personas tanto psicológicas como sociales y hasta económicas, y puede ser motivo de que existan diferencias y exclusiones por parte de las sociedades en este nuevo espacio de comunicación virtual.

4.9.1. INTERNET EN MÉXICO

Actualmente, algunas personas, no conocen el uso del Internet y algunas otras están en constante consumo, esto se puede ver en nuestro país, donde cada vez es más notorio que algunas personas utilicen el mundo virtual, con el internet se ha formado una nueva manera de transmitir las emociones y sentimientos, dejando de lado el mirarse cara a cara, además de que se ha expandido en todas las edades y es de gran utilidad para expresar, difundir y promover también las necesidades, gustos, inquietudes, de las personas.

El internet en nuestro país se origina en el año de 1987, para ello, “en 1992, se crea MEXNET A.C. una organización de instituciones académicas que buscaba en ese momento: promover el desarrollo de Internet en México establecer un Backbone Nacional, crear y difundir una cultura de redes y aplicaciones en relación al Internet y contar con conexiones a nivel mundial” (Internet Society, 1992).

En el año 1994, se desarrollan servicios de la red el ITESM, (Tecnológico de Monterrey) que crea una home page experimental, la UDLA (Universidad de la Américas A.C.), desarrolla su mosaic y la UDG (Universidad de Guadalajara) presenta su mosaic y desarrolla una sección sobre arte y cultura mexicana.

La situación que tenía el Internet en México en 1994, era que bajo el dominio mx “estaban declaradas 44 instituciones académicas, cinco empresas en com.mx y una institución en gob mx” (Internet Society, 1992).
Actualmente, a través de la página Web, www.isoc.org.mx, se puede acceder a diversos temas de internet así como su historia y algunos links, que tienen relación con otras páginas a nivel mundial.
En el año 1994, le son asignadas a México 150 direcciones IP, y en ese año, ya existían enlaces internacionales “dos del ITESM, dos de RTN, dos de Red UNAM, uno de CEtyS, uno de I.T. Mexicali y uno de UABC” (Internet Society, 1992). En el año de 1995, el internet en nuestro país ocupaba el lugar número 31 y “el segundo lugar en Latinoamérica después de Brasil” (Internet Society, 1992).

Entre los años 1994-1995, el “número de servidores World Wide Web, creció en un 160% y en nuestra actualidad la cifra ha aumentado a 2000%”. (Internet Society, 1992). En el año 1996, los dominios .mx eran de alrededor de 2,618. No cabe duda, que el Internet en nuestro país ha tenido un crecimiento e indudablemente el número de usuarios que se conectan diariamente va en aumento, para ello, se tomó como estadísticas la que presenta la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), entre los años 2006 al 2013, los usuarios que ocupan internet creció en un 53.9%.

Otro punto importante de mencionar, es que en el año 2014, las personas dedicaron más tiempo a conectarse a internet ya que “el tiempo promedio diario de conexión fue de 6 horas y 11 minutos (AMIPCI, 2015). Actualmente, las personas, “se conectan desde su hogar, seguido por el trabajo, la escuela ha vuelto a ganar usuarios, ya que la vía de acceso la cual es WIFI, (ya sea pública o privada), aumento significativamente” (AMIPCI, 2015).

Por lo que se refiere al uso constante de Internet en nuestro país, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía señaló que “en el último año aumentaron en casi seis millones los usuarios de Internet en México, al pasar de 65.5 millones, en 2016, a 71.3 millones en 2017” (Forbes México, 2018).

Como muestran las estadísticas, México se muestra con un aumento significativo en cuanto al consumo del Internet y para bien o mal, se ha expandido en todo el mundo, incrementando el número de usuarios, que día a día se conectan desde el lugar en el que se encuentren, ampliando muchos más posibilidades de comunicarse con lo que el Internet ofrece.

Considero que, el Internet, es una herramienta de comunicación que ha beneficiado a algunas personas, ya que se puede explorar, conocer, descubrir, expresar y observar países, culturas, o personas lejanas que están del otro lado del mundo.
En definitiva, el Internet ha ido evolucionando, ha generado cambios en la manera de interactuar no obstante ha inducido a que algunas personas no sean conscientes del consumo excesivo o las causas que generan utilizar la red, la cual está enajenando a la sociedad y el mundo.

4.9.2. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Es evidente, el gran impacto que han tenido en esta actualidad las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ya que con el paso del tiempo, estas han tenido una apertura a las posibilidades de innovarse y difundirse por todo el mundo, además de que se han convertido en una fuente de comunicación entre las personas que tienen acceso a la red del internet.

Para empalmarse un poco sobre su origen y como se desenvuelven se recurrió al autor Manuel Castells, en su libro *La Sociedad Red*, donde afirma que "las nuevas tecnologías de la información se han extendido por el globo con velocidad relampagueante en menos de dos décadas, de mediados de la década de 1970 a mediados de la de 1990" (Castells, 1999: 60). Esto nos da una idea de que las tecnologías han destacado en gran parte del mundo en poco tiempo, causando cierto impacto en diferentes épocas, sin embargo, no todas las personas tienen acceso a estas nuevas tecnologías y sobre todo en las zonas alejadas o en poblados donde las personas no cuentan con servicios de luz, teléfono y computadora.

En los años noventa tienen un gran auge estas nuevas tecnologías de la comunicación, como en su momento lo tuvieron durante el siglo XVIII las máquinas de la producción que sustituyeron a las herramientas de trabajo y que surgieron durante las dos revoluciones industriales. Entre estas máquinas destacan "la máquina de vapor, la hiladora de varios husos, el proceso Cort en metalurgia y en un sentido más general, […] sustitución de las herramientas por las máquinas" (Castells, 1999: 60). Por otro lado, en la otra segunda revolución la electricidad y la química así como la fundición de acero daban la entrada a las tecnologías de la comunicación, además de "la difusión del telégrafo y la invención del teléfono" (Castells, 1999: 61).

Se dice que las Tecnologías de la Información y la Comunicación, no son solo herramientas, sino más bien estás han incrementado para que algunos usuarios, desarrollen sus capacidades y tomen el control de Internet, avanzando rápidamente, en una transformación. Dado que las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se han ido descubriendo constantemente, "en las áreas metropolitanas del mundo

industrializado son los principales centros de innovación y producción tecnológica de la información fuera de los Estados Unidos" (Castells, 1999: 84).

La Ciudad de México, se ha innovado en la producción y el uso del Internet, propiciando una revolución en la tecnología en todo lo que nos rodea, el entorno cultural e institucional, pero específicamente, en "el conocimiento y la información, directamente relacionados con la producción industrial y las aplicaciones comerciales" (Castells, 1999: 84).

Es este sentido, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se han centrado en influir en las personas un consumo desmedido a través del entorno en el que se desenvuelven, mismo que se muestra en el uso de Internet, en el futbol y la Industria Cultural, además de que muestra una nueva manera de ver el mundo, ya que las personas de la sociedad juegan un papel en la construcción misma de la sociedad: si consumen tal cosa, pasan hacer mejor persona o diferente de las demás.

Pienso que las Tic´s son importantes para el mundo y también para la difusión y promoción de algunos bienes y productos, sin embargo, se han enfocado en expectativas que están fuera del alcance de las personas, presentado a las sociedades una realidad imaginaria, la cual algunas veces pudiera no ser verdadero, es por esto que me atrevo a decir que la tecnología en reiteradas ocasiones busca alejarnos de la realidad, centrándose en un mundo virtual falso causando comportamientos fuera de la verdadera realidad de la sociedad.

4.9.3. REDES SOCIALES E HIPERMEDIACIONES

En la actualidad hablar sobre las Redes Sociales implica, para algunos el hecho de interactuar a través de Facebook o Twitter ya que estas dos herramientas de comunicación se han vuelto un fenómeno mundial, sin embargo, las redes sociales no se inician ahí, ya que desde siempre han existido y con el paso del tiempo se han convertido en un aspecto fundamental en nuestra evolución como seres humanos.

Pues bien, como señaló en apartados anteriores de este tema, las redes sociales surgen, desde "la Edad de Piedra, cuando el hombre tiene la necesidad de relacionarse en grupos

de su misma especie para defenderse y cazar animales con la finalidad de obtener alimento y abrigo, aumentando así sus posibilidades de supervivencia" (Flores, 2014: 37).

Si bien es cierto, en la actualidad, las relaciones sociales se han ido fortaleciendo a través del uso del internet, además de que se ha percibido que para algunas personas el hecho de tener acercamiento mediante estas herramientas, les ayuda a identificarse con otros.

Considerando lo anterior, es importante mencionar "la Teoría de los seis grados de separación", la cual es expuesta por el húngaro Frigyes Karinthy en el año de 1929 y la que nos dice como a través de la redes sociales crece exponencialmente un número considerable de usuarios, con el solo hecho de que uno solo mantenga comunicación con sus conocidos, familiares amigos de trabajo y escuela ya que en promedio se dice que una sola persona mantiene contacto con aproximadamente 100 personas. De esta manera Flores menciona que:

> Si cada persona se relaciona con otras 100 personas, un mensaje podría comunicarse a 10.000 personas y si cada una conoce a otras 100, la red se amplía a 1.000,000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 10.000.000.000.000 en un sexto nivel. Por lo que en "seis pasos", mientras se tengan las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier persona en cualquier lugar del planeta (Como es citado en PandaLabs, 2008).

Esto quiere decir, que las redes sociales se van ampliando conforme a la cantidad de personas que interactúan, además de que permiten expresar ideas y enviar mensajes que llegan a distintos lugares, con la finalidad de tener una constante comunicación sobre lo que sucede en el mundo, accediendo a que cada usuario se relacione con sus gustos, afectos, intereses, puntos de vista, contextos, aludiendo que el Internet es una plataforma o un espacio donde las personas sin importar su clase social, etnia, lenguaje etc. estén en constante comunicación en la red.

Para adentrase un poco más en las redes sociales, podemos decir que son conocidas por su dimensión nombrándolas “2.0” y según Cristina Alemany (2009)[1], son:

> Formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

Las redes sociales, han favorecido una nueva manera de comunicar e interactuar en las personas, porque se mezclan un intercambio de opiniones, así como las formas de percibir el mundo, las cuales han hecho que los usuarios se transformen a través de grupos, manifestando sus ideales e identificándose.

En cierta medida, las redes sociales, han conformado grupos de personas tanto conocidas como desconocidas, que interactúan entre sí, y como tal, el llamado 2.0 ha logrado su objetivo, es decir, “ la web 2.0 o el blog 2.0 es sólo el espacio de Internet en el que se otorga una especial importancia a lo social” (Caldevilla, 2010: 47), puesto que lo que se destaca es la interacción de las personas que visitan y comentan logrando una transformación en la comunicación y en la sociedad.

Las Redes Sociales, han tenido un proceso de desarrollo significativo en su historia, podemos decir, que de acuerdo con diversos autores en el año 2003, estás aplicaciones tienen un crecimiento porque cuando algunas empresas se presentan en bancarrota, estás se elevan a través de algunos usuarios y sucesivamente, se despliega un boom, que favorece a la economía digital.

Para el año 2009, “las principales redes sociales en nuestro país son, en función del número de visitas y por este orden: Facebook, Tuenti, Badoo.com, My space.com, Twitter.com” (Caldevilla, 2010: 49).

Del mismo modo, las Redes Sociales, comienzan a tener mucho más uso, además de un riesgo, porque cualquier persona puede crear un perfil, y tener vínculos para conocer personas, conservar amigos con los que interactúa físicamente, buscar trabajo, participar

[1] Alemañy, Cristina (2009) “Redes Sociales: Una nueva vía para el aprendizaje”. *Citado en Cuadernos de Educación y Desarrollo,* Volumen 1, No. 1, marzo. Disponible en: http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm (Fecha de consulta el 8 de mayo de 2016).

en ellas por simple entretenimiento, el cual ha provocado que muchos usuarios de estas redes, se conviertan en observadores, ya que “exploran las actualizaciones del estado de algunas personas, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos compañeros de clase, etc” (Caldevilla, 2010: 53), dando paso al voyerismo, y esto indiscutiblemente está latente en la red social Facebook.

En cierto modo, las Redes Sociales, han logrado que algunas personas, tengan una mayor interactividad, además de cambios significativos en las conductas o modos de expresarse, porque ahora los sentimientos, o lo que pensamos se comunica a través de mensajes por vía celular, chat, WhatsApp, caracteres textuales o fotografías.

A pesar de todo, las Redes Sociales, han transformado en las personas cierto tipo de confianza y seguridad en uno mismo, sin embargo, también se corre el riesgo de no ser aceptado en estos grupos, porque algunos tienen ideologías diferentes; en este sentido, cada persona también “puede determinar con quién, cómo y cuándo comenzar una conversación, y por supuesto, cuándo esta se acabará de forma natural o a través de herramientas como “el veto de usuarios” (Caldevilla, 2010: 56).

Si bien es cierto, cada persona decide con quien interactuar, qué decir y cómo expresarlo y además cuándo iniciar una conversación o simplemente no opinar ya que si algo incomoda en una conversación, se puede eliminar lo que el otro dijo o bloquear al usuario y no volver a tener contacto.

Fortaleciendo un poco más sobre la Redes Sociales, estás se han vuelto un medio para compartir y expresar lo que deseamos y con ello, algunas personas se han transformado en ser más individualistas, y buscar representar su identidad, ya que en este sentido, las redes sociales, han permitido “que el ego del que se muestra crezca, a través de un blog, fotografías” (Caldevilla, 2010: 56).

Considero que, está nueva forma de comunicación ha permitido que las personas intercambien sus opiniones en cuanto a lo que perciben, además de que a través de esa nueva comunicación se , “comparten puntos de vista, aficiones, fotografías, experiencias, anhelos, miedos y emociones” (Caldevilla, 2010: 56), lo cual ha aumentado a que las Redes Sociales como el Facebook, Twitter, Instagram, entre otros se sigan esparciendo

mundialmente, sin embargo, haciendo hincapié en algunos de sus riesgos, se puede decir que no todo lo que se presenta en estás redes puede ser verdad, ya que algunas personas crean perfiles falsos, para intimidar, acosar, agredir, y violentar a toda la masa que está interactuando, provocando sentimientos de furia o rabia que pueden atentar incluso con la vida.

4.9.4. HIPERMEDIACIONES

La tecnología se ha ido transformado en este siglo, ahora se ha convertido en un nuevo mundo digital, las sociedades, se han ido innovando con el paso del tiempo, y hoy se puede hacer una comparación de la comunicación de masas y la nueva comunicación digital interactiva, que está permeando a todo el mundo.

Pues bien, la comunicación de masas, ahora es considerada como "Viejos Medios", porque en ella se presentaba una "tecnología analógica, una difusión (uno-a muchos-), secuencialidad, monomedialidad, pasividad" (Scolari, 2008: 79). Sin embargo, en la actualidad, se ha dado a conocer una nueva comunicación digital interactiva o conocida como "Nuevos Medios", ya que se ha visto, que ahora se dispone de una "tecnología digital, reticularidad (muchos-a-muchos), hipertextualidad, multimedialidad, interactividad" (Scolari, 2008: 79).

Dando un gran paso a la tecnología y lo digital, ya que según la digitalización en palabras de Nicholas Negroponte, (1995)[2] escribía que:

> Cuando los medios sean digitales, porque los bits son bits, tendrán lugar dos consecuencias fundamentales inmediatas […] En primer lugar, los bits se mezclan fácilmente. Se combinan y pueden usarse y reutilizarse juntos o por separado. La combinación de sonido, imagen e información se llama multimedia; aunque suene complicado, sólo se trata de la mezcla de bits […] En segundo lugar, ha nacido un nuevo tipo de bit, un bit que habla de otros bits. Estos nuevos bits son las <<cabeceras>>, tan conocidas por los periodistas que archivan <<fichas>> (que nosotros nunca vemos) para identificar un reportaje o noticia […] Estos bits no son visibles o audibles pero envían información sobre la señal a nuestros ordenadores.

[2] Negroponte, N. (1995), El mundo digital, Barcelona, Ediciones B (ed. Orig.: Being Digital, New York, Vintage Books, 1995). Página 33.

Es decir, en este mundo digital, el sonido, la imagen y la información, se han combinado en una mezcla de multimedia, creando plataformas, que no son visibles, pero están enviando información a través de los dispositivos que utilizamos como, teléfonos celulares, Smart tv, computadoras etc., ya que en este sentido, lo digital se ha adaptado a la interacción sin embargo, el calificativo digital tiene los días contados porque "la digitalización es fundamental ya que permitió el nacimiento de las nuevas formas de comunicación pero desde el momento en que todo el proceso de producción y los textos creados se digitalizan, es probable que esta característica desaparezca del discurso (no sólo teórico) porque no servirá para identificar a un producto o medio en particular" (Scolari, 2008: 83).

Por esta razón, es importante mencionar que en esta etapa de la comunicación surgen nuevos conceptos que han transformado a las Redes Sociales y al Internet, es decir, las Hipermediaciones, las cuales se definen como:

> Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí (Scolari, 2008: 114).

En otras palabras, las Hipermediaciones son el intercambio que va más allá de un texto, o sea, a través de las Redes Sociales, se va construyendo un nuevo espacio de comunicación, donde las personas participan e interactúan, mezclando diferentes lenguajes, y propiciando una comunicación que va enlazando no solo a un medio de comunicación sino a varios.

A decir verdad, los medios digitales, han tomado un nuevo papel en esta sociedad, ya que los medios de comunicación "viejos", se han centrado solo en ciertos medios como "(la radio, la prensa,), lenguajes (cinematográfico, televisivo) y géneros (la telenovela, los noticiarios)" (Scolari, 2008: 115), y las Hipermediaciones "apuntan a la confluencia de lenguajes, la reconfiguración de los géneros y la aparición de nuevos sistemas semióticos caracterizados por la interactividad y las estructuras reticulares" (Scolari, 2008: 115).

Considero que, ambas partes no tendrían por qué separarse, ya que comparando, lo único que se ha hecho con los medios de comunicación, es modificar o expandir los medios tradicionales a una interconectividad global, además de que al juntar ambas

partes, la comunicación se transforma, ya que “las Hipermediaciones no niegan a las mediaciones, solo miran los procesos comunicacionales desde una perspectiva diferente y los ponen en discurso desde otra perspectiva” (Scolari, 2008: 115).

4.9.5. FACEBOOK

Hoy en día, las Redes Sociales, giran en torno a la comunicación interpersonal mediada por computadora esto sucede en la Red Social Facebook, la cual es una nueva manera de comunicación en la que las personas interactúan, transformándose e interpretando su contexto y el mundo.

Por consiguiente, para algunas personas el hecho de tener comunicación a través de una computadora o cualquier dispositivo tecnológico, puede resultar alarmante, porque esta nueva manera de comunicarse ha causado que se fracture la interacción cara a cara y por ende, algunas personas, pierdan el interés de expresarse físicamente, y adopten a las redes sociales como su nuevo mundo virtual.

Para comenzar, el Facebook, se crea en el 2004, por un estudiante de la Universidad de Harvard, llamado Mark Zuckerberg, el cual lanzó “un sitio web llamado <<the Facebook>> con un servicio para ayudar a la red de estudiantes de Harvard, a conectarse entre sí” (Piscitelli, et al., 4).

Esta plataforma es abierta al público en el año 2006 “y es considerada actualmente como la red social más importante del mundo” (Flores, 2014: 40). En una nota publicada por la EMOL. Tecnología, el 23 de abril del 2015, se anunció que “el Facebook, superó los 1, 400 millones de usuarios en todo el mundo” (EMOL, 2015). El fundador de la red social Facebook, “informó que diariamente se miran 4.000 millones de videos en Facebook, y los usuarios de la aplicación, envían 45.000 millones de mensajes de texto por día” (EMOL, 2015). Con esto se puede ver que el Facebook, ha transcendido, ya que las personas con solo tener una cuenta de correo electrónico, pueden crear un perfil y adentrarse a esta red social.

Conviene destacar, que México, “se encuentra por encima de América Latina, en el uso del Facebook, con un promedio de usuarios que acceden a un 98.2%, estando muy por

encima de los países como Rusia, Turquía, Perú y Chile" (Vázquez, 2014). Pues bien, en esta plataforma, se pueden encontrar un sinfín de cosas, para todos los intereses y gustos, desde "subir fotografías y videos, jugar, responder trivias, consultar su horóscopo, planear encuentros y actividades, pero sobre todo comunicarse con otras personas y conformar redes sociales" (Imaña, 2008: 1).

El Facebook, ha roto barreras que antes no se imaginaban ya que se ha integrado como una actividad en la cotidianeidad de las personas que utilizan esta aplicación y ha permitido que algunos usuarios "planeen sus actividades, creen grupos o eventos en los que invitan a las demás personas a conciertos, cumpleaños y marchas de protesta" (Imaña, 2008: 1).

Puesto que el Facebook, les ha permitido a todos los usuarios crear perfiles, podemos encontrar a muchas figuras públicas como artistas, políticos, deportistas, presidentes de los países, religiosos, cantantes, grupos musicales etc., que se han adentrado a esta plataforma.

Tal es el caso del futbolista Cristiano Ronaldo, el cual tiene en su perfil un número de usuarios aproximadamente 120.579.528 (https://www.facebook.com/Cristiano/), que le siguen, así mismo, en su página oficial, se puede ver que este futbolista se presenta ante el público a través de sus fotografías, su vida privada, familia, sus actividades deportivas, videos promocionando marcas de ropa y zapatos, entre otras cosas, siempre resaltando su imagen ya que a pesar de que es una figura pública, al igual que los usuarios, se puede decir que "diariamente, se suben más de 1,5 millones de fotografías al Facebook" (Imaña, 2008: 1). Cualquier persona sea famosa o no tiene un fácil acceso a subir todas las fotografías que desee porque no hay un límite.

La plataforma Facebook, se ha expandido a diversos artículos de consumo que son parte fundamental en las necesidades de las personas y como tal, esta red social se ha convertido en una enciclopedia o en un mercado de comercio, porque aunque se sabe que es una plataforma de interacción, donde se conocen personas de todo el mundo, en ella, podemos encontrar muchas cosas, desde noticias, la radio, entrevistas, empresas, bolsa de trabajo, marcas de productos deportivos, automóviles, shampoos, marcas telefónicas, refrescos, alimentos, restaurantes, atención médica, personajes de la historia

universal y de México, productos de belleza, ropa, lencería, ejercicios, eventos culturales, museos, teatros, cines, programas en vivo, partidos de futbol y equipos futbolísticos, compra y venta de casas, departamentos, cine, etc.

Todo esto ha generado ganancias para el creador de la red, y para todos los que se anuncian en esta plataforma, pero no todo es hasta ahí, ya que a pesar de que el Facebook, muestra un poco la "realidad" también necesita de la televisión para seguir existiendo.

Otra razón, por lo que el Facebook, ha tenido tanto éxito, es porque le brinda a los usuarios la manera de elegir lo que más le gusta, es decir, hay un espacio en esta plataforma que agrupa sus preferencias como películas, libros, deportes, programas televisivos, música etc.

Actualmente, a los usuarios del Facebook, se les llama Facebookeros, porque tienen un uso constante en la red, como señala Imaña "si no estás en el Facebook, no existes, todo el mundo está ahí" (Imaña, 2008: 3). Esto quiere decir, que si las personas no tienen Facebook, no están dentro de los círculos sociales, o sea no están a la moda, no tienen personalidad, no tienen status y sobre todo no pueden opinar, y esto puede ser motivo de exclusión por parte de algunos que si interactúan en esta plataforma.

A pesar de saber algunas características que ofrece esta plataforma, su finalidad consiste en establecer relaciones con otras personas que no se conocen o mantener contacto con las que se tienen creando un vínculo más cercano, además de que por otro lado, ha logrado que algunas personas le den éxito y fama a figuras públicas como el futbolista Cristiano Ronaldo, que aunque muchos lo desconocen, lo siguen y viendo la cantidad de usuarios que tiene se puede decir que tiene una gran influencia sobre la masa que normalmente se conecta a la red.

Lo que sí es un hecho, es que el Facebook ha llegado para quedarse esta plataforma ha sabido expandirse en cada sociedad, sin embargo, aún está lejos de abarcar con toda la sociedad puesto que desconocen la existencia de estas redes sociales ya sea por sus ideas o por su condición socioeconómica. Indiscutiblemente, la realidad en este mundo

actual, es que la comunicación mediada por computadora y en esta red social Facebook, ha abierto nuevas brechas al mundo digital.

CAPITULO 5

APARTADO METODOLÓGICO

La siguiente investigación partió de la metodología cualitativa, ya que este método dio la pauta para entender a profundidad el tema y ayudó a obtener información de una forma micro social y no macro social como lo hace la metodología cuantitativa. El método cualitativo como lo señalan Taylor y Bogdan se basa en "entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor, la realidad que importa es lo que las personas perciben como importantes (…) busca comprensión por medio de métodos cualitativos tales como la observación participante, la entrevista en profundidad y otros, que generan datos descriptivos (Taylor y Bogdan, 1994: 16).

Vale la pena decir que la metodología cualitativa se basa en la etnografía y la fenomenología, ya que a través de ella se pudo observar, interpretar, describir los comportamientos de las personas, sus sentimientos, emociones y prácticas, las cuales van más allá de obtener cifras como lo hace la metodología cuantitativa. A través de esta metodología se hizo un análisis concreto del tema y del problema específico para que con los nuevos resultados que arrojo esta tesis enriquezcan aún más la investigación.

Una de las tareas prioritarias de la metodología cualitativa en esta investigación, fue ver como las personas interpretan su vida personal, a través de los comentarios que hacen sobre las fotografías del futbolista Cristiano Ronaldo, básicamente, permitió observar y describir detalladamente todo lo que se expresa de manera textual, durante la interacción de los usuarios que siguen a este futbolista en la plataforma de Facebook.

Con esa finalidad, la metodología cualitativa, fue de utilidad para estudiar cualquier escenario y persona, ya que "todos los escenarios y personas son dignos de estudio, ningún aspecto de la vida social es demasiado frívolo o trivial para ser estudiado" (Taylor y Bogdan, 1984: 22). En este caso, el facebook y los usuarios fueron el escenario para ser estudiados, sin importar el espacio y vida social de cada persona que interactúa en la red.

Para lograr y obtener dicha información fue necesario realizar una de las técnicas de la metodología cualitativa la cual es la Etnografía Virtual, que tiene su origen:

> Cuando los investigadores comienzan a mostrar interés ante el fenómeno que representa la generación de espacios de sociabilidad, producto de la configuración de comunidades virtuales en Internet; una tecnología a través de la cual se favorece la emergencia de canales de comunicación que potencian interactividad, tanto asincrónica como sincrónica a través de correos electrónicos, las wikis, las redes sociales, los foros, las redes de colaboración, e incluso plataformas educativas donde se usan otros recursos como aulas virtuales, videoconferencias o la mensajería instantánea (Ruiz y Aguirre, 2015: 67).

A este respecto, se analizó como un espacio de sociabilidad, como lo es la red social Facebook, ha logrado que sus usuarios interactúen a través de las fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo con respecto a su masculinidad, además de observar qué se comenta de manera textual, sobre lo que es exhibido de este futbolista en esos momentos. Por otro lado, con la etnografía virtual se pudo ver hasta qué punto el internet "permite la interacción entre el investigador y los participantes de su estudio" (Hine, 2000:66).

Dentro de este marco, es necesario decir que la etnografía virtual, sirvió para desplazarse a través de la tecnología, es decir, que en la red social facebook, se puede avanzar en el tiempo y espacio siendo este un "objeto etnográfico, en tanto esté posibilitada por tecnologías accesibles, es la etnografía en lo virtual, de lo virtual, y a través de lo virtual" (Hine, 2000: 82).

No cabe duda, que esta red social, ha logrado que algunas personas se sumerjan en un mundo de virtualidad y tecnología aunque la "virtualidad a veces es dejada de lado por alternativas de moda" (Hine, 2000: 82). Pero de igual manera, la etnografía virtual se ha adaptado al mundo real, ya que es justo lo que conlleva a entrelazarse en el facebook y sobre todo en las interacciones que se dan entre las personas aunque no sean reales.

Si bien es cierto, hoy en día vivimos en un mundo englobado en el Internet y Redes Sociales, nuestras sensaciones y emociones son expresadas a través de una fotografía

o de manera textual, y para tal efecto surgen los MUD, los cuales son considerados como “Mazmorras de Múltiples Usuarios (Multi-User Dungeons) o MUD, una nueva clase de realidad virtual social”(Turkle, 1997: 229), estos MUD, se convierten en parte esencial de la interacción que se lleva a cabo en un mundo virtual como lo es el Facebook, ya que ahí la mayoría de las personas se comunican a través de lo que ven y de la interacción de manera textual.

5.1. TÉCNICA

La técnica que se utilizó en esta investigación fue la etnografía virtual la cual es “un método clásico de la investigación cualitativa que permite al investigador estudiar de manera directa el comportamiento de un grupo de personas, gracias al trabajo de campo realizado a través de distintas técnicas de investigación” (Mira, 2014).

Esta técnica permitió analizar cuál es la interacción que se da entre usuarios de facebook con respecto a la masculinidad representada en las fotografía que publica Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil ya que “este método clásico de la investigación cualitativa se ha desarrollado y todavía tiene una gran relevancia en el estudio de las costumbres y comportamientos de las sociedades actuales, donde los medios de comunicación e internet las ha modificado y transformado” (Mira, 2014).

De esta manera, a través de la etnografía virtual se pudo ver como los usuarios se relacionan entre sí, analizando los comentarios y percibiendo las conductas que muestran cuando comentan sobre las fotografías del jugador, ya que sin conocerse o si mirarse se pudo interpretar que representación tiene este personaje en la sociedad.

La etnografía digital, “consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo” (Mira, 2014). De esta manera, lo que se va a estudiar no es el uso del Internet, sino en este caso se observó la interacción de los usuarios con respecto a la masculinidad en las fotografías del jugador Cristiano Ronaldo, ya que la etnografía “es una actividad (espacio-distancia), que se relaciona y enlaza cosas entre sí para construir un todo homogéneo entre otras actividades” (Mira, 2014).

Con esta técnica, la investigación, se enriqueció y se obtuvo información variada para que en el análisis se obtengan preguntas y respuestas hacia el lector.

Para tal efecto, durante un periodo de cuatro meses que va del 11 de octubre de 2016, al 10 febrero de 2017, se observaron 36 fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo, y se analizaron 5 comentarios que hicieron los usuarios de las fotografías a través de la interacción, en distintos días y horarios, eligiendo una sola fotografía que subió el futbolista.

Al realizar la descripción de las fotografías y comentarios, se obtuvo a través de la Etnografía Virtual, una respuesta sobre el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, además de conocer "el impacto que tiene en la forma de interactuar entre individuo-individuo, individuo colectivo e individuo- máquina" (Soren, 2014). Esto fue de gran utilidad para conocer como la interacción social en Facebook, se adentra cada día más en la vida de las personas y las sociedades.

Otro punto importante por el que se decidió realizar la Etnografía Virtual, es que se ha propagado el uso de aplicaciones para socializar, además de obtener acceso a una gran cantidad de usos que da el Internet, se dice que ahora vivimos en una realidad virtual, aunque al ingresar a una red social como es el facebook, no se sabe realmente si todo lo que se publica es verdadero.

El mundo está en constante movimiento y cambios, "actualmente la realidad virtual reina en los sectores de entretenimiento y videojuegos donde se aplican la mayoría de los desarrollos, además son las industrias que la han impulsado con más notoriedad" (Solorio, 2016: 4). Esto nos da una idea de que el facebook y principalmente la página del jugador Cristiano Ronaldo se ha adentrado mundialmente en una industria de ganancias, esto con la finalidad de obtener mucho más dinero y prestigio o en otro caso, llegar a los usuarios a través de "aspectos como la identidad, lo físico o la conducta" (Soren, 2014).

Es por esa razón que la etnografía virtual "busca dar soluciones metodológicas para llevar a cabo investigaciones etnográficas relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y sobre todo con el Internet" (Soren, 2014), ya que a través

de la escritura, las conversaciones se van modificando y la personalidad de los usuarios se va representado conforme al contexto y a la interacción en esta red social, donde se navega, se conversa y se interactúa de manera libre o anónima.

CAPITULO 6

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este aparto se plasman los resultados de la investigación. Como pudo verse, se muestra primero cada una de las imágenes seleccionadas para hacer este análisis, incluyendo los datos generales que permitan su localización e identificación. Posteriormente se describió de manera general cada fotografía y se contextualizó también cada imagen.

Se transcribió en un tercer subapartado los comentarios vertidos por 5 personas sobre estas imágenes y después se analizaron las interacciones observadas de cada uno de los elementos de esta muestra.

Como elemento central de mi análisis se trabajó sobre las expresiones de masculinidad en cada una de las imágenes seleccionadas. Para concluir con una interpretación personal de la representación del futbolista de sí mismo, de su masculinidad, así como del carácter específico de los comentarios y de las relaciones entre los comentarios con las imágenes seleccionadas para este estudio.

Imagen 1. Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 11 de Octubre de 2016, 13:36

Vinculo:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154702951532164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía se pudo observar que el futbolista manifiesta una serie de ademanes enalteciéndose a través de sus brazos extendidos como señal de victoria, triunfo, o pasión, así mismo muestra en el rostro muecas y una mirada que puede representar ante los demás de enojo, frustración, podemos decir, que la cara es “la zona privilegiada de las manifestaciones afectivas, siendo la mirada y la boca las zonas más expresivas” (Marc y Picard, 1989: 144). Tal es el caso de esta fotografía en la que sus expresiones son expuestas en el rostro y en la postura de su cuerpo.

CONTEXTO: La representación de esta fotografía se dio en un estadio de futbol, en donde se pudo ver enfocado al público y a otros jugadores vistiendo el uniforme del equipo contrario.

COMENTARIOS:

1. -  **Musa Khasro** Cristiano Ronaldo best player in the world and better than Messi, like if you agree 💪💪💪💪 Morocco for ever 👆

Cristiano Ronaldo el mejor jugador del mundo y mejor que messi, like si estás de acuerdo 💪💪💪💪 Marruecos para siempre 👆. Me gusta · Responder · 579 · 20 h

2.-. -  Yasser Jr Beg No , messi is the best in the history , Algeria for ever
No, Messi es el mejor en la historia, Argelia para siempre
Traducido automáticamente
Me gusta · Responder · 2 · 11 de octubre a las 13:59

3. -  **Johanna Gabrielle** The best player in the world! 😡☹⚽⚽👉👆😍😍😍

El mejor jugador del mundo! 😡☹⚽⚽👉👆😍😍😍

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 2 · 11 de octubre a las 14:03

4. -  Lesley Jose Thumbs up for Cristiano Ronaldo let small boys support Messi,first class truth,naked like that,hala Portugal

Pulgares arriba para Cristiano Ronaldodejar que niños pequeños apoyo Messi, primera clase verdad, así desnudo, HALA PORTUGAL

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 1 · 11 de octubre a las 14:11

5.-  **Miha Boršič** Ronaldo has million number of fans, i m one of them If Ronaldo has 10 fans , i m one of them If Ronaldo has no fans, that means i m no on the earth If world against Ronaldo, i m against the world I love Ronaldo till my last breath Hit like if U are a real fan of Cristiano Ronaldo.

Ronaldo tiene millones de número de fans, yo soy uno de ellos si ronaldo tiene 10 fans, yo soy uno de ellos si ronaldo no tiene fans, eso significa que yo no estoy en la tierra si mundo contra Ronaldo, soy yo contra el mundo Amor Ronaldo hasta mi último aliento. Golpear como si eres un verdadero fan de cristiano ronaldo.

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 47 · 11 de octubre a las 14:04

INTERACCIÓN: La interacción que se dio de esta imagen es a partir del análisis conversacional de los comentarios que hacen los usuarios de Facebook, y se pudo ver que las personas comentan de manera dialógica todo lo que ven de esta fotografía es decir, se expresaron e intercambiaron distintas opiniones sobre lo expuesto.

Los usuarios escriben y dialogan lo que perciben de la imagen para que haya respuesta de otros usuarios, sin embargo, se pudo ver que en estas 5 conversaciones el lenguaje que tienen es distinto porque "el repertorio verbal de cada individuo o grupo dispone de varios registros de lenguaje que utiliza según las situaciones, este repertorio puede incluir a veces varias lenguas o dialectos" (Marc y Picard, 1989: 124).

Esto quiere decir, que estas personas expresan cierta admiración, respeto y afecto por el futbolista, sin embargo, hay usuarios que lo comparan con otro jugador provocando que las personas respondan de manera violenta.

Tal es el caso del usuario No. 5, el cual incita con su comentario a que las personas participen violentamente escribiendo esto: **"Ronaldo tiene millones de número de fans, yo soy uno de ellos si ronaldo tiene 10 fans, yo soy uno de ellos si ronaldo no tiene fans, eso significa que yo no estoy en la tierra si mundo contra Ronaldo, soy yo contra el mundo Amor Ronaldo hasta mi último aliento. Golpear como si eres un verdadero fan de cristiano ronaldo".**

En esta esta foto se pudo ver que las personas se responden para ellos mismos, muchos lo hacen con el afán de que los usuarios observen y "describan sus conductas a través de ciertas características, como competencias, sus normas y el contexto en el que se encuentran, dando paso a una comunidad de palabra" (Marc y Picard, 1989: 124). Así mismo, se pudo notar en los comentarios que los participantes suelen elevar al futbolista

como un ideal de hombre, esto a través de las conductas que tienen o manifiestan en los escritos que hacen ya que algunos usuarios manifestaron distintas emociones tratando de incitar a otros con agresiones escritas, que pueden ocasionar vulnerabilidad.

