

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES.
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA.

**Representación de la imagen de la mujer en los
memes de la red social Facebook**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA.

PRESENTA:

MIRIAM DE LA LUZ PÉREZ GONZÁLEZ

Director del trabajo recepcional

Mtro. Juan Carlos López Martínez

Ciudad de México, Junio de 2017.

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:

Dios te agradezco con mucho amor el haberme dado a mí madre y a mí hijo los cuales han hecho sacrificios a mi lado, para ayudarme a realizar uno de mis grandes sueños, y en este camino de la vida junto a ellos he aprendido a ser fuerte ante las dificultades que se me han puesto frente y, gracias a su ayuda y amor he logrado grandes cosas, por que ellos han limpiando mis lagrimas, me han levantado cuando he caído y cobijado entre sus brazos para darme alegrías e ímpetu por vivir. Gracias María Luisa González Reza e Elijah Isaac Corona Pérez por que aprendí a no perder la fe, a amar, la humildad y tener la fuerza para superarme día con día, con esperanza porque juntos hemos alcanzado mucho en especial este trabajo por medio del amor, el apoyo y la comprensión, gracias infinitamente los amo con todo mí ser mis dos grandes tesoros de mí vida.

De igual manera agradezco a Guadalupe Ramírez Tornez y a Vanessa Corona Ramírez por su apoyo e integración a su linda familia y amarnos a mí y a mi hijo, gracias por estar a mí lado, darme consejos, un hogar y comida, por ustedes he aprendido a ser mejor persona, avance

en mí carrera y tesis finalizado con bien, Dios sabe mis más profundos agradecimientos y amor que les tengo, y siempre las bendiga por su gran bondad.

En esta vida hay personas muy importantes y significativas para mí por que me han enseñado grandes cosas, como mi director de Tesis el Mtro. Juan Carlos López Martínez, a quien tengo que agradecerle su apoyo constante, sus conocimientos y su bondad que ejerce a través de la docencia con un gran sentido de responsabilidad y rigor académico siendo un gran ser humano, y siempre de corazón muchas bendiciones profesor.

Como también a mis grandes amigos y hermanos que me han ayudado y apoyado hombro con hombro en muchos momentos llenando mi vida de felicidad y alegría, Dios me a puestos a grandes personas en esta vida: Abraham, Fátima Pérez González, Marya Gamez, Berenice Ferreira, Ana Montes de Oca, Liliana Tovar, , Anabel Ruiz, Víctor Alejandre, Jorge Cárdenas, Jorge Tapia, Erick Guillen y más amistades leales, y especialmente a Rubén Ramos te quiero, muchas gracias eres un pilar en mi vida, y a todos los llevo siempre en mí presente con mucho amor.

Así mismo agradezco a mi segunda casa madre la Universidad Autónoma de la Ciudad de México la enseñanza que me brindo en el transcurso de mi estancia en ella y a los profesores que a lo largo de la carrera me brindaron de sus conocimientos que me permitieron aprender, como a mis lectoras Ruth Guzik, María Teresa Mckelligan, Rosa Macías y María Fernanda Carrillo.

También tengo que agradecer a la UACM por otorgar el apoyo para impresión y empastado del presente trabajo recepcional.

Índice

Introducción.....	7
Capítulo 1 La nueva era: El surgimiento de internet.....	15
1.1 El inicio de la web 1.0 y el internet de hoy la web 2.0	16
1.2 El Internet en México.....	18
1.3 Cifras del consumo de internet en México	20
1.4 Redes sociales	23
Capítulo 2 Representación de la mujer en los medios de comunicación	30
2.1 Representación de la mujer en los medio de comunicación.....	32
2.2 Aportes sobre las redes sociales.....	35
2.3 Lenguaje digital	37
2.4 Aportaciones sobre el análisis de la imagen	39
2.5 Los memes en Facebook	40
Capítulo 3 De los medios de comunicación tradicionales a los medios digitales, la imagen de la mujer presente en los memes de la red social Facebook	43
3.1 Conceptualización de las redes sociales.....	47
3.2 La reapropiación digital	53
3.3 La teoría de las Hipermediaciones	54
3.4 Teoría de los memes.....	57
3.5 Del estructuralismo al pos-estructuralismo.....	60
3.6 La imagen digital	66
3.7 La mujer en los medios de comunicación.....	68
3.8 La mujer y su interacción en con el internet	72
3.9 Género una categoría de análisis.....	74
Capítulo 4 Metodología explorando el ciber-espacio.....	79
4.1 La red digital como cultura y artefacto cultural, una aproximación a la etnografía digital.....	80

4.2 Observación y etnografía digital	82
4.3 Análisis de la imagen	84
4.4 Metodología de campo	89
4.5 Construcción de las categorías	123
4.6 Descripción de la muestra	131
4.7 Análisis Semiótico.	133
Capítulo 5 Reflexión final Los memes como violencia simbólica.....	161

Introducción

El internet hoy en el S. XXI es una plataforma de suma importancia en el desarrollo individual y social para los sujetos, pues es un espacio donde transita y existe una infinidad de información, con cual los cibernautas son capaces de transformarla, elegirla, producirla y reproducirla, con base a masajes y a discursos, que se fabrican a través de los contenidos del ciberespacio. Siendo así un recurso informativo cuyos usos y aplicaciones se han convertido en un fenómeno social y comunicativo de carácter complejo debido al conjunto de interacciones virtuales entre los usuarios, derivando vínculos particulares entre personas y grupos sociales. Constituyendo una revolución tecnológica resultando en diversos espacios y tiempos,

Tal vez, la red social más destacada por su amplitud, alcance y versatilidad sea el Facebook, donde se puede describir que es un espacio de encuentros comunicativos de corte interpersonal, grupal y de masas, mediante el cual los usuarios se comunican entre sí, y conviven virtualmente para intercambiar y exponer sus propias formas de pensar, sus creencias, su lenguaje y sus particulares formas de vida. Esta comunicación social e interpersonal se concreta a través del lenguaje digital traducido en palabras, sonidos, fotografías, imágenes y videos; entre otros recursos comunicativos, con los que se expresa y puede palpase la identidad y, algunas formas culturales de vida de los cibernautas de esta red social.

En la red social Facebook se puede observar un intercambio simbólico y cultural de la sociedad. Uno de los elementos comunicativo es el meme que se define como una unidad de información cultural con efectos en la sociedad. El término hace referencia a la palabra griega mimesis, o imitaciones, así que se puede decir que es como el ADN cultural que se replica, se absorbe, se transforma y se produce, en representaciones simbólicas de la realidad con un carácter cómico y de burla construido a través de la combinación fotográfica, de gráficos y de texto.

El análisis de la composición de los elementos texto-imagen parte del estudio de la semiótica que permite acercarse al entendimiento cultural, desde los

productores y consumidores de los memes que contienen la imagen de la mujer.

A continuación se presenta la construcción del objeto de estudio que parte de un problema comunicativo, y nace al observar un cambio cultural por medio de la interacción de los y las usuarios/as de la red social Facebook, enfocándose en la pregunta general ¿Cuáles son las imágenes de la mujer que se producen y reproducen en los memes que circulan en perfiles, comunidades y páginas de la red social Facebook?, en conjunto del objetivo general que es analizar la representación de la imagen de la mujer en los memes de la red social Facebook. Lo cual permite una investigación de gran importancia y relevancia para los estudios de la comunicación digital y de género. Así mismo se presentan 4 objetivos, 4 preguntas que se integran a 4 supuestos particulares representando las hipótesis de cada uno de estos elementos.

También se presenta la justificación personal, académica y social, las cuales aperturarán una puerta para realizar el análisis de la representación de la imagen de la mujer presentes en los memes que circulan en la red social Facebook.

Hablar de la red social Facebook es importante pues se ha convertido en una vasta forma de comunicación entre las personas que han desarrollado y creado un cambio socio-cultural significativo transformando de manera radical el internet, donde el destino de las interacciones corresponden a factores de tiempo y espacios virtuales, de cambios e intercambios de hábitos sociales y culturales. Creando espacios de convivencia y de vínculos que se generan, se reproducen, se multiplican y refuerzan los cambios culturales y simbólicos.

Esta investigación tiene la finalidad de analizar y comprender los memes con la imagen de mujer, partiendo de las siguientes preguntas, supuestos y objetivos particulares: ¿Cuáles son los temas que los memes construyen a través de la imagen de la mujer en la red social Facebook? Los memes con la imagen de la mujer son utilizados para representar construcciones ideológicas sobre el cuerpo, la cultura, el poder, la violencia simbólica, la autonomía y la identidad femenina, produciendo identidades culturales y reflejos de las mismas. Así mismo esta función creadora de identidad es una forma de comunicación interactiva que funciona a través de las prácticas sociales incorporadas por los sujetos y que están mediadas por procesos de comunicación. Y esto permite

describir los temas que los memes construyen a través de la imagen de la mujer en la red social Facebook.

El uso de la imagen fotográfica a través de memes con la imagen de la mujer, son objeto de representaciones e ideologías sociales producidas y consumidas por los cibernautas. Por consiguiente se formula otra pregunta ¿Cuáles los códigos y signos culturales que se presentan en los memes con la imagen de la mujer en la red social Facebook?, el meme tiene un impacto visual, el cual requiere tener signos, códigos culturales y lingüísticos, estructurados a través de una frase que complementa la imagen de la mujer, y permite que el usuario se identifique para producirlo y reproducirlos en su entorno socio-virtual. Así mismo identificar los códigos y signos culturales que se presentan en los memes con la imagen de la mujer en la red social Facebook, parte de las prácticas e interacciones de los usuarios y permiten difundir culturas sociales y observar el intercambio simbólico.

Estas nuevas formas de relación-interacción surgen remarcando la cultura visual de lo inmediato y sorprendente a través de los memes con la imagen de la mujer, que son elaborados por usuarios, publicistas, medios de comunicación, etc., que buscan el envío y el reenvío de estas imágenes por medio de los sujetos-virtuales para convertirlos en “virales”, y de esta manera el sistema de mensajes connotados y denotados den un sentido organizador, creador e ideológico de la representaciones simbólicas, sociales y culturales de la mujer por medio de la codificación y decodificación del emisor y el receptor que interactúan con estos. Ante ello se pregunta ¿Cuáles son los estereotipos que se elaboran en la representación de los memes con la imagen de la mujer en la red social Facebook?, la imagen de la mujer en los memes de la red social Facebook se crea a partir de estereotipos establecidos por la sociedad a través de la ideología dominante de los medios de comunicación tradicionales, y son producidos, reproducidos y aceptados por los usuarios y, este estudio tiene la finalidad de identificar los estereotipos que se elaboran en dicha representación. En el ir y venir del consumo y elaboración de las imágenes con el fin de violentar o enaltecer la construcción de la imagen de la mujer, de los géneros (masculino y femenino) y de los mismos usuarios.

La construcción de los memes a través de la imagen- texto, cuentan con un recurso popular entre los usuarios de la red social Facebook, pues se elaboran con diferentes características que se exponen a través del sarcasmo, la burla, lo cómico, lo erótico, la discriminación, etc., y por este motivo se cuestiona ¿En qué forma interactúan texto-imagen para dar significado a la imagen de la mujer en los memes?, En tanto la producción y la reproducción de estos en la red social Facebook partiendo de la observación y recolección de muestras que permitan exponer escenarios para la reflexión sobre la representaciones de los memes en la red social Facebook, y así analizar la forma en que interactúan texto- imagen para dar significado a la imagen de la mujer en los memes, como la implicación social y cultural.

Esta investigación es importante para el entorno social pues pretende dar a conocer que la red social Facebook, se está convirtiendo en una transformadora de culturas e intercambios simbólicos los cuales aperturán formas de pensar violentas a través de significados y mensajes de los meme, que traspasan el sentido de una compleja red de representaciones y significados de la imagen de la mujer del mundo real y del mundo virtual. Encontrando una institucionalización de violencia en un amplio espectro de denotaciones aplicadas como lo son; violencia verbal, violencia de género, violencia simbólica, violencia escrita y violencia cultural.

Desde este punto de partida la investigación presentará una reflexión acerca de este fenómeno socio-virtual que apertura la red social Facebook, y aportará un nuevo estudio en el campo de las nuevas tecnologías de la comunicación y permita el análisis de los memes con la imagen de la mujer realizando una descripción del sistema cultural y simbólico con el cual son producidos a partir de representaciones y prácticas sociales virtuales que innovan, inventan y actualizan valores simbólicos que problematizan la interpretación y el reconocimiento de la cultura que se basa en la interacción de los sujetos por medio de dicha red social.

Así mismo la información recabada para esta tesis será a través de las teorías de la comunicación y de cultura estudiando elementos simbólicos, culturales y sociales de la vida cotidiana del espacio virtual, que describen ideas, símbolos,

códigos y signos que son imitaciones y representaciones de una forma de expresión basada en la ideología cultural, que se transmite, se apropia, se consume, se revaloriza y fabrica autenticidad de valores culturales propios y ajenos del sujeto, y son fácilmente integrados y absorbidos por los usuarios.

La cultura en términos simbólicos observa los movimientos de los significados que parten de la identidad de los usuarios que interactúan e intercambian códigos culturales, y construyen la subjetividad del sujeto en su entorno, simbolizando la diferencia del género entre lo masculino y lo femenino a partir de la praxis. Así mismo la cultura es transcendental porque permite analizar el meme con la imagen de la mujer a través de las representaciones sociales, ideológicas y culturales que se le han impuesto a esta imagen, a través de los medios tradicionales de comunicación y que llegan a masificarse por medio de las interacciones socio-virtuales entre los usuarios de la red social Facebook.

Así mismo es significativo estudiar y reflexionar acerca de la construcción cultural simbólica de estos memes de acuerdo a su producción y a la información que llevan estos sobre la vida cotidiana, gustos, ideologías políticas, sociales y culturales. Y permitan estudiar la construcción de prácticas de producción de los memes con la imagen de la mujer, donde modifican e imponen una moda.

Los usuarios del Facebook violentan la concepción del género (masculino-femenino, femenino-femenino), a través de estos memes que se postean, sin censura utilizando la imagen de la mujer que es expuesta en toda su estructura físicamente o en algunas ocasiones fragmentan el cuerpo en partes y es exhibido al público generando violencia o exaltación a la imagen, al cuerpo, a los géneros y a los usuarios.

El propósito de esta tesis es construir una investigación de orden cualitativo para analizar el fenómeno de los memes con la figura femenina en la red social Facebook, para ello se estudiarán teorías y autores que puedan ayudar a explicar este problema empírico de las nuevas tecnologías, teniendo en cuenta la historia de la red social Facebook y de la creación de los memes, para poder aportar un conocimiento detallado del tema abordado.

Cabe señalar que el área de interés está conformada por los estudios de género y la tecnología los cuales forman el objeto de estudio, ayudando a plantear las bases y orientación metodológica que se usará para obtener muestras confiables en el desarrollo de la investigación y llegar a conseguir conclusiones que sirvan a futuras investigaciones sobre el tema de los memes con la imagen de la mujer en la red social Facebook.

Los medios que serán utilizados para el desarrollo de esta investigación son:

- Investigación de campo y documental para recabar datos confiables y analizar los procesos sociales y culturales, a partir de la producción, reproducción y consumo de la imagen de la mujer construida e institucionalizada en los memes de la red social Facebook.
- Nivel de conocimiento que se pretende adquirir será explicativo y analítico pues desea identificar como se constituyen las representaciones de la imagen de la mujer por medio de los memes y reconocer como son las representaciones de esta imagen.
- El método que se utilizará será de orden analítico para detallar las características específicas del objeto de estudio, y así comprender la construcción del meme con la imagen de la mujer en la red social Facebook.
- La técnica de investigación será de orden cualitativo y se recurrirá a la observación participante que va de la mano con la etnografía digital para llegar a la búsqueda de estrategias y recabar la información.

Ante esto la presente investigación desarrolla cinco capítulos que abordan teorías y conceptos de autores que permiten, analizar, describir e identificar elementos para obtener una apropiación a de cada de conocimiento para dicha tesis, y a continuación se describen brevemente los capítulos:

En el capítulo uno se aborda brevemente la historia del surgimiento del internet y de esta manera se puede decir, que este avance tecnológico abrió una nueva era a la comunicación. Ante esto se recuperan datos relevantes como gráficas de datos a partir del consumo de internet, de la cantidad de usuarios que

existen en México y usan la red social Facebook, el tiempo que destinan estos al internet, entre otros datos.

En el capítulo dos presenta el estado del arte, con investigaciones y tesis a nivel licenciatura, Maestría y Doctorado, como artículos que se han realizado antes sobre el tema de las redes sociales y de Facebook en particular, de igual manera sobre la imagen fotográfica y la imagen de la mujer en los medios de comunicación, para tener un conocimiento amplio acerca de estos temas y ayudar a construir bases para el estudio de la investigación.

El capítulo tres comprende el marco teórico y diseña información sobre los nuevos medios de comunicación, la definición del concepto de red social, la teoría de los memes, la teoría del estructuralismo, la imagen fotográfica y la interacción de la mujer en el los medios de comunicación tradicionales y digitales y, de igual manera se explica como los nuevos medios de comunicación hacen que los sujetos se apropien y reapropien de un lenguaje digital que se transforma en una sociedad cultural, a través de un factor popular llamado memes visto como un elemento viral de culturalización, el cual convierte la imagen de la mujer en un código cultural-simbólico. Donde se desmenuza y se comprende la producción de los memes, con la ayuda de los estudios de género, de teorías y autores estructuralistas para poder entender su elaboración a través del enfoque semiótico.