MASCULINIDAD: En esta fotografía, se pudo ver que el futbolista se representa en lo masculino, a través de su imagen y del físico así como de la profesión que desarrolla, ya que como lo menciona Bourdieu:

La diferencia biológica entre los sexos, es decir, entre los cuerpos masculino y femenino, y, muy especialmente, la diferencia anatómica entre los órganos sexuales, puede aparecer de ese modo como lo justificación natural de la diferencia socialmente establecida entre los sexos, y en especial de la división del trabajo (Bourdieu, 1998: 24).

En este sentido, la masculinidad en esta foto se establece desde la construcción de su anatomía, que es la que lo diferencia de la mujer, por otro lado, se va creando a través de su profesión en la cual muestra su virilidad, la cual tiene que representar ante los demás, mostrando “su honor a través de su fuerza sexual y de lo que esperan del hombre que es verdaderamente hombre” (Bourdieu, 1998: 24).

En los comentarios que hicieron los usuarios con respecto a la masculinidad, se pudo ver que los participantes lo engrandecen como el mejor jugador del mundo, en este sentido, para algunos es un ideal de “hombre perfecto”, porque el jugador está representado como un modelo o patrón el cual actúa reflejando el modo de como un varón debe actuar en la sociedad, ya que él se presenta a través de una apariencia de hombría y honorabilidad logrando transmitir en sus seguidores que es un futbolista atrevido, valiente y heroico.

INTERPRETACIÓN: En cuanto a la interacción que tuvieron los usuarios sobre esta fotografía, se pudo ver que comentan sobre lo que perciben y describen en los instantes que ven la foto, porque se observó que algunas personas opinaban sobre lo que la imagen les estaba mostrando, es decir, los usuarios describen como visualizan al jugador desde su profesión, que esperan de él, que expectativas causa el hecho de verlo apasionado en su trabajo y cierto apoyo a otros jugadores para que se convierta en una rivalidad y competencia en un juego de futbol.

Por otro lado, se pudo analizar que las conversaciones que se dieron de esta fotografía, son respuestas de usuarios que sienten fanatismo y admiración ya que la imagen simboliza dominio y triunfo y para algunos usuarios, la foto logra impactar en fanatismo la cual puede ser manifestada violentamente atrayendo consigo construcciones de lo que el mundo vive día a día.

La masculinidad en esta foto muestra la diferencia de los géneros y la manera en que los hombres se van produciendo esto es a través de su "honorabilidad, dominación y su visión" (Bourdieu, 1998: 62).

En este sentido, el jugador se representa ante sus seguidores con honorabilidad y dominación porque un varón ante la sociedad es aquel hombre ganador, viril y poderoso, y como tal en un juego de futbol, debe competir para ser un ganador además de que simboliza valentía y rudeza mostrando que los varones son guerreros y que no debe existir ninguna debilidad ni mostrarse inofensivos ante los demás.

Imagen 2. Cristiano Ronaldo y el entrenador del Real Madrid, junto a otros



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 14 de Octubre de 2016, 05:51

Vinculo:https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154712187152164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía se pudo ver que el jugador, muestra algunas expresiones en el rostro de sonrisa y felicidad, así mismo, se observó que el futbolista está representando a un varón exitoso el cual ha sido merecedor de un trofeo como al mejor jugador de la Champions League, el viste un traje en color gris, lo acompaña el director técnico del equipo Real Madrid **Zinedine Zidane**, posteriormente se enfoca a cuatro hombres más los cuales posan en la fotografía esto con la finalidad de engrandecer al jugador y promocionar las marcas que representan tanto al evento como al futbolista.

La expresión facial se muestra en estos caballeros, sus emociones y sus gestos, "son muy diferentes son muy marcados por diferentes culturas" (Marc y Picard, 1989: 144).

En cuanto a la postura de su cuerpo, se puede ver a 5 hombres muy firmes en la fotografía y sin duda alguna, muestran como "los signos corporales que tienen ambos transmiten un mensaje" (Marc y Picard, 1989: 145), es decir, muestran impacto para que inmediatamente las personas intuyan que están en un evento festejando un premio.

CONTEXTO: El contexto en el que se representó esta fotografía es un evento de suma importancia para la práctica del futbol y los fanáticos, en donde se premió al futbolista Cristiano Ronaldo, en esta foto se pudo notar que se hace hincapié en su nombre, remarcando que ha sido merecedor al premio como el campeón número uno de futbol. En esta foto también se pudo notar la participación de otros hombres los cuales podrían ser los patrocinadores de las marcas que están detrás de todos.

COMENTARIOS:

1.- **smilefoundation** No. 1 champion with a big heart ❤️<3No. 1 campeón con un gran corazón ❤️<3

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 592 · 14 de octubre a las 5:55

2.- **Mohammed Thayyib** No doubt he is a legend

No hay duda de que es una leyenda

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 5 · 14 de octubre a las 5:59 · Editado

3.-  **Edward Nyisztor** Respect for Cristiano Ronaldo because he is a superb man and the best player on the planet . He is the king of football. Without it , football would be a boring sport . This player is my idol . I'm one of his biggest fans

Respeto para cristiano ronaldo porque es un excelente hombre y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin ella, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Yo soy uno de sus mayores fans

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 61 · 14 de octubre a las 5:54

4.-  **Rooh Ullah** Ronaldo makes Madrid great, Barca makes Messi great. That's the only difference between the two players. Messi is so scared of leaving Barca#like_if_you_think_Ronaldo_is_better_than_Messi #hala_madrid #y_nada_mas #hala_CR7 🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆

Ronaldo hace Madrid genial, barca hace messi genial. Esa es la única diferencia entre los dos jugadores. Messi tiene tanto miedo de dejar que la barca #like _ si _ crees _ que _ Ronaldo _ es _ mejor _ que _ Messi #hala _ Madrid #y _ nada _ mas #hala _ Cr7 🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 37 · 14 de octubre a las 8:13

5.-  **Khachig Berberian** Stfu that's not true

CONTESTACIÓN: Cállate, eso no es verdad

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 15 de octubre a las 0:51

INTERACCIÓN: La interacción con esta imagen, gira alrededor de la opinión sobre el premio al que fue acreedor el futbolista, lo cual se realiza haciendo uso del lenguaje propio de este deporte se usa un “repertorio verbal para dar cuenta del hecho de que un individuo o un grupo dispone de varios registros de lenguaje que utiliza según las situaciones” (Marc y Picard, 1989: 124).

En esta foto se pudo ver, que las personas comentaron sobre el reconocimiento del jugador, sin embargo, hubo a quién no le agradó o no le intereso que ese premio fuera otorgado, no obstante, entre los usuarios hubo comparaciones con otros jugadores lo cual sucedió una reacción por parte del usuario número 5, el cual le respondió al usuario 4 con un **“Cállate, eso no es verdad”,** haciendo hincapié en que el mejor jugador es Cristiano Ronaldo.

En este caso, estos participantes sin conocerse se expresaron a través de unas líneas las cuales pudieron alterar los sentimientos del otro, en este sentido, con el solo hecho de escribir una palabra negativa hacia el jugador, se involucra un lenguaje distinto de cada usuario y en el momento de observar las distintas situaciones en las que se representa este varón suelen suceder situaciones que confrontan a los participantes.

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad en esta fotografía se representó a un hombre fuerte, con honorabilidad y valentía, mostrándose frente a otros hombres como un varón con carácter y fortaleza, ya que el "ser respetado por los demás, ser un trabajador duro y capaz, ser más resistente que las mujeres, no ser niño" (Pizarro, 2006: 118), es sinónimo de masculinidad, en el caso de esta fotografía y como señala la autora Elizabeth Banditer:

> No hay masculinidad única, lo que implica que no existe un modelo masculino universal y válido para cualquier lugar, época, clase social, edad, raza, orientación sexual… sino una gran diversidad de maneras de ser hombre en nuestras sociedades. [3]

Como se afirmó arriba, en esta fotografía, se pudo observar que la masculinidad que representa este varón, no es única, es decir, se muestra ante los demás en diferentes circunstancias y en el contexto en el que se desenvuelve porque la imagen que proyecta debe mostrar a un hombre o modelo masculino el cual tiene que impactar entre sus seguidores.

INTERPRETACIÓN: Es evidente, que en esta fotografía, la interacción entre las personas es una conversación sobre lo que observan, opinan haciendo referencia a que se sienten contentos por el logro que obtuvo el futbolista, y nuevamente podemos decir, que hay una "conversación de construcciones que tienen los usuarios a través de significaciones y de las expresiones que voluntariamente hacen para que sea dinámica la conversación" (Marc y Picard, 1989: 125).

[3] Lomas, C. (comp.). ¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales. Paidós, Barcelona, 2003; p. 12.

Considero, que los usuarios en esta fotografía, pueden imaginar que el futbolista es alguien respetable y que su hombría es representada por ser el mejor jugador del mundo, sin embargo, esta imagen, puede reflejar en las personas a un hombre con debilidades, porque los “rasgos definitorios de los cuerpos masculino y femenino permiten la naturalización de las diferencias que se apoyan en él” (Pizarro, 2006: 119).

Esto quiere decir que ante las personas no debe mostrar debilidad ya que sería considerado poco hombre y sus rasgos de varón no serían reconocidos, dejando de lado su lugar como el jugador más famoso del mundo.

Imagen 3. Cristiano Ronaldo con una máscara



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Miércoles 19 de Octubre de 2016, 14:00

Vinculo:https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154732737227164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía se observó al futbolista Cristiano Ronaldo, posando acostado sobre una almohada color blanca, con una máscara de plástico donde solo se puede ver una parte de su rostro, ojos nariz y boca, se pudo ver que esa máscara es un tratamiento para la piel ya que se alcanza a ver un gel o algo húmedo que se impregna sobre su cara.

Teniendo en cuenta que en esta fotografía el futbolista solo muestra su rostro, podemos decir que “numerosas experiencias muestran que los ojos pueden traducir el placer, la alegría, la rabia, el disgusto” (Marc y Picard, 1989: 144).

Para ilustrar mejor, se pudo notar que la intención que tuvo la fotografía, es mostrar las expresiones de lo que muestra su rostro, es decir, se presenta antes sus seguidores con la cara tapada o máscara para transmitir hacia las personas diferentes expresiones de lo que pudiera estar sintiendo en esos momentos como placer, desesperación e inestabilidad.

CONTEXTO: En esta fotografía se vio solo la cara del futbolista con una máscara recostado sobre una almohada, mostrando su rostro.

COMENTARIOS:

1.-  **杨宝贝YangBaoBei** the lashes 😱😳😱😳😱😳

Las pestañas 😱😳😱😳😱😳

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 5 · 1 h

2.- **Tridip Dey** Are you a model or what?

Eres modelo o qué?

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 22 min

3.-  **NorWatty MorShidi** Yup... Mb with mascara even better.....😊☺

Yup... mb con mascara aún mejor .....😊☺

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 2 min

4.-  **Jetti Szandra Seres** Hello handsome! 💁🏻‍♀️Wednesday: beauty day! 👑💅🏻 Curly eyelashes! 💞Enjoy your life!😊☺ You are always perfect!😍☺ Be positiv and happy!😊☺ Take care Cristiano! 💞 I hug!😘😵

Hola guapo! 💁🏻‍♀️ Miércoles: dia de belleza! 👑💅🏻rizado pestañas! 💞 disfruta tu vida! 😊☺ siempre eres perfecto! Ser muy atr y feliz! 😊☺ cuidate cristiano! 💞 me abrazo! 😘😵

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 14 · 5 h · Editado

5.- **Gerald Garcia** Solo que el mundo de las redes sociales afecta la concentración, #Cristiano te admiro, y se tus ganas de hacer goles y lo comparto. Pero eres ejemplo de muchos y sueños de niños... Disfruta el fútbol ya nos has demostrado lo que eres. Pero vive y disfruta.!! Gracias por tanto monstruo..!!

Me gusta · Responder · 8 · 5 h

RESPUESTA:  **Samuel Meraz Mireles** Ya Mamasela!!!!! 😂😂😂😂😉☺😉☺

Me gusta · Responder · 1 · 3 h

CONTESTACIÓN: **Gerald Garcia** Con esa boca besas a tu señora madre..? Listo Samuel Meraz Mireles disculpe si lo ofendí con el comentario a #cristiano

Me gusta · Responder · 1 · 3 h ·Editado

INTERACCIÓN: En los comentarios que hicieron los usuarios de esta fotografía, se pudo ver que algunos le muestran admiración y halagos porque cuida su rostro y por la manera en cómo se presentó esos momentos. Sin embargo, hay personas a las que no les fue de su agrado mirarlo porque uno de los participantes respondió con un insulto hacia otro usuario haciendo una ofensa para que haya alguna respuesta, obviamente aunque hay contestación, no se da un seguimiento a la charla y esto se convierte en un análisis conversacional, porque "implica el trato social, las reglas, los procedimientos y toda una metodología implícita propia de cada medio cultural" (Marc y Picard, 1989: 125).

El intercambiar diferentes puntos de vista, es abrir una nueva manera de relacionarse con las demás personas, y en este caso, los usuarios comentaron como este futbolista cuida su belleza causando admiración por su aspecto, por otro lado su presentación fue motivo de ofensa ya que la imagen propició a que uno de los comentaristas interactuará con otro agresivamente pero jamás se recibió respuesta del comentario.

MASCULINIDAD: El tipo de masculinidad que se presentó en esta fotografía, es representada a través del rostro, en este sentido, el futbolista, se presentó de manera muy impactante mostrando su cara, además de que según Bourdieu, "en primer lugar la distancia entre el cuerpo real y el cuerpo legítimo, es una anticipación práctica de las posibilidades de éxito en las interacciones" (Bourdieu, 1998: 85).

Esto quiere decir, que el futbolista tiene que cuidar su belleza para tener seguridad en sí mismo y obtener el éxito que hasta ahora ha logrado, por otro lado, se pudo percibir que existe la probabilidad de que “se sienta incómodo en su cuerpo” (Bourdieu, 1998: 85), y por esto mismo, el mostrarle a la gente que él se cuida, es en gran medida algo que la sociedad le exige para no verlo inseguro, ni menos fuerte ante los demás.

Puede suponerse también que se trate de un hombre tan seguro de su masculinidad, que no duda en exhibirse haciéndose un tratamiento facial y probablemente indujo promoviendo por medio de su propia página de facebook y esta fotografía suya, un producto específico de tratamiento facial destinado a hombres u hombres y mujeres.

INTERPRETACIÓN: Podemos decir, que en esta fotografía, la interacción entre las personas, es la de halagarlo, expresando lo bien que hace en cuidar su rostro, sin embargo, hay a quien no le gusta que un hombre se exprese de él de manera muy cariñosa, por lo que yo interpreto que a este usuario no le gusto que un hombre desarrolle actividades que usualmente realizan las mujeres, como lo es un tratamiento facial.

En esta fotografía, pudimos ver que el futbolista, se representa a través de estereotipos de belleza, como el ser guapo, atractivo, femenino y a la vez masculino, dando a entender que tanto hombres como mujeres deben cuidar su rostro, esto nos da paso a interpretar que el espacio social donde él se desenvuelve es de perfección ya que debe tener una belleza ante los usuarios y ante sus rivales de competencia, así mismo, “sus aspectos físicos serán reflejados en lo económico y en lo social, influenciando a que las personas cuiden su rostro y cuerpo, cambiando la genética biológica que tienen” (Bourdieu, 1998: 85).

Imagen 4. Cristian Ronaldo en el campo de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 21 de Octubre de 2016, 12:26

Vinculo:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154739729922164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: Las características que tiene esta fotografía resaltan el físico del futbolista, así como el entrenamiento deportivo al que es sometido, para algunos usuarios puede ser una influencia para obtener un cuerpo musculoso y ejercitado.

CONTEXTO: El contexto en el que se desarrolla esta imagen, es en un campo de entrenamiento, en la fotografía se pudo observar que hay algunas marcas de productos enfocadas, él futbolista se presenta solo, ejercitándose con la mirada firme en un balón.

COMENTARIOS:

1.- **Dénis Grejdieru** Ronaldo how can u use that shorts without showing the ADIDAS logo , thats disrespectful! I was not expecting that from you. ADIDAS lost a FAN! #lovenike

Ronaldo cómo puedes usar pantalones cortos que sin mostrar el logo de adidas, eso es una falta de respeto! Yo no esperaba eso de ti. Adidas perdido un fan! #Lovenikeahahahahaaha

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 81 · 21 de octubre a las 12:31 · Editado

2.-  **Anabela Reyes** That's funny!

Eso es gracioso!

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 12 · 21 de octubre a las 12:32

3.-  **Vikas Singh** Bro that is nike

Hermano que es nike

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 4 · 21 de octubre a las 12:33

4.-  **Dénis Grejdieru** U are blind like the budhists! Shorts...ADIDAS! ahaha

Yo se q tu estas ciego como la budhists! Shorts... Adidas! Ahaha

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 4 · 21 de octubre a las 12:35

5.-  **M Swapon Max** suppper and jakkkkkass the hero of the world and my life cristiano ronaldo i am a poor man my home have no etecticytiy but i dont miss the match of cr7 i go in to the market and see the every match of ronaldo

Super jakass y el héroe del mundo y mi vida cristiano ronaldo soy un pobre hombre de mi casa no tengo etecticytiy pero yo no te pierdas el partido de Cr7 entro al mercado y ver el cada partido de Ronaldo

Traducido automáticamente

{Me gusta · Responder · 4 · 21 de octubre a las 13:01

6.-  **AJ JU** Respect for Cristiano Ronaldo because he is a superb man and the best player on the planet . He is the king of football. Without it , football would be a boring sport . This player is my idol . I'm one of his biggest fans

Respeto para cristiano ronaldo porque es un excelente hombre y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin ella, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Yo soy uno de sus mayores fans

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · Ayer a las 6:11

INTERACCIÓN: Un usuario de esta página de Facebook, expresa que el futbolista, no muestra una marca reconocida de ropa deportiva “ADIDAS”, en su vestimenta, mientras otro lo hace ver que “está ciego” pues el deportista si porta ropa de esa marca.

Los usuarios comentan que la marca es la mejor en el mercado, que algunos adquieren esa ropa porque este jugador la usa. Otros hacen alusión a que el futbolista, es el hombre y el mejor jugador del planeta y un ídolo.

En este sentido, el comentar sobre como se ve este hombre hace que las personas interactúan sobre el porte que él tiene, porque “su vestido […] pueden aparecer como una forma de comportamiento simbólico” (Marc y Picard, 1989: 145).

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad en esta fotografía, se mostró que se está cumpliendo con ciertas creencias de la masculinidad hegemónica, en este caso, en esta imagen se pudo notar a un hombre con los siguientes mandatos: “Bástate y válete por ti mismo, (Se independiente y no necesitas de nadie), Hazte a ti mismo y llega a una posición (logrando éxito, poder, placer, familia en el futuro)” (Bonino, 2002: 17).

Estas normas, fijan en esta fotografía que el futbolista se desempeña a través de lo que dicta la sociedad, haciendo hincapié, en los estereotipos “los cuales tienen una función muy importante para la socialización del individuo ya que facilitan la identidad social la conciencia de permanecer a un grupo social, el aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en el” (González, 1999).

Es por esta razón, que en la fotografía se pudo observar que se presenta ante sus seguidores con poder y resaltando a un hombre independiente, incitando a que los hombres deben obtener por si mismos lo que desean, sin la ayuda de alguien más, promoviendo egoísmo y soberbia en ellos, para que la sociedad siga construyéndose un ideal de estereotipos enfocados en una “sociedad patriarcal como lo son la autonomía, la independencia, la violencia y la agresividad” (Pascual, 2016: 12).

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía pudimos observar que el futbolista, está construido con un ideal de masculinidad hegemónica, es por esto que los usuarios, interpretan que a través de ejercitarse y de ser parte de la industria cultural, es como se logra el éxito, así mismo, la comunicación en las personas se basa en lo que ha logrado este jugador, de los comentarios analizados, algunos participantes creen que las marcas que patrocinan a este futbolista lo realzan más como varón ya que la figura de este personaje, esta personificada como un hombre de éxito y con un futuro bien formado, y en particular en una persona en cierto sentido “obligada a utilizar vestimenta deportiva de una marca específica”.

Imagen 5. Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 27 de Octubre de 2016, 4:12

Vinculo:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.455967597163.242579.81221197163/10154758061407164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, modela una chamarra en color gris con negro de la marca Nike, su mirada refleja reto, enojo, o concentración. En cuánto su físico se percibe su musculatura a través de la playera, lo que hace imaginar que se ejercita para darle prestigio a la marca que lo patrocina.

CONTEXTO: El contexto en el que se mostró esta fotografía, es lúdico, ya que no se percibe donde se encuentra, posiblemente para sus seguidores está en alguna cancha de futbol, sin embargo, puede ser que la misma marca que lo patrocina, lo haya colocado en esa postura, como modelo.

COMENTARIOS:

1.-  **Niña Hermosisima De Papi** Te amo

Me gusta · Responder · 28 de octubre a las 8:16

2.-  **Vipec Ojimba** Eyes of the great
Mind of a winner
He's not just a sports man...

Los ojos de los grandes
Mente de un ganador
No es solo un deporte hombre
Él es un filántropo reconocido
Todavía sigue siendo burlado, condenado y criticada por muchos. Sigan con el buen trabajo bro
Por lo menos tienes una de tus fans que creen en ti
Te amo hermano hasta mi último aliento.
#Cr7

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 12 · 27 de octubre a las 4:23

3.-  **Saif Saifo** Hello Ronaldo, I am of the biggest fans and I've dreamed of your two days ago you won hatred Platinum account and the best player in the world and I would not give up and break your spirits you're a hero and gorgeous and a star do not be sad on the day...Ver más

Hola Ronaldo, yo soy de los más grandes fans y he soñado con tu hace dos días que ganaste el odio platinum y el mejor jugador del mundo y que no se daría por vencido y romper tu espíritu eres un héroe y preciosa y hacer una estrella No estés triste el día que perdí alinverad con el portero y el objetivo no se ha vuelto tan última vansah situ y otra vez, mi héroe ronaldo y contando y no se preocupan por los que hablan mal de ti saludos mjbk saif sipho de Irak, el mundo árabe
La propuesta de enmienda

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 11 · 27 de octubre a las 4:17

4.-  **Osne Madridista** mi querido señor Cristiano 😀:D 😀:D 😀:D esperamos pronto que regreses a las canchas como siempre lleno de energía, con la mejor actitud y poniendo el ❤️<3. ahora miles de personas te pueden criticar, pero si hay algo en lo que tú eres perfecto y es callando bocas, así que la racha de goles viene pronto, al ser el mejor jugador del mundo la presión es mayor, pero saldrás de estas criticas y seguirás siendo como siempre nuestro N°1 😘:*

Me gusta · Responder · 4 · 27 de octubre a las 10:00

5. -  **Alexia Giuseppe** Ronaldo , for me you are the best player of the world , by your way of moving and run with the ball , my son does not stop crying your name in the yard , lol ! i think he is becoming crazy about you ! because your game is bewitching ... and for that i say ronaldo always , ronaldo ever , ronaldo for eternity

Ronaldo, para mí eres el mejor jugador del mundo, por su forma de moverse y correr con la pelota, mi hijo no para de llorar tu nombre en el patio, jajaja! Creo que él se está volviendo loco por ti! Porque su juego es fascinante... y por eso siempre digo Ronaldo, Ronaldo, Ronaldo siempre por toda la eternidad

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 3 · 27 de octubre a las 9:22 · Editado

INTERACCIÓN: En esta imagen se pudo ver que la interacción social que hay con los usuarios, alude a que este personaje, es el mejor jugador del mundo, le escriben muestras de cariño y lo reconfortan a través de críticas constructivas, el papel que desempeña esta fotografía en la Interacción es una función expresiva porque "la mímica facial que traducen el estado del locutor, aseguran una especie de acompañamiento emocional y evaluativo de la palabra" (Marc y Picard, 1989: 147). La imagen, muestra el rostro de este futbolista en un estado emocional de enojo, agresividad o frustración, y para los participantes observarlo en ese momento causa en ellos sensaciones que de manera indirecta interpretan y se vuelven expertos hacia lo que este personaje, pueda estar sintiendo.

MASCULINIDAD: La masculinidad que se representó en esta imagen, es parte de la masculinidad hegemónica, porque se personifico al hombre viril, ególatra, valiente, frívolo y posesivo, aunque los participantes pudieron interpretar que este jugador tienes sus propios logros, es decir, "No se apoye en nadie, él no seas uno más, no te comprometas" (Bonino, 2002: 17), son características que le fueron asignadas a la fotografía, Además de que se le adjudica a que "los hombres deben ser independientes, con poder y dominio" (Bonino, 2002:17). Es importante mencionar que en esta foto se "trata de unificar todos los atributos tradicionalmente considerados masculinos ya que realza como un único modelo de hombre" (Pascual, 2016: 13).

Ante los usuarios, esta fotografía logro que algunas características de la masculinidad sobresalgan, es decir, se pudo notar que el físico de este jugador es el principal detonador para que las personas opinen, así como enfocar algunas marcas que lo patrocinan, ya que simboliza prestigio, riqueza y competencia, no obstante en nuestra sociedad, se ha permitido que el hombre siga siendo prioridad, dejando de lado a las mujeres, porque se ha se enaltecido a través de adquirir lujos, comodidades, para aparentar " que ante la

sociedad están mejor valorados y sufren por esa presión social a través de estereotipos difíciles de alcanzar” (Pascual, 2016: 14).

INTERPRETACIÓN: En la fotografía se pudo ver que los usuarios son muy expresivos con la imagen del futbolista, lo apoyan y elevan sin embargo, la forma en que se representa a este jugador con las personas tiene como finalidad, convertirse en un modelo de consumo, manipulando a que los estereotipos que presenta encajen en la construcción de los participantes ya que este futbolista se presenta como un tipo icónico el cual es considerado un tipo de arquetipo “junguiano del Rey, así como las metáforas masculinas sobre la potencia y fertilidad masculina” (Bonino, 2002: 17).

En esta foto, se construye un imaginario para que los varones tengan la idea de que un hombre, debe lograr su objetivo, lamentablemente, en esta época la mayoría de las personas no alcanzan sus expectativas. La imagen representa a un hombre independiente pero en nuestro mundo algunos varones no tienen la capacidad de conseguir lo que desean.

Imagen 6.

Cristiano Ronaldo mostrando el torso semidesnudo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 28 de Octubre de 2016, 10:52

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154762061452164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, se pudo ver al futbolista Cristiano Ronaldo, modelando un abrigo en color gris, mostrando su abdomen, en una posición sensual y una mirada expresiva de intimidad, atracción o deseo.

CONTEXTO: El contexto en el que se encontró esta fotografía es en un jardín, como fondo se pudo ver un árbol, flores.

COMENTARIOS:

1.- **Mariella Todrova** Best footballer in the world and most hot too 😍😍😍😍💋👄💋👄❤️🖤❤️🖤👍👍👍

El mejor futbolista del mundo y la más sexy también 😍😍😍😍💋👄💋👄❤️🖤❤️🖤👍👍👍👍

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 855 · 28 de octubre a las 10:53

2.- **Lukáš Frolík** Yeaaa stay GAY

Sí quedas gay

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 28 de octubre a las 16:11

3.-  **Jared Taylor** Without a doubt. Talented and hot

Sin lugar a dudas. Talentoso y sexy

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 28 de octubre a las 22:14

4.-  **David Rivera** Mucho modelaje y poco fútbol en lo que va de temporada con el Madrid. A ver si comenzamos a jugar y a APORTAR al equipo como debe ser...

Me gusta · Responder · 60 · 28 de octubre a las 11:15

5.-  **Claudia Viviana Godoy** La verdad...es que cada vez que suben una foto tuya...lastima...sos muy guapo...el próximo año si Dios quiere iré a Madrid para verte jugar. Disfruto verte, sigo lo que haces...y admiro tu compromiso. Ya eres un Empresario y un jugador con mucho talento. Tienes un niño hermoso....que más puedes pedir...Disfruta de la vida y de las personas que realmente te quieren bien. Un fuerte abrazo...sueño con poder dártelo personalmente...

Me gusta · Responder · 2 · 8 h · Editado

INTERACCIÓN: La interacción que se dio en esta fotografía, es enfocada en la apariencia física del jugador, ya que algunos usuarios expresaron lo sexy que se ve mostrando una parte de su cuerpo, sin embargo, hay quien opinaron que se ve muy gay o homosexual, por otro lado, las personas escribieron que tanto modelaje en él no es símbolo de un jugador de futbol, pero a través de la "actitud corporal, siendo indicio de un estado emocional interno, puede igualmente traducir la implicación del sujeto en la interacción" (Marc y Picard, 1989: 145).

MASCULINIDAD: La masculinidad que se representó en esta fotografía, radica en aquella que "ser hombre es adquirir la cualidad de superioridad frente a las mujeres, tener autoridad sobre ellas, y no parecerse a ellas así como también hacerlo con los hombres" (Bonino, 2002: 23), es decir, en esta imagen el jugador se ve muy sensual y también muy afeminado, sin embargo, hay ciertos mandatos que la masculinidad hegemónica le puede adjudicar como: No hagas caso de las mujeres, No seas igualitario que te dominarán, Se heterosexual (y ten muchas mujeres) (Bonino, 2002: 23).

En cierta medida, en esta foto, se vio que este varón, se presenta ante sus seguidores mostrando su físico, el cual es parte primordial en la imagen del jugador ya que realza, su figura así como a un hombre atractivo, sensual, ejercitado y afeminado, por otra parte, para algunos seguidores les resulta incómodo verle así porque:

> En el aspecto físico los hombres están sufriendo una <<feminización>> de sus cuerpos (entendiendo <<feminización>> por atributos que se consideraban tradicionalmente femeninos en mujeres) y se les exige cada vez más que físicamente sean más atractivos, consiguiéndolo mediante la depilación, el cuidado de la piel, o el deporte (Pascual, 2016: 14).

Tal es el caso de este jugador mostrando su cuerpo depilado, sensual y atractivo, que aunque juega al futbol, se puede interpretar que le exigen que muestre una imagen femenina enseñando atributos que sean considerados como símbolo sexual, para atraer a sus seguidores y estos hagan comentarios sobre su preferencia o gustos sexuales.

INTERPRETACIÓN: En esta imagen, se pudo notar que la interacción de los usuarios es expresada a través de halagar su cuerpo y comentar que es un hombre atractivo, por otro lado, los usuarios expresaron el modo de verlo con esa posición en la que se presenta ya que algunos/as lo juzgan por lo afeminado que se muestra y por el tipo de preferencia sexual que perciben. Cabe mencionar, que en esta foto la masculinidad se interioriza de las mujeres porque él futbolista se muestra muy sexual, “convirtiéndose en objeto de deseo amoroso-sexual” (Bonino, 2002: 24).

Imagen 7.

Cristiano Ronaldo dominando el balón



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 1 de Noviembre de 2016, 14:33

VINCULO:https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154776433322164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: Esta fotografía, ilustra a un hombre mostrando su dominio con un balón y engrandeciendo su imagen justo cuando está en lo que posiblemente sea un entrenamiento ya que se le observa como un hombre fuerte dentro de una cancha de futbol.

CONTEXTO: El contexto en el que se encuentra este sujeto, es en un estadio de futbol, al fondo se ven unas gradas y pasto verde, se percibe una cancha.

COMENTARIOS:

1.- **Kvng Uze II**

king ronaldo my man crush and role model... i promise myself we both gonna meet someday and i know its soon. i admire your hard work sir... king cristiano ronaldo

Rey Ronaldo mi man crush y modelo a seguir... prometo a mi misma de los dos nos veremos algún día y sé que es pronto. Admiro tu trabajo duro señor... Rey Cristiano Ronaldo

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 4 · 1 de noviembre a las 16:08

2.-  **Erika Peralta**

Hola mi bello cristiano sigo tú carrera te quiero un montón besos bendiciones para ti y familia estoy de cumple el 3 de noviembre y mi sueño que es conocerte algo que es difícil sí me gustaría tús más sinceras felicitaciones con eso me conformó no importa sí lo haces al privado DIOS me a bendecido tanto con cuidar de mi vida que para mi sería de dicha que tú me felicitarás sí besos cuídate mucho eres ejemplo mundial de dedicación constancia responsabilidad te admiro como futbolista empresario y como persona eres un crack..... El señor bendiga siempre tus pasos amen!

Me gusta · Responder · 1 · 1 de noviembre a las 20:31

3. -  **Mioara Popescu** Best of luck for today....I LOVE you And I BELIEVE in you, Cris!! ❤️🖤😉☺️👍👍

La mejor de las suertes para hoy.... te amo y creo en ti, Cris!! ❤️🖤😉☺️👍👍

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 5 · 1 de noviembre a las 23:25

4.-  **Jack J. Vasquez** Cristiano Ronaldo llévame al real Madrid se jugar muy bien por favor

Me gusta · Responder · 1 · 1 de noviembre a las 17:27

5.-  **Laura Gonzalez Rivet** Que grande y que ser humano más bello, es mi Cristiano Ronaldo . Hace honor a su nombre.

Me gusta · Responder · 1 de noviembre a las 19:10

INTERACCIÓN: En esta imagen, los usuarios escriben sobre la admiración, respeto y felicitaciones hacia su profesión, el usuario número 2, escribe que sería un honor conocerlo o que le contestara su comentario o mensaje privado.

Para el usuario 1, este futbolista es un modelo a seguir, e incluso el comenta que algún día se verán, mencionándole que él es un Rey y lo admira por su trabajo.

Se pudo ver que la fotografía lleva la intención de transmitir un mensaje, y este logra que los usuarios se expresen con muestras de cariño y afecto a través de lo que se les muestra, es por esto mismo que puede contener “informaciones, opiniones, juicios, sentimientos, esperas que al mismo tiempo intenta instaurar más o menos directamente una cierta relación entre los interlocutores” (Marc y Picard, 1989: 41).

MASCULINIDAD: El tipo de masculinidad que se representó en esta imagen, es la de un hombre fuerte, violento, poderoso, audaz, atlético, valiente e individualista, esa masculinidad hegemónica, transforma en una "posesión de una identidad privilegiada, por la que ser hombre implica estar en el lugar del mayor valor y derechos a (autoridad, poder, razón, saber)" (Bonino, 2002: 25). Es por esto que tanto mujeres como varones, comentan tener cierta admiración, hacia el futbolista, ya que interpretan que es un hombre con demasiado talento, capaz de lograr lo que se proponga y lo idealizan como un súper hombre.

En esta foto se han analizado, algunas características de violencia porque a través de la masculinidad hegemónica, se pudo visualizar que en esta fotografía, se incita a interpretar a un hombre violento, competitivo, que intenta posicionarse frente a sus adversarios, para dominar con poder un balón, es por esto, que interpreto a un varón violento el cual está en la mira de sus seguidores para ganar prestigio en su página de facebook, ya que situaciones así, "de violencia machista, micro machismos, o invisibilidad en el día a día son algunos factores que la caracterizan" (Pascual, 2016: 16).

Así mismo, considero que en esta imagen, se asume que el deporte del futbol es violento porque el jugador se representa luchando por ser un ganador, además de que para algunas personas, puede ser interpretado en que en una cancha de futbol o de alguna actividad deportiva se produce "violencia masculina y por tanto masculinidad machista" (Pascual, 2016: 16).

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía, se pudo ver que la figura del futbolista está construida, para glorificarlo y realzar su hombría, enfocándolo como el hombre más poderoso del mundo o como si fuera un rey en el futbol. Esto provoca que algunos usuarios expresen que quieran o pretendan seguir como modelo, la manera en que este personaje se muestra ante ellos, sugiriendo que el hombre tiene el poder "como alguien importante, en el poder, con poder y de poder y un cabalgamiento en la trilogía de prestigio hombre-masculino- heterosexualidad" (Bonino, 2002: 26), esto haciendo inferior a la mujer o ignorándola.

Así mismo, se interpretó una imagen violenta, en donde se vio a un varón pelear por obtener un balón para que ante sus seguidores sea reconocido con valentía, heroísmo y crean que es un hombre poderoso en conseguir lo que desea. En mi opinión, esta foto, es un símbolo de un hombre ególatra que se ha convertido en un modelo de estereotipos ligados a la violencia al poder y aun individualismo que hoy en día demuestran las personas en nuestra sociedad.

Imagen 8.

Cristiano Ronaldo semidesnudo en ropa interior



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 4 de Noviembre de 2016, 09:50

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154784794337164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se muestra en ropa interior la cual tiene una franja negra con letras CR7, las cuales son las iniciales de su nombre y el número de la camiseta que representa, es puesto en una posición muy sensual, tratando de insinuar (deseo, excitación, placer), o quizás se encuentra promocionando su ropa interior ya que lo único que porta aparte de su vestimenta sensual es una chamarra en color negro con decoración la cual le deja ver su pecho y abdomen al descubierto.

CONTEXTO: Este personaje, se encuentra recostado en un jardín, descansando, sobre el pasto y probablemente promoviendo el consumo de ropa interior con su marca CR7.