El capítulo cuatro describe el propósito de la investigación desde lo cualitativo para identificar los signos y códigos culturales en la producción de los mensajes y significados que tiene los memes con la imagen de la mujer. Así mismo la técnica de investigación brevemente explicada consistió en categorizar los elementos con los cuales están elaborados los memes y asignarles un nombre, a partir de la recolección de muestras en comunidades, páginas y perfiles de la red social Facebook. De igual manera la metodología que se utilizó fue etnografía digital con observación participante. Posteriormente se detalla el análisis semiótico de los 8 memes seleccionados por categoría creada para el estudio de la imagen de la mujer, partiendo de los conceptos que se fijaron como unidades de análisis.

El capítulo cinco detalla la reflexión final sobre el análisis semiótico de los 8 memes representativos de las categorías asignadas, para el estudio del tema de los memes con la imagen de la mujer.

Capítulo 1
La nueva era: El surgimiento de internet

En esta era de desarrollo digital es una vanguardia dentro de las redes de información y entretenimiento virtual, el internet se cimenta como la mayor creación que tiene el hombre hasta hoy en día, pues ha traspasado las fronteras y su alcance es más accesible en nuestro S. XXI. Pero también es un fenómeno complejo por sus uso y su acceso a la información a través de la interacción social entre los cibernautas, los cuales se ayudan de esta herramienta novedosa para hacerse de una vida fácil y práctica.

Facebook es una plataforma con un impacto en la sociedad, que ha generado debates, investigaciones y estudios académicos, que se centran desde su creación, su desarrollo, su interacción digital y su evolución. Es por ello que en el desarrollo de este capítulo se presentaran brevemente datos de la historia del internet y de Facebook.

1.1 El inicio de la web 1.0 y el internet de hoy la web 2.0

Para poder hablar de los inicios de la WEB, primero es necesario dar a conocer una breve historia del comienzo del fenómeno llamado internet. Este tiene sus inicios a finales de los años 60 en el periodo de la guerra fría, donde nace la ARPA (agencia de proyectos de investigación avanzada), del área de defensa de los Estados Unidos que lanzó el proyecto:

“El ARPANET ideó una técnica de transmisión conocida como conmutación de paquetes: cada mensaje generado por una computadora se descomponía en unidades o fragmentos más pequeños llamados paquetes, cada uno con su propia identidad, que sería transportados independientemente desde un nodo de origen hasta otro de destino, siguiendo diferentes rutas y recomponiéndose al final en su orden correcto.”¹

Este consistía en una red de datos para unir una serie de supercomputadoras, donde desarrollarían proyectos nacionales de investigación. Así este proyecto estadounidense fue el nacimiento de lo que hoy conocemos como la web.

Como menciona Gayosso en su artículo “Cómo se conectó México a internet” la Web fue creada por el científico británico Tim Berners - Lee, el 16 de Febrero de 1991, gracias a una investigación realizada, en un lugar llamado CERN

¹ Gayosso, Blanca. “Cómo se conectó México a internet”. Disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.4/num4/art7/ago_art7.pdf. Fecha de consulta 3 de Noviembre del 2014.

(European Organization For Nuclear Research), un reconocido laboratorio a nivel mundial, ubicado en Suiza. Esta investigación se basó en la creación de un sistema de recuperación y almacenamiento de datos o archivos de la red, que se entrelazan a través de hipertextos o lo que hoy conocemos como páginas web.

Por otra parte siguiendo a Gayosso la web es un término que William Gibson uso por primera vez en la novela futurista Neuromente en 1984, está organizada por la WWW o bien la Web (world wide web), conocida como la telaraña mundial, y cabe señalar que la información que circula por el ciberespacio está construida por esta web. La web se transmite a través de hipervínculos, es decir, el lenguaje que está programado por etiquetas y constituyen la matriz de todas aquellas páginas web de internet. Este lenguaje de programación se le conoce como HTML, con lo cual es posible que se generen los hipervínculos o hipertextos, que por lo general se presentan como palabras o frases de un color diferente a lo cual se le conoce como hiperenlaces. Por ello la web 1.0 es una red creada por archivos basados en HTML que entrelazados constituyen una página web o bien un sitio web. La fusión del hipertexto con la multimedia se la conoce como hipermedia, que es la combinación de textos, imágenes, sonido, video y gráficos, es decir, son las plataformas de aplicaciones en conjunto donde se combinan las propiedades del hipertexto para hacer variable e interactivos los documentos, y cabe señalar que las primeras páginas web estaban creadas por texto. Así mismo la consumación de la hipermedia de la web dio un giro grande, pues tenía que ser leída por un software sustentable para sus aplicaciones.

Así mismo Gayosso menciona que en 1993 se inventó la primera versión para navegar "Mosaic", la cual permitió una interfaz más accesible y dinámica por Marc Andressen, y así se pudo expandir la www, a lo que ahora conocemos como internet.

La creación de la web 2.0 se le atribuye a Tim O'Reilly, presidente ejecutivo de la consultora O'Reilly Media, quién afirma:

- “Los principios básicos de web 2.0 se inician como una forma de evolución natural de la web inicial enfocada al usuario, pasando por una plataforma técnica para múltiples desarrollos de aplicaciones hasta arribar a una era en la que el usuario toma protagonismos real como productor, consumidor, difusor de contenidos y servicios. Esto fue mencionado en su artículo llamado “What is web 2.0. Design Patterns and Bussines Moldes for the Next Generation of de Sofware”.²

La web 2.0 hoy en día es una plataforma de fácil manejo, de inteligencia colectiva, donde se generan constantes contenidos por la participación de los usuarios en el internet. Los sitios que conforman esta web son: Google, Wikipedia, YouTube, así mismo las redes sociales, como son MySpace, Twitter, Linkendin, Flickr, Google+ y Facebook.

1.2 El Internet en México

En el año de 1991, siguiendo a Gayosso se establecen más enlaces de internet en México en la UNAM y el ISTEM, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y la National Science Foundation, que establecieron un comité llamado RAM (Red Académica de México), con el fin de que el mantenimiento y expansión de la tareas se dividieran entre el Centro de Investigación Científica y La Superior de Ensenada, la UNAM y Tecnológico de Monterrey, con la participación de la compañía telefónica TELMEX. El ISTEM fue nombrado el grupo técnico de la RAM, el cual se encargó de organizar las reuniones para formalizar la constitución de la RAM, destacando así, que en primer lugar se reunieron en la ciudad de México, el segundo lugar fue en Ensenada, el tercer lugar fue en Saltillo y el cuarto lugar en Monterrey, aquí se decidió fundar una asociación de universidades llamada Red Académica Mexicana. Pero en ese mismo momento se estaba formando otra asociación llamada RedMEX, una asociación civil, instituida por la academia, donde por primera vez se debatirían las políticas, los estatutos y los procesos que dirigía la organización de la red

² CDI de educación de Madrid “web 2.0 aplicaciones didácticas”. Disponible en: <http://www.cdieducacion.es/docs/web20.pdf>. Fecha de consulta 29 de Septiembre del 2014.

de comunicación de datos en México pero este proyecto no pudo consolidar su constitución.

Gayosso menciona que en 1993 la universidad de las Américas lanzó la primera página web y desde ese momento la información por internet cobró relevancia en los medios de comunicación colectiva, sin embargo la más relevante fue la conexión del CONACYT y el ITAM al internet, gracias a un enlace Satelital del Centro Nacional de Investigación (National Center Atmospheric Research), en Colorado, así el CONACYT creó su propia red que la llamó Red Total CONACYT. Así las redes existentes en México eran MEXNET, redUNAM, RediTESM, BAJAnet, Red Total de CONACYT y SIRACyT, que conformaban el Sistema de Redes Académicas Científica y Tecnológicas, una nueva pluralidad que fomentó la integración en la parte técnica a la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), y se estableció con la primer NAP o administrador de tráfico, por el cual fue viable intercambiar información de las redes.

Finalmente Gayosso dice que en el año de 1994 se expandió el uso de las redes y el CNCyT, fungió como proveedor con la asociación del MEXNET, y así nació la Red Tecnológica Nacional (RTN), a partir de esta fusión las empresas INFOTEC y PIXELnet ofrecen líneas de conexión y del pago por el servicio. En ese mismo año la RedUNAM se comercializó como proveedor de internet, en cuanto a la conexión, alojamiento o renta del espacio en el servidor y como proveedor de correo electrónico. Consecuentemente se juntó la Asociación Nacional de Universidades y el Instituto de Educación Superior (ANUIES), y formaron la “Red dorsal de computo”, con la tarea de unir esta red y fusionarla para la integración de todas las universidades y crear una asociación civil que se encargara de administrar esta red.

La ANUIES es el antecedente de la Corporación Universitaria para el desarrollo de internet, que nace en 1999 como una asociación civil. Ese momento fue culminante para México porque interactuaba en un contexto social y político, como menciona la autora “el caso de nuestro país la integración de la red fue favorecida también por acuerdo de tipo comercial entre los países de Norteamérica, específicamente el tratado de libre comercio para América del Norte, y para reforzar la campaña permanente de expansión productiva e

ideológica hacia América Latina.”³. Haciendo posible la masificación del internet.

Esta presencia de internet en México ha dado paso a una cuestionable brecha acerca de estudios sobre los hábitos de los usuarios, pues “la Asociación Mexicana de Internet (2007), el total de usuarios en internet en México fue un estimado en 14, 901, 687. En México los dispositivos tecnológicos que permiten tener acceso a internet son en orden de importancia, los teléfonos móviles ajustados y los PDA que forman parte de los llamados handhelds.”⁴

1.3 Cifras del consumo de internet en México

A partir de las estadísticas recuperadas de AMIPCI con alusión al día internacional de internet en México y en consideración con el censo del año 2014, sobre los hábitos de los usuarios del internet y para ello los indicadores que se tomaron en cuenta fueron:

- identificar las características de los usuarios
- conocer las demandas del mercado de internet.
- que hacen los usuarios en la red.
- el tiempo promedio de conexión. Como se muestra en las siguientes gráficas:



Fuente: AMIPCI (2014).

Esta gráfica presenta el consumo del internet en México del año 2006 al 2013, donde se observa que desde el 2012 al 2013 existe un incremento del uso en un 13%.

³ Gayosso, Blanca, op cit.

⁴ Copello Scacco, Adriana Emilia. (2011). *Las redes sociales virtuales y los adolescentes ¿Facebook un medio para mostrarse?* Tesis de licenciatura. Disponible en: http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/268/tesis-1567-las.pdf. Fecha de consulta 30 de septiembre del 2014.

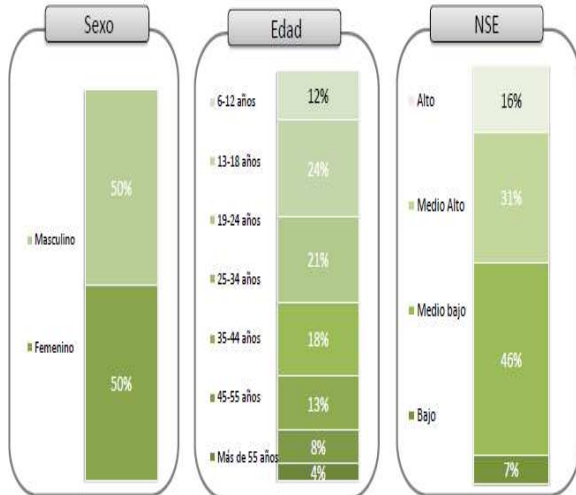


Perfil del internauta



Día Mundial de Internet, México 2014

La distribución entre hombres y mujeres sigue siendo del 50%.



Fuente: AMIPCI (2014).

Esta gráfica presenta el perfil del internauta, los sexos (masculino y femenino), participa en un 50% dentro de la navegación del internet. Siendo así que las edades que más hacen uso del internet son de los 13 a los 35 haciendo un total de 60%.

El nivel socioeconómico que más prolifera es el medio bajo con el 45%.



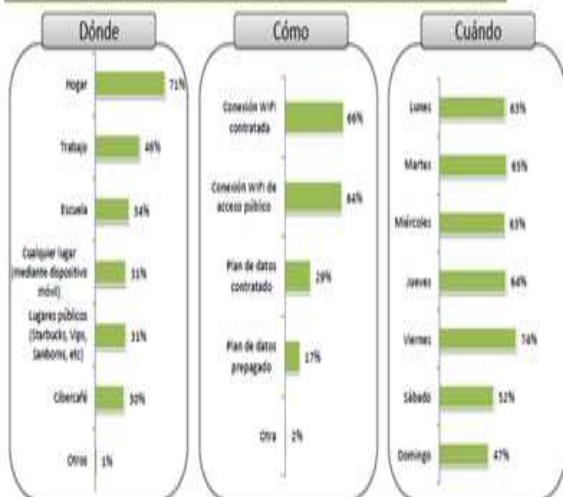
Hábitos uso internet

Conexión



Día Mundial de Internet, México 2014

El hogar sigue siendo el principal lugar de conexión, seguido del trabajo; el WiFi (privado o público) la vía más utilizada y el viernes el día con mayor conexión.



Fuente: AMIPCI (2014).

Esta gráfica presenta los hábitos de internet, principalmente en el hogar, con información de tareas y cuestiones políticas, conectándose principalmente los días viernes.



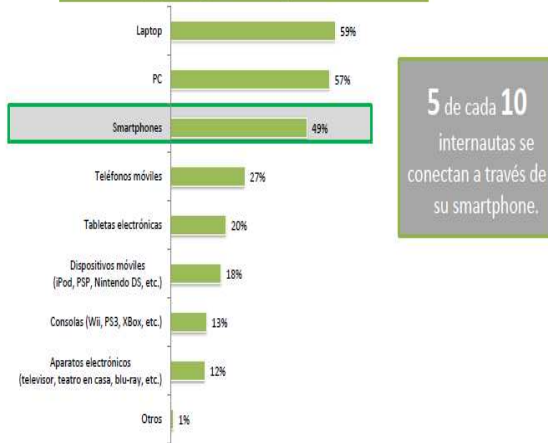
Hábitos uso internet

Dispositivo de conexión

Día de Internet 2014

Día Mundial de Internet, México 2014.

La laptop y la PC siguen siendo los principales dispositivos de conexión, seguidos por los Smartphones.

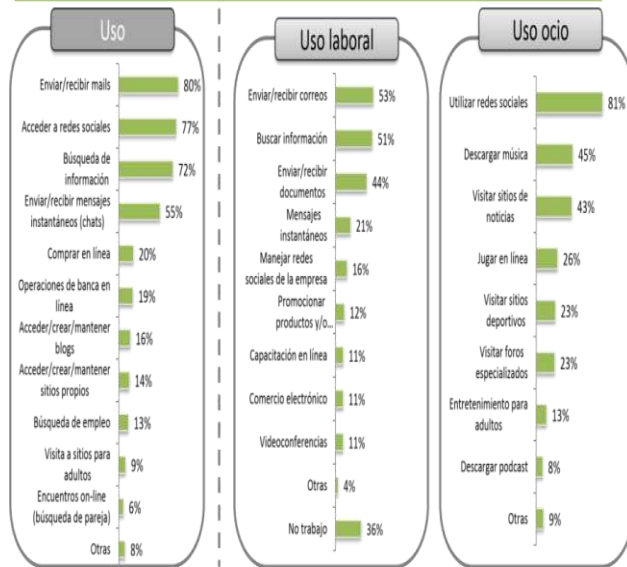


5 de cada 10 internautas se conectan a través de su smartphone.

Fuente: AMIPCI (2014).

Esta gráfica presenta que un 55% se conecta desde una laptop, el 52% desde una PC y el 475 desde un Smartphone.

El correo electrónico es la principal actividad que realizan los internautas. Este año el uso de redes sociales superó a la búsqueda de información.



Fuente: AMIPCI (2014).

Los usos que se destinan a internet son en enviar correos electrónicos, laboralmente: búsqueda de información, recibo y envío de correos.

Ocio: principalmente a las redes sociales.

AMIPCI. (01 de Enero de 1999). Recuperado el 01 de Octubre de 2014, de AMIPCI: <https://amipci.org.mx/es/estudio>

1.4 Redes sociales

A manera de introducción las redes sociales en el mundo nacen a partir de la crisis informática del 2003, donde la mayoría de las empresas crecieron dentro del capital financiero mundial, e inmersos en esta dificultad se declaraban en quiebra ocasionando el cierre de sus páginas web, al no tener las visitas necesarias.

Esto inspiró a tres norteamericanos (Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams), que fascinados por la mensajería virtual crean “las sendas empresas destinadas a que los internautas puedan hablar entre ellos y conocerse mejor”⁵. Algo sorprendente fue que estos tres personajes estaban relacionados entre sí por sus compañías en Friendster, y así mismo lanzan a internet las primeras redes sociales: Tribe.net, Linkendin y Friendster, siendo que esta última fue más popular en Estados Unidos y encargada de publicitar las elecciones primarias de ese momento.

Por otro lado definir que es una red social a partir de los estudios sociales y antropológicos es:

“como un espacio de encuentros comunicativos compuesta por un grupo de personas o instituciones conectadas por lazos interpersonales que operan bajo relaciones de amistad, parentesco, de trabajo, etc., en definitiva son conjuntos complejos de relaciones entre los miembros que conforman las sistemas sociales.”⁶

Sin embargo a través de los diversos conceptos tradicionales de los sociólogos, una definición de red no existe como tal, Pero cabe señalar que la conceptualización que se mantiene vigente es explicar que la red social es como la función particular de cada vínculo que existente de un grupo de actores sociales.