COMENTARIOS:

1.-  **Sabrina Susanne Leontiades**

Traducido del Inglés

Eres un hombre muy guapo christiano, pero esta foto es un poco extraño...Ver original

Me gusta · Responder · 5 536 · 4 de noviembre a las 9:55

2.-  **Francisco Coronado** Es verdad yo no soy muy forofo del fútbol ..me gusta el real Madrid.....pero cristiano siempre sale en las fotos como forzado

Me gusta · Responder · 5 de noviembre a las 19:13

3.-  **Alan Sili**

Traducido del Inglés

Él sólo como un gay :-D :-DVer original

Me gusta · Responder · 2 · 6 de noviembre a la 1:24

4.-  **Raydel Gonzalez Novas** Salvaje, ponte para el fútbol y deja el modelaje para cuando acabe la temporada, que los fans estamos sufriendo con la falta de equipo que tenemos, y principalmente porque la delantera no baja a defender, el fútbol es equipo...Hala Madrid150%

Me gusta · Responder · 121 · 4 de noviembre a las 10:17

5.-  **Carlos Amador** No lo defiendan es buen jugador ,pero creo q ya quiere jotear

Me gusta · Responder · 1 · 5 de noviembre a las 9:22

INTERACCIÓN: La interacción que tienen las personas en esta fotografía, es de desaprobación bajo el argumento de que mostrarse en ropa interior es asumir que es muy afeminado o gay. Así mismo, escriben que el realizar tanto modelaje, afecta su carrera y debe de jugar más el futbol. Esto nos da una idea de que la imagen tiene toda la intención de comunicar lo que se muestra, porque “las dificultades de la comunicación provienen de la confusión entre estos niveles: el hablado puede reaccionar al sentido implícito del mensaje, tal como lo interpreta” (Marc y Picard, 1989: 42).

Con esto los usuarios interpretan a un hombre homosexual, que más que ser visto como masculino está demostrando el papel de un gay, por otro lado, los usuarios reaccionan confundidos de verle así y le expresan que no salga tan forzado en sus fotografías y que es extraño que modele muy afeminado.

MASCULINIDAD: La masculinidad o el tipo de masculinidad que tiene esta fotografía, es la de “ser o aparentar, pero no defraudar, según esta creencia, lo que importa no es tanto el propio sentimiento de ser, sino de demostración ante los demás, ante los que siempre hay que estar a la altura” (Bonino, 2002: 26).

En este caso, este personaje muestra una masculinidad femenina, pero con la intención de mostrar apariencia y hombría ya que para algunas personas les ridículo verle así, porque él se ha mostrado como un varón y no ha manifestado deseos por ventilar su tiene su preferencia sexual, se puede ver que quizás solo actúa y se representa como un modelo el cual está invitando a los participantes a consumir su ropa interior.

Indudablemente, a través de algunos de medios de comunicación, se ha manifestado el hecho de que algunas personas, expresen mediante sus fotografías su preferencia sexual, en este caso, esta foto, parte de una masculinidad femenina, ya que se ve a un hombre muy sensual y seductor el cual puede estar incitando tanto a mujeres como a los varones a que lo admiren con deseo por posar en ropa íntima. Cabe mencionar, que al mirar la foto bajo el concepto de masculinidad, se pudo analizar que la fotografía, puede ocasionar violencia en algunos varones homosexuales porque ante una situación así, y partiendo de lo que menciona el autor Kimmel (1997: 56-57):

> La homofobia es un principio organizador de nuestra definición cultural de virilidad. Para este autor, esos hombres homófobos están más preocupados porque puedan ser percibidos como homosexuales que por los hombres gays en sí, porque confundirles por tal acabaría de manera tajante con su masculinidad <<natural>> (Pascual, 2016: 19).

Para algunos participantes, el hecho de ver a Cristiano Ronaldo, en ropa interior pudo ser algo normal, pero para otros pudiera causar confusión e interpretar que es homosexual, esto puede ocasionar alteraciones en los participantes por la manera en que perciben la foto, ya que algunos hombres tienen el concepto de masculinidad hegemónica muy bien construido, es decir, un futbolista es considerado un guerrero, valiente y varonil, y al verlo modelar muy afeminado, puede provocar violencia y repudio hacia la comunidad LGBTTTIQA, porque:

> La falta de conocimiento y la falsa creencia de que el hombre homosexual no es un hombre <<de verdad>> hacen que influya mucho el tipo de consecuencia mental que los perpetradores provocan en sus víctimas, y un simple cambio de concepción de algunos términos (mujer, homosexual, masculinidad) podría suponer un principio de solución al problema (Pascual, 2016: 19).

Con esto podemos decir que esta foto, pudo provocar en los usuarios sensaciones que hacen imaginar o creer que los varones le temen a lo femenino, tampoco se puede deducir que el futbolista tenga preferencias homosexuales, pero su imagen provoco que se visibilizara hacia otra manera de ver las nuevas masculinidades que se alejan de la hegemonía tradicional.

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía, pudimos ver que a los usuarios no les agrada que se vea como homosexual, ya que para ellos es un hombre varonil el cual muestra su fuerza y condición en su profesión, sin embargo, podemos decir que una parte de la fotografía muestra la intención de promover la ropa interior con su marca CR7, insinuando que los utiliza hasta para dormir.

Por otro lado, se puede deducir que este jugador, está provocando con su foto a que los usuarios hablen sobre él y su preferencia sexual, sin embargo, no se asegura que sea gay ya que tal vez podría estar promocionando su marca de ropa con sus iniciales para varones tanto heterosexuales como homosexuales.

Imagen 9.

Cristiano Ronaldo ejercitándose en una cancha de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 8 de Noviembre de 2016, 2:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154794291997164/?type=3&theater

CARACTERÍTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se encuentra ejercitándose en una cancha de futbol con un balón, se representa como un hombre intrépido y atlético.

CONTEXTO: El contexto en el que se encuentra este jugador, es en una cancha de futbol, entrenando.

COMENTARIOS:

1.- **Hazerka**

Traducido del Inglés

Cristiano será el balón de oro 2016!Ver original

Me gusta · Responder · 331 · 8 de noviembre a las 2:09

2.- [redacted] Eres el mejor del mundo, y a pesar de tu mal momento de cara a porteria te apoyo igual o mas que nunca, siempre seras el idolo del madridismo, eres el causante de la felicidad de mucha gente, te amamos en este club crak, eres nuestra leyenda. Hala madrid

Me gusta · Responder · 1 · 8 de noviembre a las 11:51

3.-  **Dïe Hẽärt Satish Rautay**

Traducido del Inglés

Cristiano eres mi ídolo, eres la persona y futbolista cje más admiro! Acaso eres el a cada jugador. Fuerza, voluntad, dedicación y pasión! Te admiro muy cristianoVer original

Me gusta · Responder · 5 · 8 de noviembre a las 2:06

4.-  **Jesus Monteagudo**

Traducido del Inglés

Mi príncipe hermosa foto entrenando muy bien felicitaciones por tu nueva bota viva nike y cristiano ronaldo. Muchas gracias.Ver original

Me gusta · Responder · 2 · 8 de noviembre a las 5:32

5.-  **Morris Nyamai**

Traducido del Inglés

A veces me pregunto qué corre en tu mente en el momento que mete la pelota en el pie.Ver original

Me gusta · Responder · 2 · 8 de noviembre a las 2:13

INTERACCIÓN: Los usuarios en esta fotografía, expresaron que el jugador es un ídolo, lo admiran y le agradecen por mostrar que es el mejor jugador, esto nos da la idea de entender que la interacción en las personas es una “función poética, que se refiere a la forma del mensaje en la medida en que esta forma tiene un valor expresivo en sí misma” (Marc y Picard, 1989:24).

En esta imagen, las personas interpretaron el mensaje, a través de como se presenta en la cancha de futbol, de ahí difunde en los seguidores, confíen en expresarle su admiración y respeto, dando un valor a lo que interpretan, también hacen alusión a la marca de los zapatos deportivos.

Eliminados: 2 renglones. Fundamento Legal: Artículo 128 de Ley de Transparencia para el Acceso y Socialización de la Información de la Ciudad de México; artículos 3 fracción IX, 9, 10 de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados de la Ciudad de México y Trigésimo Octavo fracciones I, II y III de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas, en virtud de tratarse de información confidencial correspondiente a datos personales de carácter identificativo, tales como: fotografía y nombre de particular**.** Dicha información se encuentra clasificada conforme a lo establecido en el Acuerdo 20/SE/CT/UACM/02-10-26/01, aprobado en el Acta de la Vigésima Sesión Extraordinaria del año 2026 del Comité de Transparencia de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, celebrada el dos de octubre de dos mil veintiséis.

MASCULINIDAD: La masculinidad que se pudo ver en esta imagen, es aquella que se ha ido construyendo a través de la identidad de este futbolista, es por esta razón, que para algunos hombres “les favorece que adquieran una serie de capacidades positivas las cuales suelen llamarse virtudes masculinas” (Bonino, 2002: 28).

En esta imagen se percibe a un hombre audaz, fuerte y valiente, así como aquellas “virtudes masculinas, o capacidades como autoconfianza, la iniciativa, la competencia, el afrontamiento de riesgos, el sacrificio personal” (Bonino, 2002: 28).

Cabe destacar, que la masculinidad que representa este jugador en su fotografía, es vista como la de un hombre deportista, el cual es manejado por las nuevas masculinidades, es decir, “aparecen atributos y actividades por lo que ello hace pueda identificarse” (Pascual, 2016: 36), por ejemplo, esta foto, tiene cualidades que resaltan al jugador como el hombre perfecto en el ámbito futbolístico, su actividad realza su personalidad y es identificado por casi todo el mundo, y creo que esto se debe a que se ha expuesto su imagen para tratar de modificar los patrones de la masculinidad hegemónica, porque a los hombres “se les ha reducido a ciertos modelos de sujeto masculino” (Pascual, 2016: 31), tratando de dejar a un lado el poder y dominio que los ha caracterizado durante todas las épocas.

INTERPRETACIÓN: Podemos decir, que no hay comunicación entre los usuarios, sino más bien opinan sobre lo que ven del futbolista y en esta imagen, le escriben con admiración y le agradecen por desempeñar un buen papel en su profesión. En cuanto a la masculinidad, el jugador interpreta a un hombre, audaz, valiente intrépido, que se ha ido transformando y sobre todo representándose través de sus capacidades como jugador. Por otro lado, para las personas, esa masculinidad es refleja en la competencia lo halagan y engrandecen a través de comentarle que es ejemplo de admiración y un modelo a seguir.

Considero importante decir, que la representación de esta fotografía, enmarca muchos estereotipos de la masculinidad hegemónica, pero por otro lado, creo que su imagen se enfoca en las nuevas masculinidades, ya que de cierta manera, tratan de tener igualdad de género en la forma como es mostrado, sin embargo, opinó que ha esta foto le falta dejar de englobar al hombre como dominador y considerar al varón como ejemplo deportivo, que sin duda, para algunos usuarios lo es, pero para la mayoría, es solo un

modelo que es visto como un dios. Asimismo, se pudo ver que ha sido objeto y se ha presentado como un modelo de consumo, el cual produce ganancias anunciando marcas y artículos deportivos en las redes sociales y ha originado que su imagen sea un fenómeno a nivel mundial.

Imagen 10.

Cristiano Ronaldo con niños atendidos por la Fundación Make-A-Wish



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 11 de Noviembre de 2016, 11:15

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154806663267164/?type=3&theate

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se encuentra con seis niños de la Fundación Make-A-Wish, los cuales portan unas playeras en color azul, con el nombre de la institución y usan bufandas del equipo Portugal.

CONTEXTO: En esta fotografía se observó al jugador con niños de la Fundación Make-A-Wish, mismo que concede un deseo a pequeños con enfermedades terminales. Se trata de seis niños todos muy sonrientes y animados por convivir con este personaje.

COMENTARIOS:

1.-  **Saki**

Traducido del Inglés

Cristiano es el mejor chico 👍👈Ver original

Me gusta · Responder · 229 · 11 de noviembre a las 11:46

2.-  **Mariam Asad**

Traducido del Inglés

Mi hijo de 9 años hussain está tan obsesionado con la forma en que tocas. Incluso tenía un corte de pelo como tú hace unos meses. Él siempre juega fútbol y mostrarme sus movimientos y dice que es como los juegos de Ronaldo. He oído que eres una persona muy agradable. Mi hijo le gustaría conocerlo algún día. Somos de una familia de clase media y no tienen recursos para venir y ver tus juegos o conocerte. Pero él sería tan feliz si hay una manera de que pueda conocerte. Sólo quiero ver si su sueño puede hacerse realidad.Ver original

Me gusta · Responder · 18 · 11 de noviembre a las 14:33

3.-  **Kızılırmak Ömer**

Traducido del Inglés

Ronaldo eres el mejor jugador del mundo y que eres muy humano no hablar de esto tu el servicio de la humanidad. Por qué te enfermaste como toda la gente ahora pueden entender. Allah (Dios) proteger y atributo de cada momento cada vez que te amo.Ver original

Me gusta · Responder · 17 · 11 de noviembre a las 12:36

4.-  **Jetti Szandra Seres**

Traducido del Inglés

Hola guapo! Esta es una gran felicidad y momentos para los niños. 😀😊 quédate siempre tan bondadosa y generosa! 😍😍 Dios te bendiga a ti y a los niños! Que tengan un maravilloso viernes! Cuidate Cristiano! 💝💔 me abrazo! 😘😵Ver original

Me gusta · Responder · 17 · 11 de noviembre a las 12:32

5.-  **Lupita Martinez** Bien por ti Cristiano que bonito es saber que haces cosas tan bellas por estos niños, eres el ídolo de niños adolescentes y adultos , dios te bendice por hacer estas obras maravillosas, mi hijo de 18 años tiene una gran admiración por ti, termino la preparatoria y ya y pudo seguir la Universidad por falta de dinero y trabaja actualmente y tiene ese dueño de algún día conocerte personalmente. y me dice mamá algún día voy a conocerlo voy s juntar dinero para ir a España y verlo jugar, es tu fan Cristiano y ese es su deseo. aparte le fascina el fútbol, dios te llene de bendiciones por todo lo que haces, saludos y un fuerte abrazo para ti, desde Monterrey., N.L., México.

Me gusta · Responder · 13 · 11 de noviembre a las 11:43

INTERACIÓN: En esta imagen, se pudo ver que la interacción que tienen los usuarios es comentar sobre lo buena persona que es este futbolista, como tal las muestras que tienen hacia el expresan admiración, aprecio, confianza, ternura, respeto, humildad. Cabe destacar que el objetivo principal de esta imagen es interpretar que este jugador tiene muchas cualidades, lo que hace verlo como un gran ser humano. Esta imagen tiene una función "denotativa, cognitiva o referencial, que está orientada hacia el contexto y del que depende el significado del mensaje (cuando hace referencia a los elementos de este contexto)" (Marc y Picard, 1989: 24).

Es por esto que, la fotografía logra que los usuarios se inclinen en el contexto de lo que ven y el propósito que tiene la imagen es que se comente sobre lo expuesto, además de lograr que las personas se quebranten ante una muestra de afecto hacia niños que padecen condiciones extremas de salud y causar emociones y expresiones mostrando por ellos cierta compasión pero sobre todo promoviendo en los seguidores melancolía por sus vivencias en su propio entorno.

MASCULINIDAD: El identificar la masculinidad de esta fotografía, ha dado paso se ha a interpretar una imagen paternal, ya que se percibe a un hombre "con paternidad despreocupada donde tienen en cuenta más sus derechos que sus obligaciones afectivas" (Bonino, 2002: 30). Por consiguiente, el ilustrar una imagen con estos niños causa en la personas cierto grado de sentido humanitario, pero también cierto interés de que su imagen sea íntegra frente al mundo ya que él frente a la sociedad debe cuidar de su imagen, ser solidario, compasivo, digno y admirable.

Otro punto importante de esta imagen es que se presenta a un varón paternalista y protector, el cual provoca en los participantes, nostalgia, admiración, amor, como tal, su representación hace que su masculinidad sea vista como una "nueva forma de paternidad, a la que denominan <<padre cuidador>> porque pasa a ser un servicio y una relación más que un poder" Bonino (2003b).

Otra razón importante, es que la fotografía, realza al hombre como padre ejemplar y ante los usuarios es percibida "la participación de los hombres en el cuidado de los suyos" Bonino (2003b). No cabe duda, que esta foto, intenta o pretende enaltecer al jugador como prospecto de padre de familia, y es percibida por los participantes porque

manifiestan sentir ternura por los niños que están en la imagen, pero principalmente porque el jugador “ejerce la paternidad responsable, la cual es un derecho que todo hombre tiene, lo cual puede dar satisfacción al cumplirlo” (Orozco y Calvo, 2016: 27).

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía, pudimos ver que las personas, comentan la felicidad que les causa ver al jugador con los niños y eso permite que los usuarios expresen el afecto que sienten por él y lo bien que se muestra humilde.

Esta imagen, ilustra algunas emociones y efectos sobre las representaciones en que los varones pueden llegar a ser paternalistas y compasivos aunque siempre debe imponerse y no evidenciarse ser un hombre débil, porque la “reciprocidad vincular, lo empático y lo cuidador con ineptitud para la educación sensible y la crianza” (Bonino, 2002: 30), manifiestan la creación de transformase en personas más humanas, frente a los demás.

Imagen 11.

Cristiano Ronaldo con una botarga



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Miércoles 16 Noviembre de 2016, 15:18

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154823514682164/?type=3&theater

CARACTERISTICA DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se encuentra al lado de una botarga la cual puede ser una osa vestida de campesina, él se muestra muy sonriente y feliz de tomarse una selfie con ese personaje.

CONTEXTO: El contexto de esta fotografía, se pudo percibir en algún restaurante o en la misma casa del futbolista.

COMENTARIOS:

1.-  **Ksenia Kisla**

Traducido del Inglés

Tus ojos son taaan feliz... espero que tu hijo feliz como bueno... mi hijo sueños conocerte y juega con tu equipo... es una gran diversión... es criado sin padre.... es muy Importante para él...Ver original

Me gusta · Responder · 38 · 16 de noviembre a las 15:29

2.-  **Koko Jaja Lee**

Traducido del Inglés

Sólo creo en ser mejor y trabajar por ello y también amo a aprender más..... que un ejemplo inválido a sí ya se puede decir que messi es buena pero, qué podemos aprender de él relly ts sólo verlo, pero de Rolando hemos aprendido Mucho rápido tiene que trabajar duro, incluso a los que no tienen un gran talento se vuelven mejores a través de un trabajo duro, querer aprender más cada día... eso es tan importante para todos los wan allí nosotros mucho iwud decir pero estoy muy agradecida de que él es Ahí siguen inspirar....

3.-  **Maria Angela Padilla Jereza**

Traducido del Inglés

Te ves tan adorable amor. Que Dios siempre este con usted. Tu como una inspiración para todos. Ver tu foto me alegró el día completo. Gracias para siempre cristiano ronaldo. Te amamos mi héroe.Ver original

Me gusta · Responder · 3 · 17 de noviembre a las 3:01

4.-  **Nguyễn Ngọc**

Traducido del Inglés

Ronaldo es el mejor jugador en tu mente, pero por qué siempre andas compare ronaldo con otro. Todos ellos tienen sus propios puntos fuertes.Ver original

Me gusta · Responder · 1 · 16 de noviembre a las 19:34

5.-  **Patricia Luge**

Traducido del Inglés

Cristiano Ronaldo es el mejor footballplayer y el hombre más sexy del mundo 😍 saludos 😘Ver original

Me gusta · Responder · 5 · 16 de noviembre a las 16:09

INTERACCIÓN: La comunicación que se dio sobre esta foto en las personas, fue opinar sobre el jugador y lo bien que juega al futbol, considerándolo un héroe y manifestándole cariño y admiración de verle tan contento.

El usuario número 2, compara al jugador **Leonel Messi,** con este jugador, afirma que es bueno, pero Cristiano Ronaldo es más importante e inspira a las personas a ser mucho mejor. Ahora bien, esta fotografía tiene “signos corporales que actúan como los lingüísticos, es decir, trasmiten un mensaje, permiten suponer la existencia de un código entre los interactuantes” (Marc y Picard, 1989: 146). La comunicación que tienen las personas es a través de la representación del futbolista y la manera en que es mostrada

la imagen, ya que las características que tiene desataron opiniones porque “la comunicación puede en efecto, utilizar signos indíciales tomados intencionalmente. Es el ejemplo de la sonrisa, utilizada en las relaciones sociales: como indicio, traduce la alegría y el bienestar y como signo puede significar reconocimiento, la simpatía o un saludo” (Marc y Picard, 1989: 146).

Una de las razones que llama mucho la atención de esta foto, es la manera en que se captura al jugador, indiscutiblemente, se puede percibir que es tomada la imagen a través de la llamada “selfie”, en esta fotografía, el mismo futbolista pudo haber tomado la foto con la botarga para subirla a su perfil oficial en Facebook, por otro lado, creo conveniente precisar que la palabra selfiees “se refiere a las autofotos, esas imágenes tomadas, generalmente con un celular o cámara digital, frente a un espejo o haciendo contorsionismo para lograr con la propia mano capturar la cara o el cuerpo del mismo fotógrafo” (LA NACIÓN, 2013).

Es debatible afirmar que en esta foto, Cristiano Ronaldo, posa delante de una cámara para que sus seguidores sean partícipes en testear lo que ven, ya que su página de Facebook, tiene la intención de transmitir y capturar los momentos más atrayentes que tiene este jugador para que sus admiradores, opinen e interactúen sobre lo que están viendo o se contagien de su propio espacio, ya que la intención que se tiene sobre estas fotos es que de manera inconsciente escriban todo lo que les hace sentir estas fotos e imagen su propio contexto.

MASCULINIDAD: En cuanto al tipo de masculinidad que existe en esta fotografía, podemos decir que, este varón se comporta como un niño ya que “al igual que los demás hombres, son unos juegos infantiles que no se percibe en su verdad, porque, precisamente, la colusión colectiva les confiere la necesidad y la realidad de las evidencias compartidas” (Bourdieu, 1998: 96).

En este caso, la imagen del futbolista se muestra ante sus seguidores como un varón feliz, divertido, sin embargo, la masculinidad que muestra hace “olvidar que el hombre también es niño que juega a parecer hombre” (Bourdieu, 1998: 97).

Considero importante recalcar que la masculinidad que se representa en esta foto, tiene características que muestran que Cristiano Ronaldo, es un hombre educado y construido bajo los mandatos de la masculinidad hegemónica, este papel lo ha llevado a acrecentar diferentes etapas en su vida, en esta foto, se pudo ver que el jugador tiene una representación de un niño el cual se divierte y le emociona retratarse con una botarga, pues bien ese símbolo de captura en esta imagen revela que:

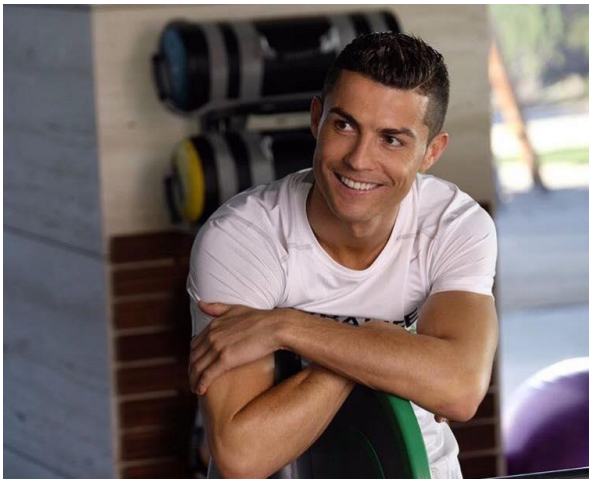
> El desarrollo del hombre desde las primeras etapas de su vida dentro de la madre es ya más difícil en apariencia que el de la mujer, pues adopta un cromosoma diferente y adquiere una independencia de las hormonas femeninas para no acabar feminizado. El varón debe emprender una dura <<lucha>> para alejarse del desarrollo femenino (Pascual, 2016: 10).

Tal es el caso de Cristiano Ronaldo, el cual es adaptado en esta foto, para mostrar una apariencia de un niño feliz, en la que se percibe una independencia alejada de su madre, ya que al representarse con una botarga, intenta causar en sus seguidores un patrón de un hombre ingenuo y sonriente para no ser visto como un varón de debilidades.

INTERPRETACIÓN: En efecto, esta imagen muestra a un hombre que causa polémica en sus fotografías, como tal, los usuarios comentan, siempre lo que perciben de él como los halagos, esto hace que el futbolista, sea y siga construyendo a través de una masculinidad impuesta desde pequeño, por lo que se debe a que “los hombres están amaestrados para reconocer los juegos sociales que tienen por baza una forma de dominación y están designados muy pronto, especialmente por los ritos de institución, como dominadores” (Bourdieu, 1998: 97).

Imagen 12.

Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 18 Noviembre de 2016, 5:44

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154827742597164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se muestra sonriente y relajado, con los brazos cruzados y recargado posiblemente en algún aparato de ejercicio.

CONTEXTO: El contexto en el que se desenvuelve esta fotografía, podría ser en un gimnasio, o algún lugar donde realiza su entrenamiento.

COMENTARIOS:

1.-  **Alex Jose Mendes**

Traducido del Inglés

Eres la mejor y eso ya lo sabes ;) espero que todo ese dinero que haces, te convierte a ti y a tu familia, feliz, te lo mereces hermano!Ver original

Me gusta · Responder · 21 · 18 de noviembre a las 5:52

2.-  **Ximena Muñoz Lopez** Hola guapo.les deseo mucha suerte al equipo mañana en el partido.que ganen.un abrazo cris para ti hijo y familia.eres unico grande y nuestro

Me gusta · Responder · 3 · 18 de noviembre a las 6:35

3.-  **Josue Fonseka** Buen día cristiano ronaldo me encantaría poder platicar contigo y saber si lo que le pasa ami cuerpo es normal talvez te suene absurdo pero creo tener el mismo talento o digamoslo de diferente manera la misma velocidad de respuesta dentro de mi coeficiente ya que atravez de mi mente puede realizar cosas inexplicables sin necesidad de cansarme pero lamentablemente mi cuerpo no reacciona ala misma velocidad que yo quisiera que respondieran mis movimientos espero puedas tomarte un minuto de tu tiempo y puedes contactarme para saber si lo que siento es normal

Me gusta · Responder · 29 de noviembre a las 7:51

4.-  **Dunia Caballero Sánchez** Cristiano, sabes que te admiro, pero tienes que ser un pokino más humilde y no te enfades tanto con los compañeros en el campo, tú, juega al futbol, que es lo mejor que sabes hacer.Un saludo hermoso.

Me gusta · Responder · 1 · 18 de noviembre a las 10:33

5.-  **María José Botella Quirant** ¿Qué pienso? Que me lees, y lo haces con detenimiento. E inviertes muchísimo tiempo en hacer cosas por mi, para dibujarme una sonrisa o querer morderte. Y ESO ES LO REALMENTE IMPORTANTE. Somos novios, es cierto, pero estas cosillas (y mas, que hecho mucho de menos tus IMPRESIONANTES visitas) nos hacen ser intocables e inseparables. TE AMO.

Me gusta · Responder · 18 de noviembre a las 14:14

INTERACCIÓN: Los comentarios que hicieron los usuarios es esta fotografía, son muy interesantes, ya que le escriben como si el futbolista, leyera todos los comentarios, de estos 5 seleccionados, se pudo ver que le manifiestan de manera muy directa, como es el caso del comentario número 3, el cual le pide consejos de como tener el cuerpo y el mismo talento que él, le menciona que se tome un minuto de tiempo y que lo contacte. Otro comentario es el usuario número 5, el cual le escribe afirmando que son novios y tienen una relación en ambos casos, no hay ninguna respuesta por parte del jugador.

Considero que, cada persona tiene diferente opinión, y que la fotografía tiene la intención de mostrar la situación que tiene el futbolista, es decir, hay un “momento, y el lugar donde se desenvuelve el acto de hablar y de una forma general, a todo o que le caracteriza desde un punto de vista material” (Marc y Picard, 1989: 25). Analizando la fotografía, el jugador se representa a través de los aparatos de ejercicio que presenta en la foto, para atraer al público a que se ejerciten y logren tener un cuerpo atlético como el de él o posiblemente, este anunciando algún gimnasio.

Podemos decir que, los participantes, manifestaron su opinión como muestras de cariño, y la fotografía, esta puesta para eso, sin embargo, hay usuarios que se imaginan o piensan en este personaje se tomará el tiempo de responder y como tal esa relación entre usuarios y futbolista, se denota en que hay una “distancia interpersonal, los signos de lazo, la postura tienden a simbolizar y expresar la relación psicológica y social entre interactuantes” (Marc y Picard, 1989:147), ya que en ningún momento, de los cinco comentarios seleccionados, se percibe alguna respuesta por parte del futbolista

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, que tiene esta foto, se pudo ver que el futbolista se manifiesta como un actor que enaltece sus cualidades para no mostrarse débil y temeroso, porque puede ser visto como afeminado, estar “al juicio de los otros hombres, al acercamiento afectivo a ellos, al ridículo, a sentir dolor, fracasar, no saber qué hacer, pedir ayuda” (Bonino, 2002: 31). Los reiterados señalamientos de admiración y de “amor” por diversas mujeres en este son otras imágenes que también contribuyen a resaltar la masculinidad del deportista.

Al identificar qué tipo de masculinidad tiene esta fotografía, se pudo observar que el jugador está modelando o presentando su masculinidad a través del ejercicio, ya que se notan los aparatos de entrenamiento con los que puede ser que se ejercite o anuncie el lugar donde se encuentra. Pues bien, Cristiano Ronaldo, es fotografiado a través de un prototipo de hombre, es supervalorado por los usuarios, ya que lo simbolizan como un guerrero en la cancha de futbol, además de que “se potencia la competitividad negativa en la que el hombre debe hacer lo que haga falta para quedar encima de los demás, especialmente de las mujeres” (Pascual, 2016: 7).

Desde mi punto de vista, se pudo ver que la masculinidad hegemónica, que presenta esta imagen, es la de un varón con estereotipos marcados por la sociedad, se percibe que el futbolista presenta un perfil construido por un rol, es decir a través de:

> Un conjunto de funciones, tareas, responsabilidades y prerrogativas que se generan como expectativas/exigencias sociales y subjetivas: es decir, una vez asumido un rol por una persona, la gente en su entorno exige que lo cumpla y pone sanciones si no se cumple. La misma persona generalmente lo asume y a veces construye su psicología, afectividad y autoestima en torno a él (De la Cruz, 1998: 121).

Pues bien, en esta foto, se percibe que la imagen de Cristiano Ronaldo, es asumida por un rol, mismo que es visto a través de las exigencias que tiene su personaje a través de su profesión, ya que al ser un jugador de futbol, su entorno le pide que se muestre como un guerrero, valiente e intrépido y cumpla con las expectativas que le reivindica la sociedad, así mismo, su figura, tiene la intención de provocar en las personas a que tomen su imagen como una copia de lo que pueden llegar a lograr.

INTERPRETACIÓN: Analizando esta fotografía, se pudo ver que las personas se imaginan un ideal de hombre perfecto, le comentan palabras que lo resaltan como un ídolo además de crear espacio de expectaciones que hacen relucir su imagen como una mercancía, asimismo, los usuarios le escriben al jugador como si lo hicieran con un amigo, dando paso a que la interacción entre las personas sea más profunda y cuenten un poco de su vida o subrayen el contexto en el que se encuentran, se pudo ver que la fotografía, simboliza a un hombre carismático y sonriente, sin embargo, se puede inducir que está causando que algunos usuarios tengan “malestares masculinos, trastornos por indiferencia hacia otr@s o hacia sí mismo, abusos de poder y violencia” (Bonino, 2002: 28).

Imagen 13.

Cristiano Ronaldo en la cancha de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 22 Noviembre de 2016, 10:39

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154840126492164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo mostro una cara de esfuerzo, entrega, ambición, poderío y habilidad, ya se le pudo notar ejercitándose y corriendo en una cancha de futbol.

CONTEXTO: El contexto en el que se desenvolvió esta fotografía es en un estadio de futbol, posiblemente entrenando o preparándose para un juego.

COMENTARIOS:

1.- **Osne Madridista** Mi cris, hoy mas que nunca estoy contigo, sabemos que es un partido importante para ti, primero porque juegas en ese estadio que te trae grandes recuerdos, segundo porque estas a punto de romper un nuevo récord, hoy hay que hacer nuevamente historia, estamos contigo campeón, Grande mi cris, #HalaMadrid

Me gusta · Responder · 12 · 22 de noviembre a las 11:07

2.- **Blanca Cussy** Cristiano se tú como eres chaval le duela a quien le duela como dijo el gran Quijote si lo perros ladran es señal que estás avanzando

Me gusta · Responder · 22 de noviembre a las 17:31

3.- **Jesus Alberto Perez Lopez** No te voy a dar me encanta no vaya ser que he enamores de mi pero ya te di me gusta :v

Me gusta · Responder · 22 de noviembre a las 12:09

4. - **Ahmëd Sålłamī** cristiano i have just one dream ? my dream is go to santiago bernabue and watch a match for you you are the best cris and i love you so much

Cristiano tengo sólo un sueño? Mi sueño es ir a santiago bernabue y ver una pareja para ti eres el mejor cris y yo te amo mucho

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 27 de noviembre a las 12:02

5.- **Junior Dennis**

Traducido del Inglés

Cristiano Ronaldo el mejor jugador del mundo. Él es excelente hombre y el mejor jugador de este plannet. Algunas personas dicen que messi es mejor y dicen que es vino de otro plannet su estúpido diciendo. Este jugador es mi ídolo y yo soy uno de sus mayores fans. Los registros viene él.Ver original

Me gusta · Responder · 503 · 22 de noviembre a las 10:40

INTERACCIÓN: En esta imagen, se pudo percibir que la interacción social que tienen los participantes, es hablar bien sobre el futbolista, lo agrandan a través de los comentarios y hacen énfasis en que es el mejor jugador del planeta.

Algunas señales corporales como los gestos y el cuerpo, son los que más se distinguen en la fotografía esto forja a que los usuarios comenten que “sin verse el elemento más afectado era la sincronización (se producen más accidentes en el discurso, silencios, pausas” (Marc y Picard, 1989: 148). Porque al no mirarse, las personas afectan la comunicación a través de los diferentes discursos, opinando de lo que les rodea y compartiéndolo en las redes sociales a través de la palabra.

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, se puede decir que, en esta fotografía, se ve un "contexto masculinizante que es una correa de transmisión y legitimación permanente, y un sujeto en proceso de masculinización" (Bonino, 2002: 12), así mismo, esta imagen tiene ciertos valores reflejados como la "dominancia, el poderío visible, la actividad, la racionalidad, la eficacia" (Bonino, 2002: 13).

Una de las características que tiene esta foto, es la masculinidad subordinada porque se percibe a un hombre con poder, el cual genera en la audiencia significados como ser valiente, poderoso, egocéntrico y violento, estos adjetivos forman parte de la figura que representa este jugador en su página de facebook y algunos usuarios se han identificado con lo que se les presenta en cada foto, por otro lado, esa masculinidad añadida a su representación del deportista, puede ser percibida como símbolo de inseguridad en el jugador porque "se trata de un hombre que no es tan fuerte, no comparte rasgos como el autocontrol emocional" (CNDH, 2017).

Cristiano Ronaldo, es un hombre que se ha ido construyendo conforme a los estereotipos y las características que la masculinidad hegemónica dice, su imagen ha sido alterada con fines de consumo, para que los usuarios compren lo que anuncia este jugador, su hombría se ha manifestado por enaltecer al género masculino y se siga un patrón de cómo deben actuar los hombres en el mundo.

Desde mi punto de vista, considero que Cristiano Ronaldo, se asume como un modelo de imitación mundial, que ha generado millones de ganancias, las cuales, impactan sobre todo en el ámbito futbolístico, indiscutiblemente, esta celebridad y me atrevo a llamarlo "famoso", es porque a través de los diferentes medios de comunicación, su imagen, ha sido la fuente para atraer grandes cantidades de masas que saben quién es este jugador, por otro lado, su masculinidad, ha sido un impacto en la redes sociales, porque se presenta como el hombre mejor pagado y como el mejor jugador a nivel mundial, dando por hecho que su hombría es la representación que todo hombre de imitar para ser aceptado en la sociedad.

INTERPRETACIÓN: Dentro de este marco y el haber analizado esta fotografía, se pudo ver que las personas, sin verse pueden expresar su entorno y glorificar un personaje que sin duda, vende su imagen para que los usuarios tengan una comunicación en la redes sociales, a través de las palabras que escriben y aunque entre ellos no se comentan, se pueden ver que manifiestan los mismos gustos enalteciendo al futbolista.

Imagen 14.

Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 25 Noviembre de 2016, 9:04

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154848155967164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: Las características que tiene esta fotografía, son principalmente mostrar a un modelo de hombre, presentando un conjunto de ropa. Este personaje, se muestra elegante, varonil, juvenil y sensual. Su porte y la manera en expresa su cuerpo lo hacen ver interesante, pudiera ser que este modelando alguna marca de ropa la cual lo patrocina.

CONTEXTO: El contexto en el que se encuentra esta fotografía, parece indicar que está en una habitación, o en una sesión de fotos, para alguna marca que lo financia.

COMENTARIOS:

1.-  **Dilip Kumar**

Traducido del Inglés

El mejor jugador de todos los productores de Portugal. Lo que un hombre tu! Todos respetamos y todos somos tus fans. El amor de todos los indios. Like, si crees que la mejor footballian! Ver original

Me gusta · Responder · 173 · 25 de noviembre a las 9:07

2.-  **Dolly Mannoun**

Traducido del Inglés

Cristiano en verdad te amo. Eres todo para mí 💘 no sé qué hubiera hecho sin ti. Me das una razón para levantarse de la cama en la mañana. Gracias a ti, cree en ti mismo. No puedo ocultar que hay tiempos duros pero puedes superarlos. Estoy contigo por un largo tiempo, sueño con verte y creer en él. Gracias a usted 💕 Ver original

Me gusta · Responder · 48 · 25 de noviembre a las 9:31

3.-  **Sira Mzg** Guapetón, disfruta de la vida y de tu familia. 😙😙😙😙😙😙. Yo no quiero ligar contigo, lo que pasa que me caes muy bien por muchas cosas buenas que haces para ayudar a la gente, y también porque eres el mejor jugador de football del mundo mundial. Un abrazo😙😙😙😙

Me gusta · Responder · 27 · 27 de noviembre a las 11:24 · Editado

4.-  **Paula Ferreira** cristiano..una pergunta:como sé que eres tan solidario(al igual que yo)pero por desgracia no tengo las mismas posibilidades que tu,y para ti apenas notarías la diferencia en tu bolsillo...no podrías ayudar o hacer tu una protectora de animales?és que me rompe el corazón ver tanto abandono y maltrato animal y yo sé como buen portugués que eres y la sensibilidad que nosotros tenemos,te agracedería de ❤<3 que los tubieras en cuenta..los animalitos y muchos ciudadanos como yo te lo agradeceriamos!!piensatelo amigo!! 😉;-)

Me gusta · Responder · 3 · 26 de noviembre a las 5:09

5.-  **Luxy Morales Gil** Sin lentes te vez más guapetón, eres el mejor jugador del mundo, me encanta el Madrid y me encantas tu 😉;) mucho éxito para ti, familia y tu príncipe hermoso bendiciones!! Muackkkkk

Me gusta · Responder · 1 · 25 de noviembre a las 19:59

INTERACCIÓN: En relación con la interacción las personas exponen sus comentarios de que en esta fotografía, se percibió a un hombre cuya profesión lo hace ver una persona solidaria, algunos participantes, le escribieron para pedirle ayuda tal es el caso de los usuarios que le expresan lo siguiente: usuario número 2 le dice que es su mayor motivación y gracias a él se puede levantar de la cama, usuario 4, le escribe que lo apoye para hacer una clínica protectora de animales. En ambos casos, se puede ver que no hay respuesta del jugador.

Ahora bien, podemos ver que la comunicación que se da en estos comentarios gira en torno al cuerpo del futbolista, “sin precisar la forma en que interfiere en la interacción verbal; tanto es así que el comportamiento verbal y no verbal se combinan” (Marc y Picard, 1989: 149).

Esto es porque los usuarios al ver la fotografía del futbolista, inician una secuencia de comentarios que sin verse cara a cara, relacionan su contexto con lo que ven de la fotografía, y creen o se figuran que el jugador les contestara y le ayudara a resolver sus problemas.

MASCULINIDAD: Con respecto a la masculinidad de esta fotografía, se pudo observar que la foto de este jugador, representa un hombre generoso, activo, poseedor de bienes y portador de ganancias económicas, como tal lo podemos describir como el “proveedor según el modelo de la masculinidad hegemónica, debe cumplir en primer lugar su rol de proveedor y, en segundo, con su imagen de macho” (Fernández, 2002: 71).

Dicho de otra manera, el futbolista interpreta al hombre proveedor el que tiene recursos económicos para proveer su hogar y ser visto ante el género femenino como un conquistador de riquezas y machista ante los demás para que su imagen siga valorada como ganador. En esta foto se vio patrón tradicional de la masculinidad la cual es la obsesión por los logros y el éxito, esto implica que el jugador, está representando “un permanente estado de alerta y competencia, ejerciendo un autocontrol represivo que regula la exteriorización del dolor, la tristeza, el placer, el temor etc.” (Mujeres sin Violencia, 2016).

Dichas características, son manifestadas en su imagen, pero a través de su representación en su página de facebook, representa el papel del hombre fuerte, confiable que incita en las personas a mostrarle al mundo que el género masculino, domina el entorno.

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía, se pudo notar que la interacción que tienen los usuarios seleccionados, es dirigida a expresarle su interés a Cristiano Ronaldo por tener alguna ayuda de él, algunos usuarios son agradecidos ya que les inspira motivación para seguir adelante, se pudo interpretar que pese a que es un modelo, el cual está actuando para su público su masculinidad, esta transformada en el hombre cumplidor, trabajador y responsable, reafirmando a la vez que su postura de hombre ante los demás debe ser elegante, varonil, glorioso, galante y atrevido ante las féminas.

Imagen 15.

Cristiano Ronaldo con vestimenta formal



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Miércoles 30 Noviembre de 2016, 6:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154859476892164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, se pudo ver al futbolista Cristiano Ronaldo, con un traje en color azul muy elegante, expresando en el rostro

galantería y distinción para que las personas, intuyan en comprar tanto la vestimenta como la nueva fragancia que está promoviendo, se presentó en un sofá en el que proyecta comodidad y relajación.

CONTEXTO: Se pudo ver que él jugador, se mostró en un sillón color azul, modelando su vestimenta y anunciando su fragancia para algún comercial de la televisión.

Un punto importante de mencionar, es que en esta foto, no se vio el perfume, solo se anuncia a través de la fotografía, que será el lanzamiento de la fragancia en un club privado, en este sentido, el evento, fue exclusivo para un tipo de personas con status alto, dichas personas deben "ser miembros o Presidentes y Directores Generales de empresas nacionales y multinacionales en el sector privado en donde tengan un espacio para intercambiar sus experiencias profesionales, identificar oportunidades de negocio y convivir entre colegas en un ambiente cordial" (CEO Club, 2017).

COMENTARIOS:

1.-  **Abdullahi Tahir Nuraddeen**

Traducido del Inglés

Usted debe ser un gay tambiénVer original

Me gusta · Responder · 2 · 30 de noviembre a las 7:21

2.-  **Emma Y. Nelli** Cristiano sos el mejor del mundo y la mejor persona. Te admiro y te quiero mucho. Gran gesto de solidaridad con el Chapecoense. Sos realmente grande y te merecés lo mejor. Espero que mi hijo que empieza en las inferiores de un pequeño equipo de Córdoba, Argentina sea como vos. Te veo siempre desde acá aunque soy española. Te deseo lo mejor del mundp y para hoy también.

Me gusta · Responder · 13 · 30 de noviembre a las 10:27

3.-  **Moustafa Mounirian**

Traducido del Inglés

Mi nombre es mustafa y te amo '
Sé que tienes millones de fans pero no sabes que soy uno de ellos un día entró en youtube escribió acerca de sus habilidades y sinceridad película de banner y le gustó mucho y he leído en google para tu historia y yo te amaba más Y más y ahora athban friki que soy egipcio.Ver original

Me gusta · Responder · 5 · 30 de noviembre a las 6:35

4.-  **Gaby Lopez** Me imagino que tu fragancia va a estar exquisita, felicidades Cristiano. Y continúa así de exitoso, que Dios te Bendiga hoy y siempre. 😙😵😍😍😉☺

Me gusta · Responder · 30 de noviembre a las 22:23

5.-  **Cori Jiménez** De frente estas guapo de espalda estas potente y sentado ay estas para comerte bombón eres el mejor jugador del mundo a parte de sexy y guapo t kiero RONALDO

Me gusta · Responder · 1 · 30 de noviembre a las 8:15

INTERACCIÓN: La interacción que tuvieron las personas sobre esta imagen, fue analizada, a través de los 5 comentarios que se seleccionaron, se pudo leer que, las personas están contentas de verle en esa faceta de su transformación, ya que algunas personas, le comentaron que es el mejor del mundo y lo admiran por todo lo que realiza, haciendo hincapié en lo que le escriben, hubo un comentario del Usuario número 1 el cual expresa: “si es gay”, los otros comentarios, son halagos para el futbolista, expresándole que en la postura que salga o el modelaje que realice siempre se ve guapo y sexy.

Los usuarios seleccionados, se limitan a responder a otras personas, solo escriben lo que están viendo de la imagen sin tener ninguna interacción entre ellos.

Ahora bien, se pudo ver que a través de un análisis conversacional se puede describir lo que las personas comentan y tal es el caso en la imagen, porque “el análisis conversacional, se ha nutrido de la corriente interaccional que ha abordado la conversación como un encuentro social, determinado, de una parte, por su contexto y de otra por los rituales sociolingüísticos” (Marc y Picard, 1989: 123).

Tal es el caso en esta fotografía, porque con los comentarios, podemos entrar en una conversación sin la presencia de la comunicación cara a cara, además de que se puede percibir el contexto o lo que se ve de la fotografía, la postura y las características que tiene para que la gente opine sobre lo que ven.

MASCULINIDAD: Ahora bien, en cuanto a la masculinidad que se percibe en esta imagen se puede decir que se representó a un hombre machista, esto se puede deducir en cuanto a la manera en que se encuentra la imagen ya que nos presenta a un hombre varonil que

muestra galanura y el cual es manejado por ciertos estereotipos para indicar que un varón "tiene que demostrar que lo son, se le exige pruebas de virilidad" (Fernández, 2002: 82).

Aunado a esto, se muestra que su construcción, refleja en las personas ciertas características de la masculinidad hegemónica, como: "Distínguete/destaca, busca tu propio destino, Se importante, Realízate/trabajando, Haz tu mundo" (Bonino, 2002: 17), estas frases son adoptadas por sus seguidores y se van apegando a un modelo ideal que los varones deben cumplir.

INTERPRETACIÓN: En esta imagen, se vio que las personas comentaron sobre lo atractivo que se nota el jugador, como tal se imaginaron que este personaje tiene su hombría, muy bien definida, para las personas es un ideal o modelo a seguir, en algunos casos, suelen identificar que su preferencia sexual se inclina en la homosexualidad y aunque esta pasa a ser parte de la masculinidad, se representa con estilo y postura, para mostrarle a la gente que su imagen es importante en todo el mundo.

Imagen 16.

Cristiano Ronaldo promoviendo los productos CR7



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 2 de diciembre 6:03

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154860080297164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: El futbolista Cristiano Ronaldo, se muestra en esta fotografía ante sus seguidores sobre una cama promocionando un cobertor con su nombre y sus iniciales con las que es identificado en el ámbito futbolístico CR7, en color rojo, él se encuentra con una bata negra sonriente y en una postura muy sensual y provocativa.

CONTEXTO: En esta fotografía, se pudo observar una recámara muy acogedora, una cama amplia, con una colcha de sus productos CR7, así como retratos, lo que hace entender que puede estar promocionando o anunciando su mercancía.

COMENTARIOS:

1.-  **Luan César Pereira**

Traducido del Inglés

Cristiano Ronaldo soy muy tu fan para mí siempre serás el mejor en el mundo, mi sueño es conocerte y ganar una camiseta de los tuyos, abrazos #cr7*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 45 · 2 de diciembre a las 6:08

2.-  **J Andres B Escobar** Me imagino que ese es el cuarto de Ronaldo... Lo que no me explico es por que en el nochero tiene fotografías con hombres y no con su hijo,novia o madre? Este se las trae... Puto culero

Me gusta · *Responder* · 2 · 2 de diciembre a las 13:49

3.-  **José Luís García García** Independiente a lo futbolistico esto ya se está volviendo como Krusty el payaso y no por ser payaso sino por poner su imagen en cualquier producto.

Me gusta · *Responder* · 2 · 2 de diciembre a las 7:49

4.-  **Julian E. Prada** Cr7 porque no se mete esas putas fotos por el culo, respete y despues hablamos.

Me gusta · *Responder* · 1 · 2 de diciembre a las 7:00

5.-  **Vanessa Jenny Othuke** I love to be your friend

Me encanta ser tu amiga

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 3 de diciembre a la 1:59

INTERACCIÓN: La comunicación que tuvieron las personas seleccionadas en esta fotografía, es de molestia ya que opinaron que el jugador paso de ser futbolista a un modelo, e incluso lo insultan, sin embargo, hay dos usuarios que escriben que él futbolista seguirá siendo el mejor y anhelan con conocerlo y seguir siendo amigos en facebook.

“Cuando las personas se encuentran en situación de interacción, la comunicación entre ellas no solo es de palabras sino también en los gestos y posturas del cuerpo” (Marc y Picard, 1989: 143), esto nos da una idea de que cuando las personas ven esta fotografía, se expresan e interactúan con las palabras que escriben, además de que perciben lo que trata de comunicar la imagen, para que sea motivo de comunicación y se desate la conversación.

MASCULINIDAD: El tipo de masculinidad que se vio en esta fotografía, es construida como un imaginario de lo que un hombre debe de interpretar, como tal Cristiano Ronaldo, asume ante sus seguidores, algunas características que rigen a la masculinidad hegemónica, en este caso, está transmitiendo a que las personas sean: “independientes, maduras, proveedoras, responsables poderosas y autónomas. Razón misma que la imagen de este futbolista “es la representación social de la masculinidad y la autorrepresentacion que los hombres tienen de lo que significa ser hombre” (Bonino, 2002: 18).

Otro punto importante, en esta foto, es que algunos participantes, percibieron a Cristiano Ronaldo, como sensual y atractivo, y por ende suelen interpretar que este jugador es afeminado u homosexual al verlo posar sobre una cama con una bata de dormir, ya que para algunas personas, este tipo de extravagancias en el futbolista, son ofensivas y más por la profesión a la que se dedica. Considero que a través de las nuevas masculinidades, esa idea que se ha construido sobre la feminidad en los varones, puede dejar de ser mal vista, porque “la homosexualidad no es un peligro al contrario se debe considerar como parte de la educación en los hijos e hijas; así como buscar que las personas no desarrollen una identidad masculina agresiva ni egocéntrica” (Mujeres sin Violencia: 2016).

INTERPRETACIÓN: En esta imagen, la interacción que tuvieron las personas fue comentar que este personaje, más que seguir siendo un futbolista, se ha convertido en un modelo y mercancía, ya que se ha profundizado en promocionar sus artículos deportivos como ropa, zapatos y atuendo interior, los cuales pueden influir en las personas a que lo distingan como el hombre ideal que impacta su "figura del héroe, el soldado o el guerrero valoreso" (Bonino, 2002: 19), manipulando a que la masa sea consumidora de todo lo que vende sin importar si las personas pueden adquirirlo o no, además de resaltar que la masculinidad es el punto más importante para impulsar a los usuarios a crearse un imaginario de que pueden lograr lo que el jugador ha alcanzado.

Imagen 17.

Cristiano Ronaldo entrenándose



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 6 de diciembre 9:16

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154881001192164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En la fotografía, se pudo observar al futbolista, comunicándose a sus seguidores con una imagen de su entrenamiento, se vio a un hombre audaz, intrépido, el cual expresa con su foto diferentes ademanes que son

interpretados para que pueda obtener relación con su público a través de sus expresiones y de la posición de su cuerpo.

CONTEXTO: El contexto en el que se encuentra esta fotografía es una cancha de futbol, a la luz del día.

COMENTARIOS:

1.-  **Sandra Leon Barrantes** Cristiano Ronaldo ojala leas estas palabras que te voy a escribir, soy seguidora del Real Madrid y admiraba mucho tu futbol pero luego de ver un video en donde un jovencito trataba de tomarse una foto con usted y su persona en lugar de tener un poquito pero un poquito de humildad y habersela tomado lo que USTED HACE ES EMPUJARLO CON LA MANO y el pobrecito muchacho no pudo tomarse la foto.
Yo creo que aveces la fama hace a un ser humano olvidarse que todos somos iguales y valemos lo mismo para Dios, asi que la proxima vez piensa muy bien la reaccion que vas a presentar cuando alguien te pida una foto, muy mala fue tu reaccion y recuerda que donde estas es x que Dios asi lo permite y mañana no se sabe donde ni como vamos a estar. Conoce mas de Dios y sabras que al projimo se ama y se respeta.

Me gusta · *Responder* · 8 · 6 de diciembre a las 11:43

2.-  **Rene Felipe Villegas Delgado** DIOS lo bendiga que tenga un buen dia imagenes como estas del deporte u otras que sean de edificacion son las que nos motivan a superarnos y a poder creer en que si se puede bendiciones cuidese mucho y pase bien adelante campeon.

Me gusta · *Responder* · 6 de diciembre a las 12:52

3.-  **Aracelly Jara Icaza** Es el mejor a nadie le importe su vida hay que respetar el no se mete en la de nadie y punto

Me gusta · *Responder* · 1 · 6 de diciembre a las 10:14

5.-  **Adriel Quinteros** Anoche soñé con Este gran jugadorr el mejor del mundo soñé que lo conosi y que Era buen amigo Mioo😍☺😍☺😍☺💪🦾

Me gusta · *Responder* · 2 · 10 de diciembre a las 0:07

INTERACCIÓN: La interacción que tuvieron los 5 usuarios elegidos al azar, fue comentar, que en esta fotografía, el futbolista tiene mucho talento, sin embargo la persona del comentario número 1, le escribe que debe tener humildad y que la fama se le ha subido, no obstante, el comentario número 2, le agradece que siga siendo un reflejo de motivación, el usuario número 3, lo defiende de los ataques que le hacen y expresa a los demás que nadie debe de meterse en la vida del futbolista.

Pues bien, esta imagen es interpretada por su apariencia y la figura que tiene en una cancha de futbol, sus “signos corporales actúan como los signos lingüísticos” (Marc y Picard, 1989: 145), los cuales dejan ver que este varón es un producto que actúa, para que las personas se identifiquen con él.

Su cuerpo es muy expresivo, como tal representa e influye en los usuarios a que haya interacción, ya que para que se lleva a cabo una comunicación, debe de surgir algo que detone que las personas sin verse cara a cara, utilizan signos como la sonrisa, o el cuerpo de una fotografía para comentar que “la simpatía, o un saludo su significado se interpreta en función del contexto en que se utiliza” (Marc y Picard, 1989:146).

MASCULINIDAD: La masculinidad en esta fotografía, representó a un hombre, feroz, varonil, poderoso, talentoso, audaz, intrépido, seguro de sí mismo, y da paso a “cumplir los mandatos de ciertas creencias las cuales representan los mitos el camino del héroe, en el que, por la lucha y el exceso se va buscando el sentido de la vida (masculina) y la vuelta triunfante” (Bonino, 2002:19).

Otra idea sobre la masculinidad que representa este jugador, es la de seguir interpretando que hoy en día los varones son los únicos en ser exitosos, se ha distinguido al hombre en el ámbito deportivo, lo cual inhibe a la mujer en algunos deportes, tal es el caso de esta foto, la cual fue analizada bajo una interpretación de machismo, porque presentó a Cristiano Ronaldo, como un futbolista exitoso, poderoso y enaltecido ante lo que realiza, trayendo consigo una masculinidad hegemónica así como proyectando ante los demás que “los hombres poderosos protegen lo suyo, que el honor y el prestigio y el derecho a gobernar les confiere solo a los hombres obteniendo beneficios materiales y la buena vida” (Pizarro, 2006: 186).

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía, se pudo ver que la interacción que tienen las personas, con esta imagen los hace expresar sus emociones e interpretar como este sujeto expone su hombría para que ellos opinen sobre como lo perciben y se desencadenen diferentes opiniones. Al analizar los comentarios, las personas tuvieron un ideal muy elevado de lo que este futbolista representa para ellos. Hay algunas personas, manifestaron que su imagen está creada como un producto y que su fama ha crecido, al proyectar a un varón en el ámbito del modelaje.

Imagen 18.

Cristiano Ronaldo conviviendo con niños con capacidades diferentes



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 8 de diciembre 9:55

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154890582682164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, se vio al futbolista Cristiano Ronaldo, responsable, humilde, sensible, noble, delicado, paternal, hacía unos niños con capacidades diferentes de una fundación, mostrando interés por ellos y amoroso.

CONTEXTO: El lugar en el que se desenvolvió esta fotografía, pudo ser en un hospital, fundación o escuela, mostrando afecto e interés, representándose con serenidad ante los que lo miran.

COMENTARIOS:

1.-  **Pablo Nascimento**

Traducido del Portugués

Cristián te amo, espero que este mensaje llegue hasta ti. Eres el mejor jugador del mundo dentro y fuera del campo, no tengo palabras para describir el amor y admiración que tengo por ti, mi sueño sería conocerte, pero eso sería imposible, pero espero verte jugar algún día, cuando viniste A Brasil jugar en la arena nueva fuente me quedé en la puerta tratando de verte, pero no yo no puedo, pero aun así si tuviera otra oportunidad de intentar verte lo haré de

nuevo, estoy contigo siempre lo mejor del mundo y nunca dejes de ayudar a esas Niños que necesita ayuda, y una vez más te amo cristiano ronaldo ❤️🖤💚🖤*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 280 · 8 de diciembre a las 10:52 · *Editado*

2.-  **Alexandre Júnior de Santana**

Traducido del Portugués

Soy muy fan de Cr7, amo el fútbol y el cr7 me hace soñar en ser jugador igual a él, y un día voy a conocerlo, todavía tengo 7 AÑOS, pero soy un soñador y espero en Dios realizar mis sueños y ser humilde E igual a cr7, escupir ya cospo, mi madre me maldice todo el tiempo. Madrugar*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 1 · 10 de diciembre a las 4:29

3.-  **Cláudia De Sousa Mouta**

Traducido del Portugués

Cómo puedes periódicos, revistas, gente ignorante, hablar mal del ser humano... un chico que podía muy bien hacer su vida, disfrutar de su dinero que gana con esfuerzo y talento.... y ni siquiera llamar a los demás... Pero no, tiene un corazón de oro, una bondad que se nota venir de cuna... ayuda en lo que para él son causas humanas... causas del bien
Que orgullo cristiano ronaldo, que orgullo que seas portugués... y que tengas esa educación y esa bondad... que muchos otros "ricos" fueran como tú
Gracias por estos ejemplos que muestras al mundo... que solo te hacen aún más amado por quién te admira
Felicitaciones*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 32 · 8 de diciembre a las 11:08

4.-  **Valeskita Peinado** Que lindo eso.. Humildad sobre toda las cosas 👌 , esperó un día no muy lejano visites mi país Nicaragua ya que tenemos mucha pobresa y casi no hay personas así con buen corazón y tengan mucho dinero hace falta personad as, mi país va creciendo poco a poco en la economía y ayudamos un poco gracias a Dios. Este mundo merese muchas personas así como tu CR7 que ayuden al projimo, orare a Dios para que un día vengas a mi paiz y ayudes a muchos necesitados aquí y en especial a los niños que viven en la calle y pasan hambre, espero y lo leas saludes y bendiciones para ti 💪👶😊☺💕❤

Me gusta · *Responder* · 25 · 8 de diciembre a las 10:06

5.-  **Ana Maria Ferreira**

Traducido del Portugués

No sólo eres el mejor jugador del mundo también eres un ser humano maravilloso no hay como tú sigue así que Dios te necesita aquí en la tierra para que sigas ayudando siempre quién más necesita!!! Sólo tú cr7*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 6 · 8 de diciembre a las 11:00

INTERACCIÓN: De los 5 comentarios seleccionados, los usuarios expresaron, que el futbolista tiene humildad y es un orgullo que apoye a las personas que más lo necesitan, por otro lado, el jugador hace gala de su presencia inspirando a que las demás personas se identifiquen con él, mostrando cierto respeto, por su solidaria visita a este lugar.

El futbolista, asume un comportamiento expresivo y un tipo de "función de comunicación, porque los signos corporales representan un intercambio de información" (Marc y Picard, 1989: 146), esto genera que las personas comenten, como lo interpretan en esta foto, ya que para los usuarios es un contexto de sencillez y carisma el que representa el jugador además, de que incita a que los participantes a compartan sus sentimientos sobre lo que están observando.

MASCULINIDAD: El tipo de masculinidad que se ve representada en esta imagen es la paternidad, porque se muestra a un varón comprometido, responsable, paterno, además de que esta masculinidad "es una construcción sociocultural que está influida por la formación de la identidad genérica, no es solo la reproducción biológica, sino que determina las diferentes prácticas sociales que integran las funciones y responsabilidades con los hijos e hijas" (Zariñan, 2016: 1).

Pues bien, en esta foto, se vio una masculinidad paternalista, si bien es cierto, Cristiano Ronaldo, tiene "ya cuatro hijos: Cristiano Jr., de seis años los gemelos Mateo y Eva gestados, como su hermano mayor Cristiano Jr., bajo gestación subrogada y el bebé Alana Martina que ha dado a luz Georgina Rodríguez, actual pareja del futbolista" (SPORT, 2017). Este hombre, se ha realizado como un padre amoroso, el cual presume a sus hijos en las redes sociales, ganando respeto ante el público, atrayendo a que las personas lo consideren un varón y padre de familia responsable. Analizando la fotografía, se pudo notar que esa masculinidad paternalista la representa en su foto conviviendo con niños con capacidades diferentes, esto causó en los participantes a que lo valoren como un ser humano noble, amoroso y paterno.

Una de las características de la masculinidad paternalista es “el cuidado de los hijos e hijas tarea que es tradicionalmente destinada a las mujeres porque se las consideraba naturalmente aptas para ello” (Pascual, 2015: 37), esa masculinidad, es la que representa este jugador, interpreta su papel como padre cuidador, acercándose en la foto a los niños dándoles su apoyo, cuidado, sencillez y amor, ganándose al público a través de “la participación, ayudando y dedicando parte de su jornada diaria al cuidado” (Pascual, 2015: 37). Sin embargo, esa masculinidad paternalista, está muy lejos de la realidad misma como lo afirma el autor Luis Bonino:

> La mayoría de los nuevos padres son en realidad participativos-ayudantes y no tanto igualitarios. Usan tres veces menos tiempo que sus parejas en ocuparse de los/las hijos/as, suelen aumentar el tiempo más que la cantidad de la compañía, no se sienten totalmente obligados al trabajo de crianza y no sienten que abandonan a sus hijos/as cuando salen a trabajar, reproche que a veces continúan haciendo cuando es su pareja la que lo hace (Bonino, 2003b: 4).

La masculinidad paternalista en esta foto, originó que los usuarios percibieran a Cristiano Ronaldo como un hombre con bondad, y un gran humano, dando paso a considerar que su representación como “hombre de familia”, es la característica primordial que enaltece al jugador, sin embargo, esa masculinidad es solo un reflejo de lo que se espera en los varones, porque sus emociones o sentimientos no los muestra totalmente ya que pudo verse obligado a mostrar aprecio en esos momentos porque generalmente a los hombres “se les frena la afectividad y el interés por lo íntimo y lo domestico” (Pascual, 2015: 37).

INTERPRETACIÓN: El haber analizado la imagen, se pudo ver que muestra a un varón, con características paternales, indudablemente, el estereotipo que maneja es dirigido a la figura femenina, ya que muestra interés y aprecio por unos niños para causar en las personas, sensibilidad y muestras de cariño que lo hagan verse un hombre centrado y maduro.

Las personas efectivamente, textean sobre su personalidad y lo majestuoso que se muestra en esta fotografía, su figura paternalista resalta, porque en la imagen se ve a un hombre afectuoso y amoroso, el cual muestra un modelo expresivo, sensible y caritativo, para que los usuarios, interpreten a un hombre con valores el cual siente aprecio por sus

semejantes sin caer en la feminidad, ni mostrar sentimientos como llorar o tener un contacto más cercano, simplemente muestra firmeza y honor ante los que lo miran. Vale la pena mencionar que las alusiones al dinero del deportista también hacen referencia a su masculinidad, tanto en este caso como en otros que aquí se analizaron.

Imagen 19.

Cristiano Ronaldo modelando un producto comercial



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 13 de diciembre 6:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154911201337164/?type=3&theater

CARACTERISTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se presentó modelando un body de la marca SIXPAD, la cual de acuerdo con su propaganda, ayuda a quemar grasa del cuerpo, y él se presenta con el torso desnudo mostrando su cuerpo ejercitado, invitando al público a adquirir el producto.

Así mismo, se analizó, la marca SIXPAD y se pudo ver que Cristiano Ronaldo, se muestra en esta página promocionando el body a través de mensajes que realzan su imagen como un hombre deportivo que se figura atlético expresando lo siguiente: “No hay límites para lo que puedes hacer. La revolución del cuerpo se trata. Para mí, EMS, es indispensable en el entrenamiento diario (SIXPAD, 2016).

Otro aspecto que se pudo ver de esta página que anuncia estos body, es que representa la figura del futbolista como un modelo vendible, anunciándolo desde su cuerpo ejercitado y a la vez promoviendo la marca de ropa interior del jugador CR7, así mismo, en palabras del jugador, se incita a que las personas crean en esta frase “No se puede ser el mejor del mundo sin pulir tus habilidades. Esta es mi manera de vivir. EMS es un método esencial de entrenamiento. Ejercitarse diariamente puede llevar a un rendimiento físico óptimo. No hay trucos para ser el mejor. Es una cuestión de dedicación” (SIXPAD, 2016).

CONTEXTO: En esta fotografía, se pudo ver que el ambiente en que se presenta el jugador es modelando, un producto de marca SIXPAD.

COMENTARIOS:

1.-  **Wahed Ahmed**

Traducido del Inglés

Cristiano Ronaldo no es sólo el mejor jugador de fútbol. Es uno de los hombres más grandes de nuestra historia. Su deseo de ayudar a la gente y luchar por la paz y el amor por todo el mundo es increíble. Cristiano Ronaldo estoy orgulloso de tener a ti como mi ídolo y eres un modelo de rol para todos. Respeto (Y)*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 952 · 13 de diciembre a las 6:01

2.-  **Osne Madridista** El hombre de mis sueños, el hombre de mi vida, al que mas amo, mi cr7 ❤️ <3felicidades por todos tus logros. Dios te bendiga guerrero de la vida 😀:D

Me gusta · *Responder* · 14 · 13 de diciembre a las 6:07

3.-  **Jorge Luis** CR7 regalame una camiseta tuya soy de ecuador felicitaciones por tu nuevo logro ganando el balon de oro soy madridista y pues mi mamá pasa muchos años trabajando en España quisiera subastar una camisa tuya para construirle su casa y se venga a vivir a Ecuador espero no se pierda el comentario y lo puedas leer

Me gusta · *Responder* · 6 · 13 de diciembre a las 13:19

4.-  **Gisella Palma Candelario** Felicidades soy tu fan,nùmero uno,y sabias que hibas a ganar,guapo,te lo mereces,porque siempre estas dandolo todo.

Me gusta · *Responder* · 15 de diciembre a las 0:54

5.-  **Miyochan WaRe** Me quede 3 horas afuera del hotel
Para verte
Vivo muy cerca
Quiero un autógrafo por favor 🙏😊☺

Me gusta · *Responder* · 15 de diciembre a las 7:16

INTERACCIÓN: La comunicación que tuvieron las personas seleccionadas en esta imagen, mostró un imaginario de las personas sobre lo que refleja este jugador, porque la fotografía, muestra “las señales corporales que desempeñan una función muy importante en la regulación de los intercambios” (Marc y Picard, 1989: 148), es decir, el cuerpo del futbolista está moldeado en esta foto, causando que los participantes le comenten sobre lo bien que se ve, dando pie a que le digan que es “el hombre de sus sueños y vida”, “un guerrero”, además de ser “un ídolo, modelo y rol para todos”, esto genero a que los usuarios escribieran sus diferentes puntos de vista sobre lo que causa la imagen de este varón.

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, que interpretó este futbolista, se pudo ver a un hombre con características, sensuales, fuerte, ejercitado, con hombría, atractivo y estas características, son las creencias que han hecho que las personas, idealicen con tener un “cuerpo fuerte no se paraliza de miedo, enfrenta los desafíos al honor, aprovecha todas las oportunidades sexuales, demuestra su capacidad de riesgo, trabaja incansablemente” (Pizarro, 2006: 118).

Por otro lado, esta fotografía, presentó a un varón musculoso y esto generó que algunas personas, se engrandezcan con que este hombre porque se presenta como un modelo y rol para todos, sin embargo, puede causar en algunas personas a que se ejerciten de más, es decir, a través de ejercicio físico que va más allá de lo que pide el futbol, ya que “el desarrollo muscular y su uso aprendido en la cancha desarrollan también la capacidad de agredir y de soportar agresión, ambos mandatos íntimamente ligados al tener un cuerpo fuerte” (Pizarro, 2006: 118).

Una característica más de esta foto, es que puede ser violenta porque se presenta el jugador como dominante, con poder y superioridad, esto da la idea de que “el hombre aprende que para expresar su masculinidad tiene que ser violento, y en muchas ocasiones esta violencia se manifiesta en contra de las mujeres” (Pizarro, 2006:72).

Desde mi punto de vista, la masculinidad del jugador manifiesta un cuerpo sexual con dominación, el cual ejerce en los usuarios estereotipos de belleza, que pueden atentar la vida de los participantes porque un entrenamiento futbolístico es riguroso y en algunas

personas puede ser peligroso por querer imitar un modelo que está figurando un ideal de hombre.

INTREPRETACIÓN: En esta fotografía, se percibió que para algunos usuarios el tener un cuerpo ejercitado y musculoso, es el ideal perfecto para ser hombre o mujer, así mismo, las personas expresaron que es un guerrero y estos mandatos, están presentes en las ideas que ha llevado la construcción de la masculinidad, dando a entender que "el cuerpo masculino debe ser atractivo, para las mujeres, ya que un hombre atrae cuando simboliza ante las féminas fortaleza, autodominio, riesgo" (Pizarro, 2006: 118).

Imagen 20.

Cristiano Ronaldo en un partido de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 15 de diciembre 8:04

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154920508722164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, está en un partido de futbol, con el equipo América, dicho equipo es originario de la Ciudad de México, el cual tiene "100 años de existencia y es fundado el 12 de

octubre de 1916” (AMÉRICA MONUMENTAL, 2013). En esta foto se presenta a Cristiano Ronaldo, con los brazos alzados y al lado de él dos jugadores del equipo contrario, tratando de quitarle el balón.

CONTEXTO: En esta fotografía, se pudo ver que la acción se sitúa en una cancha de futbol, presentándose con varios hombres, todos deportistas realizando una jugada.

COMENTARIOS:

1.-  **Christian Alejandro Avila** Gracias por mandar a chingar a su madre al América. #HalaMadrid

Me gusta · *Responder* · 6.507 · 15 de diciembre a las 8:05

2.-  **Arturo A. Mendiola** Bien jugado, y que lastima de los mexicanos que celebran victorias ajenas. Bien dicen que el peor enemigo de un mexicano es otro, deberían apoyar más al equipo "mexicano". A mi en lo personal me da pena ver a los que celebran lejos de querer demostrar que el fútbol de México es competente así como lo fue hoy con el Real Madrid

3.-  **Rhina Aracely Garay** Tanpoco hay k que ser así como que achingar hey son hermanos en el juego ellos jugaron muy bien pusieron en alto alos México un 👏👏👏👍□👍□👍□ yo soy ala Madrid al 💯 pero felisito al America xk no es fasil yegar donde ellos yegaron muy bien al equipo. 👍□👍□👍□👍□

Me gusta · *Responder* · 48 · 15 de diciembre a las 9:19

4.-  **Laura Reyes** Pos ami anque perdieron ami meda pena atoda esa jente tonta y negatiba y que seasen yebar por saber mucho de fulbol creo que nosaben nada de eso porque pierdan hoganen lo mas en portante es un sinple de porteypara pasar la vida mas acupada y nopensar.

Me gusta · *Responder* · 3 · 15 de diciembre a las 12:16

5.-  **Patricia Lopez** Los comentarios antiameticanistas son de Ardidos porque a pesar de que el real Madrid es un equipo de un nivel alto se esperaba mas de ellos la verdad y les sudaron los huevos para meter esos dos goles

Me gusta · *Responder* · 2 · 15 de diciembre a las 12:58

INTERACCIÓN: La interacción que tienen las personas sobre esta imagen, gira entorno a los resultados de un partido de futbol reciente. Los comentarios consisten en insultos, palabras dirigidas al comportamiento de los jugadores, felicitar a algunos jugadores Mexicanos, etc. Esto es a través de la manera en como se ve el jugador y lo que transmite la imagen explicita sobre este deporte.

Algunos ademanes que hace el futbolista en la imagen, pueden tener un cierto efecto en los usuarios como “descargar la ansiedad, la tensión, o la excitación interna” (Marc y Picar, 1989: 148), ya que aunque las personas no se ven cara a cara, este tipo de sensaciones y emociones son escritas por ellos, alterando un efecto en las demás personas que leen los comentarios.

MASCULINIDAD: La masculinidad que se ve esta imagen está referida en algunas características como la rapidez, poder, hombría, heroísmo, agresión, fuerza, prestigio, y por ende, los usuarios interpretan en él jugador que un cuerpo ejercitado y ágil sobre sale en la cancha de futbol, porque “el mundo no es fácil para los hombres, tienen que ser duros, tener una fortaleza corporal y predominar” (Pizarro, 2006: 119).

Aunque estos rasgos han sido impuestos desde el momento que nace un varón, la fotografía invita a reafirmar que “un hombre es fuerte por naturaleza y ello se refleja en su cuerpo” (Pizarro, 2006: 119), ya que si sus rasgos los muestra débiles, pueden asociarse a lo femenino y solo causar una idea de inferioridad ante la sociedad. La imposición de la figura de Cristiano Ronaldo frente a sus contrincantes simboliza su masculinidad.

INTERPRETACIÓN: En esta imagen, pudo ver que los rasgos que presenta la imagen sobre masculinidad, se manifiestan en los usuarios a través de críticas poco constructivas, todos se basan en un cuerpo ejercitado, imponente ante los demás. Por otro lado, la imagen del futbolista, causa muchas emociones, porque son escritas por las conductas que manifiestan las personas, aunque la comunicación no es directa, intencionalmente comparten como es su vida en el momento que están interactuando en la página.

Imagen 21.

Cristiano Ronaldo en un partido de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 20 de diciembre 18:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154937224182164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: Algunas características que presentaron en esta fotografía, son un jugador con agilidad y fuerza con la que lleva el balón.

CONTEXTO: La fotografía se sitúa en una cancha y en un estadio de futbol.

COMENTARIOS:

1. -  Daniel Oku Ronaldo you are the best of all time the world has seen it but haters will never agree, pls keep your good works... I believe someday others may come to realize your worth when you have left football..