⁵ Caldevilla, David (2010), “Las redes sociales Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual.” vol .33, 45-68, Profesor de publicidad y relaciones públicas y Gabinete de comunicación, departamento de comunicación Audiovisual y Publicidad 2-CAP2. Facultad de Ciencia de la Información de la UCM. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewfile/DCIN1010110045A/18656>. Fecha de consulta 28 de Noviembre del 2014.

⁶ Torres, Claudia. (2013). *La representación y la construcción de la identidad de los jóvenes a partir de la fotografía del perfil en Facebook y álbumes de fotos*. Tesis de Maestría. Disponible en: http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/47251d_tesisclaudiatorres.pdf. Fecha de consulta 20 de septiembre del 2014.

Así mismo la red social “es una estructura social y esta afecta a la acción directa o indirecta a través de sus actores, y por otro lado la acción es modificadora de la estructura social, es una doble relación”⁷ Entonces a partir de estas definiciones la red social es todo aquello que vincule a un todo, con características y propiedades para poder interpretar la conducta social de los cibernautas en la red.

Sin embargo existe otra definición de red social, desde un punto analítico, y lo propone J. Moreno que parte de la idea de Radcliffe Brown “cuando definía <<la estructura social como la red de las relaciones existentes entre las personas implicadas en una sociedad>>. Este último estaba usando la noción de <<red>> en un sentido vago e impreciso, y no en forma analítica”⁸. Ante ello Requena expone la separación de los términos de la red y toma en cuenta el término analítico que se expresa como personas o grupos; que entrelazados son un vínculo (unión entre nudos), y cumplen con una serie de propiedades que implican diversos aspectos entre las relaciones sociales de los actores de la red. Sin dejar a un lado el término metafórico como un sistema interrelacionado e interconectado categorizándose como una estructura.

1.5 Antecedentes del Facebook

El proyecto de la red social “The Facebook” se creó en el año 2004 por un estudiante de la universidad de Harvard llamado Mark Zuckerberg, como un servicio de ayuda para los estudiantes y su comunicación entre sí.

El nombre Facebook fue asignado por una publicación que mostraba un perfil de los estudiantes y del personal de la universidad de Harvard pues es reconocida como una comunidad muy unida y las relaciones entre ellos son muy importantes en el ámbito formal.

Cabe señalar que una vez lanzado el proyecto Facebook, en menos de 24 hrs fue aceptado por mil personas, y esto permitió ampliarse a otras universidades

⁷ Torres, Claudia. (2013), Ídem.

⁸ Requena, Félix. (1996) “Concepto de red social”. Disponible en: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf. Fecha de consulta 30 de Septiembre del 2014.

de elite como Stanford y Yale. Tiempo después se extendió a más universidades de Estados Unidos.

Sin embargo Facebook no fue el primer sitio virtual ya existían otros sitios virtuales como: ex BB The well, realizado por Stuard Brand en el año de 1985, The Globe por Stefhon Paternot y Tudd Kriselman, estudiantes de la universidad de Cornell en 1996.

Posteriormente en el 2006 Facebook se extiende para crear perfiles abiertos a cualquier persona y se conectara con una cuenta de correo electrónico y unirse a la comunidad de usuarios de Facebook, esta red no cuenta con un límite pues se ha traducido en más de 70 idiomas, entre los cuales se encuentra el español, francés, alemán, italiano, etc.

En el 2007 y 2008 este sitio lanza la versión en español abriendo paso a los usuarios latinos, y cabe señalar que a finales del 2007 Microsoft adquiere el 16% de las acciones con el objetivo de avanzar en la tecnología por internet, creando así la apertura de un modelo económico, donde fungen los gustos de los usuarios en el ofrecimiento de productos y servicios.

Esta red social ha ido evolucionando e innovando las herramientas como el chat, las video llamadas, la aplicación de Instagram y la plataforma para celulares inteligentes. Facebook llega a México en el año 2013 y se instituyó como la red social más fuerte entre la población mexicana con el 91% de cibernautas interactuando entre sí, creando la tercera actividad más importante dentro de la actividad de los sujetos en el acceso a las redes sociales por la necesidad de estar siempre comunicados.

1.6 ¿Qué es Facebook?

Facebook es un elemento clave en el desarrollo de la cibercultura como del ciber- espacio, es decir:

“La red social Facebook se configura en la forma de la comunidad. ¿Desarrolla socialización? Facebook, es una agenda de conexiones sociales, frágiles, mundanas, efímeras. Los lazos parecen débiles y de paso son el centro de la configuración comunitaria de la plataforma. Los vínculos se generan y reproducen en superficie. Pero existen, se multiplican, se extienden, colonizan territorios, se van complejizando poco a poco, se desfiguran, se vuelven a configurar.”⁹

De acuerdo con Caldevilla, Facebook se encuentra en la tipología de redes donde se fomentan cuatro formas generales de uso, y dentro de ellas existen abusos de las redes sociales, por consiguiente la clasificación se muestra de la siguiente manera:

- “Sustento de amistades: seguir en contacto con amigos, familia, compañeros, etc.
- Nuevas amistades: vinculación de personas que se conocen, y no se conocen, y se llegan a conocer interactuando.
- Entretenimiento: los sujetos buscan en los estados publicados un interés en común con otros usuarios generando una participación activa.
- Servicios empresariales: estructurados conforme a las empresas, para fines del sector empresarial, como lo serían sus trámites, conferencias, etc.
- Sistema abierto y constructivo que nace de la unión de personas conocidas o no conocidas que se relacionan entre sí. De esta forma Facebook es un conjunto virtual de culturas”¹⁰.

⁹ Caldevilla, David. (2010), “Las redes sociales Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual.” vol .33, 45-68, Profesor de publicidad y relaciones públicas y Gabinete de comunicación, departamento de comunicación Audiovisual y Publicidad 2-CAP2. Facultad de Ciencia de la Información de la UCM. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewfile/DCIN1010110045A/18656>. Fecha de consulta 28 de Noviembre del 2014.

¹⁰ Op.cit.

1.7 Cifras de usuarios de Facebook en México

A partir de los datos que nos ofrece la página de internet Owloo de año 2014 informa que, existe un total de usuarios dentro de Facebook con un estimado de 56.000.000, en la posición del ranking mundial, y este se posiciona en el lugar 5. Dentro de este ranking el idioma que más se habla es el español, con una cantidad del 50% de usuarias y otro 50% de usuarios. El 13 de mayo al 27 de julio, se comenzó a analizar el crecimiento de usuarios de Facebook en México, con un conteo de 54 000 000 usuarios hasta esas fechas. El 12 de agosto al 12 de octubre se presentó un aumento de 2 000 000 usuarios más, para hacer el total de 56.000.000.

En esta estadística demográfica encontramos los siguientes rangos de edad promedio de los usuarios es de 18-28 años, y corresponde al 46.43% del total, teniendo en cuenta que el 50% son mujeres y hombres.

Edades	Audiencia	Porcentaje
13 - 15	3.200.000	5,71%
16 - 17	5.000.000	8,93%
18 - 28	26.000.000	46,43%
29 - 34	8.000.000	14,29%
35 - 44	7.600.000	13,57%
45 - 54	3.400.000	6,07%
55 - 64	1.200.000	2,14%
65+	740.000	1,32%

Análisis y estadísticas de la página Bonafon de Facebook en México: [owloohttp://www.owloo.com/facebook-stats/mexico](http://www.owloo.com/facebook-stats/mexico). Consultado el 1 de Octubre del 2014.

En la siguiente tabla se observa los idiomas con los cuales cuenta la plataforma de Facebook. El idioma que más se habla es el español con el 96.43% de los usuarios en Facebook, siendo así el idioma principal, en segundo lugar se encuentra el inglés con el 9.29%, en tercer lugar el italiano con el 1.11%, en cuarto lugar el Portugués con el 0.89% y finalmente el francés 0.82%.

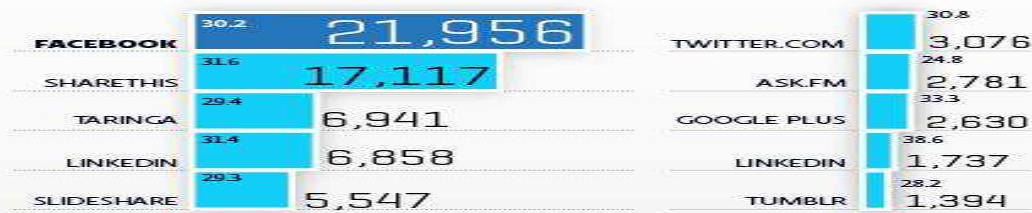
Idioma	Audiencia	Porcentaje
Español	54.000.000	96,43%
Inglés	5.200.000	9,29%
Italiano	620.000	1,11%
Portugués	500.000	0,89%
Francés	460.000	0,82%
Chino	440.000	0,79%
Alemán	380.000	0,68%

Análisis y estadísticas de la página Bonafon de Facebook en México: [owloohttp://www.owloo.com/facebook-stats/mexico](http://www.owloo.com/facebook-stats/mexico). Consultado el 1 de Octubre del 2014.

Por otra parte interpretando la gráfica que proporciona el periódico el Economista, muestra que la red social Facebook es la red más popular entre todas las redes sociales que están presentes en la web. Una cuestión importante es que esta red está al alcance de la población y comparando las gráficas, muestra también que los perfiles de los usuarios corresponden a hombres y mujeres presentes. Así mismo el porcentaje del consumo del tiempo es bastante elevado.

FACEBOOK LIDERA REDES SOCIALES EN MÉXICO

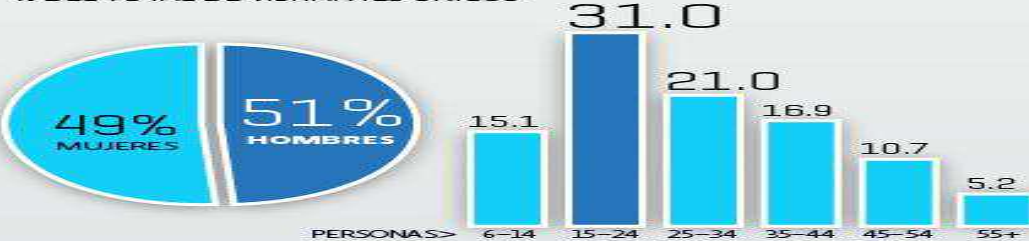
RANKING DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES EN MÉXICO
TOTAL VISITANTES ÚNICOS EN MILES Y POR EDAD PROMEDIO



México es el país con mayor alcance en sitios de redes sociales a nivel mundial



PERFIL DE LA AUDIENCIA DE SOCIAL MEDIA EN MÉXICO



DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO CONSUMIDO EN REDES SOCIALES EN MÉXICO



DATOS RECABADOS EN ABRIL 2014. HOGAR O TRABAJO. MÉXICO. SÓLO PC/LAPTOP. EDAD 6+

CRÁFICO EE. FUENTE: COMSCORE MEDIA METRIX

El economista, (Nacer Global, México),
<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/07/22/redes-sociales-mina-oro-desaprovechada>
 (fecha de consulta: viernes 31 de Octubre de 2014).

Capítulo 2

Representación de la mujer en los medios de comunicación

Antes de comenzar hablar de las investigaciones que se han realizado en cuestión al objeto de estudio, se debe aclarar que aun no se cuenta, con estudios e investigaciones sobre materia de memes con la imagen de la mujer, dado que es reciente el fenómeno que circula en la red social Facebook.

Por otra parte el tema de la representación de la imagen de la mujer o de la mujer en los medios de comunicación, existen diversas investigaciones, artículos, conferencias, tesis, maestrías y doctorados, artículos, ponencias, entre otros, y cuentan con diversas disciplinas que están sustentadas en el área de la psicología, comunicación, sociología, historia, ciencias sociales, antropológica, etc., así mismo muestran una multiplicidad de conocimientos acerca de la representación de la imagen de la mujer o la mujer en los medios de comunicación tradicionales (televisión, la publicidad, la prensa, el cine, el teatro) y los nuevos medios virtuales. Esta imagen es construida a partir de ideología dominante en su producción, reproducción y su consumo, de manera que esta construcción se basa en lo erótico, la cosificación, a través de los estereotipos y los arquetipos, desde los roles, del área del género y del feminismo. Y estos elementos aportan rutas de investigación para el objeto de estudio.

Los temas de las redes sociales han tenido una gran inclinación dentro del campo de la investigación, así mismo la red social Facebook cuenta con una gran variedad de investigaciones que se abordan desde distintas teorías como: la teoría funcionalista de los usos y gratificaciones, teoría sistémica la identidad y falsa identidad de los jóvenes, teoría crítica, estructuralista, desde los estudios culturales, entre otras, y estas investigaciones se encuentran principalmente en los estudios académicos de los países de América del Sur, Europa y Estados Unidos de Norte América.

2.1 Representación de la mujer en los medio de comunicación

En este apartado se hablará sobre algunas investigaciones y los aportes que se han hecho a partir de la representación de la imagen de la mujer en los medios masivos de comunicación, como en los nuevos medios digitales.

El primer artículo de apoyo para la investigación es de Emilio C. García Fernández y habla de *cómo se presentan los estereotipos de la mujer en la publicidad actual*, los cuales expresan que la imagen de la mujer ha sido un referente de la comunicación en el ámbito de la publicidad por dos cuestiones: “como destinataria de mensajes comerciales, al concebir que es la máxima compradora de bienes y servicios, y segundo como figurante, porque su presencia visual permite comunicar una serie de situaciones que ayudan a entender de manera sencilla lo que se quiere comunicar”.¹¹

El término de “figura” que se le adjudica a la imagen femenina y tiende hacer por las imágenes conocidas como estereotipadas que son utilizadas en la publicidad para sustentar económicamente la comunicación, pues desde los inicios la publicidad la mujer es una poderosa herramienta para conseguir los fines de venta o de posicionamiento del producto en el mercado, dado que la mujer es vista como un símbolo erótico construido por un código lleno de insinuaciones sexuales, eróticas, sensuales, etc., y esta faceta de la representación de la mujer es el tema principal de la publicidad.

El segundo artículo *La red al servicio de las mujeres aproximación a la relación de la mujer y los medios de comunicación en el internet*. Trabaja la presentación que tiene la mujer en los medios de comunicación digitales, un estudio enfocado en temática de género y proporciona una gran área de interés en los avances de la perspectiva de género sobre la mujer en los medios de comunicación digital.

La comunicación digital es un espacio donde este presente una comunicación electrónica con matices de género, ya que el internet es un nuevo medio

¹¹ García, Emilio. (2004), “Los estereotipos de la mujer en la publicidad actual”. [En línea], vol.1, núm. 9. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: http://www.maecei.es/pdf/n9/articulos/los_estereotipos_de_mujer_en_la_publicidad_actual.pdf. Fecha consulta 30 de Octubre del 2014.

donde la información se difunde masivamente y cuenta con una inmediatez que crea formas de pensar y ver la vida.

Esta investigación señala que la mujer e imagen de la mujer en el espacio comunicativo digital es exhibida de una forma negativa, por medio de los estereotipos sexuados, del lenguaje sexista que es usado en los medios de comunicación, y legitima el término objeto, y la imposición de una idea de ser mujer.

La representación de la mujer y de la imagen de la mujer en los nuevos medios digitales pretende mostrar un:

“nuevo entorno tecnológico, donde el feminismo se concentra en legitimar e instaurar políticas de inclusión por medio de la conjunción positiva de las imágenes, palabras y expresiones de diversas índoles. Por lo cual, cabe señalar que el “ciberfeminismo” es un reflejo de los nuevos horizontes que teorías y praxis feministas se ven inducidas a concebir en respuesta de las demandas de las nuevas “tecnoculturas”. Sin embargo este concepto designa una polaridad al género, y así poder erradicar la discriminación femenina”.¹²

Por otra parte la tesis doctoral de Florencia Rovetto Gonen sobre *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información actual*. Pretende detectar “la presencia o composición equilibrada con que la ley orgánica para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres (LOIEMH) trata de asegurar una representación suficientemente significativa de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida social”¹³. Para lo cual este trabajo profundiza en la problemática del trabajo de la mujer y la representación de la misma frente a los medios de comunicación.

La idea del contexto del análisis de esta tesis doctoral es un concepto llamado discurso androcéntrico que representa la mirada de la realidad informativa y sitúa el sujeto en relación con lo hegemónico.

Sin embargo existe una crítica del androcentrismo que Marta Bach menciona el “uso indiscriminado del género masculino produce un ocultador, invisibilizador

¹² Ureta, Ainara. (2005), “La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet”. [En línea], vol.11, *revistas científicas complutenses “estudios sobre el mensaje periodístico”*, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110375A>. Fecha de consulta 18 de Octubre del 2014.

¹³ Rovetto, Florencia. (2010), *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información actual*. Tesis Doctoral. Disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4217/frg1de1.pdf;jsessionid=D0A63C86763306CFB4FE0B5C0BE7ADA5.tdx2?sequence=1>. Fecha de consulta 2 de noviembre del 2014.

de las mujeres, sobre todo cuando hay otras opciones para elegir que realmente incluyan a la población femenina”¹⁴. De acuerdo a sus capacidades ideológicas y laborales que la mujer puede fungir.

Otra investigación de los autores Mieke Ceulemans, Guido Fauconnier, presentan *La imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social compilación y análisis de los documentos de investigación, nos muestra como son los roles y la representación de la mujer en este ámbito de la comunicación como un reflejo cultural*, mencionan que la imagen funciona como productora de valores, sin embargo esta cuestión parte de la crítica desde el enfoque social y la comunicación. Donde el papel que juegan los medios de comunicación es el reflejo de la realidad y, esto genera que los estudios de investigación tengan una profundidad para analizar, el espacio de la imagen de la mujer y su participación, en la creación de mensajes desde el contexto político, socio-económico y cultural del momento para ver:

“la forma en que están representadas las mujeres en los medios de comunicación es el resultado de una interacción de fuerzas que moldean la realidad social. Una de estas fuerzas sociales son los medios de comunicación. Estos medios son los que producen sistemas de mensajes y símbolos que crean o estructuran las imágenes predominantes de la realidad social afectando así el proceso de cambio social.”¹⁵

Así la imagen femenina en los medios de comunicación es construida a partir de la imagen social de la mujer, pero siempre predominando la ideología dominante de los medios de comunicación que crean los contenidos de información con opinión sobre lo real.

La postura de la mujer por la lucha de “igualdad de derechos y reconocimientos de idénticas capacidades intelectuales, la construcción de un imaginario social nuevo, en el que reflejan nuevos papeles y las nuevas tareas asumidas por las mujeres”¹⁶.

Es fragmentada por las concesiones de los roles y los estereotipos que van más allá de una realidad compuesta y se conjugan en la realidad de las

¹⁴ Rovetto, Florencia, (2010), ídem.

¹⁵ Mieke Ceulemans, Guido Fauconnier (1981), *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social compilación y análisis de los documentos de investigación* Departamentd de Ciencia de la Comunicación Universidad Católica de Lovaina. Disponible en: <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf>. Fecha de consulta 3 Noviembre del 2014.

¹⁶ Ídem.

funciones sociales en reconocer la identidad de la mujer, que es impactada por los estereotipos donde se sumerge la misma mujer al imaginario colectivo.

2.2 Aportes sobre las redes sociales

En este apartado se hablará sobre algunas de las investigaciones y los aportes que se han realizado sobre las redes sociales digitales, vistas como nuevos medios de comunicación virtuales.

El conocimiento que aporta la tesis *Las redes sociales virtuales y los adolescentes ¿Facebook un medio para mostrarse?*, de la autora Copello Scacco, Adriana Emilia, es importante pues su objeto de estudio es comprender el fenómeno de Facebook en los adolescentes y su relación con su proceso de desarrollo, lo cual permite conocer más sobre la red social, y como es que promueve la comunicación dentro de las sociedades virtuales, para que los usuarios interactúen a través de la forma escrita y esencialmente por medio de las fotografías para dar mensajes a otros.

Así mismo esta investigación versa sobre la fotografía y permite ampliar el panorama de investigación de los memes con la imagen femenina, pues el meme parte de imagen fotográfica en la mayor parte de su producción.

El aporte de la psicología para esta tesis de Licenciatura, cuenta con dos características importantes:

- Uno: muestra a los usuarios en una relación dentro de nuevas formas de interactuar a través de la red social Facebook y comprende la rápida masificación, la difusión y la aceptación de los sujetos a partir de formas de pensar que son aceptadas entre ellos dentro de su espacio social-virtual, es decir, “el medio en el que se desarrolla el hombre es, el medio simbólico. Al cual se lo representa o identifica con el lenguaje, pero el lenguaje no se agota en lo simbólico, ya que, también incluye lo imaginario y lo real.”¹⁷

- Dos: la metodológica que es utilizada para la realización de la investigación es de orden cuantitativo y ayuda al conteo de las imágenes fotográficas.

El estudio central del artículo *“El caso de la red social Pinterest: representación propia y coleccionismo virtual a través de imágenes”* es analizar la red social

¹⁷ Copello Scacco, Adriana Emilia. (2011), *Las redes sociales virtuales y los adolescentes ¿Facebook un medio para mostrarse?* Tesis de licenciatura. Disponible en: http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/268/tesis-1567-las.pdf. Fecha de consulta 30 de septiembre del 2014.

desde un punto de vista sociológico como es descrito por Erving Goffman a partir de las “interacciones de las personas como usuarios de la red social Facebook van adoptando un rol característico éste y de igual manera ver cuáles son las herramientas que utilizan para reforzar su identidad en la vida virtual.”¹⁸

Este estudio parte como tema central la fotografía que es un referente singular que hace visible a los usuarios de la plataforma Pinterest, ya que los usos de la fotografía es la identidad, y citando a Barbosa “Actualmente los individuos necesitamos expresar singularizadamente más que nunca nuestra identidad. Buscamos unos referentes que nos diferencien fuertemente, que nos singularicen respecto de los demás. Aunque, como contradicción, a la larga nos mimetizan”¹⁹

Por otra parte las palabras claves de este artículo son: comunicación digital, identidad individual e imagen, aportan conocimiento para comprender la función de la fotografía en las redes sociales; además cuenta con una muestra para construir una metodología a partir de la etnografía digital.

La siguiente tesis de Maestría de José Edgas titulada *Nuevos usos sociales de la fotografía. Formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales*, presenta un análisis para comprender cuales son las herramientas icónicas connotativas que producen en los jóvenes la construcción de personalidades a través de las fotografías, partiendo de un contexto de lo público a lo privado, dentro de la sociedad virtual.

Examinando la posición que propone Edgas es partir de lo antropológico analizando la cultura de masas a través de la percepción fotográfica que facilita la apertura a nuevos vínculos culturales por medio de la interpretación que cada usuarios de la red haga de ella.

Por otra parte el uso de estas fotografías como menciona Edgas es un recurso de ritualización, dado que la “fotografía digital es inmediata a la mirada de los usuarios y por sí misma representa una imagen congelada y se visualiza una

¹⁸ Barbosa, Mariona (2013), *El caso de la red social Pinterest: representación propia y coleccionismo virtual a través de imágenes*. en línea. Núm.122, Revista de comunicación Vivat Academia, Universitat de Lleida. España. Disponible en: <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/13/14>. Fecha de consulta 3 de octubre del 2014.

¹⁹ Ídem.

porción de la realidad y sus cualidades”²⁰. Es por eso que sólo expresa un punto de la realidad concebida.

Esta investigación brinda un recurso para saber acerca de la imagen fotográfica, del uso de autores que ayuden a explicar la función de la imagen y de su análisis, de igual manera presenta el desarrollo y aplicación de una técnica metodológica de análisis virtual.

2.3 Lenguaje digital

El lenguaje digital funda sus conocimientos en el desarrollo de la ciencia y la tecnología en un complejo desarrollo de sistemas en la comunicación digital reconoce que desde mediados del siglo XX parte de la vida social se concentra en la tecnología, por lo cual lo político, lo económico, lo cultural y lo social se desenvuelven en un sistema variable, que se va adentrando cada vez más en un:

“lenguaje digital”, está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos: Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez que ésta les da forma a ellas.”²¹

La imagen tiene un valor nocivo en la moral y la ideología social, por lo cual estos cambios sociales se están masificando los procesos tecnológicos e interpretando a Castell estos procesos han sido difíciles ya que la condición de la mujer se ha desarrollado en una disminución del patriarcado, esto se puede ver en algunas sociedades:

“así, en buena parte del mundo, las relaciones de género se han convertido en un dominio contestado, en vez de ser una esfera de reproducción cultural. De ahí se deduce una redefinición fundamental de las relaciones entre mujeres, hombres y niños y, de este modo, de la familia, la sexualidad y la personalidad.”²²

²⁰ Edgas, José (2009). *Nuevos usos sociales de la fotografía: formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales*. Tesis de Maestría. Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/457>. Fecha de consulta 26 de Octubre del 2014.

²¹ Castells Manuel. “La era de la información”. *Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1 México siglo XXI 1996. Disponible en: <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inac3/castellsm.pdf>. Fecha de consulta 15 de Octubre del 2014.

²² *Ibíd.*

Teniendo en cuenta que la revolución tecnológica permitió difundir las culturas sociales en el mundo desde que se infiltró en las actividades de las personas. Hay que mencionar que Scolari a partir de su libro *Las Hipermediaciones Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* nos permite hablar de la evolución de las interfaces y de la transformación de la Web, donde se centran los medios digitales interactivos y las redes sociales que permiten la interacción de los usuarios desarrollando una comunicación interpersonal, sin la necesidad de la confrontación cara a cara de los cibernautas.

Por otro lado la comunicación de los grupos y sujetos sociales digitales permite la observación cultural e intercambio simbólico, que son formas de interpretación y representación de los procesos de la interacción digital que Según Thornton Caldwell, “«teorizar la cultura digital no significa simplemente examinar cómo los teóricos han articulado y descrito sus efectos. También significa prestar atención al proceso según el cual la misma teoría es una práctica cultural, producida y que circula dentro de comunidades profesionales específicas»”²³

Cabe destacar que se encuentra en un conflicto por que el lenguaje de la comunicación o el discurso no solo se centran en el significante o el significado, también parte del contexto.

²³ Scolari. Carlos. (2008). *Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, Barcelona, p 33.

2.4 Aportaciones sobre el análisis de la imagen

En este apartado se hablará sobre algunas investigaciones y los aportes que se han realizado para comprender la estructura de la imagen y sus funciones.

En el artículo *Cuerpo Privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital*, de la revista *Dialectología y Tradiciones Populares*, permite comprender el enfoque de la semiótica en el estudio de la fotografía en el desencadenamiento de la sociedad virtual del internet, a través de un contexto donde se narra la vida personal de cada persona por medio de las fotografías. Así mismo la imagen fotográfica pretende destacar una práctica lúdica, creativa y exploratoria, considerando que la fotografía digital es base de la llamada cultura digital que tiene como característica principal el aspecto de construcción de la identidad, como un carácter social del cuerpo y esto lleva a una popularización tecnológica.

En relación con internet se mantiene como un medio de comunicación, donde la fotografía del cuerpo es el interfaz entre la persona y la imagen, y así nace una construcción de la realidad de los usuarios en esta práctica y en el medio. Por otra parte la retórica de la imagen de Roland Barthes debate la semiología de la imagen y pone en juicio la naturaleza lingüística de la misma ya que se considera la resistencia al sentido mítico de la vida, como la representación de la misma., aun cuando la imagen pueda carecer de un límite de sentido, se puede observar desde la ontología de la significación, y encontrar tres elementos dentro de la imagen: a) se presenta un mensaje lingüístico, b) un mensaje icónico codificado y c) un mensaje icónico no codificado.

En el mensaje lingüístico de la imagen se encuentran dos funciones: el anclaje y el relevo, que es la relación de la imagen, donde “aprender a encontrarle sentido a los sistemas icónicos evidentes en los despliegues por ordenador, en los que intervienen todas las combinaciones de signos, símbolos, imágenes, palabras y sonidos”²⁴, la hacen ser polisémica.

Por otro lado Roberto Aparici en su libro *La imagen Análisis y representación de la realidad* menciona que el texto visual se manifiesta a partir de la

²⁴ Aparici, Roberto. (2009). *La imagen Análisis y representación de la realidad*. Gedisa, Barcelona, p 76.

integración de signos, es decir, “un texto es una composición de signos con una intención comunicativa que adquiere sentido en un contexto determinado. Estos signos pueden ser de diferente naturaleza: visuales, sonoros, etc.”²⁵

La relación que tiene la imagen con el texto adquiere diferentes funciones que distorsionan la manera en que se puede ver la imagen, pues afecta el sentido y la lectura de la imagen con el texto.

Sin embargo el texto con la digitalización cumple una característica fundamental sobre el impacto visual como menciona Aparici el texto escrito digital tiende a hacer una escritura no secuencial, pero permite que el lector le dé movimiento al texto.

Es importante reflexionar a partir del análisis y la lectura de la imagen, con un punto de vista crítico de los medios y las tecnologías de la información, ya que las personas manejan un sistema complejo para crear significados y esto se puede aplicar desde semiótica.

2.5 Los memes en Facebook

En el siguiente apartado se hará mención a dos tesis que aportaron datos importantes sobre la interacción y circulación de los memes en la red social Facebook.

En este trabajo de investigación *La representación y la construcción de la identidad de los jóvenes a partir de la fotografía del perfil en Facebook y álbumes de fotos, analiza un objeto de estudio que indaga sobre las representaciones y la construcción simbólica de los jóvenes en Facebook*, y en relación con el análisis de la imagen realiza las siguientes aportaciones:

- La configuración del yo virtual, donde el sujeto debe contemplarse a través del otro.
- las fotos son constructoras de la identidad como claro ejemplo de la representación social

Los memes son representaciones y construcciones simbólicas de la identidad y son una pauta para validar un consumo dentro de la red en tiempo, en moda, en versatilidad que genera un impacto transmitido, y es aprobado por un like.

²⁵ Ídem

Por otro lado el autor Lozano parte del eje de comunicación publicitaria y realiza la investigación *¿Qué factores en el contenido de las piezas gráficas de la campaña “Yo digo No” determinaron que estas fueran tomadas y re-elaboradas por los usuarios de las redes sociales, para realizar “memes” ?*, la cual permite desplegar el tema de los memes a partir de la teoría de la mimética, que expone este documento y explica una definición concisa del concepto meme "en base a una disciplina académica: la mimética. En ella, se define a los memes como unidades básicas de información, las cuales son transmitidas entre los individuos por medio de la imitación, y conforman la base de nuestra cultura".²⁶

En ese sentido la dimensión cultural de nuestra existencia tiene que ver con:

“(la lengua con la que nos comunicamos, nuestras costumbres, en general, nuestra forma de comprender el mundo) está determinada por los memes que hemos ido adquiriendo a lo largo de nuestras vidas; de una forma similar en la que los genes determinan la dimensión biológica de nuestra existencia (número de extremidades, forma de nuestro cuerpo, forma de nuestro cerebro, etc.) (Dawkins, 1976). Y la segunda definición de “meme hace referencia a una pieza de contenido, conformada por una imagen y un texto, de carácter normalmente cómico, y que es difundida en las redes sociales.”²⁷

Lo que propone la teoría son 10 características por la que un meme es popular: coherencia, novedad, simplicidad, utilidad, individualidad, notoriedad, expresividad, formalidad, infectividad, conformidad y utilidad colectiva.

Por otro lado John Brockman en su libro *Cultura* parte del concepto de meme a través de la cultura por medio de la evolución de la misma, mediante movimientos, acciones y reacciones de un agente en específico, señalando que este enfoque viene de la biología y su desarrollo en la evolución.

Cabe señalar que Dawkins fue el primero en dar información acerca del meme como un gen de transferencia cultural. Pues el meme es como un parasito que contiene caracteres culturales con un valor de replica que se clasifican en tres categorías:

- parásitos: por que abarca el centro de atención.
- Comensales: la atención es neutra.
- mutualistas: la atención se centra en el emisor y el receptor.

²⁶ Sánchez, Carlos. (2014). “Publicidad política y los memes de internet: el éxito de la campaña “yo digo no” en las redes sociales”. Art. de investigación para tesis. Disponible en: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT13-Sanchez-Lozada.pdf>.

Fecha de consulta 22 de octubre del 2014.

²⁷ Ídem

De tal forma que “la teoría de los memes no solo crea puntos de vista nuevos para entender los patrones culturales, sino que proporciona la base sobre la que responder una pregunta que deja sin resolver el modelo tradicional de evolución cultural.”²⁸

En conclusión la elaboración de este capítulo permite ampliar el panorama la representación de la imagen de la mujer en los medios de comunicación, los aportes sobre las redes sociales y sobre el tema de los memes que se han realizado anteriormente, y proponen referencia de autores, de conceptos y de teorías que son propicias para construir una aproximación sobre el tema que se aborda en esta tesis.

²⁸ Brockman, John. (2012), Cultura, Critica, España, p14

Capítulo 3

De los medios de comunicación tradicionales a los medios digitales, la imagen de la mujer presente en los memes de la red social Facebook

Existe una brecha entre los medios tradicionales creadores de ideologías, con respecto a los medios digitales que son una fuente emancipadora de información digital los cuales tienen la oportunidad de ser manipulados por los usuarios del ciber- espacio y con ello los medios digitales han crecido.

Frente al fantasma de los medios de comunicación tradicionales, la tecnología sigue avanzando en el mundo, y esto, a su vez ha desentrañado la apertura del desarrollo de nuevas teorías sobre los nuevos medios digitales. Pues hablar sobre estas nuevas teorías permite ver un amplio panorama de lo digital, sin dejar de lado la teoría de comunicación de masas pues esta produce una identidad más o menos diversificada de patrones, que vincula conversaciones sobre cierto objeto o proceso donde se producen intercambios simbólicos culturales que posibilitan los procesos de interpretación. Dichos procesos de interacción son lo que se comprende como comunicación.

Para poder hablar de los nuevos medios de comunicación se debe conocer, el significado de comunicación, lo cual es una forma apropiada para entender los procesos de la misma. Para ello se propone la siguiente definición de Greimas, “la comunicación sólo es una sucesión de malos entendidos”²⁹, es decir, da lugar a un sin fin de errores, dentro del discurso que se desarrolla en cuanto al signifiante y al significado, dando un espacio donde se produce una distorsión de la significación.

Existe una infinidad de definiciones para el concepto de comunicación, que surgen de las ciencias de la comunicación, y nacen en el S.XX, en los Estados Unidos de América, donde se le incorpora una extensión de las ciencias exactas infiriendo a una nueva perspectiva llamada cibernética, sobre un contexto apresurado de la mundialización y la reorganización de lo académico.

Esta palabra comunicación ha sufrido una serie de cambios en su semántica ya que erosiona en múltiples fenómenos. Donde muchos pensadores e investigadores la desmenuzan, y la resurge en un concepto puro. Un ejemplo es el filósofo mexicano Arrigo Coen que precisa este término desde lo filosófico y lo explica desde el vocablo del latín en un marco polisémico.