Ronaldo eres lo mejor de todo el tiempo el mundo lo ha visto pero los enemigos nunca estarán de acuerdo, por favor mantengan sus buenas obras. ...creo que algún día otros pueden llegar a darse cuenta de su valor cuando se han dejado el fútbol..

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 39 · 20 de diciembre a las 18:42

Traducido automáticamente

Me gusta · Responder · 39 · 20 de diciembre a las 18:42

2.-  **Sam Djtjuas**

Traducido del Inglés

Hola cristiano, felicidades por tus logros. Un gran año para ti. Le importaría dar unas palabras de reconocimiento a mi hija. Espero que encuentres alguna vez. Le deseo a usted y a su familia una gran fiesta. Sinceramente un fan.

3.-  **Rania Khattab**

Traducido del Inglés

Te quiero mucho muy. Eres el mejor jugador del mundo. Te deseo siempre la mejor de la suerte. Mis mejores saludos a tu hermosa madre y a tu hermoso hijo. SIM*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 2 · 21 de diciembre a las 10:11

4.-  **Kářím ßǎŷŏůmŷ**

Traducido del Portugués

Debería existir un título para un corazón de oro! Además de ser el mejor futbolista del mundo, tener una historia de vida tan sufrida, no se ha corrompido, no se deslumbró, no dejó de ser humano. Siempre ayudando! Todos hablan de su belleza exterior, pero yo quiero aplaudir su belleza interior. Eres super! Felicitaciones! Vc merece todo es mucho más.*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 7 · 20 de diciembre a las 19:24

5.-  **Soares Dos Santos**

Traducido del Portugués

Hola Cr7, le voy a hablar en español que es nuestra lengua!!
Eres y siempre serás nuestro gran orgullo lusofonía, estás por encima de todos los jugadores del planeta tierra, yo hablo de Angola y ca, el 70 % de la juventud es del Cr7, RM, Portugal

Me gusta · *Responder* · 21 de diciembre a las 14:49

INTERACCIÓN: La interacción que surgió en esta fotografía, con los 5 usuarios seleccionados, es percibida a través de comentar sobre lo buen jugador que es, inevitablemente, los participantes, tienen muy claro, que este jugador es un hombre experto en el futbol, como tal, saben sobre su vida, le dan ánimos y recurren a él como si este personaje les fuese a contestar. Se ha percibido que en todas las conversaciones, los usuarios escriben con la intención de obtener una respuesta por parte del jugador, sin embargo, en las 36 fotografías analizadas, no hay contestación por parte de Cristiano Ronaldo, ni un like, por lo que queda claro que solo se usa para promocionar la imagen del jugador.

Las conversaciones, siempre mencionan el orgullo que sienten por él y las personas expresan su sentir sobre lo que les expresa su postura en un juego de futbol. Ahora bien, la interacción que surge de esta foto, es porque tanto la imagen del futbolista como la interacción de las personas va unida, ya que "existe una relación estrecha entre la complejidad gestual y la cantidad de palabras" (Marc y Picard, 1989: 150), esto quiere decir, que depende de cómo se presente el futbolista en las imágenes, será la manera en que las personas comenten con palabras lo que perciben y ven de sus fotografías.

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, se pudo observar en la fotografía algunos atributos que se presentan como un varón intrépido, con carácter, aventurero, veloz, autónomo, superior, rudo, inteligente, apasionado y machista es por esta razón que su hombría la transmite en las personas que lo miran, porque comunica "fortaleza y resistencia a los desafíos y capacidad para enfrentar responsabilidades y aprovechar oportunidades" (Pizarro, 2006: 119).

Indiscutiblemente, la masculinidad que presenta esta foto, muestra cualidades que todo varón se va construyendo a través de su estilo de vida y de lo que la sociedad va exigiendo, considero que todas esas características han sido fomentadas por la educación que tienen tanto hombres como mujeres, ya que la familia tiene un peso importante en la construcción de las personas, "las prácticas y comportamientos se aprenden desde temprana edad. A los niños se les forma para que sigan un modelo o patrón de conducta que les enseña a comportarse de manera decidida y segura" (Pizarro, 2006: 21).

Como tal esa construcción se vio en la fotografía de Cristiano Ronaldo, ya que se ha idealizado que este jugador tiene una imagen de hombre perfecto, sin embargo, me atrevo a decir que este personaje, es un producto de la mercadotecnia que tiene el futbol, ya que no puede ser considerado hombre ideal porque lo único que pudiera transmitir en los hombres es una "fuerte presión y frustración por no poder cumplir con los requisitos sociales acerca de lo que es un verdadero hombre" (Pizarro, 2006: 26).

INTERPRETACIÓN: Con respecto a esta fotografía, podemos añadir que las personas manifestaron aprecio por el futbolista, otros más comentaron el buen ejemplo a seguir de este jugador.

La interacción se hace presente en el instante de ver la foto y comentan lo que están percibiendo, aunque no hay un contacto más personal, tal vez las personas que interactúan en facebook, “sienten” que tienen o muestran ese apego personal porque las palabras definen lo que conciben las personas en esos momentos. Al interactuar, los usuarios tienen contacto entre ellos mismos, si el comentario les causa controversia, inmediatamente, surge respuesta de las personas que están de acuerdo o no, pero por parte del jugador, no hay contestación, algunas personas creen que en algún momento puede haber refutación por parte de Cristiano Ronaldo, pero analizando los comentarios, ninguno se percibe con una contestación.

Imagen 22.

Cristiano Ronaldo promoviendo o exhibiendo alguna marca de reloj



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 23 de diciembre 18:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154944671907164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se mostró sonriendo y vestido de negro, promoviendo una marca de un reloj.

CONTEXTO: Se pudo ver que Cristiano Ronaldo, está en sentado, mostrando dos relojes en sus manos, y sobre una mesa, hay una caja de color gris con la marca TAG Heuer con otro par de relojes, así mismo se muestra una parte del antebrazo de otra persona.

COMENTARIOS:

1.-  **JB Carlson**

Traducido del Inglés

Deportivo y elegante! Por supuesto!*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 25 · 4 h

2.-  **Malina Noor**

Traducido del Inglés

Él es la persona más increíble con un gran corazón ❤️🖤 siempre muestra cuidado y ayuda tanto como pueda hacer una diferencia. Él es una inspiración para todos. Mantén el gran trabajo. Dios le está bendiciendo con más tiempo que está ayudando a otros. El mejor jugador del mundo!*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 10 · 4 h

3.-  **Vanessa Ramirez** Eso me encanta de ti que seas un gran ser humano ay muy pocos que con dinero y con riqueza la gente cambia mucho y se olvidan del que de verdad lo necesita pero hay un Dios que todo lo sabe y que tristeza que hay personas así y persona que valen mucho sigue así cristiano eres brillante No importa como en realidad eres lo que cuenta es la bondad y nobleza Dios te bendiga y sigue así felicidades 😘😘😘

Me gusta · *Responder* · 4 · 4 h

4.-  **Elizabeth Giupponi** Elegant timepiece brand, which you beautifully represent, dear Ronaldo Cristiano, and comparing with other brands, it's cost effective 😁

Elegante marca de reloj, que representa bellamente, querida Ronaldo Cristiano, y comparando con otras marcas, es un costo efectivo 😁

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 2 · 4 h

5.-  **Reme Ferreiro** K envidia lo tienes todo.k cosa habra k no ste a tu alcance disfrutalo

Me gusta · *Responder* · 3 h

INTERACCIÓN: En esta fotografía, se pudo ver que la interacción que tienen las personas, interpretan que esté personaje, vive en un cuento de hadas y que a través de mostrarse elegante, tiene bondad y buenos sentimientos, así mismo, la imagen maneja en este futbolista una serie de gestos como la sonrisa, la cual son "gestos expresivos que connotan el discurso verbal dándole una coloración afectiva y de evaluación asumiendo por esto una función metadiscursiva: se cambia de tono y de mímica para señalar el humor o el sarcasmo"(Marc y Picar, 1989: 150).

Esto quiere decir, que la sonrisa que muestra este futbolista, expresa en sus seguidores un gesto de amabilidad con todo el mundo, lo cual va creando que las personas que le comentan se expresen hacia él con respeto, apoyo, felicidad y hasta sarcasmo que es lo que se observa en los comentarios.

MASCULINIDAD: En esta fotografía, se observó a un hombre con atributos y características que hacen verlo un varón respetuoso el cual cumple con la responsabilidad de simbolizar al tipo que es autosuficiente, ya que representa aquella persona "que no puede depender de nadie sino de sí mismo, además de estar en competencia con los demás y debe de lograr su respeto" (Pizarro, 2006: 120). Esto nos da la idea de que la imagen simboliza en los usuarios un hombre íntegro, responsable, el cual se exhibe con elegancia y da a entender a sus seguidores que deben tener éxito a para llegar a ser como él, además transmite en la gente que no necesita de otras personas para destacar, enviciando a que la gente trabaje para darse los mismos lujos que él.

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía, se pudo notar que la comunicación que tienen las personas sobre lo que perciben de la foto, alude a un hombre heroico de lo que realiza, sin embargo, esta imagen, representa un modelo de un varón que cumple con ciertos mandatos para que la sociedad sepa que los hombres son "autosuficientes y no dependen de nadie, además de tener autocontrol emocional" (Pizarro, 2006: 121).

Por otro lado, se notó que la foto fue expuesta para promover la marca de reloj TAG Heuer que exhibe Cristiano Ronaldo, haciendo un investigación de los costos de los relojes, se pudo ver que los precios que maneja esta marca cuestan "aproximadamente $32,990 pesos mexicanos y se pueden adquirir en tiendas como Liverpool y Palacio de

Hierro” (Xataca México, 2016), estos relojes son “suizos la marca TAG Heuer Connected es una de las primeras apuestas de los fabricantes suizos por entrar al mundo de los relojes inteligentes” (Xataca México, 2016). Como se presentó en esta foto, Cristiano Ronaldo, promueve la marca a través de exhibirlos en su página como una opción para regalar en el fin de año, la descripción de la fotografía, hace alusión a cual debería elegir, misma que se nota que el jugador está pensando y mostrando por cual se decidirá.

Con esto se pudo identificar que esta imagen, promueve el consumo de la marca TAG Heuer de relojes suizos, para que las personas que siguen a este personaje, tengan la ilusión de adquirir un reloj como los que se muestran. Considero que esta foto, tiene la intención de promocionar la marca porque es reconocida mundialmente por varias personas famosas, indiscutiblemente, algunas personas, que siguen a este jugador no pueden adquirir estos lujos, como tal, los usuarios solo admiran la foto, percibiendo o imaginando que algún día podrán obtener lo que este jugador les muestra.

Imagen 23.

Cristiano Ronaldo en la Fundación Inocente-Inocente



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Miércoles 28 de diciembre 14:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154963625797164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se muestra sonriente con un pizarrón en las manos.

CONTEXTO: Se pudo notar que el contexto en el que se encuentra es en la Gala Inocente Inocente atrás de él se ven algunas caritas de niños representado un árbol de navidad, así mismo, unas letras de colores que dicen la palabra “VIDA”.

COMENTARIOS:

1.-  **Chari Maya Mendez** Hola cristiano,tengo un hijo de 8 años,el se llama David ,tiene pasión por ti y por tu hijo, todo los años por Reyes me pide un producto cr7o las zapatillas, la camiseta,el balón etc.. Pues bien este año me lo ha puesto más complicado porque directamente te ha pedido a ti ,Si si de risa ,pero claro sólo tiene 8 añitos, y yo su mama que hago siempre todo lo que este en mi mano por complacerle no podía dejar de pasar sin mandarte este mensaje, si le pudieses mandar aunque sea un mensaje para acompañarlo con la equipacion del Real Madrid que llevará tu nombre y numero el día de Reyes te lo agradecería enormemente,muchas gracias por hacer tan feliz a mi hijo sólo con tu existencia .Un saludo y que sigas cumpliendo sueños

Me gusta · *Responder* · 732 · Ayer a las 14:06

2.-  **Marlizeth Orozco** Wooow q hermoso..! ❤<3 😀=D
Q gran corazón tienes CR7..!
Muy bondadoso siempre... X cosas como esas se distinguen las personas. No importa q para muchos no sea el mejor jugador del mundo... Pero en lo personal t considero CR7 el mejor del mundo en todos los aspectos me consta q siii..!! Además de tu gran corazón q tienes ayudando a los mas necesitados.. Eso t hace espectacular CR7 ❤<3 🙂:)
Hay varios jugadores q son un crack en la cancha pero de q les sirve si no ayudan a los demás q lo necesitan 😉
:(teniendo la manera (económicamente)
En cambio además de ser un crack en la cancha, eres un excelente ser humano con un gran corazón CR7..!!
Q dios t llene x siempre de bendiciones CR7 y t lo multiplique para q sigas ayudando a los mas necesitados.

#Cristianoeresungrandeentodoslossentidosmisrespetosparati

Me gusta · *Responder* · 46 · Ayer a las 14:19

3.-  **Lieny Díaz Cardoso** Habra alguna manera de que Cris pueda lear mis mensajes. Alguna manera de decirle que lo adoro que es el hombre mas tierno y solidario que conozco. Q mas q ser el.mejor jugador de futbol es el mejor papa y el hombre mas lindo que conozco.😍😙😘😘😘😘😘😘😘😘😳

Me gusta · *Responder* · 25 · Ayer a las 14:08

4.-  **Engel Sanchez** Xeso respeto a cr7 es una buena persona espero un dia otros grandes jugadores y digo grandes no xq sean talentosos a nivel de los dos grandes messi y cr7 .. digo grandes de corazon e igualen a cr7 y agan

mas fundaciones q apoyen a los niños y a la pobreza q es mucha xfa sigan el enorme ejmplo de cr7 ... y a cr7 dios lo siga bendiciendo ... 100%fcb

Me gusta · *Responder* · 11 · Ayer a las 14:57

5.-  **Ismael Pelayo Garin** Quieres lavar tu imagen de chulo prepotente .que nuestras en el campo.aver si eres igual de generoso en tu profesión.y respetuoso con los demás compañeros de la Liga.tienes muchos millones de euros.Pero hay algo que te falta(HUMILDAD)eso no lo compras con dinero

Me gusta · *Responder* · 1 · 22 h

INTERACCIÓN: En esta fotografía, se pudo notar que las personas comentan y creen que este personaje es muy solidario, le piden cosas como conocerlo, lo elevan y el escriben sobre su manera de ser con los demás, sin embargo, hay quienes no están de acuerdo con lo que representa y le piden o le reclaman que tenga humildad. De esta manera se puede decir que la fotografía refleja en algunos usuarios a un hombre fuerte y audaz, porque su expresión corporal hace que se confundan con su comportamiento, es al mismo tiempo polisémico y solo emerge en la interpretación (incluso no consciente) del que observa este comportamiento" (Marc y Picard, 1989: 152).

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, de esta fotografía, se interpretó a un varón seguro de sí mismo, sencillo y sonriente, en este sentido, la imagen representa hacia las personas que "el hombre que expresa lo que siente y al que es colaborador es porque ambos vínculos colaboran para reconocer al sexo masculino" (Pizarro, 2006: 122).

Así mismo, considero que también a las mujeres se les ha reconocido como valientes, memorables, espontáneas y seguras de sí mismas y el sexo femenino ha sido empoderado en estos tiempos, ya que se han notado muchos logros por parte de las féminas. El sexo femenino, al igual que el masculino ha tenido procesos de cambios en su construcción social, las mujeres han tenido que sobresalir en sus actividades y profesiones para que la sociedad las reconozca, se han visto obligadas a seguir patrones y estereotipos de belleza que las hace inferiores al sexo masculino.

Dado que a las mujeres se les ha reconocido por sus logros y cualidades, el sexo masculino, sigue y trata de opacar a que las féminas a que obtengan lo que se propongan. Las mujeres, son diferenciadas de los varones porque la mayoría son amorosas, honestas y bellas; sin embargo, "en un mundo dominado por los hombres, estas

cualidades que tienen las féminas han sido un regalo recibido por la naturaleza, en cambio los varones, deben trabajar para desarrollar cualidades femeninas, esto no quiere decir que tengan que imitar a una mujer" (Pizarro, 2006: 18). Tanto los varones como las mujeres, tienen cualidades que destacan en los diferentes ámbitos de donde se desarrollen, solo basta con tener seguridad y confianza en uno mismo y creer que lo que hace ambos géneros porque aunque biológicamente el sexo los diferencia, todas las personas son únicas y tienen un lugar en esta sociedad.

INTERPRETACIÓN: En esta fotografía se pudo interpretar que las personas comentan a partir de lo que ven, en este sentido, hacen mención a que este personaje es un ideal de hombre y de ser humano, que pese a la popularidad y triunfo que tiene, se preocupa por sus semejantes, considero, que su hombría se manifiesta a partir de algunas características relacionadas con las mujeres, porque se presenta a través de la honestidad y el amor estas cualidades femeninas son las que se resaltan en la imagen, así como el lugar que pretende ocupar como hombre en la sociedad. Por otro lado se muestra a un varón solidario el cual apoya a los más necesitados, proyectando su imagen en eventos donde su hombría destaca con tal de que se le considere un ideal ante los demás.

Haciendo hincapié, en el autor Pizarro (2006), se puede concluir que:

> Tanto hombres como mujeres, no son desiguales ni pueden ser iguales. SON ÚNICOS. Si cada uno explora sus potenciales intrínsecos naturales si el hombre y la mujer se permiten ejercer cualidades masculinas y femeninas, llegará pronto el día que en que podamos transformar el mundo en un mundo más feliz (Pizarro, 2006: 18-19).

En pocas palabras, las sociedades han exigido patrones y estereotipos a ambos géneros, se han involucrado imágenes falsas de lo que una mujer o varón debe ser en este mundo, a pesar de que hoy en día se ha impulsado a que las personas se vean como iguales, estoy de acuerdo con el autor Pizarro, considero que cada persona es única, que las cualidades de cada género deben ser permitidas e íntimas y no limitar los sentimientos ni los modos o actitudes en que las personas tengan, porque cada género puede expresar tanto de uno como de otro.

Imagen 24.

Cristiano Ronaldo en la cancha de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Lunes 2 de Enero 2017 7:30

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154979405407164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: Las características que tiene esta fotografía, presentan a un varón ejercitándose, con ropa deportiva de una marca específica.

CONTEXTO: El contexto en el que se percibió esta foto, es en una cancha de futbol, hay una portería y un balón en el aire, al fondo se ve otro varón corriendo.

COMENTARIOS:

1.-  **Jake Faul**

Traducido del Inglés

El mejor jugador del mundo. El mejor jugador del mundo. Botas increíbles. Nos encanta Cr7*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 41 · 2 de enero a las 8:31

2.-  **Pepe Marin** Cristiano es unico en su clase no hay comparacion y yo lo admiro por que es gran jugador, sencillo y de buen corazon. Hala Madrid y nadie mas.

Me gusta · *Responder* · 5 · 2 de enero a las 20:14

3.-  **Maria Isabel Martinez Hernandez** Hola feliz año espero q la allá pasado muy bonito, y q haya recibido muchos regalos el mio seria q usted venga a México para conocerlo y q lo conozcan mis hijos ese seria el mejor regalo q recibiríamos

Me gusta · *Responder* · 3 · 2 de enero a las 12:38

4.-  **Vanessa Ramirez** Eres único bb te admiro mucho como un gran ser humano y un buen ejemplo sigue dándolo todo de ti cristiano que con ese gran corazón que tienes y con la ayuda de Dios todo sera un gran éxito felicidades mucha suerte y bendiciones 😊☺😘😵👌

Me gusta · *Responder* · 8 · 2 de enero a las 8:49

5.-  **Marieta Alarcón Quiroga** Te amo cristino Ronaldo eres el mejor jugador del universo eres mi ídolo

Me gusta · *Responder* · 2 de enero a las 13:51

INTERACCIÓN: En esta fotografía, se vio que las personas comentaron y escribieron a partir de interpretar su contexto, porque este personaje apasiona con su profesión, esto con la finalidad de que los participantes “tengan una conversación que conduce a la clausura apropiada y satisfactoria y sobre un acuerdo” (Marc y Picard, 1989: 131).

Esto da la idea, de que los individuos inician una charla desde que ven la fotografía y sus opiniones se van enlazando de acuerdo a lo que les cause la representación del futbolista y la foto, sea algo bueno o malo, en ese momento la conversación se vincula ya que los usuarios van creando un diálogo de palabras que generan un texto libre de opiniones.

MASCULINIDAD: La masculinidad que se representó en esta fotografía, es un varón intrépido, veloz, atlético, exitoso y dinámico, en este sentido, la figura del jugador proyecto en los usuarios que las características que presenta “son un “práctica discriminatoria muy difundida en la sociedad conocida como sexismo, el cual se manifiesta en una serie de actitudes, frases y actos prejuiciosos dirigidos a discriminar, excluir o denigrar a hombres y mujeres sólo porque no cumplen estrictamente con la imagen o las conductas que se esperan de cada sexo en determinados contextos sociales” (Pizarro, 2006: 24).

Ahora bien, en esta foto, se notó que la masculinidad que encarna el futbolista está pensada en manipular a las mujeres y hombres a cumplir con ciertas características sociales para no ser excluidos en la sociedad y así cumplir con ciertos estereotipos ligados a la belleza corporal, la posición económica y actos que cada persona toma dependiendo del lugar donde se desenvuelve.

Otro punto importante que se observó en los comentarios es que las mujeres lo “admiran” y le piden que atienda y contesté sus opiniones, así como que las ayude a través de su presencia a educar a sus hijos como “hombres” acercándolos al futbolista.

INTERPRETACIÓN: Desde mi punto de vista, en esta fotografía, las personas opinaron sobre el entorno de este jugador, le escribiendo felicitaciones y le festejaron sus triunfos, sin embargo, a través de los comentarios, se pudo ver que las personas manifiestan una serie de estereotipos ligados al físico del deportista, ya que en las opiniones algunos usuarios creen que la imagen que presenta Cristiano Ronaldo, tiene las características esenciales para ser considerado un hombre ideal ante la sociedad, expresaron algunos adjetivos que creen que debe de tener un varón, como el tener un cuerpo ejercitado, ser valiente y guerrero, esto con la finalidad de que tanto los hombres como las mujeres deben de seguir un patrón indicando para sobresalir en el mundo y manifestar que es el modelo que deben de alcanzar.

Imagen 25.

Cristiano Ronaldo recibiendo un trofeo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 5 de Enero 2017 12:47

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10154988644592164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta foto, el futbolista Cristiano Ronaldo, se presentó con un trofeo al cual le está dando un beso y en una de sus manos mostro una medalla posando en un estadio de futbol, su triunfo, además de promocionar la camiseta del equipo Portugal.

CONTEXTO: El contexto se dio en un estadio de futbol, al fondo se observa lo que pude ser un estadio con gente.

COMENTARIOS:

1.-  شوق ي ف ي صل

Traducido del Inglés

Cristiano Ronaldo no es sólo el mejor jugador de fútbol. Es uno de los hombres más grandes de nuestra historia. Su deseo de ayudar a la gente y luchar por la paz y el amor por todo el mundo es increíble. Cristiano Ronaldo estoy orgulloso de tener a ti como mi ídolo y eres un modelo de rol para todos. Respeto (Y)*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 247 · 5 de enero a las 12:49

2.-  **Toma Zaninović** Don't worry you have always my support because you are the best player in the whole white world and all people should know that!!!!!!! Hala Madrid!!!!!!😂😊🤗□💪💪😊☺👉👆🔝 🔝

No te preocupes tienes siempre mi apoyo porque eres el mejor jugador en todo el mundo blanco y toda la gente debe saber que!!!!!!! HALA MADRID!!!!!! 😂😊🤗□💪💪😊☺👉👆🔝 🔝

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 26 · 5 de enero a las 12:54

3.-  **Nolita Goncalves** Hola @cristiano. Soy Noelia Goncalves y soy hija de un inmigrante de madeira que se vino a Venezuela desde hace mas de 4O años. Mi padre se llama Antonio Goncalves de Nobrega y nacio en Camacha el 9 de marzo de 1953, mis abuelos fueron Manuel Goncalves y Angelina Do Rosario De Nobrega quienes murieron aqui en Venezuela hace algunos años, y hoy dia mi Padre tiene 62 años, 3 hijos y 6 nietos. El se mudo a este pais muy pequeño y desde entonces no ha vuelto a la Isla que lo vio nacer ya que se dedico a levantar sus hijos. Nuestro sueño como familia es llevar nuevamente a mi Padre a Madeira, a Funchal pero lastimosamente aqui vivimos casi en dictadura. Para viajar a Madeira no hay vuelos ya que la aerolinea TAP PORTUGAL se fue de Venezuela hace 4 años, hay que hacer escala en Colombia o Panama y los boletos los venden en dolares o euros, ademas hay restricciones para adquirir divisas extrajeras, y un 1USD cuesta 2OOO bolivares y 1euro 3OOOBs. Es muy costoso y no tenemos el dinero para viajar. Por eso te escribo, porque se que eres un hombre con una inmensa sensibilidad humana y espero tocar tu corazon con esta historia y nos ayudes a cumplir este sueño... #madeiradreams #SOSVENEZUELA

Me gusta · *Responder* · 6 · 6 de enero a las 0:07

4.-  **Nyikos Evelin**

Traducido del Inglés

Respeto por cristiano ronaldo porque es un hombre excelente y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin Él, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Soy uno de sus mayores fans.*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 29 · 5 de enero a las 12:52

5.-  **Rey Armando** Cristiano, es un placer para quienes nos gusta el fútbol, algunos detalles de humanidad que has manifestado últimamente, lastima grande que tu ego es el cáncer en tu vida, lo que haces con tu mano derecha, lo deshaces con tu mano izquierda, cuando aprendas a ser modesto, respetuoso y humilde podrias estar a un 75% cerca de Messi

Me gusta · *Responder* · 8 de enero a las 10:40

INTERACCIÓN: En esta imagen, la interacción que se dio fue que las personas escribieron sobre la admiración que sienten por este futbolista, los individuos le comentaron algunas de sus necesidades, problemas, palabras de gratitud y hasta un poco de su vida personal. Esto implica un “análisis descriptivo en el cual se descubre intercambios de palabras dando paso a la interacción” (Marc y Picard: 1989: 131).

En otras palabras, le solicitan que les ayude a resolverles su vida personal. Usan palabras para decirle que lo admiran y que siga siendo ejemplo del mundo deportivo. La plática que tienen estos usuarios seleccionados, es un intercambio “y está constituido al menos por dos turnos de palabras, o intervenciones de diferentes locutores: la intervención de cada locutor está compuesta por uno o varios actos de lenguaje, unidad mínima del monólogo” (Marc y Picard, 1989: 131).

MASCULINIDAD: Con relación a la masculinidad en esta foto, se pudo ver algunas características las cuales debe manifestar un hombre, como ser valiente, fuerte, triunfador, dominante, competitivo, además de que a través de esta foto se observó a un varón que se crea con la cualidad de “ser un luchador valeroso, el cual es resistente al dolor, sufre con dignidad, no es débil ni cobarde, es un ganador e impone” (Bonino, 2002: 19).

Estas características se reflejan hacia los usuarios a través del futbol y como tal Cristiano Ronaldo, es presentado como un jugador que juega una batalla en cada partido el cual caracteriza ante sus seguidores que un varón debe ser un héroe, guerrero y obtener éxito ante lo que se les presente, además de enfrentar “a la vida, a los otros, al mundo, a sí mismo” (Bonino, 2002: 19). Esa simbolización, es parte de la masculinidad hegemónica, la cual envuelve a los hombres para representa su hombría ante las sociedades y seguir construyendo ideales que están lejos de la verdadera realidad.

INTERPRETACIÓN: En lo que respecta a esta foto, se observó que la interacción que las personas tienen, es el reflejo de ciertas características que se han ido construyendo ante la sociedad, como el poder, competencia, premios, fama y la ambición, tanto mujeres como hombres, expusieron la admiración que tienen por el futbolista y manifestaron sus emociones en todas las palabras que le escriben, esto puede causar en algunas personas, que este personaje, manipule y cause complejos e inquietudes en los participantes y se construyan o sigan un ideal de cómo debe ser tanto un hombre como una mujer en el mundo.

Imagen 26.

Cristiano Ronaldo recibiendo un trofeo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 10 de Enero de 2017 11:40

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155004461212164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se mostró en un evento recibiendo un trofeo, se le puede ver sonriente ante la cámara además de portar una vestimenta muy elegante.

CONTEXTO: El contexto de esta fotografía, se situó en un escenario, en el cual se percibe a un costado una cámara de video enfocando al futbolista y el antebrazo del jugador, así mismo, se percibió un foro con luces las cuales alumbran el evento. Al lado del futbolista aparece otro varón, haciéndole entrega de premio.

COMENTARIOS:

1.-  **Blanca Corina Perez** Eres grande y famoso , pero lo único que te pido se humilde y sencillo con tus fans y comparte con todo ser humano que te apoya y te admira por haber llegado hasta donde lo has hecho por que de ellos o más bien dicho de nosotros también dependen tus éxitos y tu fama, te admiro por ser un gran futbolista soy tu fan también , cuídate mucho 👍🏻👍🏻

Me gusta · *Responder* · 7 · 10 de enero a las 17:24

2.-  **Domingas Vera Cruz**

Traducido del Portugués

Sin palabras, te admiro y mucho soy tu fa, estoy muy feliz con tu trabajo, tu talento y como mejor jugador, enorgulleces a nuestro Portugal, felicidades una vez más cr7 le deseo muchas felicidades y ke pueda isofruir de tu trabajo, que Venga más copas, más premios eres el mejor besos y abrazos ❤️🖤👌🔌🙏🏟️🏆🏆⚽⚽*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 9 · 10 de enero a las 12:24

3.-  **Omar Ortiz** Ronaldo tu eres el mejor de la historia. te admiro aunque no fueras Galactico. pero, te admiro mejor ya que eres del Madrid. eres lo maximo. levantaste al Madrid a lo Maximo. ronaldo el conejo era mi idolo. hasta que llegaste tu. no tienes competencia. tu eres el mero fenomeno. y te he seguido. adentro del futbol y afuera del futbol. you are the best human being there is. keep being humble and good hearted person my frieng

Me gusta · *Responder* · 1 · 11 de enero a las 2:22

4.-  **Marcia Renata Dos Santos** Assistir futebol com você no campo,é assistir a um espetáculo,tenho por você uma grande admiração,parabénsCristiano Ronaldo,nós que agradecemos pelo seu belo futebol.

Ver fútbol contigo en el campo, es ver un espectáculo, tengo por ti una gran admiración, felicidades Cristiano Ronaldo, nosotros que le agradecemos por su buen fútbol.

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 7 · 10 de enero a las 12:04

5.-  **Chinyere Blessing**

Traducido del Inglés

No puedo decir mucho, christiano ronaldo es un jugador increíble con habilidades jugando al estilo con magia, te amo. Ronaldo..*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 11 de enero a las 0:34

INTERACCIÓN: La interacción que se presentó en los comentarios es sobre expresiones de enajenamiento e ideales que induce este personaje, ya que al analizar esta fotografía, se pudo observar ciertos rasgos y conductas expuestos en el futbolista, como su sonrisa y la apariencia, estas expresiones así como las palabras de los usuarios, son “señales

no verbales son abstractas y abarcan muchos significados" (Fernández, 2001: 49). Por otra parte, las palabras que escriben los usuarios, "pueden tener significados distintos para diferentes personas; o incluso para la misma persona" (Fernández, 2001: 49). Porque a través de las palabras, se puede influir en las distintas formas de percibir y de sentir lo que es mostrado en esta página de facebook.

MASCULINIDAD: En relación con la masculinidad en esta fotografía, se reflejaron ciertas características que hacen ver que un varón debe de cumplir con ciertas funciones, en este caso, "la caballerosidad, socialmente aceptada e incluso anhelada por muchas mujeres es la manera más sofisticada y elegante del micromachismo" (Pizarro, 2006:32). Se pudo identificar que el futbolista, luce con elegancia, para ser elogiado, además de transmitir honorabilidad, para que los demás le manifiesten admiración, sin embargo, detrás de esa caballerosidad que refleja, "se esconde la idea de que las mujeres necesitan ser protegidas porque son frágiles, inútiles e indecisas, mientras que el hombres es el poderoso, protector y dominante" (Pizarro, 2006: 32).

Dentro de este contexto, es importante mencionar que el futbol es parte primordial en la imagen del jugador y el presentar una foto con un trofeo, es reconocimiento de este varón en la sociedad, porque se le atribuyen características como el poder, el cual se define como: "La facultad o el medio para hacer una cosa, o como el poseer fuerza o capacidad para algo, y puede tener una utilización positiva y negativa" (Pizarro, 2006: 33).

Esto nos lleva a comprender que el poder que represento Cristiano Ronaldo es su foto, pudo tener efectos positivos y negativos, es decir, ante lo positivo, figuro ante los usuarios que es un varón exitoso, que obtiene premiaciones por su profesión, e impulsa a la gente a realizar sus metas, sin embargo, los efectos negativos que pudieran tener esta imagen, es manipular en las individuos a que dominen todo lo que les rodea y "controlar de manera arbitraria a aquellas personas en situación inequitativa ya sea mujeres, niños, niñas, ancianos" (Pizarro, 2006: 34).

INTERPRETACIÓN: En esta imagen se pudo ver como las personas escriben ciertos ideales de masculinidad y estereotipos algunos de ellos van ligados a la caballerosidad en los varones y a la apariencia que representa su forma de seducir. "En este sentido, cuántas mujeres no han soñado con encontrarse al príncipe azul que vendrá a

enamorarlas y resolver su vida" (Pizarro 2006: 32). Si bien es cierto, algunas mujeres, desean o idealizan con tener a un hombre poderoso a su lado, el cual las proteja y sostenga económicamente, esto se le ha adjudicado al sexo masculino como el proveedor el cual muestra su poderío. Pues bien, la foto representa el poder que tiene este varón al obtener trofeos y al ser reconocido como un hombre poderoso ya que en la imagen se representó un modelo que inspira ciertas creencias de ser hombre, sin embargo, tiene la intención de mostrar y de imponer "un poder y ejercer control sobre las personas" (Pizarro, 2006: 32).

Imagen 27.

Cristiano Ronaldo en un automóvil



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 12 de Enero de 2017 2:07

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155011260457164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, se observó al futbolista Cristiano Ronaldo, adentro de un automóvil en color gris, mostrando seriedad en su rostro. Posiblemente, se encuentra promoviendo el carro en el que se ve enfocado.

CONTEXTO: Basándose en el contexto que presenta esta foto, se pudo percibir a Cristiano Ronaldo, mostrando un automóvil en color negro, él simula que manejara dicho vehículo, y se representa como un hombre varonil y poseedor.

COMENTARIOS:

1.-  **Jorge Figueroa Zuñiga** Si a seguir pero con la misma humildad y mesura de siempre que nunca cambie el cristiano de siempre amigo de los amigos buen padre y mejor footbolista un abrazo amigo

Me gusta · *Responder* · 13 · 12 de enero a las 4:46

2.-  **Vilma Sarai Franco** Yo se q cristiano ronaldo ni sabe q yo existo. Pero me encanta, me facina lo admiro mucho para mi es un gran hombre,un buen hijo y padre pero es un espectacular ser humano. Desde Honduras te amo Cristiano Ronaldo

Me gusta · *Responder* · 3 · 12 de enero a las 15:53

3.-  **Bertha Roman** Yo soy tu fans, Cr7, eres un Crack, eres él mejor futbolista , mis Felicitaciones para tiiiii, mi. Guapo mi Hermoso, que. Díos te Bendiga Hoy y Siempre , precioso, desde New jersey,,,,,, y del Perú,,,,,Hala Madrid,,,,,,

Me gusta · *Responder* · 4 · 12 de enero a las 6:01

4.-  **Facundo Dominguez** Sos un gran jugador.. pero sos muy egoísta por que pensas en tus títulos personales no sos un jugador con talento sos puro físico y velocidad que se adquiere con práctica y entrenamiento no se por qué te dan un título del mejor jugador del mundo tiendo a messi y otros grandes jugadores que en verdad nacieron con un don y talento que te resuelven partidos... capas ni leas este mensaje pero en Manchester jugando contra los mejores equipos jugabas un desastre siempre juste mal con clubes de grande jugadores solo juegas bien con equipos de baja categoría de no grandes nombres eso un jugador premiado como el mejor del mundo tendría q recapacitarlo 😂😁

Me gusta · *Responder* · 12 de enero a las 19:59

5. -  your help to those states of Syria and Palestine

Gracias Ronaldo eres una persona se siente buena gente buena suerte en tu vida, y te deseamos que abrazo el Islam, gracias por tu ayuda a los estados de Siria y de Palestina

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 4 · 16 de enero a las 5:10

INTERACCIÓN: En relación hacia la Interacción que tuvieron las personas, con esta fotografía, se puede decir que, las opiniones que hicieron se reducen a considerar que este personaje cumple con ciertas características de un modelo a seguir y como tal, provocó a que los participantes, involucren su contexto con el que están mirando al futbolista. Por otro lado, la figura de este hombre, permitió que los usuarios describieran sus actividades a través de las palabras que le escribieron, además de generar "intercambios haciendo referencia a la situación, al momento y al lugar del enunciado y a los sujetos hablantes" (Marc y Picard, 1989: 126). En este caso, las personas mencionaron en sus comentarios el lugar y el tiempo en el que están intercambiando palabras y describiendo lo que han vivido, adentrándose en el futbolista como si fuera alguien cercano en su vida.