Es por ello que se toman tres definiciones que se ajustan a este proceso global de la comunicación, y en primer lugar se toma la definición que propone

²⁹ Scolari. Carlos. (2008), Op cit, p p 35.

"proceso de transferencia y comprensión de conocimientos dentro de un marco de una búsqueda común; siendo ésta la generación y creación de conocimiento"³⁰. Donde el referente de la comunicación se da gracias a la relación de un emisor y un receptor dando sentido de comunicar, que fluye en una dirección y el mensaje emite una respuesta del receptor.

Por otro lado Duarte señala que:

“: ... el sentimiento de compartir es lo que define la comunicación, es construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera. El entendimiento común no quiere decir concordancia total con los enunciados envueltos en el intercambio. El entendimiento puede ser la conclusión de las conciencias que discrepan de los enunciados una de otra. El lenguaje despunta, entonces, como objeto cultural de percepción del otro. El lenguaje se convierte en el plano en el cual la zona de encuentro puede ser diseñada mediante el diálogo.”³¹.

Sin duda alguna hay algo más que un vínculo verbal entre las palabras señaladas.

Por otra parte Galindo sugiere que dentro de la palabra comunicación se reconozca “una acción, un proceso, estado, poner en común, intercambiar o compartir”³². En este sentido el término de comunicación entreteteje varios elementos que se utilizan para poder decodificar y codificar un mensaje, sin olvidar que estas características surgen de la noción de distintas disciplinas, ya que el mismo contexto global de la palabra lo amerita.

Dentro de la comunicación y los medios masivos es importante destacar que en su estudio existe un nivel y un tipo de observación que se enfoca en la interacción social e individual que se da en cada nivel de comunicación. Sin embargo esta categoría no ayuda a enfrentar la complejidad de los fenómenos de la comunicación oral, interpersonal, no verbal y de masas, pues es

³⁰Ray, Birdwhistell. (2010). “Antropología de la gestualidad”. Disponible en http://www.cseiio.edu.mx/biblioteca/libros/expresionydesarfisico/antropologia_de_la_gestualidad.pdf. Fecha de consulta 20 de Abril del 2015.

³¹Brönstrup, Celsi; Godoi, Elena; Ribeiro, Anely. (2007), “Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional Signo y Pensamiento”, vol. XXVI, núm. 51, julio-diciembre. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>. Fecha de consulta 30 de Mayo del 2015.

³²Galindo, Jesús. (2002), “Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica”. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/27392681_Notas_para_una_comunicologia_posible_Elementos_para_una_matriz_y_un_programa_de_configuracion_conceptual-teorica. Fecha de consulta 18 de Mayo del 2005.

importante destacar estas diversas formas que parten del estudio y se injerta en un mundo virtual.

A partir de la era de la digitalización, mejor llamada *la revolución científica* se abre una nueva forma de comunicación entre los seres humanos, y el acercamiento entre la tecnología y los medios de comunicación de masas, crea un nuevo orden tanto social, como productivo, generando industrias, perfiles y modelos económicos, ampliando las formas comunicativas, donde se segmentan los contenidos.

Dentro de esta llamada revolución se ha visto un cambio en el ámbito de las telecomunicaciones haciéndolas más flexibles y multidisciplinarias girando alrededor de la inmediatez. Es por ello que Lev Manovich menciona que “va más allá otorgando a esta revolución mediática una mayor intensidad y envergadura, capaz de desplazar el universo cultural de una sociedad hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador”³³, que por supuesto el fortalecimiento de una sociedad donde la idea del consumo y la apropiación forman una organización en la cultura cotidiana a través de la tecnología.

Las tecnologías han tomado un papel transformador logrando transmitir información que facilita la lectura de los mensajes, esta información se sumerge e influencia a los cibernautas para que sean capaces de interpretar, o bien de re-definir lo ya existente, pues la dirección de la interiorización lleva a un sistema de vida humana en un espacio de atribución del mismo y se sitúa en reconocer y replantear lo cultural a través de la producción de los medios de comunicación digitales.

En los medios digitales el usuario deja de ser receptor como en los medios tradicionales y pasa hacer un personaje activo, que es capaz de elegir su participación de acuerdo a sus intereses, como menciona José Luis Orihuela son prosumidores, pues no sólo se convierten en consumidores de los medios interactivos, sino que participan produciendo contenidos. Y de acuerdo a la industria cultural, el cibernauta difunde material condicionando los contenidos, y la reproducción, como el consumo dentro de la tecnología, y esto ofrece una

³³ Scolari, Carlos, (2008), op cit. pp 33.

ruptura estructural de la producción y la recepción, así los individuos toman en su disposición los contenidos y los fabrican.

Por otro lado la teoría de comunicación de masas no es capaz de explicar los cambios que se generan en las instituciones mediáticas, las audiencias y el sistema de los mensajes; así mismo la teoría mediática de Scott Lash consolida la comunicación en un campo dentro del discurso y la representación sobre las comunicaciones digitales. Sin embargo no todas las teorías de la comunicación de masas explican los cambios sociales enfrentando un desafío de la siguiente manera:

- “Los medios tradicionales están sufriendo una transformación en una escala de forma y expresión que se puede resumir en el concepto de *convergencia*.
- El modelo clásico de los medios masivos (uno-a-muchos) es desplazado por las nuevas formas reticulares e interactivas de comunicación (muchos-a-muchos).
- Las conductas de los poderes económicos que controlan los medios llevan a un progresivo desentendimiento de las funciones sociales de los mismos.
- Las audiencias se están transformando de manera muy rápida.
- El lugar tradicional de consumo mediático, la familia, está sufriendo fuertes transformaciones que terminan por influir en los procesos de interpretación.
- La digitalización y la pervasividad de las redes están redefiniendo la vida hogareña.”³⁴

De este modo las redes sociales y las nuevas teorías de comunicación digital, ejercen un impacto fuerte a las viejas teorías de comunicación.

3.1 Conceptualización de las redes sociales

Para Manuel Castells una sociedad red es:

"una estructura social está compuesta por redes potencia dadas por tecnología de información y comunicación. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación de la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder, expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura. Una red es un conjunto de nodos interconectados.”³⁵

Es decir, las redes sociales se originan a partir del espacio del Internet, que es la matriz donde se fecundan todas las redes virtuales en el mundo.

³⁴ Scolari, Carlos, (2008), op cit, p. 55.

³⁵ Castells, Manuel. (2004), “La sociedad red”. Dispone en: http://www.fing.edu.uy/catedras/disi/Mat.%20politicas/LaSociedadRed_Manuel_CastellsI.pdf, fecha de consulta 10 de marzo del 2015.

Para muchos investigadores estudiosos del fenómeno se ha convertido en un "fenómeno de masas", y a partir de los avances tecnológicos han tenido un crecimiento constante en la creación de las redes sociales. Existen aspectos que a través de la comunicación es interesante analizar con base a su contenido, a las estructuras de los mensajes, las imágenes, la música, entre otros. Esta nueva forma de comunicación involucra a los actores de la red dentro de su expansión virtual, pues cada sujeto se integra a una red social digital, como lugar de encuentro de los amigos, familiares, o personas con un interés en común.

Las redes sociales implican un paradigma de la comunicación digital como medio por el cual se crean culturas, dado a que el Internet es una plataforma donde se almacenan muchas características individuales y colectivas de los usuarios formando conocimientos creativos, gracias a los elementos que proporciona esta plataforma, y siguiendo a Castells "la fuerza de las redes sociales radica en su flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de auto-reconfiguración"³⁶, es decir, la peculiaridad que tienen las redes sociales es integrar nuevos actores, nuevos contenidos dentro de una organización social tecnológica de la información y la comunicación como herramienta que sirve para poder desplegarse y trascender en una forma organizada de interacción social.

Por otra parte para entender los elementos que componen las redes sociales, Castells define tres elementos:

- "Flexibilidad: las redes pueden configurarse en función de los cambios en el entorno, manteniendo su objetivo aunque varíen sus componentes. Son capaces de rodear sus puntos de bloqueo en los canales de comunicación para encontrar nuevas conexiones.
- Adaptabilidad: pueden expandirse o reducir su tamaño con pocas alteraciones.
- Capacidad de supervivencia: al no poseer un centro y ser capaces de actuar de una amplia gama de configuraciones, las redes pueden resistir ataques a nodos y a sus códigos, porque los códigos están contenidos en múltiples nodos que pueden reproducir las instrucciones y encontrar nuevas formas de actuar."³⁷

Estas tres definiciones que el autor propone son importantes en el contexto de las redes sociales, pues la flexibilidad permite que los cambios sociales, dentro de lo virtual sean más notorios y a su vez los usuarios determinen si aceptan el

³⁶ Manuel, Castells, (2004). Op cit.

³⁷ Ídem

entorno comunicacional o no lo acepten, es decir, que se reproduzcan las formas de comunicación dentro de la red.

Es por ello que William Mitchel menciona que la evolución de la tecnología de la información y de la comunicación es un proceso en expansión y crecimiento, que se caracteriza por la proliferación de unidades sociales que interactúan sin importar el tiempo.

Por otro lado Burnett y Marshall interpretan la comunicación por medio del Internet señalando que se ha dejado de concebir a los ordenadores como máquinas pensantes para considerarlos dispositivos de comunicación. De aquí nace la palabra digitalización que es un proceso a través el cual los textos se envían a largas distancias, sin que se pierda su información, y citando a Negroponte:

“la digitalización de los medios de comunicación << crea el potencial de un nuevo contenido originado a partir de una combinación totalmente nueva de fuentes>> (1995:33). La conversión de los textos en un formato digital facilita no sólo la reproducción y distribución sin pérdida de la calidad, sino también la fragmentación, manipulación, combinación y recomposición de sus elementos.”³⁸

Así mismo la digitalización fue el principio que permitió una nueva forma de comunicación.

Por otra parte, antes de comenzar a profundizar en la cuestión del concepto de las redes digitales, es conveniente dar algunas definiciones de red social, tomando en cuenta los siguientes conceptos de estos autores:

Carlos Lozares define red social “como un conjunto de actores individuo bien definidos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc., que están vinculados unos a otros a través de un o un conjunto de relaciones sociales.”³⁹

James Mitchell dice que la red social es “un específico conjunto de lazos entre un definido conjunto de personas, con la propiedad adicional de que las características de esos lazos como un total pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas.”⁴⁰

³⁸ Scolari, Carlos (2008) op cit. p. 82.

³⁹ Lozares, Carlos. (1996), “Teoría de las redes sociales”. *Revista de sociología*. Vol. 48. Disponible en: <http://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>. Fecha de consulta 5 de Marzo 2015.

⁴⁰ Ídem

Por otra parte John Arundel Barnes y Nadel Siegfried Frederick, describen que la red social es un “conjunto de lazos que vinculan a los miembros del sistema social a través, y más allá de las categorías sociales y los grupos cerrados”⁴¹

Dadas estas definiciones se puede decir, que una red social es un conjunto de lazos o actores sociales que se vinculan interactúan a través de objetivos en común, sin embargo no todas estas anteriormente mencionadas cumplen con las características esenciales para el término que hoy en la actualidad implica ampliar el uso de esta categoría en las nuevas formas de interacción que están mediadas por el Internet.

Pero existen otras definiciones para la categoría de red social digital, que son comunidades virtuales y los siguientes autores explican este concepto:

Para Boyd y Ellison una red social “se define como un servicio que permite a los individuos (1) un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que compartan una conexión, y (3) ver y correr su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema”⁴²

Las características de estos vínculos como un todo tienen la propiedad de proporcionar interpretaciones de la conducta social de los actores implicados en la red. Esto quizás tenga que ver con que la tecnología es un objeto del discurso donde se mezcla la cultura, el conocimiento y el poder, y por sí mismo esto permita que la interacción resignifique a la tecnología. Por ello hay que recordar que existen numerosas formas de comunicación: interpersonal, grupal, masiva, y esto dentro de la comunicación digital se intercala con el contexto de uno a muchos participantes de la comunicación de masas.

Por otro lado la tecnología abre paso al concepto de cibermedios, es un término que se refiere a los medios presentes en el internet, que según la Real Academia Española refiere a “<<un ámbito artificial creadores por medios informáticos>> y el cibernauta es la <<persona que navega por los

⁴¹ Crovi, Dalia, López, María, López Roció. (2009), *Redes Sociales: Análisis y aplicaciones*. Disponible en: https://comunepersoal.files.wordpress.com/2013/02/s021000404_1308220855000.pdf. Fecha de consulta 12 de Marzo del 2015.

⁴² Boyd, Danah M. y Nicole B. Ellison (2007), “Social network sites: Definition, history, and scholarship” en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), artículo 11. Department of Telecommunication State University, Information Studies, and Media, Michigan State University. Documento. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Fecha de consulta 13 de abril del 2015.

ciberespacios”⁴³, y es conveniente tener claros estos conceptos pues es una forma para explicar que el emisor de contenidos utiliza la mediación a su voluntad, porque usa un lenguaje multimedia que a su vez es interactivo e hipertextual, que se actualiza y se publica dentro de la red.

Es por ello que esta nueva experiencia en la tecnología se centra en los intercambios simbólicos, por que el usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos en un determinado desarrollo y evolución, que existe en el interior del mismo, ya que el “contenido es el medio de la identidad, la multimedia es el nuevo lenguaje, el tiempo real es le dominante, donde el hipertexto es la gramática y el conocimiento el nuevo nombre de la información”⁴⁴, según Orihuela a esto le llama las nuevas formas de comunicación, las que están centradas en la tecnología digital, y aparece un intercambio simbólico dentro del eje de los procesos de la comunicación.

Para ello el Scolari se concentra en las transformaciones que sufre el entorno de la comunicación, así mismo dentro de los estudios culturales y propone algunos conceptos pertinentes para poder definir nuevos conceptos dentro de lo digital, como la interactividad, la virtualidad, la dispersión, la hipertextualidad, por otro lado, dentro de la tradición cinematográfica encontramos la representación digital, la modularidad, la automatización, entre otros, por otra parte desde la ciber-filosofía se consideran la hipertextualidad, la interactividad, la virtualidad y la conexión y por último la semiótica habla de multimedialidad, no secuencialidad y navegación, estos conceptos se podrán apreciar en la siguiente tabla :

⁴³ Scolari, Carlos. (2008), op cit. p 74.

⁴⁴ Scolari, Carlos. (2008), op cit. p 76.

DeKerkhove (1997)	Lister et al (2003)	Manovich (2001)	Bettetini (1996)
Hipertextualidad	Digitalización	Representación digital	Multimedialidad
Interactividad	Interactividad	Variabilidad	No secuencialidad
Virtualidad	Virtualidad	Transcodificación	Navegación
Conexión	Dispersión	Automatización	Hipertextualidad
Modularida			

Fuente: Scolari. 2008, p 78

Sí bien con la tabla se puede apreciar que muchos de los términos se repiten en las propuestas teóricas, Scolari menciona que la diferencia a los nuevos medios de comunicación son:

- Transformación tecnológica (digitalización).
- Configuración muchos-a-muchos (reticularidad).
- Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad).
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad).
- Participación activa de los usuarios (interactividad).

Todos estos elementos conducen interpretarse de diferentes sentidos dentro del sistema donde se intercambian mensajes y así se produzca una interactividad en las comunicaciones de sujeto a sujeto, y el reciprocidad de sujeto a dispositivo, produciendo una reapropiación y apropiación entre las personas y los ordenadores, en el aspecto que la digitalización ha beneficiado a la información en todos los sentidos como lo pueden ser imágenes, sonidos, palabras, textos, sin embargo las hibridaciones en los lenguajes y los medios van más allá de expresar la complejidad del fenómeno de las hipermediaciones, ante ello dedico el siguiente apartado.

3.2 La reapropiación digital

Es el proceso de la creación textual que ha sido sometido a modos de producción que pertenecen a otros textos o documentos como pueden ser pinturas, películas, fotografías, libros o hasta piezas musicales.

Sin embargo la referencia que se tiene de lo textual, se mezcla como un elemento artístico que distingue a la cultura de masas y abre paso a la innovación estética de la producción cultural contemporánea, se dice que: “vivimos en una época de re combinaciones; cuerpos re combinados, géneros sexuales re combinado, textos re combinados, cultura re combinada... la combinación ha sido siempre la clave del desarrollo del significado y la invención”⁴⁵, y esto induce a decir que no debemos de dejar de ver que esta combinación es la pauta para el proceso de significados y creaciones.

Por otra el fenómeno de la descontextualización abrió las puertas del arte del S.XX y la re combinación de la cultura de masas, como fue la pintura, el pop art, que han tenido una desenvolvura acelerada gracias a la digitalización, y de acuerdo a esta tecnología digital es sencillo manipular las imágenes, los textos, los sonidos, la fotografía, entre otros, facilitando la re combinación textual como menciona Pierre Levi citado en Scolari, la absolutización del montaje gracias a un control total de su microestructura textual.

Así el hipertexto expone las operaciones de lectura tradicional a procesos interpretativos del lector y, esto hace que sean susceptibles de ser reorganizados por el mismo, que de acuerdo a Levy “el hipertexto propone un repertorio, una matriz dinámica a partir de la cual el navegante, el lector o el usuario pueden crear un texto particular según sus necesidades inmediatas”⁴⁶

Es así como el hipertexto ha evolucionado y se ha transformado en algo creativo y fácil de manipular por los cibernautas concebido a partir de la necesidad de concebir la cultura dentro de las culturas.

⁴⁵ Ibídem, p. 236.