MASCULINIDAD: Por lo que respecta a la masculinidad, en esta fotografía, se representó a un hombre galán, exitoso, independiente, ambicioso y varonil, dando paso a la palabra hombre la cual se ocupa para "designar a todo el género humano además del varón criatura racional de sexo masculino" (Fernández, 2002: 13). Esto es, porque en esta fotografía, este personaje, simbolizó en los usuarios cierto poder para obtener o ansiar lo que ellos quieran, además algunos participantes interpretaron que un varón tiene que cumplir con las características que le han sido asignadas para que sobresalga en la sociedad, es decir, un hombre verdadero, tiene que causar en los demás, "autoridad, distinción, dinero, un mundo de negocios, hombre de palabra, que cumple de pelo en pecho, fuerte y osado, sabio y útil de puños" (Fernández, 2002:13).

Un punto importante de mencionar, es que en la fotografía se observó a Cristiano Ronaldo, en un automóvil de color gris de marca "Bugatti Chiron 2017", así como un reloj de la marca "taghuer", ambas marcas, agrandan al jugador a través de los símbolos del poder y del dinero, pues bien, a través de lo que dice la autora García (1996:114) explica que:

> La situación de la masculinidad, el poder, y su relación con la economía:<<poder = masculinidad + dinero>>. Esto evidencia que la acumulación de dinero legitima el ejercicio de poder y reitera la masculinidad de los varones, quedando la mujer totalmente discriminada e incapacitada para albergar un poder equivalente,

> principalmente por dos motivos: porque para el patriarcado, la mujer es un sujeto pasivo que debe ser dominado y porque durante siglos se vio el dinero como algo sucio, algo que las mujeres no debían manejar ya que la moneda << era el símbolo mismo de la materialidad>> y eso iba en contra de la naturaleza femenina (García, 1996: 154).

Pues bien, regresando al punto que nos compete, se pudo observar, en la imagen, que el jugador, evidencia su masculinidad a través del poder y del dinero, sin lugar a dudas, tiene una posición económica que lo hace verse como un hombre con total dominio, su hombría, cautiva a los usuarios para que reflejen con sus comentarios que la masculinidad se debe demostrar a través de lujos. Así mismo, el automóvil que presenta, es "un vehículo de marca "Bugatti Chiron 2017", valuado en $2.9 millones, es uno de los autos más rápidos y deseados en el planeta" (Univisión, 2017) y en esta foto, es parte primordial que el auto sea la representación de la imagen de Cristiano Ronaldo, ya que dicho carro, es un fetiche de masculinidad por excelencia, y el cual simboliza a un modelo varonil que tiene el poder de controlar a todo el mundo.

INTERPRETACIÓN: Considero que en esta foto, las personas comentaron que un varón como lo es este futbolista es un ideal para ellos, ya que a través de las características que maneja este personaje, algunos reflejan que más que ser un deportista, es un verdadero varón. Esto nos da la idea de que la representación de este personaje, tiene una aproximación "desde la representación social, el imaginario cultural y el universo simbólico que nos envuelve" (Fernández, 2002: 12).

En resumidas cuentas, en esta foto, se vio como el poder engloba a la masculinidad del jugador, se percibió que las personas creen que los lujos, son el principal motor para que sean reconocidos en la sociedad. Creo que esta imagen impacta en las emociones de los usuarios, porque las marcas que presenta este futbolista son inalcanzables para algunas personas, así mismo, el automóvil en la foto, es un fetiche en la figura de Cristiano Ronaldo, porque representa para las personas el deseo, el poder y la ambición por adquirir objetos que son imposibles de tener en algunas sociedades que carecen de bienes económicos.

Imagen 28.

Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Lunes 16 de Enero de 2017 10:56

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155025465922164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se mostró con una sonrisa en su rostro, vistiendo una chamarra de cuero, y el mismo se autorretrata aplicando la llamada “selfie”. Tal vez al retratarse así, se pretendió representar su vida cotidiana, un día ordinario en el que representa su galanura y lo satisfecho que refleja enalteciendo su imagen ante los demás.

CONTEXTO: El contexto que tiene esta foto, es en un automóvil, y se pudo ver que se encuentra en la calle.

COMENTARIOS:

1.-  **Hazerka**

Traducido del Inglés

El mejor jugador del mundo cristiano! ;)*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 1.488 · 16 de enero a las 10:59

2.-  **Maria Chacaltana** Como jugador eres extraordinario pero como persona una ves mas demostrastes tu mal educacion ya q te retirastes del campo sin despedirte de la hinchada, arbitros y jugadores. Y te voy a decir q la gloria se acaba con el pasar de los años pero tu buena educacion y actitud perdurara en nuestra mente asi q a conservar la humildad con los pies en la tierra y si sientas q te elevas ponte plomada y vuelve a tu realidad

Me gusta · *Responder* · 2 · 16 de enero a las 18:24

3.-  **Sourav Das**

Traducido del Inglés

El futbolista más guapo del mundo.....
Él no es sólo un jugador..... en mi opinión cr7 es un superhéroe....
Puede convertir cualquier juego..... *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 6 · 16 de enero a las 13:49

4.-  **Rosalia Sierra Grandi** hola Ronaldo eres muy simpatico pero no cambien nunca !!! se siempre sencillo y buen hombre !! y tu hijo tan bello se nota que eres buen padre sigue adelante Ronaldo saludos Bolivia.

Me gusta · *Responder* · 3 · 16 de enero a las 11:28

5.-  **Diana Paola Ma-Sa** Cristiano, mi hijo de 5 años es tu fan, dice... qué se sentirá ser hijo de Cristiano, está vendiendo para ahorrar e ir a verte a Europa... jajaja mi niño!

Me gusta · *Responder* · 2 · 16 de enero a las 12:29

INTERACCIÓN: Con respecto a la Interacción que tuvieron las personas en esta foto, podemos decir que los usuarios comentaron sobre algunos estereotipos que marcan la belleza corporal, el ser humano que representa y el héroe que se ha ido construyendo a través de su profesión, esto es un prototipo de la intención que tiene la imagen sobre este personaje porque "transmite, en principio, un contenido (informaciones, opiniones, juicios, sentimientos), pero al mismo tiempo intenta instaurar más o menos directamente una cierta relación entre los interlocutores" (Marc y Picard, 1989: 41). Es decir, las personas

al ver esta fotografía, interpretaron que este jugador transmite ideales y estereotipos de como un hombre debe de transformarse en la sociedad.

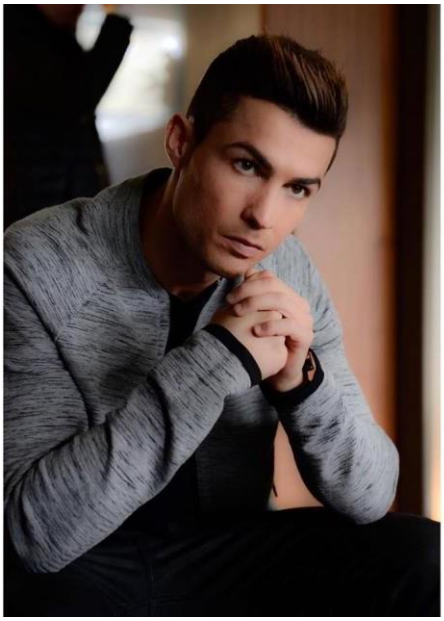
MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, de esta foto se representó a un hombre con cualidades enfocadas a la belleza, ya que se ve un varón guapo, elegante, sensual, encantador, fuerte, decidido, intrépido, valiente, con un cuerpo atlético bien formado, todo esto se basa en ciertas características que los hombres deben de representar el ser fuertes a través de su cuerpo porque este " se expresa en varias dimensiones de la vida desde el físico, pasando por el carácter, hasta la actitud laboral" (Pizarro, 2006: 119). Es decir, en esta imagen se vio representado a un personaje cuyo objetivo principal es enmarcar su cuerpo como modelo e incitar en las personas a que la belleza corporal está impregnada en cada actividad que realizan las personas y por ende el carácter también debe ser modificado porque "ahí es donde se expresa con más fuerza las transformaciones y los desafíos reales que afectan a la identidad masculina" (Pizarro, 2006: 120).

INTERPRETACIÓN:

Considero que en esta foto, se representó a un varón con características enfocadas a la belleza, porque la mayoría de los comentarios, se enfocaron a la apariencia física y a su galanura, así mismo la comunicación que tuvieron las personas sobre lo que vieron, es un ideal de como los hombres tienen que ser representados en la sociedad. La masculinidad que tiene este personaje engloba ciertos estereotipos y sobre todo influye a que las personas consideren que un cuerpo ejercitado es el que tiene mucha mayor prioridad en el mundo.

Imagen 29.

Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 19 de Enero de 2017 10:00

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155034587177164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se representó a través del modelaje, elegante, reservado, y formal.

CONTEXTO: El contexto en el que se desenvolvió esta foto, es en lugar muy sombrío, se representó con mucha seriedad, autoritario y sentado con la mirada enfocada en un punto específico para causar diferentes emociones y sentimientos que los usuarios pudieron percibir.

COMENTARIOS:

1.- **Jetti Szandra Seres**

Traducido del Inglés

Hola guapo! Pareces un modelo masculino! Yo creo en ti y estoy tan orgullosa de ti! Respeta a cristiano! Dios te bendiga! Abrazo!*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 32 · 19 de enero a las 16:38 · *Editado*

2.-  **Michael Hernandez** Cristiano 😬□ te nesecitamos enfocado en el Madrid ahora q más lo nesecita pq sin ti se nos va abajo y tu eres el uniko q puede mejorar esto you're the best a por el quinto balón de oro vamos @cristano ronaldo

Me gusta · *Responder* · 3 · 19 de enero a las 11:39

3.-  **Mariliny Zambrano Marquez** Claro q vas a demostrar q eres el mejor del mundo son momento en las carreras d todos en la vida hay bajas.pero se superan....y eres el mas bello..indudablemente. .. arriba muñeco .. demuestra xq ste año 2105/2016 rompiste todos los recors. Y ganaste tantos premios com el mejor

Me gusta · *Responder* · 1 · 20 de enero a las 17:47

4.-  **Raul F Guzman** Para lo unico q sirve este Maricon !
Ya salte del Madrid pareces un vegetal en la cancha es hora de partir y dar chance a otras estrellas .
Retírate ahora q lo ganaste todo en el 2016 no creo q se te repita eso mas nunca .

Me gusta · *Responder* · 1 · 19 de enero a las 19:31

5.-  **Qais Alkhateb** I don't no what shall I say about the best,handsome,bravest and the strong player I love you Cristiano Ronaldo❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□

No es lo que voy a decir sobre el mejor, guapo, valiente y el jugador fuerte te amo cristiano ronaldo ❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□❤️♥□

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 1 de febrero a las 15:58

INTERACCIÓN: Con respecto a la interacción que tuvieron las personas en esta fotografía, algunos usuarios expresaron ciertas características que resaltan su hombría del jugador, otros comentaron que este futbolista, se representó como un modelo donde muestra su homosexualidad, y es que a través de la imagen, las personas le escribieron palabras por los actos que demostró, ya que principalmente las reacciones que se dieron por parte de la gente es porque “interpretamos el comportamiento del otro en función de lo que motivaría tal comportamiento en nosotros” (Marc y Picard, 1989: 153).

En esta fotografía se percibió el cuerpo y la cara de este personaje, se pudo ver que a través de esas características, las personas interactuaron por lo que vieron y de qué manera lo vieron, ya que el porte que manejo este futbolista es un “factor no verbal para que se interactúe con la palabra además de que el cuerpo está ligado e interviene en el proceso de comunicación” (Marc y Picard, 1989: 143).

En este punto, la interacción que tuvieron los participantes es un factor importante, porque comentaron como observaron a Cristiano Ronaldo, ya que interpretaron a través de sus emociones que su hombría es un reflejo de la homosexualidad, el verlo modelando, les causo una representación de un hombre mostrando galantería, además de que el escribirle sobre su cuerpo, hace que se desencaje un proceso de comunicación que es el punto importante para que se dé la interacción.

MASCULINIDAD: Sobre, la masculinidad, de este personaje, se representó al varón intelectual, discreto, galán, fuerte, seguro de sí mismo, competitivo y ganador, lo cual va incitando en los usuarios a que estas características son fundamentales en los varones, dejando de lado “todo aquello relacionado con los sentimientos, emociones, necesidades, aspectos que tradicionalmente son considerados femeninos o cosas de mujeres” Pizarro, 2006: 30).

En una de las expresiones que realizó uno de los usuarios, se refirió a que la hombría de Cristiano Ronaldo, se enfoca en la homosexualidad, y en este sentido, se puede decir que la imagen, pese a que se representó a un hombre muy varonil, algunas personas lo observaron homosexual por su vestimenta o simplemente porque le encuentran características femeninas, como debilidad, cuidado personal, perfección, ahora bien, estas características están ocultas en la foto, porque existe una “restricción emocional, la cual consiste en no hablar acerca de los propios sentimientos especialmente con otros hombres” (Pizarro, 2006: 32).

En efecto, este jugador, se representó bajo la masculinidad homosexual, para algunos jugadores, su hombría, es caracterizada por lo femenino, en este sentido, si este jugador, fuera homosexual, su imagen podría seguir siendo un modelo o ideal de hombre que se ha representado con poder y con las características que resaltan la masculinidad hegemónica.

En otra de las expresiones que dio uno de los participantes se refirió a que este futbolista, es el único con el dominio de colocar a su equipo de juego en un mejor lugar, esto es parte de su masculinidad, porque se da por hecho que este varón tiene el control de influir en otros varones a que sigan a un líder para enfocar su hombría ante las demás personas.

INTERPRETACIÓN: Conviene distinguir, que la Interacción que se dio sobre esta fotografía, es enfocada en la preferencia sexual, que proyectó con su imagen la (homosexualidad), misma, que no ha sido revelada públicamente, así mismo, se marcaron estereotipos ligados a la belleza y el físico, algunos usuarios percibieron que este personaje es un modelo o ideal de hombre, ya que representó ante los demás que su masculinidad es a través de algunas actitudes como “control, poder, y competencia” (Pizarro, 2006: 33), mismas que se vieron proyectadas en la foto.

Imagen 30.

Cristiano Ronaldo recibiendo su trofeo como mejor jugador de futbol



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Martes 24 de Enero de 2017 15:01

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155053935747164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, tiene en sus manos un trofeo de la “MVP”, estas siglas significan “un acrónico de la lengua inglesa que se denominan “most valueble player”, ese trofeo es dado por los

aficionados de la plataforma futbolística china Dongqiudi" (Sport, 2017), el cual se le otorgó como el mejor jugador más valioso.

CONTEXTO: El contexto de esta foto, es representado en un escenario, en el cual se pudo ver que atrás de este personaje, hay una copa de uno de los campeonatos más importante de Europa.

COMENTARIOS:

1.-  **Nyikos Evelin**

Traducido del Inglés

Respeto por cristiano ronaldo porque es un hombre excelente y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin Él, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Soy uno de sus mayores fans. *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 948 · 24 de enero a las 15:02

2.-  **Miguel Smith Perez Tuberquia** Cristiano es el mejor jugador del mundo el fútbol es un deporte muy bueno gracias a que el juega muy bien y esi idolo eres el mejor Cristiano creo que te mereces este premio y muchos más

Me gusta · *Responder* · 16 · 24 de enero a las 15:10

3.-  **Josisma Madrid** Mas fútbol y menos premios personales por favor ..metele Huevos en la cancha aguanta un balón mejora tu técnica da pases buenos q mucho te hace falta.no seas uno menos en la cancha cabron

Me gusta · *Responder* · 24 de enero a las 18:40

4.-  **Alexander Casilla** Cristiano quiero llegar a ser como tu seq no pasaré tu level de futbolista xq tu eres el mejor pero quiero ser como tú. Mi único idolo eres tú y sabes eres el mejor del mundo el mejor.jugador del mundo. Nadie te superará. Haber si te vienes a arequipa pue jeje queda en Perú . para q nos des un autógrafo a todos tus fanáticos de ti q hay en arequipa

Me gusta · *Responder* · 2 · 24 de enero a las 15:13

5.-  **Tito Brizuela** Cristiano Ronaldo capó máximo del fútbol mundial sos lo más grande y vamos por mas títulos

Me gusta · *Responder* · 2 · 24 de enero a las 15:18

INTERACCIÓN: En la imagen, la interacción que tuvieron los individuos, se basó en interpretar como este personaje se representó a través de sus logros y de su físico, además de que "la comunicación puede, en efecto, utilizar signos indíciales tomados intencionalmente. Es el ejemplo de la sonrisa utilizada en las relaciones sociales" (Marc

y Picard, 1989: 146). Esto quiere decir que, las personas percibieron que este jugador está alegre por sus logros, esto permite que expongan la admiración, respeto y fanatismo que sienten por él.

Esta imagen, represento en los usuarios deseo y enajenación y le expresaron lo maravilloso que es como jugador y persona, sin embargo, hay a quienes no les agrada que este personaje siga siendo celebrado y no sea un buen deportista.

La comunicación que tuvieron las personas, es un diálogo de sentimientos y emociones que ejemplifican su contexto, la fotografía tuvo la intención de mostrar la manera de comportarse de este sujeto porque tiene muecas que la gente entenderá a partir de la "comunicación no verbal y del comportamiento expresivo que realiza con los gestos" (Marc y Picard, 1989: 146).

MASCULINIDAD: El tipo de masculinidad que se vio en esta fotografía, está representada en un varón con poder, dominio, exitoso y profesional, estas características, son ideales que las personas creen parte esencial en la construcción de los hombres, este personaje pretende influir en las personas que "los hombres y todo lo masculino son más importantes que las mujeres y todo lo femenino" (Pizarro, 2006: 36). Por otro lado, al representarse este jugador como el hombre exitoso, las personas pudieron percibir que un varón verdadero es aquel "que se mide por los éxitos obtenidos en su vida laboral y por sus logros económicos" (Pizarro, 2006: 36). Como es el caso del futbolista, el cual pretender impresionar a las personas con sus trofeos y con un premio que por excelencia transmite su masculinidad, porque este jugador "vive su masculinidad de forma tradicional sin transformase en ser más equitativo, justo, humano" (Pizarro, 2006: 37).

INTERPRETACIÓN: Con todo y lo anterior, en esta fotografía se representó a un jugador con estereotipos de apariencia e ideales que resaltan hacia los usuarios que es el hombre más poderoso del mundo, esto da la idea de que la construcción que ha logrado este personaje, se ha ido enfocando en el prestigio, ganancias y estatus, estas características, se han ido infiltrando en sus seguidores, ya que desdichadamente las personas idealizan que un jugador de futbol es un súper héroe porque presenta "señales corporales las cuales obligan a los sujetos a comunicarse sin verse para seguir produciendo más discurso" (Marc y Picard, 1989: 148).

Imagen 31.

Cristiano Ronaldo promoviéndose



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Miércoles 25 de Enero de 2017 6:01

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155056329917164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, está sentado en un sofá, tapándose con una cobija con su nombre y marca. En sus manos lleva un celular y su mirada está centrada en el dispositivo móvil.

CONTEXTO: El contexto de esta fotografía, se centró en una habitación de cualquier lugar, un hotel, una casa, en esta imagen se vio serenidad por parte del sujeto.

COMENTARIOS:

1.- **Maher Haidar**

Traducido del Inglés

Respeto por cristiano ronaldo porque es un hombre excelente y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin Él, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Soy uno de sus mayores fans. *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 72 · 25 de enero a las 6:12

2.-  **Nicole Meltzer**

Traducido del Inglés

Mh, no hay amor en mi vida. .
Así que tendría que comprarlo por mi cuenta y me lo daría como regalo. ....
Pero no quiero que... si no hay amor, quien me regala un regalo el día de San Valentín... entonces no tengo que celebrar este día ☺... *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 4 · 25 de enero a las 10:28

3.-  **Maria Luisa Arana Suarez** Cristiano yo se que no hablar inglés como tu ,pero yo se que me entiendes porque te oído hablar español CR7 te deseo muy buena suerte en los partidos yo soy hincha tuyo desde que estabas en el sporting y te vi triunfar en el Manchester U. Y ahora en el Real Madrid yo no he podido ir a bingo de tus partidos porque yo soy de colombia pero hincha de la vida tuyo te deseo suerte estás palabras las digo de corazón y bueno haber si un día cualquiera te conozca por cierto soy niño de 13 años te digo la verdad y te escribo del celular de mi mamá pero soy hincha de la vida tuyo. Si de pronto me contestas este mensaje escribe en español. Saludos a todos

Me gusta · *Responder* · 1 · 26 de enero a las 21:47

4.-  **Hendrik Cauwelier** Hola Ronaldo, he visitado su museo CR7 en Funchal.Fenomenal!! Enhorabuena y mucha suerte en el futuro. Un aficionado de Brujas Belgica. Se puede mandarme una foto por favor? un saluo cordial de Enriqué Cauwelier, Wijnenburgstraat 41, Brugge, Belgica

Me gusta · *Responder* · 27 de enero a las 19:09

5.-  **Eva Victoria Marquez Mendoza** En todas las circunstancias Siempre contigo CR7.. Hala Madrid ..

Me gusta · *Responder* · 1 · 26 de enero a las 8:03 · *Editado*

INTERACCIÓN: Otro ejemplo de que los usuarios opinaron sobre lo grandioso que es este jugador, se notó en lo que le escribieron y lo que sienten por él, creyendo que este personaje responderá. Esto se acomoda a que la imagen se representó en la “actividad corporal ya que cuando se realiza un intercambio de palabras, se observa también una gestualidad comunicativa más rica en los sujetos que hablan muy bien que en los sujetos que no lo hacen tanto” (Marc y Picard, 1989: 150). Esto quiere decir, que las personas que opinaron sobre lo que vieron, son cordiales, porque percibieron la imagen de un hombre en forma de (héroe), y las muestras de admiración se observaron en los comentarios, sin embargo, hay seguidores que si vieron la foto pero se limitaron a comentar porque no les causo ninguna sensación.

MASCULINIDAD:

En la siguiente imagen, se pudo ver que la masculinidad que representó este varón en los seguidores es de un hombre, paciente, ingenuo, simpático, inteligente, protector, estas características se crearon en su figura para mostrar en las personas que los varones tienen “el carisma masculino es, por una parte, la fascinación del poder, la seducción que ejerce la posición del poder, por si misma” (Bourdieu, 1998: 102).

Si bien, en esta foto se vio a un hombre sentado mostrando en sus piernas una cobija con su nombre y marca, esto causo que las personas le comentaran sobre la admiración y respeto que sienten, incluso hay mujeres que lo alaban como el amor de su vida. Su hombría, fue representada a través de la vestimenta que utilizo, porque pese a que se muestra muy formal, su ropa trasmitió que “la masculinidad se caracteriza en los hombres en su forma de vestir. Usan pantalones, camisas, etc.” (Pizarro, 2006: 70).

INTERPRETACIÓN: La interacción que tuvieron las personas sobre esta fotografía, fue más allá de lo que se observó porque en ella se vio que la imagen promovió su producto el cual era la cobija con su nombre y marca, esto propicio que algunas personas, expresaran el ideal que tienen sobre el actuar del futbolista, además de que percibieron que los hombres como él son intactos y que de esa misma manera los varones tienen que actuar o representarse para que se distingan de las féminas.

En esta fotografía se representó hacia las personas que el sexo masculino cuando llega a casa después de un largo día, debe descansar como un rey y no ser molestado ya que ha tenido un día complicado, esa gracia manejo este personaje porque promueve a que utilicen su marca para que se les considere hombres merecedores de no participar en labores domésticas, por lo que sería considerable admitir que “el nuevo modelo familiar debe ser de equidad democrática y todas las relaciones entre las mujeres y los hombres se debe establecer igualdad, justicia y democracia en todas las esferas de la vida (Pizarro, 2006: 66).

Imagen 32.

Cristiano Ronaldo en la cancha de futbol.



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Lunes 30 de Enero de 2017 9:40

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155070768067164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía, el futbolista Cristiano Ronaldo, se representó en un partido de futbol, mostrando algunos ademanes y posturas sobre la manera de jugar este deporte.

CONTEXTO: El contexto en el que se encontró esta foto, fue en un estadio de futbol, él estaba en una cancha de futbol, al fondo se vieron personas desenfocadas, algunas gradas y un balón.

COMENTARIOS:

1.- **Pantu Mondal**

Traducido del Inglés

Respeto por cristiano ronaldo porque es un hombre excelente y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin Él, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Soy uno de sus mayores fans...*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 119 · 30 de enero a las 9:42

2.- **Anne Turner**

Traducido del Inglés

Estoy sorprendido por su generosidad. Él es alguien que puedo decirle a mi hija (que vive y respira el lugar) que puede mirar hacia arriba. Como familia luchamos financieramente para mantener su juego debido a facturas médicas, gastos de viaje, y gastos de equipo para su hermano menor que tiene parálisis cerebral. Su hermano es su mayor fan junto a mí. Me alegro de que tenga un atleta que pueda mirar hacia arriba. Gracias!!!!!!! *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 1 · 1 de febrero a las 10:39

3.- **Brandon Bugarín** Jugadores como CRISTIANO uno casa 100 años, un tipo que se ha formado a base de trabajo y mucha dedicación, EL MEJOR DEL MUNDO.

Me gusta · *Responder* · 30 de enero a las 11:07

4.- **Mahaya Ambani**

Traducido del Inglés

Messi y cristiano no son comparables. Messi se convirtió en el jugador más caro del mundo. La masculinidad y la gente como es honor. Compasión por la gente débil y enfermiza. El mundo sabe que la mafia de messi sobornado por quedarse. Sí! Este dia es muy lugares pero nadie pregunta cómo y porque *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 4 · 30 de enero a las 11:41

5.- **Rahul Kedare** What is the use ronaldo we are are commented on yours photo and you are not replying to your fans 😐😐😔😒 imagin yours day when no one talks with you and today you are a star player so you are not replying also but ours love is with u 😍😍❤️❤️❤️

En efecto, los usuarios se expresaron sobre el comportamiento que tiene el futbolista y de la manera en cómo se mostró ante ellos, las personas fueron interpretando su manera de verlo y el contexto en el que se encontraron, basándose en los atributos que simboliza el jugador.

MASCULINIDAD:

En cuanto a la masculinidad de esta fotografía, se vio que el jugador realzo su personalidad a través del deporte, de esta manera, incito a las personas a ser fuerte, desafiante, auténtico, firme, indestructible, posesivo, competitivo, intrépido y guerrero. La imagen de este hombre, es una interpretación del modelo tradicional masculino porque se figuró a un varón “que no llora, que no es débil” (Pizarro, 2006: 29).

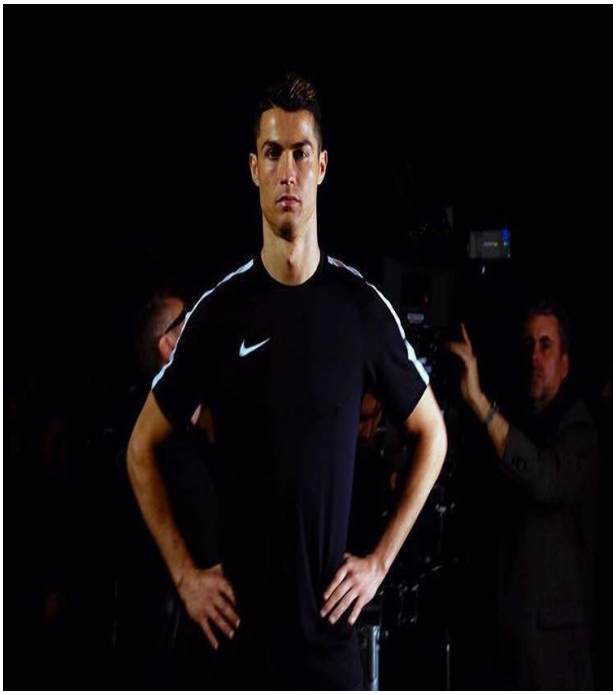
Así mismo, se visualizó que los “hombres tienen el poder, sino tienes poder no eres hombre, los hombres son fuertes y agresivos, si te muestras pacifico no eres hombre” (Pizarro, 2006: 29). Esta imagen idealizo a los usuarios que deben tener poder, ser fuertes y agresivos para demostrar la masculinidad ante los demás. “Estas frases representan algunos mandatos con los que los hombres, desde niños, construyen su masculinidad día a día” (Pizarro, 2006: 29), y esas frases son representadas en cada imagen de este jugador generalizando que la masculinidad debe preservar en todas las generaciones.

INTERPRETACIÓN: La interacción que tuvieron los usuarios sobre esta imagen, son símbolos de admiración, pasión y un prospecto del hombre perfecto, las personas le escribieron con diferentes emociones.

La imagen de este futbolista ante su público resalta a un jugador valiente y poderoso, conservando las características de la masculinidad tradicional, las cuales se van insertando en las fotografías de este jugador y manipulando a que un hombre debe de construirse desde pequeño a tener una “imagen de los hombres centrada en la apariencia exterior (demostrar ante los demás que se es fuerte, seguro de sí mismo, competitivo, ganador) que elimina casi en su totalidad un factor de máxima importancia: su interioridad, es decir, todo aquello relacionado con los sentimientos y emociones considerados femeninos”(Pizarro, 2006:29).

Imagen 33.

Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Miércoles 1 de Febrero de 2017 11:36

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155077965047164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía el futbolista se presentó muy seguro de sí mismo, teniendo firmeza y poder ante la cámara que lo enfoco. Por otro lado, uso una playera de la marca deportiva Nike haciendo promoción para que los espectadores adquieran la ropa deportiva.

CONTEXTO: El contexto en el que se mostró esta fotografía fue en estudio de grabación, al fondo se ve a dos personas y una de ella con una cámara de video enfocando al futbolista.

COMENTARIOS:

1.-  **Nancy Gonzalez** Hola cristiano Ronaldo soy nancy gonzales de chile te mando muchos saludos mi idolo el mejor del mundo espero k me mandes un saludo bendiciones

Me gusta · *Responder* · 1 de febrero a las 14:40

2.-  **Roberta Raimondi** Very nice man and happy to see your pciture, I will never forget you are the best football player in the wordl

Muy lindo hombre y feliz de ver tu foto, nunca te olvidaré eres el mejor jugador de fútbol en el wordl

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 1 · 1 de febrero a las 15:08

3.-  **Enrique Real Yangüez** Grande eres cr7 sigue adelante haciéndote más histórico hala Madrid

Me gusta · *Responder* · 1 · 2 de febrero a las 2:52

4.-  **Ana Guererro** Cristiano hola gracia por todo lo. Que le has dado al real Madrid que te valgan un gorro lo que la gente hable de ti se feliz y adelante tu eres el mejor y como dicen mucho aquí me vale mierda lo que digan de mi si yo me siento feliz el resto vale un sacatal de mierda gracia cr7 te queremos mucho mi familia

Me gusta · *Responder* · 3 de febrero a las 14:21 · *Editado*

5.-  **Abhirupa Bhattacharya** Cristiano Ronaldo is not only the greatest football player. He is one of the greatest men in our history. His desire to help people and fight for peace and love for everyone is amazing. Cristiano Ronaldo i am proud to have you as my idol and you are a role model for everyone. Respect

Cristiano Ronaldo no es sólo el mejor jugador de fútbol. Es uno de los hombres más grandes de nuestra historia. Su deseo de ayudar a la gente y luchar por la paz y el amor por todo el mundo es increíble. Cristiano Ronaldo estoy orgulloso de tener a ti como mi ídolo y eres un modelo de rol para todos. Respeto

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 470 · 1 de febrero a las 11:36

INTERACCIÓN: La interacción que tuvieron las personas sobre esta fotografía, fue escribir sobre el desempeño que contiene este futbolista en su profesión, los 5 comentarios, consideraron que este personaje, es un ídolo y modelo a seguir, por lo que los usuarios expresaron en sus opiniones “ciertos comportamientos que manifiestan en su vida, así como por el medio en el que se desenvuelve cada individuo” (Fernández, 2001: 53). Pues bien, las personas que le comentaron resaltaron sus emociones y sensaciones que tuvieron en esos momentos de ver la fotografía, por lo que dependió del lugar en donde se encontraron y le atribuyeron a sus comentarios diferentes palabras que pudieron afectar las conversaciones.

MASCULINIDAD: La masculinidad que se representó en esta foto, fue percibir a un hombre valiente, provocador, seguro de sí mismo, poderoso, intrépido, inalcanzable, estas manifestaciones, “son visibles de las diferencias de sexos (actitud, vestuario, peinado), y, en un sentido más amplio en los detalles, aparentemente insignificantes, de los comportamientos cotidianos” (Bourdieu, 1998: 77).

Quisiera añadir, que en esta foto, se vio a un hombre modelando una playera de la marca Nike, indiscutiblemente, esta imagen, tuvo la intención de promover al jugador como el producto para incitar a los seguidores a que adquieran la vestimenta. La representación de Cristiano Ronaldo, en esta fotografía, fue precisar que se ha convertido en una mercancía, exponiéndose ante los usuarios a que interpretaran una realidad fuera del alcance de muchos, ya que se presentó con poder, manifestando una masculinidad hegemónica.

INTERPRETACIÓN: Considero que en esta fotografía, las personas idealizaron al futbolista a través de algunas emociones, esto provocó que este personaje, siga siendo moldeado para manipular a las masas, porque algunos usuarios, se imaginaron un ideal de masculinidad y esa presentación, se insertó en las personas y sobre todo en los varones a que sigan el mismo patrón que tiene este jugador, ya que a través de la “hexeis corporal, en la que entran a la vez la conformación propiamente física del cuerpo sigan siendo un dominio viril en este mundo” (Bourdieu, 199: 84).

Imagen 34.

Cristiano Ronaldo en un evento familiar festejando su cumpleaños



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Domingo 5 de Febrero de 2017 14:49

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155089957912164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía el futbolista se encuentra con su madre e hijo, festejando su cumpleaños número 32, en el frente un pastel con velas y él posando muy contento a lado de su familia.

CONTEXTO: Se pudo ver en esta fotografía al jugador con su hijo y su mamá, en un retrato familiar, las 3 personas sonrieron y reflejaron una unión familiar y apoyo.

COMENTARIOS:

1.-  **Gian Maria Sainato**

Traducido del Inglés

Feliz cumpleaños cristiano! 🎂🍰😃□🎉🎊🍾□ *Ver original*

Me gusta · *Responder* · 569 · 5 de febrero a las 15:35 · *Editado*

2.-  **Anna CH** ¡¡¡Feliz Cumpleaños Cristiano!! eres el mejor jugador del Mundo. Te quiero Cris. Gracias por demostrar que los sueños se pueden cumplir. Eres ejemplo de perseverancia, superación, lucha y sacrificio. 🍰🎂🎁🎁⚽⚽❤️❤️🎉🎉🎀🎀

Me gusta · *Responder* · 343 · 5 de febrero a las 14:52

3.-  **Jhon Fredy Aldana** Pedro si es arrogante. Puede ser el mejor pero lo arrogante si es verdad

Me gusta · *Responder* · 2 · 5 de febrero a las 14:58

4.-  **Jose Hernandez** No faltan los culeros dañando publicaciones y estado pendientes del mejor del mundo cr7

Me gusta · *Responder* · 2 · 5 de febrero a las 18:42

5.-  **Brayan Acosta** Holaaaaaa Cristiano, se que no leerás este mensaje, pero solo quiero que sepas que acá en Colombia, Bogotá, tienes un fan numero 1, te dese un feliz Cumpleaños!!!!! cuídate mucho y que Dios te bendiga por siempre!!!! dale con toda en todo momento y algún día quiero conocerte y se que lo lograre!!! un abrazo CR7 y que ese año este lleno de bendiciones para ti!!!!

Me gusta · *Responder* · 80 · 5 de febrero a las 15:04

INTERACCIÓN: En esta fotografía, se notó que los comentarios que realizaron las personas fueron felicitaciones hacia el jugador por su cumpleaños, le expresaron lealtad, aprecio, melancolías, fantasías y admiración hacia un hombre como lo es este futbolista.

Pues bien, la interacción expuesta en esta foto, es muy cerrada como en las demás fotografías, las personas le escribieron sobre lo que admiran y reconocen de este jugador y lo vieron como un ejemplo para todos los que le siguen. Indiscutiblemente el haberse mostrado con su familia, provoco en la gente algunos "signos de relación como las señales corporales faciales, y sobre todo el contexto en el que se exponen los participantes como estar cerca de otra persona, abrazarla, o una relación amorosa" (Fernández, 2001: 56).

MASCULINIDAD: En cuanto a la masculinidad, es preciso resaltar que la familia, es un lazo muy importante para que tanto hombres como mujeres, se vayan construyendo a través de su género. La representación de este personaje en esta fotografía, incita a que las personas admiren su felicidad y se sientan atraídas por la manera en que su familia lo protege, y a su vez el protege. Este personaje, se representa como el hijo, padre, protector, líder, y es que la "familia es la que asume sin duda el papel principal en la reproducción de la dominación y de la visión masculinas" (Bourdieu, 1998: 107). Este

jugador, se ha ido construyendo sobre lo que su familia, el entorno le ha influido y como figura pública, manipula en las personas un rol que debe de seguir vigente como “el dominio, procrear, y obtener bienes de consumo para adquirir una posición social” (Bourdieu, 1998: 111).

Otro ejemplo de su masculinidad, es aquella nueva masculinidad que se está insertando en algunos varones, la de ser un padre proveedor de cuidar y mantener a los hijos e hijas sin tener a una mujer al lado, en este sentido, se pudo notar en la foto, que el jugador está festejando al lado de su hijo y su madre, esta representación, resalta “la participación de los hombres en el cuidado de los suyos, sin embargo, la mayoría de algunos nuevos padres son participativos y no tanto igualitarios” (Pascual, 2015:37).