⁴⁶ Ibídem, p. 238.

3.3 La teoría de las Hipermediaciones

La teoría de las Hipermediaciones, ofrece un panorama de la breve historia de la tecnología de cuyo análisis han surgido de teorías de la comunicación, y han marcado ciertos fenómenos en el momento en el cual se presentan, y ayudan a comprender, explicar y analizar algún proceso o un objeto alrededor de las audiencias o los medios de comunicación. Carlos Scolari las ha nombrado Hipermediaciones, las cuales se desarrollaron bajo diversos paradigmas como en el informacional, el crítico, empírico, analítico e interpretativo cultural, y semiótico-discursivo, cimentadas en una matriz teórica (política, sociológica, económica, semiológica, psicológica, etc.), centrándose en una agenda en particular.

Sin embargo los estudios de la comunicación no están asentados en un perfil, puesto que estos se encuentran situados, entre las ciencias sociales y las humanidades, de esta manera se tiene una mirada comunicacional, en el estudio de la comunicación a través de la complejidad del fenómeno y así poder empezar lo comunicacional desde un enfoque multiparadigmático, y poder abrir un nuevo camino y abordar lo socio cultural en lo transdisciplinario, tratando de observar lo que el ser humano comunica en una dinámica colectiva o individual.

De cierta forma existe una incertidumbre teórica donde el contexto debe un hacer frente a la proliferación de la información. Como menciona Scott Lash, “en una época donde la vida social y cultural ha sido saturada por los medios. Ahora, lo que antes era “sociedad” es en igual medida los medios que sociedad. Y lo que era “cultura” es tanto medios como cultura”.⁴⁷ .

Por otra parte el espacio de las Hipermediaciones mejor conocido como ciberespacio tiene una característica simultánea, como de un mundo, un espacio o un lugar, donde en lo virtual está conectado a nudos de la red que los cibernautas tienen que atravesar para llegar a otra red.

Así mismo, en la posición de esta virtualidad existe en un espacio que no es físico sino simbólico, en este sentido el ciberespacio es un lugar donde se puede fomentar y/o transformar la identidad que se juega a la hora de chatear,

⁴⁷ Ibídem, p. 49.

navegar, recibir y enviar mensajes, de jugar, subir fotografías, etc. Esta interacción permite que la identidad se adscriba a identidades adquiridas por la estimulación de la sociedad global. Por su parte el concepto de identidad que viene caracterizada por la modernidad Giménez dice que el:

“advenimiento del individuo (actor, sujeto) como principio central y último de sentido, sobre el cual se fundan los valores, las normas y los intereses que orientan las conductas en todos los ámbitos de las relaciones sociales: v.g., el derecho deber de autorrealización personal, de elegir libremente (ser sujeto de la propia existencia), el derecho al placer (nuestra época proscribía el sufrimiento), el derecho a la propia seguridad, etc.”⁴⁸

Así mismo esta identidad en su aproximación que tiene que ver con quienes somos, dentro de los actores sociales, pero ¿que nos hace diferentes?, la respuesta es la cultura social de cada uno. Esta cultura se ve objetivada en tres categorías: abstracta, concreta y simbólica, ya que Giménez menciona que no existen actores sin cultura y cultura sin actores, es decir, la cultura en primer lugar son todas aquellas costumbres adquiridas por el individuo en la sociedad, segundo es el ir de las costumbres a modos de comportamiento y tercera lo que cabe mencionar en lo simbólico.

Por otro lado Clifford Geertz, define cultura como una “telaraña o estructura” de significados socialmente establecida.”⁴⁹

De manera específica, Giménez define a la cultura como la “organización social de significados interiorizados de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivados en formas simbólicas, todo ello en contextos históricos específicos y socialmente estructurados.”⁵⁰ Este espacio permite observar una resignificación que cimienta las comunidades virtuales y es calculada por los clicks donde se fecundan y nacen las nuevas formas de comunicación y para Scolari el definir las Hipermediaciones “es un trama de procesos de intercambio, de producción, y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular.”⁵¹

⁴⁸ Giménez, Gilberto. (2012), “Cultura, identidad y procesos de individualización”. Disponible en: http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/625trabajo.pdf?PHPSESSID=a2c966a8fe8efdcb3f365f98e8b9225. Fecha de consulta 5 de mayo del 2015.

⁴⁹ Giménez, Gilberto. (2009), “Un recorrido a través del concepto cultura”. Disponible en: http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/estsoc/pdf/estsoc_5/236.pdf. Fecha de consulta 8 de mayo del 2015

⁵⁰ Ídem.

⁵¹ Scolari, Carlos. (2008), op cit. p. 50.

Esta resignificación cultural pone en juego una identidad social y una identidad individual. Así mismo como menciona Giménez:

“la cultura en sentido antropológico y sociológico, aparece siempre ligada a la identidad social en la medida en que esta resulta de la interiorización distintiva y constatable de la misma por los actores sociales, según el axioma, no hay cultura sin sujeto, ni sujeto sin cultura. En este sentido, la identidad no es más que el lado subjetivo de la cultura y se constituye en virtud de un juego dialéctico permanente entre autoafirmación (de lo mismo y de lo propio) en y por la diferencia.”⁵²

Por otro lado si se toma en cuenta la cultura en términos simbólicos, se tendría que ver el movimiento de los significados, y como referencia un significante, y un significado con un signo determinado, que su vez represente la simbolización de un grupo o una sociedad. Aquí se tienen dos posibilidades: uno que los signos desaparezcan o se genere el reavivamiento de nuevos signos que enriquezcan una unidad lo que llamaría Giménez:

“(cambio por innovación) que atribuyan nuevos significados a los antiguos significantes, o un (cambio por reinterpretación o resemantización), que se alteran los significantes sin variar los significados, por consiguiente habría (cambio por transformación o sustitución de la materialidad significante) que se superponga una pluralidad de nuevos significados al significado de base que se mantiene (cambio por adición de connotaciones o estratificación de significados), que se reconviene signos procedentes de diferentes repertorios (es decir cambio por otras culturas), para conferirles nuevos significados globales (cambio por hibridación o sincretismo), que se incorpore al propio repertorio de un signo.”⁵³

Hablar de términos simbólicos de cultura, nos encontramos que esta puede observarse desde muchos tipos de cambios, que van desde la transformación, la reinterpretación, la resemantización, la sustitución, etc., por los cual se puede analizar las variantes dentro de la sociedad y su cultura, a través del significante, el significado, como del signo, que homogenizan un símbolo dentro de la sociedad.

Con ello se presenta el caso de la extraversion cultural, quiere decir apropiarse de códigos culturales ajenos para integrarlos a objetivos o intereses propios, y desde un principio táctico, derivando la construcción de frases personales con la apropiación de sintaxis y los vocablos ajenos, de hecho se condiciona

⁵² Giménez, Gilberto. (2009). op cit.

⁵³ Giménez, Gilberto. (2006). *Teoría y análisis de la cultura*. CONACULTA e instituto Coahuilense de Cultura, Colección Interacciones. México, p.113.

una transferencia de significados, es decir trasladar una práctica, de un texto, o de un símbolo, de un lugar a otro, como sucede en el caso de los memes.

3.4 Teoría de los memes

El meme es un fenómeno que se ha vuelto una tendencia cultural, es por ello que en este apartado se busca profundizar en la relevancia que tienen estos en del mecanismo para convertir la imagen de la mujer en un tema.

El meme tiene muchas definiciones, sólo se tomarán cuatro, que sirvan de apoyo para entender algunas razones de este fenómeno.

La primera hace referencia a la base de una “disciplina académica: la memética. En ella, se define a los memes como unidades básicas de información, las cuales son transmitidas entre los individuos por medio de la imitación, y conforman la base de nuestra cultura.”⁵⁴

Segunda “hace referencia a una pieza de contenido, conformada por una imagen y un texto, de carácter normalmente cómico, y que es difundida en las redes sociales.”⁵⁵

Tercera introducida por Charles Dawkins “describe una unidad de información cultural con efectos en la sociedad comparables a las instrucciones codificadas químicamente contenidas en los genes del organismo humano. El término hace referencia a la palabra griega mimesis, o imitación.”⁵⁶

Y por último “es la unidad mínima de transmisión cultural. El meme pertenece a la dimensión del contagio, de la propagación y la infección. La esencia del meme es la replicación. Cualquier idea, moda o concepción que pasa de una persona a otra por imitación – más allá de su utilidad o función social – es un meme”.⁵⁷

El reto digital sobre este fenómeno de los memes invita a reflexionar sobre las construcciones ideológicas, en un sentido sumergido en la dimensión cultural

⁵⁴ Sánchez, Carlos. (2014), op cit.

⁵⁵ Sánchez, Carlos. (2014), Ibídem

⁵⁶ Csikszentmihaly, M. (2009), *El yo evolutivo: Una psicología para un mundo globalizado*. en línea: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iflATbULRYC&oi=fnd&pg=PA9&dq=yo+evolutivo+una+psicologia+para+un+mundo+globalizado&ots=SzCEgzkrxl&sig=ZGyQiyNNR9HRZ4MWwP5XsgYtnRc#v=onepage&q=yo%20evolutivo%20una%20psicologia%20para%20un%20mundo%20globalizado&f=false>. Fecha de consulta 17 de Marzo del 2015.

⁵⁷ Scolari, Carlos. (2008), op cit. p. 161

con la cual comunicamos y permite la construcción de los memes, que para Dawkins “las ideas, los hábitos y las tradiciones van comunicándose. Así, lenguajes, conocimientos, mitos, ritos, etc., son aprendidos.”⁵⁸

El meme puede experimentar distintas formas, como menciona Arango no necesariamente son lo mismo pues suelen tener elementos de la imitación, la asimilación, la enseñanza o la apropiación, y estos necesitan tres características para que puedan replicarse con éxito a partir de la fidelidad, la fecundidad y la longevidad.

Esta información se transmite de persona a persona, por eso la cultura evoluciona, y se considera dentro de la revolución digital al meme porque cuenta con un proceso dentro de ella y atraviesa por la etapa de innovación, invención y adaptación, que se explicó en párrafos anteriores.

Por otro lado Robert Aunger menciona que los memes sólo existen como ideas que posteriormente se sostienen del comportamiento o de las conductas que comunican. Sin embargo Francis Heylighen en su teoría mimética plantea que el meme cuenta con características esenciales con las cuales toma sentido en la cultura digital donde se puede transmitir cualquier tipo de información que se reproduce en este medio digital ya que su distribución cuenta con un éxito que involucra los elementos: texto e imagen, circulando en las redes sociales.

En el siguiente cuadro se muestran los factores que determinan el éxito de un meme:

1. Coherencia.	El Meme es internamente consistente y no contradice las creencias del individuo.
2. Novedad.	El Meme agrega “algo nuevo” y remarcable, que atrae la atención del individuo
3. Simplicidad	Es fácil de entender y recordar
4. Utilidad individual.	El Meme aporta a los objetivos personales del individuo.

⁵⁸ Arango, Luis. (2014), “Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula”. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación”. (ISBN: 978-84-7666-210-6 – Artículo 1513). Universidad Pedagógica Nacional FES Aragón, UNAM Universidad Simón Bolívar, México. Disponible en: <http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/1513.pdf>. Fecha de consulta 15 de Marzo del 2015.

5. Notoriedad.	El Meme es fácil de ser percibido.
6. Expresividad.	Está expresado en un lenguaje o código de comunicación entendible
7. Formalidad.	La interpretación del Meme depende poco del contexto o del individuo.
8. Infectividad.	El portador del Meme está inclinado a "pasar la voz"
9. Conformidad.	El Meme es apoyado por la mayoría de personas
10. Utilidad colectiva.	El Meme es útil para el grupo, independientemente del individuo

Fuente: (Factores que determinan el éxito de un meme), Sánchez Lozada. 2012.

Estas características del estudio del meme nacen de la creación cultural como una forma de comunicación entre los usuarios y los grupos de las redes digitales porque es multifacético y que se apropia del entorno para poder crearse.

3.5 Del estructuralismo al pos-estructuralismo

El estructuralismo nace en el S. XX, poco después de la segunda guerra mundial, es considerado como una corriente cultural, que caracteriza su objeto de estudio como un todo, y parte principalmente de la lingüística conjugada con otras disciplinas como: la antropología, la historia, la literatura, el psicoanálisis destacando a los psicólogos alemanes J. Volkelt, Wertheimer, Koffka y Kler, los cuales designan los procesos psíquicos como un todo unido y sus elementos no están dispersos, es decir, el principio fundamental en que se basa es una totalidad que contiene, informa y configura una estructura en conjunto, en la cual cada uno de los elementos que la integran padece alguna modificación por pertenecer a la misma. De tal manera que la definición del estructuralismo se cimienta en el concepto de estructura "un complejo de relaciones en el que la dependencia de las partes se caracteriza por sus relaciones con el todo". En efecto, señala que la actividad estructuralista no solamente opera con tales asociaciones porque, como dice Lévi-Strauss: "La tentativa estructuralista de descubrir el 'orden' de los fenómenos no equivale a introducir en la realidad un orden preconcebido, sino que exige más bien una reproducción, una reconstrucción y conformación modélica de esa realidad"⁵⁹ Así mismo el estructuralismo es un proceso que pone en duda al hombre, ya que este obedece a una forma del sistema central de la lengua y esta se reconoce a sí misma en el orden para su análisis estructural. Interpretando a Jakobson la sistematización se establece en seis funciones: primero el emisor determina la función expresiva, el destinatario la función conativa, es decir, la forma del lenguaje que se dirige al destinatario, el mensaje, la función poética (determina las figuras de la retórica), el contexto (es la referencia), el contacto, la función fática (ver si el destinatario aún sigue en contacto), el código y la función metalingüística (verifica si el destinatario y el emisor tienen el mismo léxico). Mientras Brockman menciona que el estructuralismo es "actitud mental, una sucesión regulada de determinado

⁵⁹ Jan M Broekman (1974). "El estructuralismo". Disponible en: En línea:http://www.iifilologicas.unam.mx/anuarioletras/uploads/1978/vol.16_resen%CC%83a01.pdf f. Fecha de consulta 6 de Mayo del 2015.

número de operaciones mentales, una actividad que consiste en descomponer un objeto para luego reconstruirlo de modo tal que las reglas de su funcionamiento aparezcan en dicha reconstrucción."⁶⁰

Foucault lo resume con estas palabras "lo que más profundamente nos penetra, lo que existe ante nosotros, lo que nos sostiene en el tiempo y en el espacio es precisamente el sistema. El yo está destruido, ahora se trata de descubrir el hoy. Hay un ser, un impersonal, un conocimiento sin sujeto, algo teórico sin ninguna identidad."⁶¹

La teoría estructuralista representa una forma de pensamiento metodológico que se basa en los principios de la teoría lingüística de Ferdinand de Saussure, y menciona que la gramática es un modo de distinguir la forma correcta del lenguaje, es por ello que la lengua <<es una institución social>>, mientras que la palabra es un acto individual. La lengua como institución social, es un sistema organizado de signos que expresan ideas: presentan el aspecto codificado del lenguaje. La lingüística tiene por tarea estudiar las reglas de este sistema organizado a través de la cual este produce sentido. Es por ello que el lenguaje es segmentable, es decir, se puede analizar, en tanto oposiciones diferentes que permiten funcionar o significar a la lengua.

La forma en que Saussure aborda esta teoría dentro de sus diferentes cuestiones epistemológicas postula una ciencia llamada semiología, que estudia los signos se compone de un significado y un significante.

Así mismo dentro de esta transdisciplina aparece Leví- Strauss que a través de un análisis antropológico propone un juego de la lingüística.

Roland Barthes en sus estudios establece la definición de la semiología:

"ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social (...) la llamaremos semiología. Prospectivamente (...) tiene como objeto todo sistema de signos cualquiera fuera su sustancia: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los complejos de sustancias que se encuentran en los ritos, los protocolos o espectáculos que constituyen si no verdaderos "lenguajes", por lo menos sistemas de significación."⁶²

Esto abre la puerta al análisis de ciertos elementos fundamentales para el estudio de los medios de comunicación, por ejemplo el mensaje fotográfico,

⁶⁰ Ídem

⁶¹ Ídem

⁶² Zecchetto. V., Dallera, O., Morro, M., Braga, M.L., & Vicente K., (1999). *Seis semiólogos en busca del lector*. La Crujía ediciones, p. 101

mismo que esta constituido por un canal de conjuntos de mensajes que forman una estructura que puede cambiar el sentido de las mismas fotografías, así que el mensaje se puede reforzarse de distintas formas. Este mensaje está constituido de dos fases:

- La primera parte de la lingüística.
- La segunda es la estructura de la fotografía que pertenece a unidades heterogéneas sin poder mezclarse y esto permite que "se ocupen espacios reservados, continuos pero no <<homogenizados>>." ⁶³.

Pero cual sea el destino del mensaje que se produce a partir de las fotografías y fuera de ser un medio o un producto, puede construirse de una autonomía propia, es decir, el sentido en que se construye el contenido del mensaje fotográfico a partir de unidades reales que se segmentan en unidades de signos, permiten la lectura entre la imagen y su objeto, esto implica una analogía, que contiene ciertos elementos como son: el relevo, el anclaje, un mensaje denotado y connotado.

Con esto Barthes propone una tesis llamada "retórica de la imagen" que enfrenta una complejidad dentro de la semiología de la imagen, ya que la etimología de la palabra imagen quiere decir imitación, y esta es una representación análoga. El autor propone estudiar la semiótica connotativa de los significantes mismos que tienen una relación estrecha con la cultura, con ello Barthes menciona que "los connotadores del mundo penetran el sistema. La ideología sería, en suma, la forma de los significados, de connotación, mientras que la retórica sería la forma de los connotadores"⁶⁴

La imagen "es una representación" es absorbida por el ojo y después se desmenuza en una serie de estructuras que llevan a decodificar un mensaje en unidades que permiten analizar el contenido.

Sin embargo existe resistencia por parte de los estudiosos lingüistas sobre la lingüística de la imagen, ya que esta misma abstrae el sentido de la vida, pues la imagen:

⁶³ Barthes, Roland, (1986). *Lo obvio y lo obtuso, Imágenes, Gestos, Voces*, Paidós comunicación, Barcelona, p. 12.

⁶⁴ Zecchetto, et al, (1999), op cit, p. 115.

"es una representación, es decir, en definitiva, resurrección, y ya se sabe que lo intangible tiene fama de ser <<antipático>> con respecto a lo vivido. Así pues la analogía está considerada, como un sentido limitado: unos piensan que la imagen es un sistema muy rudimentario en comparación con la lengua y otros que la significación no es capaz de agotar la inefable riqueza de la imagen."⁶⁵

Barthes considera que dentro de la analogía la imagen existe una simple imitación y se encuentra con una limitante en sentido de su estructura. La significación apertura un análisis para el mensaje que contiene el poder de determinar los atributos de los significados y los signos que facilitan la lectura del mensaje. Refiriéndose a la relación del sintagma que debe estar dotado de un sentido para encontrar las unidades de significación dentro de la naturaleza del signo semiológico. Y es por ello que considera que el signo semiológico se enfrenta al signo lingüístico, y propone, que al igual contiene dos elementos que son el significado y significante.

Dentro de esta tesis estructuralista de la imagen que propone el semiólogo se encuentran tres mensajes: uno el mensaje lingüístico que está acompañado de un signo que juega doble partido con la denotación y la connotación de este mismo.

Sin embargo estos dos elementos surgen a través de un paradigma complejo ya que la connotación pertenece a un sistema primario en el lenguaje humano, es por ello que la sociedad crea racionalidades secundarias para interpretar.

Con esto se dice que lo connotado es un:

"sistema cuyo plano de expresión está construido por un sistema de significación (...), los significantes de connotación que llamaremos connotadores, están contruidos por signos (significados y significantes reunidos), en el sistema denotado. Varios signos pueden formar un sólo connotador siempre y cuando este provisto de un solo significado de connotación."⁶⁶

El texto visual está compuesto de signos y estos tienen la finalidad de comunicar y adquirir un sentido en el contexto determinado, que con relación a una imagen tiene un sin fin de funciones que modifican el modo de ver y leer la imagen, sobre la relación de texto-imagen, Aparicci menciona cuatro formas de relación:

- Acontecimiento en la imagen y acontecimiento en el texto.
- Acontecimiento en la imagen y comentario en el texto.

⁶⁵ Barthes, Roland. (1986), op cit. p.30

⁶⁶ Zecchetto, et al. (1999), p.114.

- Comentario en la imagen y comentario en el texto.
- Comentario en la imagen y acontecimiento en el texto.

Estas cuatro formas mantienen un estrecho contacto entre la imagen, el significado y el texto para poder comprender el mensaje que se está transmitiendo es por ello que la connotación ofrece a la imagen fotográfica una adhesión de un texto y esto implica mantener una relación con tres elementos: el primero, es el texto que compone un mensaje para ayudar a la lectura de la imagen creando varios significados, donde las palabras tienen mayor peso que la imagen, es decir, “la imagen no aparece para iluminar o <<realizar>> la palabra, sino que es la palabra la que aparece para sublimar, hacer más patética o racionalizar la imagen; pero como esta operación se lleva de modo accesorio, el nuevo conjunto informativo parece fundado de forma principal sobre un mensaje objetivo.”⁶⁷ En este aspecto la escritura refuerza a la imagen, engendrado en un proceso de naturalización de lo cultural.

Por otro lado el código de la connotación a través de la cultura, es un elemento donde el ser humano proyecta sus emociones y sus valores, es por ello que la lectura de la fotografía “recuerda a ciertas lenguas ideográficas en las que se mezclan unidades análogas y unidades signaléticas, con una diferencia: el ideograma se siente como un signo, mientras que la << copia >> fotográfica pasa a ser una denotación pura y simple de la realidad.”⁶⁸. Es decir el lector imprime su situación cultural.

El mensaje iconográfico es la estructura del mensaje verbal y duplica la composición de la imagen, y el contenido se amplía en un conjunto de connotaciones, que a su vez el texto crea nuevos significados, porque la fotografía se verbaliza y es captada por un metalenguaje (la lengua).

El mensaje lingüístico hoy en día está presente en casi todas las imágenes con los elementos de escritura que forman una estructura de la información presente en el mensaje lingüístico e incorpora dos funciones: el anclaje y el relevo para obtener un significado del mensaje iconográfico. Esto en consideración hace que la imagen sea polisémica, es decir, que el lector seleccione algunos significados y otros los ignore. Ahora bien el paralelismo del

⁶⁷ Barthes, Roland. (1986), op cit, p.22.

⁶⁸ Ibídem p.24.

mensaje simbólico al mensaje lingüístico, ya no es el de identificar, si no el de interpretar el sentido ideológico.

El texto dirige al lector a través de las diferentes vertientes de los significados de la imagen, por medio del anclaje donde el lenguaje “tiene una función elucidatoria, pero la elucidación es selectiva, se trata de un metalenguaje que no se aplica a la totalidad del mensaje icónico, si no tan solo algunos de sus signos; el texto constituye realmente el derecho de la mirada del creador (y por tanto de la sociedad), sobre la imagen”.⁶⁹

La imagen también cuenta con un relevo que en ocasiones aparece en las imágenes fijas, pero en su gran mayoría se encuentra en el cine, su función consiste en “a hacer avanzar la acción, disponiendo a la largo de los mensajes sentidos que no se encuentran en la imagen”⁷⁰. Estos dos elementos coexisten en el conjunto de la imagen.

A pesar de que existe un mensaje que está construido de lo simbólico y lo cultural marcan una discontinuidad, pero dejan de entrelazarse el uno con el otro para poder entender el significante de la imagen, que introduce a un significado estético.

Por otra parte la imagen también cuenta con un elemento denotado se considera bajo una paradoja al estado literal construir un mensaje nulo en “el análisis estructural de la imagen, pues la fotografía entre todos los tipos de imágenes posee la capacidad de transmitir la información (literal), sin conformarla a base de signos discontinuos y reglas de transformación. Así es necesario oponer la fotografía, mensaje sin código, al dibujo, que, aunque denotado, es un mensaje decodificado”⁷¹. En este sentido la fotografía en el paralelismo literal contiene un significado y un significante que funcionan como un registro.

En este caso la imagen denotada redime la estructura del mensaje icónico ya que no existe código alguno, y que por su parte regresa al mensaje simbólico la naturaleza del signo de la cultura.

⁶⁹ Barthes, Roland, (1986), *ibídem*, p.37.

⁷⁰ *Ídem*

⁷¹ Barthes, Roland, (1986), *ibídem*, p.39.

3.6 La imagen digital

En este apartado se hablará de los elementos de la imagen virtual que son componentes de la muestra de la realidad, y esta se constituye de códigos binarios, es decir, una digitalización que utiliza ceros y unos para formar lo que vemos o percibimos por medio de internet.

Las tecnologías digitales nos han permitido capturar nuestro entorno por medio del código binario, y esto ha permitido que se puedan modificar, reproducir, manipular la realidad, “esto ha puesto que las computadoras se hayan convertido en verdaderos centros de producción de materiales audiovisuales y fotográficos que posibilitan la construcción y difusión de nuevas realidades, ideas y valores.”⁷². Existen ciertos elementos que permiten reconocer cómo está constituida una imagen, cómo los signos que le acompañan, ya sean sonoros, visuales, audio visuales, análogos o digitales mantienen una cierta abstracción con relación al objeto real, que conlleva a analizar en la imagen 8 elementos que a continuación se explicarán:

- Iconicidad y abstracción: toda imagen o fotografía tiene un nivel de abstracción, respecto a un objeto de la realidad, de igual manera la iconicidad es la imagen de la misma imagen como menciona Aparici, cuenta con un “símbolo es un signo que retiene en muy poca medida elementos del objeto que designa; en otros términos, se le parece poco”⁷³. Sin embargo su interpretación puede variar de acuerdo con el espectador, esto gracias a los elementos que componen la abstracción. Pero por otra parte la imagen digital presenta un factor contrapuesto a la abstracción, ya que cuenta con un elemento llamado realidad aumentada, que ayuda a decodificar con mayor rapidez.
- Simplicidad y complejidad: cuando una imagen es compleja necesita de más observación y tiempo del lector para poder leer el mensaje, y cuenta con los siguientes elementos:

⁷² Aparici, et al, (2006), p. 50

⁷³ Ibídem, p. 203.

- - Grado de iconicidad.
 - Sentido abierto o cerrado de la representación.
 - Carácter histórico de la representación.
 - Valor económico, político, social, cultural.
 - Relaciones de los elementos entre sí.
 - Utilización de elementos acrónicos en una misma representación.
 - El contexto.
- Monosemia y polisemia: dentro de la Monosemia existen imágenes que tienen un significado obvio y sencillo, Barthes nos dice que “toda imagen es polisémica, toda imagen implica, subyacente a sus significantes, una cadena flotante de significados, de la que el lector se permite seleccionar unos determinados e ignorar todos los demás. La polisemia provoca una interrogación sobre el sentido”⁷⁴

Por lo tanto los elementos que acompañan a una imagen polisémica pueden alterar el sentido del lector y en dado caso modificar el significado como el mensaje.

-Detonación y connotación: al referirnos a la detonación es necesario hacer énfasis a los elementos que la vista nos proporciona al primer contacto con la imagen, como puede ser el volumen, el color, el material, etc., del objeto mostrado en la imagen o la fotografía. Así mismo Eco nos menciona que entender por detonación “la referencia inmediata que un término provoca en el destinatario del mensaje en una cultura determinada.”⁷⁵

La connotación realiza el juego de mostrar lo no observable, es decir, lo subjetivo de la imagen crear un doble sentido del lenguaje fotográfico, es decir, unas se pueden decodificar pero otras solo se pueden interpretar según el lector.

⁷⁴ Ídem, p. 203.

⁷⁵ Ibídem, p. 210.

3.7 La mujer en los medios de comunicación

Los estudios que se han hecho sobre las mujeres en los medios de comunicación parten de la disciplina de la publicidad, la televisión, la prensa, en revistas, en el cine, y estos aportan un análisis de la representación de las mujeres y a la construcción de los discursos creados para la producción de los mensajes difundidos en la realidad social, que van desde acuerdos políticos, económicos, sociales y culturales, y su finalidad es aperturar investigaciones críticas en cuanto al papel que juega la imagen de la mujer o la mujer en estos medios

Los discursos mediáticos generan una influencia en los roles, en los estereotipos y los arquetipos masculinos y femeninos imponiendo un deber ser en la sociedad generando violencia y presión sobre las personas, abriendo una parte a la minimización de la mujer, a su cuerpo, a su carácter que es encasillado como: bruja, villana, tonta, dejada, entre otras tantos calificativos, y estos factores marcan e imponen una exclusión.

La imagen de la mujer dentro de los medios de comunicación cuenta con dos puntos importantes: el estereotipo, la imagen que debe tener algo con base a nuestra construcción mental, y un arquetipo que se atribuye de acuerdo a conductas e ideales ideológicos, que en su combinación estos dos elementos generan una violencia simbólica.

Para poder hablar sobre la violencia abordar una serie de definiciones, que un sentido estricto “la violencia física, es el acto directo, corporal contra las personas. Ella reviste un triple carácter: brutal, exterior y doloroso. Lo que la define es el uso material de la fuerza, la rudeza voluntariamente cometida en detrimento de alguien”⁷⁶

Semellin expone tres categorías para poder distinguir las diversas formas de la violencia, tanto por su funcionamiento, como en las funciones:

- “a) diferencia entre la violencia de sangre (la de los muertos) desde Galtung se denomina “violencia estructural, contenida en omisiones de miseria y opresión:
- b) la violencia cotidiana, integrada en nuestra forma de vida y c) la violencia

⁷⁶ Blair, Elsa. (2009), “Aproximación teórica al concepto de violencia: avatares de una definición”. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n32/n32a2.pdf>. Fecha de consulta 15 de Mayo del 2015.

espectáculo, que atrae la mirada y, a su vez la desaprobación, y que caracteriza buena parte de la ambivalencia de la violencia que por un lado asusta, pero por otro fascina.”⁷⁷

Así mismo la violencia “estructural-procesual la más profunda, se relaciona en su concepción con la ideas semióticas lotmanianas en cuanto a la memoria de la cultura, de tal suerte que el proceso se va construyendo a lo largo del tiempo”⁷⁸. Cabe señalar que esta estructura violenta deja huella en el proceso histórico del cuerpo humano, espíritu y mente, coexistiendo de la violencia directa y cultural.

Por otro lado la violencia directa:

“se identifica como la más observable, constante y empírica. Los subtipos son violencia física, la psicológica y la sexual. Específicamente la violencia que se ha vivido en la institución en análisis, se puede manifestar en diferentes formas de agresión, como la agresiones físicas que causan daño, por ejemplo: entre compañeros/as, empujones hasta provocar la muerte o bien el homicidio; en forma de violencia psicológica, que va desde los insultos verbales orales o escritos mediante las redes sociales, al acoso sexual.”⁷⁹

La violencia cultural o simbólica “se materializa en la religión e ideología lengua y arte, ciencias empíricas y ciencias normales- lógica, matemáticas- que pueden utilizarse para justificar o legitimar la violencia estructural-procesual y directa”⁸⁰, es decir, se ejerce bajo las instituciones sociales las cuales enseñan, estimulan, controlan, desbocan a ver la violencia como algo natural y normal.

Dentro de las prácticas violentas lo simbólico y lo cultural tienen el poder de legitimar mediante los pensamientos, las acciones, los cuerpos y pertenencias de las personas, el ejercicio de la violencia simbólica canaliza las diferencias de género. Por ello la presencia de los estudios feministas en las ciencias sociales y humanidades han ayudado a definir el concepto de violencia de género. A saber estos estudios fueron consolidados en España hace más de tres décadas y se han enfocado en la disciplina de la semiótica, el psicoanálisis, el análisis fílmico, en la literatura, entre otros, y esto ha provocado un cambio en la forma de ver y realizar las investigaciones en torno a la mujer.

⁷⁷ Ídem.

⁷⁸ Sánchez, Gabriela. Sánchez, Irene. (2015), *ibídem*, p 29.

⁷⁹ *Ibídem*, p 30.

⁸⁰ *Ibídem*, p 33.

Por otro lado algunos organismos internacionales centraron su atención en el análisis de las mujeres en los medios de comunicación, comenzando en el año 1975, cuando la UNESCO desarrollo diversos informes sobre la imagen de la mujer en el mundo.

Así mismo en la década de los 80 el Consejo Europeo contribuyó a desarrollar la igualdad entre hombres y mujeres para su desarrollo social en los medios de comunicación, y esto motivó que las investigaciones que se realizan sobre la imagen, el papel y las condiciones sociales de la mujer, establezcan la valorización de ella, en el medio comunicacional y su desarrollo profesional conllevando el análisis a través de la interdependencia que tienen los elementos en la producción de los mensajes que se difunden en los medios. Observar como es representada la mujer en esta construcción de mensajes simbólicos "crean o estructuran las imágenes predominantes de la realidad social afectando así al proceso de cambio social. En consecuencia, los medios materiales, los contenidos intelectuales y el desarrollo social"⁸¹, corresponden a una expresión de los medios de comunicación a través de un lenguaje popular como instrumentos generadores de mensajes en la radio, la televisión, el cine y la prensa, entre otros.

Por otra parte el análisis sobre la imagen de la mujer abarca cuestiones como:

"la agencia, la experiencia, la diversidad social de las mujeres, el debate sobre la noción de la ciudadanía, las transformaciones en el capitalismo, y su incidencia en los modos de vida (en el mundo del trabajo, la reorganización de los tiempos y los espacios, las relaciones afectivas, los vínculos socio-culturales, la construcción de identidad, los procesos comunicativos, etc.)"⁸².

Ante ello la comunicación de masas es la encargada de generar la construcción de sociedades contemporáneas, que generan los dispositivos de poder para crear desigualdad y resistencia, "ya que los medios influyen y condicionan el comportamiento y el pensamiento de personas y sociedades"⁸³.

La palabra violencia deviene categorías como:

- violencia de género "definida como cualquier violencia ejercida contra una persona en función de su identidad o condición de género,

⁸¹ Mieke Ceulemans, Guido Fauconnier (1981), op cit.

⁸² Rovetto Goem Florencia, (2006), op cit.

⁸³ Murcia, A., Trejo, M., Parducci, G. (2001). ¿De qué se escribe cuando se escribe de mujeres?, Las dignas, p.7.

sea hombre o sea mujer, tanto en el ámbito público como en el privado”⁸⁴,

- Cabe señalar que existen diversas definiciones de violencia de género, una de las destacadas fue sobre la declaración de la eliminación de la violencia contra la mujer (ONU, 1994), la cual promulga que la “correcta acepción de violencia de género, establece que el sometimiento de la mujer en todos los aspectos de su vida afecta su libertad, dignidad, seguridad y su intimidad moral y física”⁸⁵.