Pues bien, la participación de Cristiano Ronaldo en esta imagen, mostró que su masculinidad puede ser interpretada como un padre ejemplar, su presentación engloba que es un hombre íntegro y feliz. Analizando la foto, se pudo observar que tanto la presencia femenina como masculina están presentes ya que se pudo interpretar que ambos personajes tanto padre como hijo, necesitan de la imagen femenina para ser reconocidos como familia. En este sentido, creo que la participación de ambos géneros, no solo debe ser de ellos sino que “la sociedad debe asumir un papel feminista en el que se demuestre igualdad de roles en la población” (Pascual, 2015: 38).

Como tal, esa igualdad, se debió representar en la fotografía, pero considero que la imagen, encuadra al jugador como el principal personaje, para que su masculinidad siga siendo reconocida ante los usuarios como el hombre o modelo ideal.

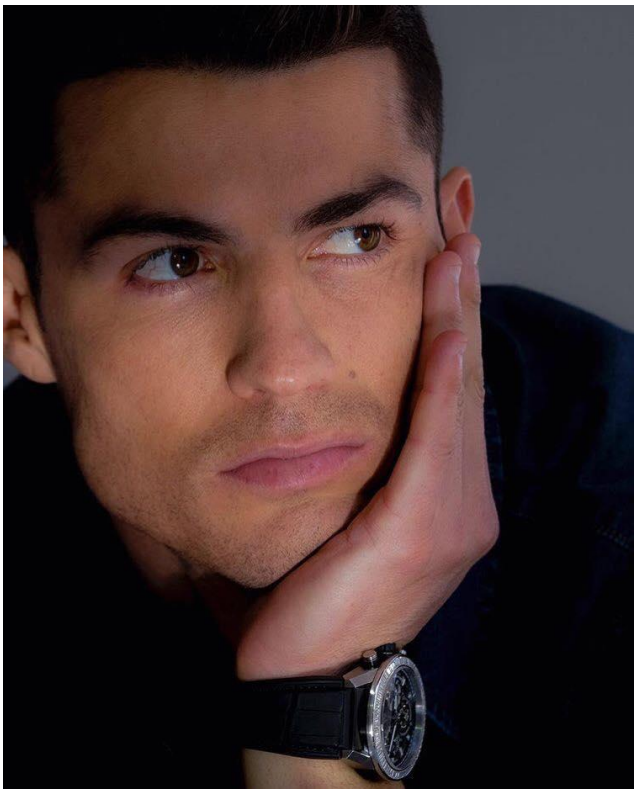
INTERPRETACIÓN: Desde mi punto de vista, la familia influye en la transformación de los varones, al hacer esa diferencia de hombres y mujeres, se ha dado paso a que las personas, se idealicen con algunas características que son representadas por muchos personajes famosos.

En esta fotografía, se pudo ver que las personas escribieron, el deseo que sienten por el jugador y le expresaron que es un ejemplo de vida, esto alude a que interpretaron que los varones son lo que resaltan más en la sociedad dejando de lado la igualdad, y a las mujeres. Por otro lado, la paternidad que mostro el jugador, son parte importante en la

familia ya que es influyente en esta transformación porque “las desigualdades, provocan las divisiones y el modelo tradicional que hay que seguir” (Bourdieu, 1998: 112).

Imagen 35.

Cristiano Ronaldo.



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Jueves 9 de Febrero de 2017 14:04

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155101401692164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía el futbolista se presentó con mucha seriedad, vistiendo en color negro y modelando en su muñeca, un reloj de la marca TAG Heuer.

CONTEXTO: El contexto de esta fotografía interpreto a un varón misterioso, pensativo, modelando un reloj en color negro de la marca TAG Heuer en su muñeca, el jugador enfoca su mirada en algún punto preciso para causar, suspenso o interés.

COMENTARIOS:

1.-  **Jetti Szandra Seres**

Traducido del Inglés

Hola guapo! Perfecto Caballero! Tu alma es hermosa! 💖💔 siempre es humilde y con buen corazón! Dios te bendiga, tu pequeño príncipe y tu mammi! 💖💔💖💔💖💔 sweet dreams God ' s don! 🌟☄ cuídate! Abrazo! 😘😵*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 61 · 9 de febrero a las 15:11 · *Editado*

2.-  **Arelys Rojas Quesada** Hola buenas noches Cristiano Ronaldo como están, un saludo muy especial para toda la familia, que les vaya súper bien en el partido de la Champions League y que tengan una noche maravillosa.

Me gusta · *Responder* · 6 · 9 de febrero a las 14:57

3.-  **Juancho Ravena** Es una página falsa tonta

Me gusta · *Responder* · 9 de febrero a las 17:37

4.-  **Marco Cordova** Hola cristiano te admiro mucho como jugador y persona, me gustaria mucho que le obsequies una zapatillas a mi hijo Mauricio.

Me gusta · *Responder* · 1 · 9 de febrero a las 21:28

5.-  **Blanca Valdez Portugal** Eres muy wapo , elegante eres una persona humanitaria el mejor jugador del mundo y la estrella indiscutible Del Real Madrid

Me gusta · *Responder* · 10 de febrero a las 11:13

INTERACCIÓN: Las conversaciones que se dieron en esta página, mostraron que los usuarios han idealizado que este jugador tiene la intención de contestarles sus comentarios, sin embargo, de estas 5 opiniones, no se ve respuesta por parte del futbolista. En las conversaciones se pudo ver que se manejaron estereotipos que van encaminados al físico del jugador, por otro lado, la idea de esta foto, es promover en los usuarios la marca de reloj ya que en la fotografía, se percibió el consumismo al que incita este personaje con lo que promueve, ya que la mayoría de las personas describen sus "actividades cotidianas y las expresan en sus palabras". (Marc y Picar, 1989: 126).

Por otro lado, estas interacciones, manejaron un lenguaje a través de emoticones, los cuales enriquecieron las conversaciones y dieron paso a que los usuarios compartan sus emociones interpretando de diferente manera la vida de este personaje.

MASCULINIDAD: Al analizar esta imagen, se percibió que la masculinidad que tiene esta foto, es representada por un varón con éxito, poder, galantería, millonario y homosexual, así como estereotipos de belleza que engloban su hombría. En esta imagen se vio que este hombre pudo reflejar en su postura a un caballero limitado por expresar su preferencia sexual y se ha ido construyendo como "un sistema de representación de valores es decir, se le ha ido formando características como el deseo, aspiraciones, éxito" (Pizarro, 2006: 45).

En efecto, en esta fotografía, se pudo observar que la hombría que se representó este jugador, tiene características del modelo tradicional de masculinidad, ya que se visualizó un varón que tiene rasgos de "restricción emocional la cual consiste en no hablar acerca de los propios sentimientos, especialmente por otros hombres" y la obsesión por los logros y el éxito porque se vio en la foto que el jugador está expuesto ante los demás como el ganador, implicando en los usuarios a que idealicen con "actitudes basadas en modelos de control, poder y competencia" (Mujeres sin Violencia, 2016).

INTERPRETACIÓN: A mi parecer, en esta imagen se representó un símbolo de masculinidad tradicional, que "impone un modo particular de configuración de la subjetividad, la corporalidad, la posición existencial del común de los hombres" (Bonino, 2002: 8). Por consiguiente, algunas personas que siguen a este futbolista, manifestaron que este personaje es un ideal del hombre perfecto, rey, dios, esto forma en la masa que a través de las redes sociales se vaya idealizando a los varones como intocables y que este jugador influya en la gente a seguir un modelo de belleza y estereotipos.

Imagen 36.

Cristiano Ronaldo



Fuente: tomada de https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts

Viernes 10 febrero de 2017 3:10

VINCULO:
https://www.facebook.com/Cristiano/photos/a.407367867163.178908.81221197163/10155102717847164/?type=3&theater

CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA: En esta fotografía se vio al futbolista, modelando su vestimenta y fijando la mirada hacia el tenis que promueve.

CONTEXTO: El contexto en el que se representó esta fotografía, es en unas escaleras, mostrando su atuendo y alrededor de él se percibe un jardín, autos y una casa al fondo.

COMENTARIOS:

1.-  **Nyikos Evelin**

Traducido del Inglés

Respeto por cristiano ronaldo porque es un hombre excelente y el mejor jugador del planeta. Él es el rey del fútbol. Sin Él, el fútbol sería un deporte aburrido. Este jugador es mi ídolo. Soy uno de sus mayores fans.*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 170 · 10 de febrero a las 3:26

2.-  **Vĩnh Real**

Traducido del Inglés

Cristiano Ronaldo no es sólo el mejor jugador de fútbol. Es uno de los hombres más grandes de nuestra historia. Su deseo de ayudar a la gente y luchar por la paz y el amor por todo el mundo es increíble. Cristiano Ronaldo estoy orgulloso de tener a ti como mi ídolo y eres un modelo de rol para todos. Respeto 👍(Y)*Ver original*

Me gusta · *Responder* · 52 · 10 de febrero a las 3:40

3.-  **Amelia Iglesias** Cristiano Ronaldo guapo eres el mejor jugador del mundo Estamos en Belgique y tenemos un equipo de futbol se llama C d f Española y fan del Réal Madrid mucha suerte para ganar el campeonato y nos alegramos por el Balon de Oro que as ganado👉👈😂😁😂😁

Me gusta · *Responder* · 28 · 10 de febrero a las 4:24

4.-  **Awilda M Morillo M** Buen día cristiano eres la inspiración de muchos mi admiración a si a ti es muy grande. Tu ropa a juego me encantan esta impecable lluvia de bendiciones en todo lo que queda temporada que sea de mucha alegría #CR7❤️❤️😙😙

Me gusta · *Responder* · 17 · 10 de febrero a las 3:32

5.-  **Venkata Nagendra Koormachalam** Hai... Very nice and stylish looking dude... mostly you are so handsome and one of the great football Player in this world...awesome playing I'm also fan of you you have all Success in your future, lot's of love happynes Health n Wealth peace full life. love you my God Bless You dear

Hai... muy bonito y elegante compa... mayormente eres tan guapo y uno de los grandes jugadores de fútbol en este mundo... increíble jugando yo también soy fan de ti tienes todo exito en tu futuro, muchas Amor felicidad salud y riqueza paz plena vida. Te amo mi Dios te bendiga querida

Traducido automáticamente

Me gusta · *Responder* · 10 · 10 de febrero a las 5:42

INTERACCIÓN: En cuanto a la interacción sobre esta imagen, los usuarios, le escribieron sobre el ideal que represento como persona y jugador, sus palabras escritas tienen una descripción de cómo perciben al futbolista a través de los comentarios, se pudo notar que las personas interpretan a este personaje como un varón ejemplar, aluden a que es un ideal en todo lo que realiza, el comportamiento que expresa genera en los participantes a creer que este sujeto es un hombre perfecto con cualidades que resaltan su virilidad. Sin embargo, en esta foto se pudo ver que esa representación, es un ejemplo de cómo debe actuar un varón, ya que este sujeto, muestra expresiones en su rostro, cuerpo que transmiten, códigos los cuales se insertan en las personas para que se dé el dialogo.

En esta imagen, se puedo contrastar “los comportamientos verbal y no verbal en forma extrema, de manera que el mensaje comunicado por un canal contradice al otro” (Fernández, 2001:61). En este sentido, la imagen del jugador, es exhibida en una red social como facebook, para que ahí exista un modo de expresión de ambas comunicaciones, porque el mensaje puede ser expresado de manera textual, hablado y actuado.

En este caso, las personas que le comentaron pudieron estar bromeando o interpretando de manera irónica que este personaje no representa ni atrae.

Por otro lado, la interacción que se utiliza en esta red social, puede ser manejada con “sarcasmo, por ejemplo, cuando se dice: “yo creo que eres la persona más atlética que he conocido” (Fernández, 2001: 61). En este sentido, algunos comentarios pudieran ser falsos ya que hacen mención a que el jugador se representa como el mejor del mundo y como un ídolo, y esto puede ser mentira porque no se escucha ni se ve el tono con el que lo pueden están diciendo y las personas pueden estar escribiendo mentiras.

MASCULINIDAD: La masculinidad que se representó en la siguiente imagen, tiene algunas características como, personalidad, egocentrismo, dominio, tendencia, estas cualidades, son dirigidas a los usuarios, mediante la apariencia que maneja el futbolista, así como promover su vestimenta, esas características han sido adjudicadas para que este personaje no pierda el impacto que ha manejado como la figura pública, modelo e ideal de hombre.

Las cualidades que esta fotografía presento, son parte primordial para que sea objeto de opinión en las redes sociales y se incite a las personas a actuar como este personaje, a través de seguir ciertas conductas como que “los hombres deben distinguirse de las mujeres, diferenciarse de ellas, ser heterosexual, no ser maricón” (Bonino, 2002: 23).

INTERPRETACIÓN: En esta imagen, la interacción que tuvieron las personas, está basada, en la comunicación no verbal, esto es generado porque este personaje muestra expresiones corporales que son objeto de códigos que interpretan a un ideal de hombre con una masculinidad hegemónica que se ha ido construyendo para simbolizar ante la sociedad creencias que cada día están insertas en las redes sociales ya que “mujeres y

hombres tienen diferencias insalvables y todos los hombres tienen semejanzas estructurales. Esta creencia promueve el sentimiento corporativo masculino y el rechazo a la alianza con las mujeres en muchos campos" (Bonino, 2002: 26). Esto nos quiere decir que las mujeres en todos los ámbitos profesionales, son violentadas y no tienen el mismo derecho que los varones ya que ellos son mucho más organizados y tienen distribuidas las características con las que deben de transformarse en el mundo.

CAPITULO 7

REFLEXIONES SINTÉTICAS SOBRE EL ANÁLISIS Y LA INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el siguiente análisis, es importante decir que se utilizó la metodología de la Etnografía Virtual sustentada en 36 fotografías del futbolista Cristiano Ronaldo, para esto se observó la página oficial de facebook de este personaje, lo cual permitió ver, analizar e interpretar los comentarios que hacen los usuarios de las fotografías, esto, seleccionando 5 personas al azar, para cada imagen sin tener en cuenta la edad y la clase social.

Por otro lado, se analizaron estas fotos, para ver si existe algún tipo de masculinidad, así como el contexto en el que se sitúan, para ello se utilizaron las siguientes categorías:

-Características de las fotografías

-Contexto

-Comentarios

-Interacción

-Masculinidad

Para profundizar un poco más sobre la Etnografía Virtual, podemos decir que realizar "una investigación etnográfica a través de la CMO (Comunicación mediada por ordenador), abre la posibilidad de enriquecer reflexiones acerca de lo que significa ser parte de Internet" (Hine Christine, 2000:19). A través de esta metodología, se abre una nueva forma de análisis de la comunicación e interacción de las personas usando la

computadora, además de que esta técnica permite abrir un nuevo panorama sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el uso de las redes sociales como el Facebook.

Debido a que, hoy en día los usuarios de Internet y de Facebook, le han dado otro sentido a la manera de comunicarse, esto ha generado que le den mucho más importancia a las actividades que realizan diariamente, expresándolas a través de las redes sociales, atribuyéndole así una "relación entre tecnología en Internet y las relaciones sociales en el tiempo y el espacio" (Hine Christine, 2000: 20).

Para entender un poco más la Etnografía Virtual, y lo que conllevo realizar esté análisis, se puede decir que el Internet y las Redes Sociales se han vuelto indispensables en la cultura, porque la "Comunicación Mediada por Ordenador se ha convertido en un intercambio cultural" (Hine Christine, 2000: 27). Esto implica una nueva forma de comunicarse y de relacionarse se crea un contexto en el que participan los usuarios de diversas "características de género, edad, raza, estatus social, expresión facial" (Hine Christine, 2000: 27).

Con la etnografía virtual, se pudo ver que la comunicación mediada por computadora, tiene una gran apertura hacia las relaciones sociales. En el caso del Facebook, muchas personas y figuras públicas están expuestas al público y han causado que algunos usuarios interpreten un mundo diferente al contexto en el que viven

Ahora bien, la comunicación mediada por computadora, crea espacios donde ocurren interacciones virtuales que se producen socialmente y que la tecnología ha acercado a través del uso constante de las redes sociales, forzando a que las personas que tienen una cuenta en facebook, se involucren en la vida y el entorno de las personas y de personajes famosos, consiguiendo con ello la participación y las posibilidades de comentar u opinar sobre lo que se muestra, logrando así una interacción a través de una computadora.

Por su parte, la Etnografía Virtual, se ha dedicado a comprender profundamente lo social, es decir, con esta técnica el etnógrafo puede observar como las personas se comunican a través de las redes sociales, dando paso a una investigación más acertada.

Esta técnica es aplicable en todos los estudios ya que como lo mencionan Hammersley y Atkinson (1995: 1):

> La etnografía es la forma más característica, que implica la participación del etnógrafo, sea abierta o encubiertamente, en la vida cotidiana de las personas, durante un período prolongado de tiempo, observando lo que sucede, haciendo preguntas, de hecho, recopilando cualquier dato que esté disponible para arrojar luz sobre los temas de investigación (Hine Christine, 2000: 56).

En este caso, con la Etnografía Virtual y, durante un periodo de cuatro meses que abarcó del **11 de octubre de 2016 al 10 de febrero de 2017**, se observó cómo los usuarios participaron opinando a través de los comentarios, además de identificar sus percepciones, en una red social como el Facebook, y en la página oficial del futbolista Cristiano Ronaldo.

Realizar una Etnografía Virtual en este tema de investigación, fue de gran utilidad, porque abre hacia una nueva información en el uso que se le dan a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ya que estas le han dado la vuelta al mundo, pese a que aún hay cierta desinformación sobre estos nuevos medios de comunicación en la sociedad.

Hay que hacer notar, que con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se ha dado un impacto en el mundo, están siendo sido utilizadas a través de la computadora o de algún dispositivo móvil y como tal han abierto una nueva manera de socializar, así mismo el uso de las redes sociales como en el caso del Facebook, ha invitado a que cada persona, se maneje con un perfil en donde exprese sus gustos y disgustos, evadiendo la comunicación cara a cara.

Es por esto que hablar de “mediación significa señalar las transformaciones que se producen cuando objetos e individuos entran en relación” (Lataour, 1994, Callon, 1986). Tal es el caso de la página del futbolista Cristiano Ronaldo, en ella los usuarios entran en relación con lo que se publica y opinan sobre lo que este personaje les muestra, esto a través de las fotografías de el mismo, así como de los comentarios los cuales pueden ser

falsos ya que no se sabe si realmente este futbolista tiene algún tipo de respuesta a sus seguidores.

Por otro lado, la comunicación mediada que los usuarios suelen tener en esta página o en su mismo perfil, “son formas no sólo de captar una realidad externa; hacen presentes determinadas realidades de una forma determinada, y por lo tanto son actos en los que se niegan u ocultan otras realidades (Sánchez, 2005:33).

Con el objeto de que este análisis, sea de gran utilidad para el lector, se puede de decir, que para este trabajo, se utilizaron algunos conceptos como la **interacción y masculinidad,** y de estos surgieron los estereotipos de belleza que tienen estas fotografías.

Se analizaron 5 comentarios en cada fotografía, los cuales fueron seleccionados al azar, no se delimitó, edad, posición económica, sexo, nacionalidad, esto porque se considera que una red social como lo es el Facebook, los usuarios que entran, son muy variados y de todo el mundo, y en la página oficial de este jugador, el público aunque usa sobrenombres no se puede saber si son realmente mujeres o varones, esto se identifica a través de la manera en la que escriben o por su fotografías de perfil, ya que algunos usuarios expresan sentimientos amorosos por lo que puede confundir, así mismo la edad también es un factor que no puede ser visible.

En primer lugar, las 36 fotografías que fueron analizadas del perfil del futbolista Cristiano Ronaldo, tienen características similares las cuales son la imagen, apariencia, expresiones físicas y la mayoría de las imágenes se basaron en hacer alarde del cuerpo del futbolista y del modelaje que hace de algunos productos de su propia persona.

En cuanto al contexto en que el que se exhibieron las fotografías, estas son representaciones de la vida tanto privada y profesional que tiene este jugador, porque en sus fotos, se ve los lugares en los que se encuentra así como el día, hora, y personas que le acompañan.

De las fotografías se seleccionaron y analizaron 180 comentarios de los usuarios que participan en su página oficial, las personas que le siguen y le escriben son de todas partes del mundo, de Brasil, Portugal, Estados Unidos, Irak, Afganistán, Pakistán, Nigeria,

Siria, Irak, Japón, México etc. No se pudo saber cuál es el sexo de estas personas, porque algunas fotografías de perfil puede que sean falsas, la edad tampoco fue visible, sin embargo, se pudo interpretar que algunas personas son mujeres u hombres por la manera en la que le escriben.

Al leer y al observar lo que las personas escribieron de sus fotos, se puede decir que, la mayoría opino sobre su físico y su profesión como futbolista. Las personas lo halagaron como el mejor jugador del mundo y un modelo a seguir, ya que lo engrandecieron como un dios y algunos creen o se imaginan que este personaje lee cada uno de los comentarios, ya que algunas personas le hicieron peticiones o le pidieron ayuda, sin embargo, dentro de estas conversaciones no hay ninguna interacción o respuesta del futbolista.

Ahora bien, las personas que le escribieron son de diferentes partes del mundo, la mayoría le comentó a través de diferentes emociones, le manifestaron admiración y pesé a sus derrotas como jugador, lo apoyaron. Hay algunas personas, usaron el perfil, solo para hacer referencia hacia su preferencia sexual, o para insultarlo.

En esta etapa de la investigación, se reformula la pregunta general que se planteó al principio de la investigación.

¿Cuál es la interacción que se da entre usuarios de facebook con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo de sí mismo en su perfil?

Para continuar con este análisis y hacer más profunda la investigación se agregaron cuatro preguntas particulares para enriquecer la tesis.

¿Cómo perciben los usuarios la imagen del futbolista desde sus fotografías?

¿Cómo es la interacción que se da entre los usuarios a partir de las fotografías?

¿Qué diferencias hay en los comentarios de hombres y mujeres a partir de las fotografías?

¿Qué características tienen las fotografías que publica el futbolista para que a partir de ellas se de una interacción entre los usuarios?

De acuerdo a las matrices que se realizaron sobre esta investigación, se obtuvieron los siguientes resultados:

Primeramente, se puede decir, que las Redes Sociales en nuestro país han ido creciendo, como un nuevo mundo de comunicación virtual, en el que algunas personas expresan sus emociones y percepciones del mundo las cuales están presentes constantemente.

“Según los resultados financieros correspondientes al último trimestre de 2015, que acaban de ser publicados, Facebook logró aumentar un 14% el número de usuarios activos en el último año” (Moreno, 2016). Esto quiere decir que esta plataforma, se ha colocado entre las personas como un canal de comunicación y de interacción el cual ha permitido que los usuarios manifiesten sus sentimientos a través de fotografías, videos, grupos de discusión, mensajes, comentarios, esto a través de una nueva forma de comunicación virtual.

Para introducir al lector sobre como las personas idealizan a una figura pública, llámese deportista, cantante, actor, actriz, artista, personaje o celebridad, se ha analizado que los usuarios tienen ideales que expresan en las páginas de personajes famosos, a partir de escribir lo que ven y de percibir ciertos contextos que son expuestos por estas personas, esto puede ser producido sin que ambas partes sean amigos ya que con solo pulsar un recuadro con la palabra “like”, inmediatamente se abre el acceso a la vida profesional, y supuestamente privada de las personas famosas.

Tal es el caso del futbolista Cristiano Ronaldo, el cual se ha convertido en una imagen de ganancias, fama y posicionamiento proyectando a través de sus imágenes un prototipo de varón ideal, el cual proyecta su imagen a través de facebook, donde el aumento que tiene de usuarios es de 122.461.449 personas y el número de seguidores es de aproximadamente 120.478.268.

Al respecto e identificando cómo percibieron los usuarios la imagen del futbolista, desde sus fotografías, se pudo ver que en la mayoría de los 180 comentarios las personas resaltan la figura del deportista, lo engrandecen e idealizan como un dios. Así mismo, hubo personas que precisaron su atención en algunas marcas deportivas que patrocinan al jugador como ADIDAS o Nike y esto dio la impresión que la imagen de este jugador

transmite e impulsa en sus seguidores a consumir marcas de prestigio para que puedan tener cierta similitud con él.

Por otro lado, este futbolista, ha logrado posicionarse en las redes sociales, es considerado como “un modelo perfecto y es uno de los futbolistas mejor pagados del mundo, más galanes y con un estilo único” (Alcántara, 2016). Como tal, este jugador es considerado por algunas personas que interactúan en su página, como un hombre ideal el cual es sobrevalorado y muestra su hombría como la de un “guerrero” o “héroe” derivado de su trabajo, es un futbolista que proyecta un estilo de vida placentero y de éxito que se ha colocado como un objeto de moda, estatus y posicionamiento que ha enmarcado su vida profesional y ha simulado exhibiéndose en la red social Facebook una supuesta vida personal.

Ahora bien, haciendo énfasis en como las personas perciben lo que ven de las fotos, en los comentarios se vieron muy pocos insultos, generalmente la mayoría de usuarios que le siguen saben quién es este jugador, hay algunos que comentaron sobre su preferencia sexual o sobre algunas características que refleja este hombre como la soberbia o el ser presuntuoso, sin embargo, se pudo observar que las personas apoyan a este jugador, le escriben respetuosamente y se puede pensar que hay quienes intentan tener mucho más contacto con él, pero en su página de facebook, solo se puede comentar sus fotos, no se tiene el acceso para mandarle un mensaje privado, ni publicarle como a cualquier amigo o usuario, ya que la pagina está hecha para promocionar su carrera deportiva y es probable que existan personas interesadas en borrar los insultos y bloquear usuarios ofensivos.

Otro punto importante que hay que hacer resaltar, es que las personas compararon a Cristiano Ronaldo con el jugador Lionel Messi, este jugador tiene cierta similitud con él y en algunos comentarios se mencionaron que el futbolista Messi, es considerado como el “mejor jugador de las 86 temporadas de la Liga de España” (minutouno.com, 2017), esto según un estudio elaborado por el “Centro de Investigaciones de Historia y Estadística del Futbol Español (CIHEFE)” (minutouno.com, 2017).

Esto visiblemente, ha causado que se desencadene cierta competencia entre los jugadores ya que ambos personajes, son manejados a través de las redes sociales sin embargo, es visible que la cantidad de usuarios que le sigue a Lionel Messi, es menor a la de Cristiano Ronaldo, ya que a Messi le siguen aproximadamente “88.092.917 personas y a 89.575.438 personas les gusta este jugador” (2018, 1 de abril). Humbled. [Estado de Facebook]. Obtenido de: https://www.facebook.com/leomessi/

Otro punto es que el perfil de Facebook de ambos jugadores, tiene el mismo estilo, de ambas páginas contienen fotografías, imágenes, videos y los usuarios comentan ya sea para defender u atacar a los futbolistas.

Indudablemente, las redes sociales han permitido que las personas compartan sus impresiones, opiniones, temores, angustias, inquietudes, palabras de amor y odio, estableciendo una nueva manera de comunicación, como tal los usuarios tienen cierta libertad de interpretar lo que ven de manera imaginaria, esto fue observable en algunos comentarios ya que lo que le escribieron al jugador, refleja cierto fanatismo y enajenación por las acciones que muestra en facebook.

Las personas que le escribieron a este futbolista en su página, tienen la idea o deseo de que algún día lo conocerán, le hacen peticiones para poder verlo, consideran que es el único jugador de este planeta y que no hay comparación con ningún otro. Los llamados fans, le escribieron pidiendo ayuda monetaria para fundaciones como la protección de animales, para trasladarse a algunos de sus partidos etc. y tienen la expectativa de que les contestará.

Vale la pena decir, que la imagen del futbolista, se inserta entre las personas por el contexto en que se encuentra el jugador, de esta manera, los usuarios vieron en él a un hombre exitoso, triunfador, valiente, intrépido, guerrero y hasta un dios ya que la imagen que él representa está dirigida a un modelo o ideal de hombre perfecto y en nuestra sociedad la mayoría de los varones son transformados y educados a través de ideales de esta naturaleza que se le inculcan desde el momento en que nacen.

Esto quiere decir, que la **masculinidad o masculinidades** que figuraron en las fotografías de este jugador, son asignadas para que las personas interpretaran que un varón se puede desempeñar en cualquier profesión y que “el poder configurador de la masculinidad hegemónica se hace evidente en la vida de los hombres contemporáneos no tanto en su discurso, sino en sus prácticas” (Bonino, 2002:8). Tal es el caso de este futbolista, el cual se representó para él y ante los demás como un hombre perfecto y esa transformación se inserta en las personas que lo vieron y lo siguen en su perfil de facebook, ya sea para identificarse o porque la “masculinidad hegemónica tiene la presión de asegurarse que los hombres deben cumplir con esos mandatos” (Bonino, 2002:8).

Hay que hacer notar que la imagen de este futbolista, es representada a través del físico, para lo cual le ha funcionado mostrar sus atributos, además de generarle fama y posicionamiento al mostrar su cuerpo, así como la obtención de ganancias inalcanzables porque se ofrece al público como una mercancía a través de las marcas que lo patrocinan y las características que muestra en sus fotos, persuaden e inquietan a los usuarios, sobre un estilo de vida diferente lleno de comodidades, triunfos y riquezas, incitando a que a través de sus comentarios, expresen sus emociones, aspiraciones, enojos, frustraciones, e incluso manifiestan que quieren ser como este jugador y tener el mismo estilo de vida.

Otro punto importante, en este análisis, es cómo es la interacción que se da entre los usuarios a partir de las fotografías y lo que se pudo examinar es que las personas, se comunican a través de la escritura, ya que este es el lenguaje propio de esta red social, en la que se puede tener una comunicación mediada por cualquier dispositivo electrónico, ya sea celular, computadora, tabletas digitales y laptops.

La interacción entre los usuarios que siguen a este futbolista es muy diversa, es decir, las personas que visitan su página, son de todas partes del mundo, la mayoría, comenta lo que ve o saben del jugador, algunos otros, son usuarios que escriben, para ofender o insultar a otras personas, en los 180 comentarios que fueron analizados, no se percibió alguna respuesta por parte de este deportista, solo se nota que diariamente o cada tercer día, se publican fotografías acerca de lo que está sucediendo con su vida o de él.

En las conversaciones que se analizaron, se pudo ver que las personas se expresaron a través de diferentes emociones, escribieron sobre lo que les causo la imagen y se genera un vínculo imaginario entre las personas y el futbolista, “existe una relación estrecha entre la complejidad gestual y la cantidad de palabras” (Marc y Picard, 1989:150). Esto dio la idea de que las fotografías que se publicaron tienen la intención de mostrar diferentes gestos o ademanes para obtener una reacción de los usuarios y estos expongan lo que es esos momentos les provoca ver en la red.

Dentro de la red social Facebook se pudo ver que la Interacción Social, se ha transformado en un nuevo modo de comunicación, ya que las personas que participaron en comentar u opinar, son cada día más expertas, es decir, la mayoría se desinhibe y se involucra en discusiones que muchas veces pueden ocasionar conflictos, no obstante, las personas han puesto ciertos símbolos para que la comunicación que se maneja en una red social sea “un análisis de la conversación el cual se ha impuesto poco a poco y remite a los intercambios lingüísticos cotidianos tal como se desenvuelven en la situación de co-presencia de los que se hablan” (Marc y Picard, 1989: 123).

Es decir, las conversaciones que se dieron en la página de este futbolista, son parte de la vida de las personas, se desenvuelven a través del contexto en el que perciben la fotografía, así como en el lugar, tiempo y espacio en el que se encuentran los seguidores, esto nos da una idea de que esa comunicación es como si estuvieran presentes en un lugar mirándose cara a cara.

Analizando los comentarios de los usuarios, se pudo ver que las conversaciones entre ellos, siempre se van dando en lo mismo, es decir, las palabras que escribieron son dirigidas a la vida y profesión de Cristiano Ronaldo, la mayoría aseguro que es un futbolista admirable y un ideal de hombre perfecto ya que se muestra siempre varonil y atlético, asimismo, las personas le escribieron sobre lo que están observando y algunos cuentan su vida a través de imaginarse cómo es la vida de alguien famoso, con esto se da paso a lo que según Scolari definiría como Hipermediaciones las cuales son:

> Procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí (Scolari, 2008: 114).

En otras palabras, las conversaciones que se dieron entre los usuarios, es el intercambio de mensajes u opiniones que tienen la intención de involucrar a las personas, para que participen e interactúen en un espacio donde todos observan y expresan sus emociones a través de una comunicación ligada que se va entrelazando en cada comentario que es escrito, además de ir mezclando diferentes lenguajes y unir a varios medios de comunicación.

Con las hipermediaciones, se puede decir la Interacción que tuvieron las personas en la página de este futbolista, se va combinando a través de sonidos, imágenes e información, así como con otros medios de comunicación como el Internet, la televisión y la radio esto porque a través de los comentarios, los usuarios pudieron enlazar una gran cantidad de medios de información en instantes, lo cual permitió observar las reacciones que tuvieron cuando ven alguna fotografía. De esta manera, la interacción social en la página de Cristiano Ronaldo, tuvo la intención de permitir y propiciar que desarrollen en las personas diálogos y vínculos que conecten al facebook, para que se interpretará este jugador como un héroe como una persona deportiva y se consuma la imagen como un ejemplo futbolístico.

Se pudo ver en los comentarios que los usuarios realizaron, diálogos negativos e insultos, los cuales pudieran provocar algún tipo de violencia, esto indudablemente, puede llegar a confundir a las personas, porque a través de acceder a lo que está escrito, se expone a que la gente pueda interpretar en la imagen violencia o agresión causando algún sentimiento de odio o frustración en lo que observaron.

En los comentarios, se pudo ver que las personas interpretaron a este jugador con ciertas características de la masculinidad, las palabras más comunes que le escribieron fueron: guerrero, dios, elegante, brillante, ídolo, modelo, rol, rey, grande, famoso, guapo, hermoso, simpático, masculino y homosexual.

Estas características, fueron fundamental en los comentarios de las personas, porque interpretaron que este futbolista, es un modelo ideal de representación en el género masculino. Hay que hacer notar, que estas características, son expresiones corporales que representa el jugador en sus fotos, es decir, a través de la interacción se puede ver que los usuarios, interpretaron las fotografías por la manera en que se muestra este

personaje, porque “el comportamiento corporal refuerza el lenguaje verbal ya que las señas y los movimientos corporales refuerzan lo que se está hablando; está combinación de lo verbal y lo no verbal facilita la comunicación” (Fernández, 2001: 60).

Las imágenes de este jugador, mostraron su corporalidad y belleza a través de diferentes posturas y señas, esto para que los usuarios se involucraran en opinar y escribir lo que interpretaron y sea discutible ante la vista de miles de personas que consideraron que Cristiano Ronaldo, es un hombre ideal y que su imagen antepone un cierto comportamiento “en las personas a la hora de interactuar […como lo muestran] algunos esfuerzos científicos han estudiado el papel que desempeñan la ropa, las joyas y los cosméticos en la comunicación humana” (Fernández, 2001: 46).

Dicho de otra manera, el interactuar en una red social como el Facebook, ha abierto un nuevo camino hacia la comunicación, porque se pudo observar que las personas, han experimentado un cambio en la manera de expresarse y de interactuar, ya que esta plataforma hace que los usuarios intercambien palabras escritas para supuestamente ser leídos por personas de todo el mundo, desde el lugar donde se encuentren.

Tal es el caso, de la página de este futbolista, ahí se obtienen diferentes opiniones sobre la vida cotidiana de las personas, además de que la imagen de este jugador, es el símbolo principal para que se den “los intercambios cotidianos más triviales que obedecen a ciertas reglas de funcionamiento cuyo alcance sobrepasa las situaciones y los contenidos particulares propios a una u otra interacción” (Marc y Picard, 1989:125).

Ahora bien, el haber analizado las 36 fotografías de Cristiano Ronaldo se pudo ver en las matrices, las diferencias que hacen tanto los hombres, como mujeres en los comentarios, ya que algunos usuarios, no muestran su fotografía de perfil, se pudo observar que la mayoría de las personas son de diferentes partes del mundo, los nombres que tienen algunos contactos, puede llegar a confundir si son varones o mujeres o en algunos casos, si algunos perfiles son falsos.

En los 180 comentarios analizados, se pudo notar que las personas que tiene más interacción en la página de Cristiano Ronaldo son los hombres, con alrededor de 94 varones, los usuarios masculinos, comentan sobre el buen jugador que es, su físico, la admiración y respeto que les provoca, así como la descripción de muchos estereotipos ligados a la belleza corporal, masculinidad y al consumo cultural que engloba a este futbolista. Los varones son más directos en sus opiniones, engrandecen a este personaje y le piden consejos para ser como él.

Por otro lado, la cantidad de mujeres que comentaron en la página es de aproximadamente 80 usuarias, en los comentarios, le muestran afecto amoroso, algunas palabras que le escriben son: **guapo, te amo, eres el mejor jugador, el mejor futbolista del mundo, el más sexy, bello, adorable, amor, príncipe, hermoso, potente, bombón, maravilloso, el hombre de mis sueños, elegante, ídolo, simpático, sencillo, modelo, muñeco, rey, masculino, etc.** Estas características, representan que este futbolista, mostró a través de sus fotografías una importante cantidad de estereotipos, incorporados a reflejar la masculinidad, belleza y promocionarse como un objeto expuesto a la venta.

Cabe señalar, que las diferencias que hay de ambos géneros, es en la manera de escribir el comentario, porque se observó en las matrices que los varones son más directos en la forma de escribir, ya que lo hacen con admiración, se ven palabras de respeto y también de insultos y en las usuarias lo hacen con más cariño centrándose en características de belleza amor y solicitan de apoyo.

En este análisis, se pudieron identificar las características que tienen las fotografías que publica el futbolista, a partir de ellas los usuarios comenzaron a interactuar sobre lo que ven en la imagen, sin embargo, la interacción que pudiera darse entre ellos pudo verse en el momento que le escribieron ya sea por un comentario ofensivo u positivo para el jugador, en esos instantes, hay respuesta de las personas, hacia el que comenzó la conversación y entre los participantes, crean vínculos para que esa platica sea como lo menciona Marc y Picard:

> “Un análisis conversacional se interesa especialmente por la dinámica de los intercambios y por su regulación: cómo se inicia o acaba una conversación, cómo se

> hacen y encadenan los turnos de palabra, cómo se regula la distribución de las intervenciones de un locutor a otro, cómo cada uno se marca su voluntad de tomar la palabra o dejarla, cómo se articulan las secuencias unas con otras" (Marc y Picard, 1989: 125).

En este sentido, se pudo ver en las conversaciones sobre las fotografías, que se inician a través de la manera en que se representa el jugador, porque de ahí depende como se van formando charlas que muchas de las veces van desencadenando intercambios de palabras, no obstante, si las personas no lo desean, inmediatamente pueden cortar el vínculo y dejar de interactuar para producir provocaciones.

Hay que destacar, que las características que tienen las fotografías del futbolista, resaltaron al jugador como el personaje principal, posteriormente, el contexto en el que se encuentro, en este sentido, puede ser en un cancha de futbol, jugando algún partido, en el estadio, en su casa, en una recámara, promocionando alguna marca deportiva, modelando ropa con un aspecto muy sensual, con niños de instituciones benéficas, incitando a las personas a comprar productos de ejercicio o fajas reductoras, mostrando sus triunfos o premios a los que ha sido acreedor y mostrando lujos como carros, ropa, perfumes, joyería, así como momentos familiares.

Es importante mencionar que este personaje, es la figura principal en las 36 fotografías analizadas, en todas se muestra ante las demás personas como un hombre perfecto a través de sus actuaciones, tanto en lo profesional como en lo personal, sin embargo, también se resaltan estereotipos y la masculinidad como menciona el autor Bourdieu es:

> "La imagen social de su cuerpo, con la que cada agente tiene que contar, sin duda desde muy temprano, se obtiene por tanto mediante la aplicación de una taxonomía social cuyo principio coincide con el de los cuerpos a los que se aplica. Así pues, la mirada no es un mero poder universal y abstracto de objetivación, como pretende Sartre; es un poder simbólico cuya eficacia depende de la posición relativa del que percibe y del que es percibido o del grado en que los esquemas de percepción y de apreciación practicados son conocidos y reconocidos por aquel al que se aplican" (Bourdieu, 1998: 85).

Esto quiere decir, que a partir de la imagen de este futbolista, las personas desde una edad muy corta pueden identificarse o percibirse, través de la representación que muestra en sus fotografías. Esto se clasifica a través del género, es decir, se encuentran patrones que se diferencian de lo masculino y lo femenino, porque se muestra a un jugador valiente, poderoso, intrépido y audaz que interpreta la hombría que debe tener un varón en la sociedad.

Por otro lado, la postura que personificó Cristiano Ronaldo, logra capturar las miradas de los usuarios que le siguen, transmitiendo en ellos un símbolo de admiración, interacción, y comparación, ante un ideal imaginario de masculinidad, el cual pretende impulsar a las personas a transformarse para ser reconocidos ante los demás.

Visto que las características que tienen las 36 fotografías analizadas son similares, se pudo ver que la imagen de Cristiano Ronaldo, es una representación de valores como lo menciona Bonino:

> "La masculinidad tradicional, llamada más exactamente masculinidad hegemónica, no es solo una manifestación predominante, sino que como tal queda definida como modelo social hegemónico que impone un modo particular de configuración de la subjetividad, la corporalidad, la posición existencial del común de los hombres y de los hombres comunes, e inhibe y anula la jerarquización social de las otras masculinidades, más aun en estos tiempos de globalización homogeneizante donde esta masculinidad hegemónica también lo es" (Bonino, 2002: 7).

Es decir, la masculinidad en las fotografías de este futbolista, son objeto de imponer a la sociedad, que un hombre, es un "individuo que tiene cualidades consideradas varoniles por excelencia, como el valor y la firmeza" (Fernández, 2002: 13). Teniendo en cuenta que esas características se plasman en la imagen del jugador, en sus posturas, en el actuar donde se muestra, como un hombre fuerte sobresaliendo en cualquier contexto que se presente.

De esta forma, se pudo percibir que las características más sobresalientes de sus fotografías son estereotipos ligados a la belleza, la masculinidad y la publicidad, porque para este personaje, lo importante, es "competir, es sacrificarse, es sufrir por la portada

del diario, es cuidarse para la cámara y que sus goles no falten un domingo o miércoles" (Ramírez, 2015).

Para finalizar, este análisis, se vio que la interacción que tienen los usuarios en la página de Cristiano Ronaldo, es un reflejo de que las personas desean tener una vida o un estilo de vida como la del jugador. Se pudo observar que las personas utilizan palabras que engrandecen a un varón, para afirmar que un jugador de futbol, es competitivo, rudo, millonario, poderoso. A través de esa imagen se pudo notar que su representación es manejada en los medios como un modelo o prototipo de masculinidad el cual se ha ido moldeando con diferentes estereotipos de belleza que hacen verlo como una mercancía.

Algunas personas que tienen acceso a la página de facebook, de este jugador, se imaginaron que los deportistas como Cristiano Ronaldo, tienen una vida perfecta y creen que este jugador está conectado a las redes sociales en todo momento, sin embargo, esto realmente no se puede saber, ya que su página puede incluso llegar o ser falsa.

Otro punto importante, es que la mayoría que le escribe a este jugador, son los hombres, porque este individuo es protagonista en su profesión y persuade a la mayoría de los varones para que se identifiquen con él, es decir, la figura de Cristiano Ronaldo, induce a que los usuarios lo vean con otro tipo de mentalidad. Incitan a que lo envuelvan como un dios y a definirse como: "un conjunto de construcciones simbólicas que le permiten a un individuo reconocerse como hombre. Tales construcciones son el punto de referencia para asumirse varón y diferenciarse de lo femenino" (Montesinos, 2004: 4).

Otro ejemplo de lo que se percibió en las fotografías, fue que este futbolista, representa a la masculinidad paternalista, se pudo ver que en una foto sale con su hijo y madre, mostrando el amor que tiene hacia la familia, se pudo notar que su representación la caracterizó como el hombre proveedor, fiel, amoroso y respetuoso, idealizando un rol como padre soltero el cual cría a su hijo. Sin embargo, la realidad en la actualidad es otra porque "la situación de lo que pasa en algunos hogares, la situación de la mujer, la discriminación. En realidad, pues, las exageraciones que hace, ayudan a entender la realidad" (Pizarro, 2006: 78).

Con esto se quiere dar a entender que tanto varones como mujeres tienen que tener principios en igualdad y que por el hecho de ser un hombre o mujer y/o padre o madre Solteras/os tienen la capacidad de educar a los hijos e hijas a través de responsabilidades que generen cambios en la equidad tanto con la familia, trabajo, escuela y en nuestro propio entorno que se tomen tareas o practicas donde se genere equilibrio para ambos sexos.

En definitiva, con este análisis, se pudo ver que las redes sociales en especial el facebook, han generado un nuevo estilo de comunicación, porque a través de esta plataforma, se ha ido construyendo ideales o imaginarios de personajes famosos, por supuesto, que haciendo un comparativo, este jugador es popular en todo el mundo, ha transcendido como producto negociable y su representación en los medios de comunicación a formado un nuevo modelo comercial. “Su nivel de competitividad es, tal vez, junto a su habilidad y belleza (desde su concepto que maneja la sociedad actual), lo que lo sitúan en la cúspide de la sociedad, en el máximo modelo a seguir, es el “yo quiero ser” de los chicos de 5 a 15 años y el yo frustrado de algunos que empiezan a entrar a la edad adulta” (Ramírez, 2015).

CAPÍTULO 8.

CONCLUSIONES

Para finalizar con esta investigación, se puede decir que a través del uso de las Redes Sociales, y de la plataforma Facebook, se mostró que la interacción que tuvieron los usuarios con respecto a la masculinidad en las fotografías que publica el futbolista Cristiano Ronaldo, de sí mismo en su perfil, evidentemente, van dirigidas a un público de todas las edades, condición social y diferentes partes del mundo. Su imagen corporal bien torneada y musculosa, es presentada ante sus seguidores a través de sus fotografías las cuales trasmiten emociones y sensaciones que cada individuo manifiesta con los comentarios, estos al haber sido analizados se pudo notar que las personas creen o se imaginan que este personaje, es un prototipo o arquetipo de hombre.

Cabe señalar que el haber utilizado la técnica de la Etnografía Virtual, nos permitió hacer “énfasis en los procesos de mediación por tecnología del trabajo de campo, tomando

como referencia los estudios de “comunicación mediada por ordenador”. No obstante, somos conscientes de que en la etnografía tradicional también median otras técnicas como la lecto-escritura” (Ardevol, 2010: 3). En este sentido, esta técnica permitió analizar las conversaciones de las personas, e ir observando su escritura a través de los comentarios, tomando como referencia el concepto de masculinidad, insertado en las fotografías de este jugador.

Ahora bien, en esta investigación, y a través de la Etnografía Virtual, se pudo percibir que la interacción social que tienen las personas en la página de Cristiano Ronaldo es muy activa, porque se notó que cuando la fotografía aparece en el perfil, inmediatamente, los usuarios se expresan acerca de lo que ven. Así mismo, se pudo notar que los “interactuantes están socialmente situados y caracterizados, y se desarrolla en un contexto social que imprime su marca aportando un conjunto de códigos, de normas y de modales que vuelven posible la comunicación y aseguran su regulación” (Marc y Picard, 1989: 16).

Desde mi punto de vista, con la Etnografía Virtual, se pudieron identificar las características que tienen las fotografías como los estereotipos de belleza y la masculinidad, además de que al analizar detalladamente las 36 fotografías que se utilizaron, se pudo observar que todas tienen similitud, ya que Cristiano Ronaldo, es presentado como el objeto principal y el contexto que presentó cada fotografía es el arma de la interacción para que los usuarios hicieran comentarios y le escribieran sobre su imagen, apariencia y actuación.

Otro punto importante que se pudo notar durante la investigación, es que las fotografías de este jugador mostraron el concepto de masculinidad como muy ligado en sus actuaciones. A simple vista, se notó un hombre que juega bien el fútbol, sin embargo, las diferencias que hacen tanto hombres como mujeres en las fotografías, fueron que los varones, se identificaron con la figura de este futbolista, expresando en los comentarios halagos y comparaciones ya que lo consideran un ícono del futbol y un dios, el cual ha sido transformado para que las personas crean que este jugador es un símbolo y como tal se debe reconocer como un arquetipo ya que “en sí mismos son inaccesibles: los

llegamos a conocer, y nunca totalmente, esto puede generarse en cualquier otro periodo histórico, incluso en el actual" (Engler, 1996: 82).

En efecto, la imagen de este jugador fue el motivo principal por la que las y los seguidores expresaron sus emociones y sentimientos en los comentarios analizados, así mismo, se pudo ver que los usuarios se expresaron sobre estereotipos y masculinidades que resaltan en la apariencia del jugador y en efecto este personaje, ha sido reconocido porque sus prácticas, tienen características que resaltan a la masculinidad hegemónica como "la dominancia, el poderío visible, la actividad, la racionalidad, individualidad, la eficacia, la voluntad de poder, la certeza y la heterosexualidad" (Bonino, 2002: 13).

Por otro lado, se puede decir, que este jugador, se ha convertido en un modelo negociable que impone moda, status, prestigio e influencia en las masas, ya que en los comentarios, se vio que algunas personas creen que al utilizar las marcas que patrocinan a este futbolista, los hace diferentes de los demás, en las fotografías, se mostraron lujos, estadios de futbol y ropa de marca, que son muestra de cómo debe de vestir tanto un hombre como una mujer para resaltar la belleza, además de influenciar a las personas para que tengan o mantengan un cuerpo moldeado y ejercitado para que sean reconocidos en la sociedad.

A mi parecer, con esta investigación, se pudo llegar a la conclusión que la página oficial de Cristiano Ronaldo, tiene una gran cantidad de usuarios y seguidores porque se ha manejado como un negocio para la fama y popularidad de este futbolista. Por otro lado, se pudo deducir que las fotografías que se suben constante a su página oficial, pudieran ser verdaderas o falsas, porque se observó detalladamente que esté perfil no es manejado por el jugador, tal vez o incluso puede ser sospechoso porque en ningún momento se notó la participación del deportista y me atrevo a decir que la cuenta puede ser manejada por un conjunto de personas y no por el futbolista ya que no se vio la presencia de Cristiano Ronaldo en ninguno de los comentarios analizados.

Hay que tener en cuenta, que alguna de la información que circula en las Redes Sociales y en el Facebook no siempre es verídica y se corre el riesgo de encontrar perfiles falsos, tanto de personas, empresas y figuras públicas; además de que a través de estas

plataformas, se ha fomentado estándares de belleza que pueden perjudicar al ser humano.

Por consiguiente, se puede decir que el perfil de Cristiano Ronaldo, es un riesgo tanto físicamente como psicológicamente, porque su principal enfoque es influir en las masas a ser como él, ha incitar a las personas a ejercitar su cuerpo de manera exagerada, a tener trastornos alimenticios que pueden provocar enfermedades como anorexia o bulimia y enfocarse en objetos materiales, riquezas inalcanzables como autos deportivos, casas lujosas, dinero y ropa.

En efecto, el Facebook, es una herramienta para comunicar, enviar y recibir información se ha situado como un medio que sirve para transmitir en tiempo real lo que sucede en el mundo, sin embargo, el perfil de Cristiano Ronaldo, es un espacio de manipulación en la interacción que se da entre los usuarios, porque no es confiable ya que la mayoría, de las y los usuarios no se conocen y no se percibe si los perfiles son reales o falsos, ya que algunos no cuentan con fotografía y en las conversaciones no hay una charla de persona a persona sino que todos los comentarios son enfocados a enaltecer la figura del futbolista.

En pocas palabras, se puede decir que la comunicación cara a cara, ha sido transformada al uso de signos en la interacción de las y los usuarios en la página de Cristiano Ronaldo, porque “la interacción mediada por signos como todo fenómeno provisto de sentido vincula la imaginación de la presencia a la no presencia” (García, 2002: 97). O sea, la interacción de las personas se ha modificado con el uso de la tecnología, se ha permitido que la comunicación digital se inserte en el espacio, tiempo y vida de cada persona que utiliza las redes sociales. Los signos y la comunicación mediada han abierto “un nuevo escenario para reconstruir, sobre fundamentos renovados, los procesos de comunicación” (García, 2002: 96).

Esto nos da la idea de que, en la página de Cristiano Ronaldo, las personas de manera anónima o real, se han vinculado en una comunidad virtual, la cual ha crecido de manera inalcanzable, mostrando que para algunos usuarios este tipo de páginas revelan ideales o imaginarios además de que a través de fotografías, “se puede ver un en un espejo una imagen solo virtual, porque las ondas luminosas, en contra de la apariencia, no proceden

detrás del espejo, ni tampoco los objetos correspondientes se encuentran detrás del mismo"(García, 2002: 82).

Esto quiere decir que las fotografías que se publican en esta página, son para que los usuarios manifiesten una realidad a través de los sentidos del el tacto, la vista, es decir, la página de Cristiano Ronaldo, fue puesta para que "uno o varios participantes, acoplados de manera adecuada al sistema de la misma, interactúen de manera tan rápida e intuitiva que la computadora y su operación sintetizadora desaparezcan de la conciencia del usuario" (García, 2002: 82).

Con esto concluyo que, la interacción que se da entre los usuarios de Facebook y a través de la página del futbolista Cristiano Ronaldo, es una nueva manera de comunicarse, en el que las personas de manera no presencial y hasta anónima se limiten y se enajenen ocultando su estilo de vida así como lo afirma el autor Castells:

> "si las redes electrónicas y en particular Internet son un medio de comunicación interpersonal efectivo, lo son ante todo para desarrollar lazos sociales débiles, pues las personas se conectan y desconectan de la red, cambian de interés y no revelan necesariamente su identidad (aunque tampoco se la inventan), y además cambian de compañeros on line cuando quieren. Y aunque el flujo de comunicación interpersonal on line es perdurable no lo son las concretas conexiones, pues la mayoría de las comunidades on line son efímeras y rara vez articulan la interacción on line con la interacción física" (Castells, 2001: 150).

La Interacción de los usuarios en la página del futbolista Cristiano Ronaldo, no tiene vínculo para poder tener una relación más presencial, sino que la relación que se da está hecha para que las personas se entretengan y se hagan un imaginario de que tanto hombres como mujeres deben idealizar sobre estereotipos que han sido impuestos por la sociedad. Como señala García, las "nuevas tecnologías de la información digitales, han creado de una realidad a un mundo llamado virtuales, en el sentido de aparentes o ficticios, y de este modo contrapuestos a un mundo o una realidad que se suponen naturales" (García, 2002: 104).

Yo creo en realidad que con esta investigación, se pudo observar que las nuevas tecnologías, han logrado impactar en todas las sociedades, desde el momento en que se utiliza el internet las personas se conectan a todas partes del mundo. El haber analizado una página de facebook, de una figura pública, en este caso un futbolista reconocido, ayudo a identificar que se ha dado una nueva entrada a la comunicación digital, de este siglo, ha sido mucho más notable el flujo de información que manejan las personas a través de una computadora.

Considero importante mencionar que a través de esta tesis, se pudo ver que está página de facebook, es un perfil de negocio que engrandece al futbolista Cristiano Ronaldo, porque me atrevo a decir que es manejado por personas que laboran para destacar la imagen del jugador, comercializándolo en una red social. Así mismo, se pudo identificar que las personas que tienen acceso a su perfil, son gente que tiene la noción de quien este personaje y quizás algunos otros han escuchado el nombre “Cristiano Ronaldo”.

Quise hacer mención, que el resultado que esperaba de esta investigación, fue sorpresivo porque al igual que los usuarios que siguen a este jugador, me imaginaba que este personaje interactuaba con los participantes, que hasta cierto punto, su imagen era para simbolizar a un deportista que juega bien el futbol. Sin embargo, al realizar toda esta investigación, me cuestiono que el uso del facebook, puede ser un riesgo en las personas, ya que en esta página se vieron varios estereotipos y características que representan a la masculinidad de un hombre construido para que sea aceptado en las sociedades.

Esa masculinidad, fue representada en las 36 fotografías que se analizaron, en cada una de ellas se pudo ver que efectivamente la página de este futbolista, es un mercado de negocios, se presenta a un varón que realiza su trabajo futbolístico pero a través del modelaje, se engrandece al sexo masculino como el poderoso y se enajena a la gente a formarse a través de un símbolo que influye en ideales impuestos por una sociedad que cada día juzga por la apariencia y creencias que limitan tanto a las mujeres como a los hombres.

Finalmente, manifiesto que esta tesis, tuvo la finalidad de presentar el entorno de una página publica dedicada a un futbolista, que figura como modelo para que las personas idealicen que tienen la obligación de seguir un patrón para ser considerados seres

humanos en el mundo. Expreso que esta investigación, presentó la interacción de los usuarios desde un contexto actual, en dónde se pudo notar que la comunicación en las redes sociales, se ha insertado en la realidad de las personas, porque se vio enmarcado el espejo que permea a las sociedades de todo el mundo, así como las apariencias que se han adoptado en el mundo virtual.

CAPÍTULO 9

REFERENCIAS CONSULTADAS

1.- Alabarces, P. (1998) *¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?*, en *Nueva Sociedad Democracia y política en América Latina,* [En línea], Número 154, Marzo- Abril, pp. 74-86. Disponible en: http://nuso.org/media/articles/downloads/2669_1.pdf Consultado el día 10 de abril de 2016.

2.- Alcántara, J. (2016) Cristiano *Ronaldo: un modelo perfecto*, en Revista Caras, [En línea]. Disponible en: http://www.caras.com.mx/trends/15/10/05/marcas-tiene-cristiano-ronaldo-fotos-seyx-cristiano-ronaldo, Consultado el día 23 de agosto de 2017.

3.- Alfaro, E. et al., (s/f), *En femenino y en masculino hablamos de deporte,* Madrid, Instituto de la Mujer (Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad), [En línea], Disponible en: http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/myd/hablamos_deporte.pdf, Consultado el día 31 de marzo de 2016.

4.- Álvarez, A y L Pagés (1997) “Una breve historia de Internet” en *ATI,* [En línea], Disponible en: http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html, Consultado el día 7 de mayo de 2016.

5.- Alemañy, Cristina (2009) “Redes Sociales: Una nueva vía para el aprendizaje”. Citado en Cuadernos de Educación y Desarrollo, Volumen 1, No. 1, marzo. Disponible en: http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm, Consultado el día 8 de mayo de 2016.

6.- Alvarado, H. (2013) *Interacción Discursiva en Facebook: ¿Una nueva modalidad de construcción de Identidad?*, Ciudad de México. Tesis para obtener el grado de maestría en comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México, Disponible en: http://132.248.9.195/ptd2013/junio/092281657/Index.html, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

7.- Aguilar y Said. (2010) "Identidad y Subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook", en *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte.* Núm.12 enero-julio, pp.190-207. Disponible en: rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/download/1145/725.

8.- AMÉRICA MONUMENTAL. (2013) "La historia del glorioso Club América", [En línea], Disponible en: http://americamonumental.com/aguilas/la-historia-del-glorioso-club-america, Consultado el día 1 de abril de 2018.

9.- AMIPCI, (2015), "11°estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015", en Asociación Mexicana de Internet, [En línea], Disponible en https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_201

2. pdf, Consultado el día 8 de mayo de 2015.

10.- Bonino, L. (2002) "Masculinidad Hegemónica e Identidad Masculina", en *Dossiers Feministes,* [En línea], Número 6, (Facultad de Ciencias Humanas y Sociales), Universitat Jaume. Disponible en: http://www.e-revistes.uji.es/index.php/dossiers/article/view/735/635, Consultado el día 17 de marzo de 2016).

11.- Bourdieu, P. (1998) *La dominación masculina,* Barcelona, Anagrama.

12.- Botello, L. (2005) *Identidad, masculinidad y violencia de género,* Tesis en grado de Doctor. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, Disponible en: http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t28455.pdf, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

13.- Buscabiografias.com. (1999) “Cristiano Ronaldo”, en *Busca Biografías,* [En línea] Disponible en: http://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/9680/Cristiano%20Ronaldo, Consultado el día16 de octubre de 2015.

14.- Cabello, A. (2011). *Construyendo la masculinidad: fútbol, violencia e identidad*, Vol. 10, núm. 2, 2011, 73-95. Disponible en: www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/download/828/803, Consultado el día 21 de noviembre de 2015.

15.- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red*, Madrid, alianza editorial, pp. 52-92.

16.- Castells, M. (2001) “Internet y Sociedad Red”, en tecnologíaedu, [En línea], Disponible en: http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/106.pdf, Consultado el día 7 de mayo de 2016.

17.-CEO Club. (2017).Qué es CEO Club?, [En línea], Disponible en: http://www.ceoclub.com/ Consultado el día 1 de mayo de 2018.

18.- CNDH MÉXICO, “Respeto a las Diferentes Masculinidades” Porque hay muchas formas de ser hombre, [En línea], Disponible en: http://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Programas/Ninez_familia/Material/trip-respeto-dif-masculinidades.pdf, Consultado el día 29 de marzo de 2018.

19.- Cristiano Ronaldo, (2016), mayo 3, disponible en: https://www.facebook.com/Cristiano/?fref=ts.

20.- Colle, R. (2004). “¿A dónde nos llevan las NITC?”, en *Razón y Palabra*, [En línea], Número 37, Universidad Diego Portales Chile, Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n37/rcolle.html, Consultado el día 16 de octubre de 2015.

21.- Collin, L. (2011). “MASCULINIDADES DIVERSAS, APORTES PARA SU CLASIFICACIÓN, [En línea], Disponible en: http://132.248.9.34/libroe_2007/0004537/11_08.pdf, Consultado el día 28 de marzo de 2018.

22.- Depor.pe, (2014) “Cristiano Ronaldo: ¿Cuántos millones gana solo por publicidad?, en Futbol Internacional, [En Línea], Disponible en: http://depor.pe/futbol-internacional/cristiano-ronaldo-cuanto-gana-solo-publicidad-1027213, Consultado el día 21 de noviembre de 2015.

23.- Di Próspero, C. (2011) “Autopresentación en Facebook: un yo para el público”, en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad,* vol.3. núm. 6, agosto-noviembre, pp.44-53. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273219417005.

24.- Difusoribero.com. (2014), *“El fútbol y el feminismo, fútbol mujeres guapas, feminismo y machismo en el fútbol, machismo fútbol”,* Disponible en: http://difusoribero.com/2014/07/11/mujeresmundial/, Consultado el día 22 de noviembre de 2015.

25.- Engler, B. (1996) “Introducción a las teorías de la personalidad, México, Mc Graw Hill, pág. 82, Consultado el 3 de octubre de 2017.

26.- Economista, (2017). “Reporte de Facebook gusta; va por 2,000 millones de usuarios”, [En línea], Disponible en: http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2017/02/01/reporte-facebook-gusta-va-2000-millones-usuarios, Consultado el día 2 de octubre de 2017.

27.- Emol. Tecnología (2015) *Facebook ya tiene más de 1.400 millones de usuarios en todo el mundo.* [En línea], Disponible en: http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2015/04/23/713876/facebook-ya-tiene-mas-de-1400-millones-de-usuarios-en-todo-el-mundo.html, Consultado el día 10 de mayo de 2016.

28.- ESPN (2015) *Cristiano Ronaldo supera a Lionel Messi en ganancia, según Forbes.* http://www.espn.com.mx/news/nota/_/id/2395075/cristiano-ronaldo-supera-a-lionel-messi-en-ganancias-segun-forbes, Consultado el día 3 de mayo de 2016.

29.- Fanjul, C. (2006) *La apariencia y características físicas de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor influencia social mediática en la vigorexia masculina,* Tesis doctoral. Universitat Jaume, Disponible en: http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10463/fanjul.pdf?sequence=1, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

30.- Fernández, A. (2002), Estereotipos y roles de género en el refranero popular, en Charlatanas, mentirosas, malvadas y peligrosas. Proveedores, maltratadores, machos y cornudos. Barcelona, Editorial Anthropos.

31.- Fernández, C. (2001), "El comportamiento no verbal en la interacción humana", en *La comunicación humana en el mundo contemporán*eo, McGraw Hiil, México.

32.- FIFA, (1994-2015), *"Los Orígenes",* Disponible en: http://es.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-game/index.html, Consultado el día 22 de noviembre de 2015.

33.- Flores, S. (2014) *Redes Sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural,* México, CONACULTA.

34.- García, N (1993) *El Consumo Cultural y su estudio en México: una propuesta teórica.* Conaculta México.

35.- García, J (2002) Virtualidad, realidad, comunidad. Un comentario sociológico sobre la semántica de las nuevas tecnologías digitales. Universidad de Oviedo. pp. 81-106.

36.- Gasperin, R. (2005) "Comunicación y relaciones humanas", en *Formas de comunicación en las relaciones humanas,* Xalapa, México: Universidad Veracruzana, pp. 73-93. Disponible en: http: //www.uv.mx/personal/rdegasperin/files/2011/07/antologia.comunicacion-unidad2.pdf, Consultado el día 4 de noviembre de 2015.

37.- Guevara, S. (2014) *Redes Sociales Digitales: Nuevas prácticas para la construcción cultural.* México, Conaculta.

38.- Horkheimer, M y Adorno T (1944) *Dialéctica de la Ilustración,* Editorial Trotta.

39.- Imaña, T. (2008) “Facebook, tejiendo la telaraña de las Redes Sociales”, en *Razón y Palabra,* vol. 13, núm. 1, mayo-junio, pp.1-7.

40.- Infoamérica (CatedraUnesco-uma.org). Disponible en: http://www.in.-foamerica.org/teoria/goffman1.htm, Consultado el día 1 de mayo de 2016.

41.- Internet Society, (1992) “Historia de Internet en México”, en Capitulo México, [En línea], Disponible en: http://www.isoc.org.mx/historia.html, Consultado el día 7 de mayo de 2016.

42.- Iñigo Salgado, Rivera y Suárez González, O. (2011). *Facebook y construcción de subjetividades: los vínculos y las interacciones virtuales entre jóvenes del Distrito Federal.* México: UAM.

43.- Islas, O. (s/f), “Mapa del mundo de las redes sociales”, en *SNC Portal Informativo,*

[En línea], México, Tecnológico de Monterrey. Disponible en: http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op(08ene13)octavioislas.

44.- Josimeire, J. (2009) “Interacciones entre Masculinidades. Microanálisis de actividad de investigación escolar en Física”, en *Revista Mexicana de Investigación Educativa,* vol. 14, núm. 42, julio-septiembre, México, pp. 721-745. Disponible en: www.redalyc.org/articulo.oa?Id=14011807004.

45.- Kiss de A., Diana M.; Castro R., Eduardo, (2004), “Comunicación Interpersonal en Internet”, en *Redalyc.org*, vol. 11, núm. 36, septiembre-diciembre, 2004, pp. 277- 301. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10503611, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

46.- Lavozdigital.es. S/f. “CR7”, en lavozdigital.es, [En línea], Disponible en: http://www.ronaldoweb.com/biografia/, Consultado el día16 de octubre de 2015.

47.-Lomas, C. (comp.). *¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales.* Paidós, Barcelona, 2003; p. 12.

48.- López Cortés, J.F. (2014). *La representación de la persona y configuración de la realidad en y por el uso de facebook*. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

49.- Lozano, J. (1997) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas.* México, Alhambra Mexicana.

50.- Marc, E. y D. Picard 1989 *La Interacción Social Cultura, instituciones y comunicación,* Buenos Aires, Paidós.

51.- Mira, S. (2014) "Etnografía Virtual y el Análisis en la Sociedad Digital", en *Blog de Sociología y Actualidad*, junio 25, 2014, Disponible en: http://ssociologos.com/2014/06/25/etnografia-virtual-y-el-analisis-en-la-sociedad-digital/.

52.- Minutouno.com (2017) Messi fue elegido como el mejor jugador de la historia de la Liga Española, [En línea], Disponible en: https://www.minutouno.com/notas/1564558-messi-fue-elegido-como-el-mejor-jugador-la-historia-la-liga-espanola, Consultado el día 4 de septiembre de 2017.

53.- Montesinos, R. (2007) "Las Rutas de la Masculinidad, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, p-p. 317

54.- Morcillo, D. (2015) "¿Qué es el capitalismo? ¿Cuándo surgió?", en *Deuda Externa. Es,* [En línea], Disponible en: http://www.deudaexterna.es/que-es-el-capitalismo-cuando-surgio/, Consultado el día 15 de abril de 2016.

55.- Mujeres sin violencia. (2016), "Nuevas masculinidades: reconstruyendo la hombría" en gob.mx, [En línea], Disponible en: https://www.gob.mx/mujeressinviolencia/articulos/nuevas-masculinidades-reconstruyendo-la-hombria, Consultado el día 22 de marzo de 2018.

56.- Murillo, J. (2010) "Grupos de Discusión", en *Métodos de Investigación en la Educación Especial [*En línea], Disponible en: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Grup_discusion_doc.pdf, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

57.- Negroponte, N. (1995), El mundo digital, Barcelona, Ediciones B (ed. Orig.: Being Digital, New York, Vintage Books, 1995). Página 33.

58.- Olivares, R. (2006) *La construcción socio-existencial de los varones hoy,* Tesis para obtener el grado de maestro en el desarrollo humano, Universidad Iberoamericana. Disponible en: http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014669/014669.pdf.

59.- Ortega, C. (2004) Modelos de comunicación interpersonal mediada y a distancia: de la conversación cara a cara a la interacción digital. Tesis profesional, para obtener el título de maestra en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: http://132.248.9.195/pd2004/0330770/Index.html.

60.- Pascual, B. (2015). "Masculinidades: ¿por qué los hombres también necesitan feminismo?", [En línea], UNIVERSITAT JAUME, Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/134565/TFG_2014-pascualB.pdf?sequence=1, Consultado el día 23 de marzo de 2018.

61.- Pentiano, L. et al., (2011) "Consumo, los medios de comunicación (industria cultural) y significación", en *Redalyc,* [En línea], Número 64, Vol. 27, (Universidad del Zulia), Maracaibo Venezuela. Disponible en: http://www.redalyc.org/pdf/310/31021828003.pdf, Consultado el día 15 de abril de 2016.

62.- Pizarro, H. (2006), "Porque soy hombre Una visión a la nueva masculinidad", [En línea], Disponible: http://ovsyg.ujed.mx/docs/biblioteca-virtual/Porque_soy_hombre.pdf, Consultado el día 15 de mayo de 2017.

63.- Piscitelli, A. Et al., (2010), El Proyecto Facebook y la pos universidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje, España, [En línea], Disponible en: http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/El%20Proyecto%20Facebook.pdf, Consultado el 11 de mayo de 2016.

64.- Quintar, A. et al., (2007), "Redes sociales y comunidades virtuales" en Los usos de las Tics: una mirada multidimensional, Buenos Aires.

65.- Ramírez, A. (2015) "El estereotipo del éxito una sociedad vacía" en Equipo Critica.org, [En línea], Disponible en: https://www.equipocritica.org/opinion-y-colaboracion/el-estereotipo-del-exito-una-sociedad-vacia/, Consultado el 2 de octubre de 2017.

66.- Real Madrid, s/f. “Ronaldo Cristiano Dos Santos Aviero 7”, en *Real Madrid*, [En línea], Disponible en: http://www.realmadrid.com/futbol/plantilla/cristiano-ronaldo-dos-santos, Consultado el 16 de octubre de 2015.

67.- Rizo, M. (2004). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación.

68.- Rizo, M. (2006) “George Simmel, Sociabilidad e interacción. Aportes a la ciencia de la Comunicación”, en *Redalyc*, Número 027, diciembre, pp. 43-60.

69.- Rizo, M. (2011) “De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal”, en Redalyc, Número 1, enero-junio 2011, pp. 78-94.

70.- Rizo, M. (2006) La comunicación interpersonal.

71.- Ruiz, F. (2015) “Historia del deporte: del mundo antiguo a la edad moderna”, en Revista CCCSS Contribuciones a las Ciencias Sociales, número 27, Enero-Febrero 2015, [En línea], Disponible en: http://www.eumed.net/rev/cccss/2015/01/deporte.html, Consultado el 8 de mayo de 2015).

72.- Ruiz y Aguirre, (2015), *Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones Estudios sobre las Culturas Contemporáneas,* [En línea], Disponible: http://www.redalyc.org/pdf/316/31639397004.pdf, Consultado el 1 de junio de 2017.

73.- Sánchez Onofre, J. (2014). México tiene 49 millones de usuarios de Facebook, México: El Economista.

74.- Scolari, C. (2008) “HIPERMEDIACIONES Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva”, Barcelona, Editorial Gedisa.

75.- San Cornelio, G. (2002) “Cartografías de la identidad: seis itinerarios para la reflexión en torno a la práctica artística y comunicativa en la era digital”, en *Universitat Politécnica de Valencia,* [En línea], Tesis Doctoral, Disponible en: https://riunet.upv.es/handle/10251/2621#, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

76.- Soren, A. (2004), “Etnografía Virtual” Nº 1: Principios de la Etnografía Virtual (Christine Hine), [En línea], Disponible: http://isdfundacion.org/2014/11/24/etnografia-virtual-no-1-principios-de-la-etnografia-virtual-christine-hine-2004/

77.- Sport.es (2018) “Cristiano Ronaldo se aferra a la Champions League” [En línea], Disponible en: https://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/cristiano-ronaldo-aferra-champions-league-6578488 Consultado el día 1 de abril de 2018.

78.- Tajer, D. (1998) “El fútbol como organizador de la masculinidad”, en Revista Científica Vol.1, núm. 8, pp. 248- 265. Disponible en: http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/LV/article/view/380/405.

79. - Taylor, Steve. J. y Robert, Bogdan. “Introducción. Ir hacia la gente”, en Introducción a los métodos cualitativos de investigación. pág.16. a

80. - TRAINING GEAR SIXPAD. (2016), BODY REVOLUTION, [En línea], Disponible en: http://www.sixpadeu.com/es/ Consultado el día 1 de mayo de 2018.

81.- Tortajada, I.; Araüna, N.; Martínez, I.J. (2013) “Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales”, en *Redalyc.org,* vol. XXI, núm. 41, octubre, 2013, pp. 177-186. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675019, Consultado el día 6 de noviembre de 2015.

82.- Univision, (2017), “Cristiano Ronaldo estrena su nuevo Bugatti de $2.9 millones”, en UNIVISION NOTICIAS, [En línea], Disponible en: https://www.univision.com/noticias/autos-y-famosos/cristiano-ronaldo-estrena-su-nuevo-bugatti-de-29-millones, Consultado el día 1 de abril de 2018.

83.- Vázquez, R. (2014) “México, primer lugar en penetración Social Media”, en *Forbes México,* [En línea], Disponible en: http://www.forbes.com.mx/mexico-primer-lugar-en-penetracion-social-media/, Consultado el día 16 de octubre de 2015.

84.- Vázquez, R. (2014) “México, primer lugar en penetración Social Media”, en FORBES, 31 de julio, [En línea], Disponible en: http://www.forbes.com.mx/mexico-primer-lugar-en-penetracion-social-media/, Consultado el día 10 de mayo de 2016.