Así mismo esta violencia de género tiene un comportamiento estructural por cada individuo la cual se reproduce de acuerdo a las normas, valores y conductas, culturales y sociales, lo cual permite atacar la construcción de lo femenino y de lo masculino.

- Violencia emocional “o también conocida como violencia psicológica, construye una de las formas de violencia más sutil de agresión no visible a primera vista, deja huellas importantes en la psique de la víctima ocasionadas por: insultos, amenazas, celotipia, intimidaciones, humillaciones, burlas, aislamiento, infidelidad, entre otras.”⁸⁶

- Violencia verbal donde se trata de agredir a una persona con palabras que afectan a la psique humana y las haga sentir menos o tengan alguna alteración moral

- Violencia simbólica, Bourdieu la define de la siguiente manera:

“es esa coerción que se instituye por la mediación de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo tanto, a la dominación) cuando solo dispone para pensarlo y pensarlo, mejor aún, para pensar su relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la relación de la dominación, hace que esta se presente como natural.”⁸⁷

- se constituye lo cultural y lo ideológico.

⁸⁴ Ibídem, p 71.

⁸⁵ García, José. (2008). “*Compilación sobre género y violencia*”, Instituto Aguascalentense de las Mujeres, IAM- Indesol-PAIMEF, Aguascalientes. p 55.

⁸⁶ Ibídem, p.56.

⁸⁷ Pierre, Bourdieu “La sociología como crítica de la razón”. [en línea disponible en: <http://books.google.com.mx/books?id=6MsX6FT6qT4C&pg=PA147&dq=violencia+simbolica++desde+Bourdieu&hl=es&sa=X&ei=QsmHU5TzHcKGqgbG8oGQDg&ved=0CCwQ6AEwA>. Fecha de consulta 6 de Mayo del 2015.

Entonces la violencia se puede analizar desde muchos puntos de partida como la física, la simbólica, la de género, la verbal, etc., en todas estas vertientes son de algún modo formas de agresión que lastiman a otras personas.

Por otro lado el concepto mediatizado de violencia simbólica, invita a pensar en ¿qué es violencia? y junto a ello ¿qué es lo simbólico?, en un espacio donde los sujetos se entrelazan en un reconocimiento y una percepción de la dimensión simbólica social existente, que no es consiente a través de la forma en que opera, sin embargo es un componente de la realidad de vivir en consideración por la función que ejerce a través de lenguajes y códigos.

Es por ello necesario cuantificar la aproximación que tiene la mujer en los medios de comunicación para formular una estrategia que consolide hacia una perspectiva de género para el desarrollo del ejercicio pleno.

La imagen de la mujer está presente dentro de los medios de comunicación tradicionales y digitales de la misma sociedad, y los estudios ilustran concepciones con bases generadoras de estereotipos que se funden, y para ello es importante preguntar ¿Cómo es vista la mujer o su imagen dentro de los medios digitales?, esta investigación pretende analizar y explicar cómo esta imagen es vista en el internet.

3.8 La mujer y su interacción en el internet

En este apartado se hablará sobre los espacios mediáticos que surgen gracias a la revolución de las tecnologías de información y de comunicación la cual involucra una complejidad dentro del análisis sobre el impacto global del funcionamiento y la creación de los modos de pensar e interpretar la vida virtual que se ha transformado en la producción y la renovación de la significación imaginaria de lo femenino. Esto produce diversas prácticas sociales que se naturalizan, se modifica en actitudes y auto-representaciones que se insertan en el imaginario simbólico.

Las representaciones y producción de la imagen de la mujer también están presentes los medios de comunicación digitales para producir información y circulación de ideas en un eje fundamental de la cultura ofreciendo una construcción de identidades femeninas, que por su puesto están ligadas a la revolución que implica el servicio de un mercado de ideas globalizadas. Esta

representación de la imagen de la mujer en los nuevos medios digitales parte de un escenario propicio para la investigación y el análisis de estas mismas.

Menciona Larrondo:

"los cambios operados por la llamada "revolución tecnológica" han otorgado al feminismo la posibilidad de innovar acciones precedentes y transformar sustancialmente el debate en torno a la relación mujer-tecnología. De hecho, el ámbito científico y técnico ha dejado de ser feudo exclusivo del hombre y las mujeres comienzan a ser conscientes de las nuevas ventajas que aperturarán su utilización. Así las cosas, el desarrollo de las TIC y su avenencia a la causa feminista trae consigo un paradigma renovado para el ejercicio de la representación de la mujer a partir del uso de las redes digitales como internet."⁸⁸

Así mismo la crítica feminista ha intervenido desde distintas perspectivas para desmenuzar los:

"contenidos y las imágenes femeninas en los medios, refutándolos, enfrentándolos y, finalmente eliminándolos de su práctica.", ya de cierto modo la mujer es representada según la situación, el contexto, el papel de la mujer en las tradiciones, y esta incursión de la imagen de la mujer genera "cultura, conocimiento, conductas, perfiles humanos y modos de representación material o simbólica para hombres y mujeres."⁸⁹

Las nuevas tecnologías son un medio para nuevas formas de información que propician un consumo más libre convirtiendo a los internautas en receptores y les posibilita la selección de la información de acuerdo a sus intereses. Sin embargo, como veremos en este estudio, estas imágenes implican una discriminación hacia la mujer.

⁸⁸ Larrondo Ureta, A. (2005). "La red al servicio de las mujeres. La aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en internet". Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110375A/12513>. Fecha de consulta 13 de Mayo del 2015.

⁸⁹ Murcia, A., Trejo, M., Parducci, G. (2001), op cit, p.32.

3.9 Género una categoría de análisis

El feminismo fue una corriente ideológica que nació en el S.XVIII en el continente Europeo y transformó los campos económico, político y cultural, porque existían muchos abusos en materia derechos de igualdad lo cual provocó que la mujer participara directamente como pensadora ideológica y luchara por ser tratada como ciudadana bajo todos los derechos y obligaciones civiles de dignidad, respecto, igualdad y educación, de igual manera el tener un trabajo digno, ser autónoma, libre y decidir sobre su propia sexualidad.

Más tarde a mediados del S. XIX, esta corriente toma fuerza en Estados Unidos, y las activistas defienden la abolición de la esclavitud y participan directamente en la guerra civil, obteniendo una desilusión cuando la población negra gana su liberación y ellas no accedieron a la demanda sobre la igualdad de derechos. Posteriormente a finales de ese mismo siglo surge un nuevo feminismo con una corriente ideológica enfocada a lo moral que criticaba la libertad de los varones.

Hoy en día en el S.XXI, se tienen avances en materia de género gracias a los acontecimientos importantes de la historia donde la mujer jugó un papel importante que en el proceso de la construcción de la libertad femenina.

En relación a los avances que existen en materia de género se pueden resaltar seis puntos, (1) los derechos de las mujeres en política de salud, (2) se busca la regularización de la igualdad entre hombres y mujeres con perspectiva de género, (3) establecer la igualdad de oportunidades e implementación de derechos y garantías de trabajo, en relación del derecho de la mujer embarazada, (4) participar en los cargos de elección popular, (5) y el más importante fue la participación del voto, ya que este punto fue la apertura del reconocimiento de la mujer para obtener la calidad de ciudadano ante la sociedad, que en nuestro país fue otorgado el 17 de octubre de 1953 por el presidente Adolfo Ruiz Cortines , y así comienza la lucha participativa por el derecho de la mujer en México, y (6) por último implementación política en materia a la no violencia para la mujer.

Actualmente existen instituciones que pelean por estos derechos de la mujer (y que están disponibles en el ciber-espacio), algunos ejemplos son: Mujeres

Moviendo al Mundo, ANAM (Asociación Nacional de Activistas de México), CLADEM (América Latina y el Caribe para la Defensa de los Derechos de la Mujer), el DIF, INMUJERES, Las ONG, etc., que son Instituciones dedicadas a las asesorías para mujeres que sufren cualquier forma de violencia y se les brindan apoyos en diversas circunstancias.

Sin embargo también existen otros espacios, entre ellos el internet, que permite la violencia de manera simbólica hacia la mujer, ante ello surge la pregunta ¿son suficientes los esfuerzos o aún queda trabajo por hacer?

El contexto sobre los estudios de género y la representación de la imagen femenina en los medios de comunicación, se puede comprender a partir de la conceptualización del orden antropológico, la crítica feminista y la interacción con la comunicación.

Para ello la teórica Joan W. Scott determina un significado para esta palabra “género”, donde juega con los significados de la creatividad y la imaginación detonando el nacimiento de la palabra de sí misma, partiendo de las teorías feministas norteamericanas y haciendo referencia de acuerdo a la organización entre los sexos sociales.

Ante ello las feministas buscan introducir una relación donde la palabra género “denota rechazo al determinismo biológico implícito en el empleo de términos tales como "sexo" o "diferencia sexual". "Género" resalta también los aspectos relacionados a las definiciones de las normativas de la feminidad.”⁹⁰. De tal forma que esta palabra necesita de lo masculino y lo femenino para poder sustentar una comprensión profunda del término, y es necesario remitirse a estudiar al hombre y a la mujer desde el contexto social-histórico para comprender el significado de los sexos, la categoría de género alumbró un nuevo término desde el entender a la mujer en la transformación del paradigma de las disciplinas, verla históricamente conlleva a redefinir y ampliar la idealización tradicional de su significado histórico. A todo lo anterior se consigna a ver a la mujer como construcción de la misma palabra género, desde los roles donde es suscrita y subordinada determinando su feminidad, y es designada en la relación social entre los sexos.

⁹⁰ Scott, Jhon. (1986). “El género es una categoría útil para el análisis histórico”. Disponible en: www.pueg.unam.mx/images/seminarios2015_1/...genero/.../sco_joa.pdf. Fecha de consulta 6 de Marzo del 2015.

Por otro lado se propone la palabra de género como una “forma de denotar “construcciones culturales” la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres”⁹¹. Es decir el papel del género está constituido por las normas y las prescripciones sociales y culturales que la misma sociedad dicta a partir del comportamiento femenino y masculino. Pero cabe señalar que la diferencia de la distinción social entre hombres y mujeres converge en la identidad del género.

Por otra parte Rosa Cobo teórica feminista, plantea el concepto de género partiendo de la idea central sobre la cuestión de ¿qué es lo femenino? y ¿qué es lo masculino?, pero no desde lo biológico o natural, sino desde la construcción cultural como menciona Benhabib la "esencia socio- histórica de los géneros que ella denomina- “sistema género- sexo- es el modo esencial en que la realidad social se organiza, se divide simbólicamente y se vive empíricamente”⁹², es decir, desde que las sociedades sean construido han marcado la diferencia a partir de lo biológico y esto se ha convertido en un factor de desigualdad.

Así mismo Butler menciona que:

“género se construye socialmente, es una realidad construida, un resultado performativo llevado a cabo frente a la audiencia cotidiana, donde en esta construcción -actuación se escenifican también actores y espectadoras de forma simultánea. Por tanto el cimiento de la identidad de género es la repetición en el tiempo de actos y no de identidad fija, aparente de ausencia.”⁹³

Por ello la palabra género se ve como resultado performativo a través del cuerpo o de la construcción del mismo, pretende saber y entender las identidades que se repiten a partir de signos y acuerdos, que deben-ser-hacer culturalmente los cuerpos partiendo de un espacio de autoconstrucción.

Ante ello el estudio del género o crítica feminista pretende quitar el prejuicio de lo biológico que determina la construcción de lo femenino, y la construcción cultural se identifica en lo masculino, y así se propone la re-definición de los conceptos, como de sus paradigmas. Pues bien la categoría de género tiende a remontar su análisis desde el contexto histórico- social.

Por otra parte el análisis de la categoría de género dentro de los procesos de la comunicación, y desde sus distintos enfoques permite desentrañar los

⁹¹ Scott, J. (1986), op cit.

⁹² Ídem.

⁹³ Sánchez, Gabriela. Sánchez, Irene. (2015), op cit, p 69.

fenómenos inmersos por la complejidad de la construcción de “mujer-hombre, mujer-mujer, hombre-mujer, hombre-hombre”, que se manifiesta en la diferencia, en la dominación, en la subordinación que existe entre ellos. Así mismo estos elementos crean una censura social, es decir, la censura genérica" estructurada sobre la adscripción de género, que se sintetizan en todas las censuras sociales destinadas a controlar a cada sujeto y mantenerlo sometido a dominios de los que no podrá librarse ni para ejercerlos".⁹⁴ Por lo tanto la violencia de género que se ejerce a través de las prácticas de dominio y representación del poder cultural produce y reproduce el ser, el deber y el hacer como la legitimación de lo que es lo masculino y lo femenino desde lo social y lo cultural. E indagando en la diferencia de la construcción del hombre y de la mujer no sólo se derivan de lo biológico sino que son pertenecientes al orden simbólico de las representaciones, y que a partir de cada cultura se condicionan significados al cuerpo de la mujer.

Sí se refiere al concepto de resignificación cultural, se observa que se pone en juego una identidad social y una identidad individual. E interpretando a Giménez la cultura es la unidad de la identidad social:

“entre las formas simbólicas” y estructuras mentales interiorizadas, por un lado, y símbolos objetivados bajo formas de prácticas rituales y de objetos cotidianos, religiosos, artísticos, etc., por otro. En efecto, la concepción semiótica de la cultura nos obliga a vincular los modelos simbólicos a los actores que los incorporan subjetivamente (“modelos de”) y los expresan en sus prácticas (“modelos para”), bajo el supuesto de que “no existe cultura sin actores sin cultura y cultura sin actores.”⁹⁵

Sin embargo la cultura en términos simbólicos observa el movimiento de los significados que parten de la identidad del sujeto o del grupo de pertenencia, donde la interiorización de significados que forman esquemas de representaciones compartidas y objetivadas simbólicamente parte del contexto histórico-social específico. Esta categoría de cultura sufre cambios, es decir, la transformación representativa y amplia de las configuraciones culturales de una cultura tradicional a la modernización cultura, un proceso en el cual se somete el sistema social para madurar, sin dejar de concebir lo tradicional.

⁹⁴ Cobo, Rosa. (1995), op cit.

⁹⁵ Giménez, Gilberto. (2009), op cit.

Sí bien la idea de cultura moderna manifiesta dos efectos: “una parte desintegra o disuelve las culturas tradicionales y las identidades en ellas fundadas y, por otra, produce nuevas formas de cultura/identidad”⁹⁶.

Así esta concepción de cambio sociocultural se adentra en un paradigma donde cambian las formas interiorizadas de la cultura y de las representaciones sociales. Por consiguiente el concepto de un cambio sociocultural “se toma el cambio social como categoría general en la que entran todos los fenómenos, procesos y movimientos que implican cualquier transformación de las sociedades humanas o de una de sus partes.”⁹⁷ Se comienza a reflexionar en las categorías de identidad, género y cultura desde el fundamento de la psiquis enraizada en la cultura. Así mismo este cambio cultural deviene procesos de transformación en la cultura.

⁹⁶ Gilberto. Giménez. (2006), op cit. p. 120.

⁹⁷ Giménez, Gilberto. (2009), op cit.

Capítulo 4
Metodología explorando el ciber-espacio

Este capítulo tiene la finalidad de describir los procesos que se llevarán a cabo para realizar la muestra y la construcción de la metodología de la investigación, en la cual se emplearán distintas técnicas para poder dar respuesta a la pregunta general ¿Cuáles son las imágenes de la mujer que se reproducen y reproducen en los memes que circulan en la red social Facebook? y a las preguntas particulares, así mismo comprender y sustentar el análisis de la representación de la imagen de la mujer en los memes de la red social Facebook y realizar una aproximación interpretativa de la realidad mediada por el internet.

4.1 La red digital como cultura y artefacto cultural, una aproximación a la etnografía digital

Explorar el comienzo de la etnografía virtual comenzó sobre la CMC: la comunicación mediada por ordenador o CMO (Computer-Mediated Communication), el cual canalizaba la cultura, y se cuestionó si a partir de este estudio se podía tener una jerarquía de análisis dentro del ciberespacio, pues el campo de la etnografía era certera para el campo tangible, es decir una práctica de cara a cara con el objeto de estudio. Sin embargo estudios sistemáticos plantearon que la etnografía virtual en las CMO, mantienen una retroalimentación cultural entre los usuarios. Es por ello que se discierne que la cultura es en sí misma o un artefacto cultural y un punto crucial para poder entender el desarrollo y la transformación de las perspectivas de análisis que proporciona la etnografía virtual.

La funcionalidad que permite el ciberespacio se amplía para considerarla como una generadora de culturas e identidades, basados en que los usuarios ocupen "dispositivos lingüísticos tales como las emociones, los chistes, los códigos locales y las abreviaturas que contribuyen a la formación de una comunidad de prácticas de conocimientos de lenguajes y bienes compartidos."⁹⁸. Sí bien estos elementos o cualquier otro como: las fotografías, los videos, la música, entre

⁹⁸Hine, Cristine, "Etnografía virtual". Disponible en: <http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf>. Fecha de consulta 20 de Septiembre del 2016.

otros, son gestores de una cultura en común por compartir un lenguaje hacia un intercambio cultural.

La metodología de la etnografía digital es ideal para realizar estudios relacionados con el internet, llevando este paradigma de la investigación por medio del campo de las ciencias sociales para posibilitar un proceso en la búsqueda de respuestas al fenómeno del ciber-espacio. Por medio de un enfoque cualitativo, que permitió indagar en las bases epistemológicas de los memes y sus características comunes de la micro-realidad, dentro de la negociación, para construir usos y aplicaciones de un nuevo orden de significados, y comprender el proceso etnográfico de la investigación. Cabe establecer que la "etnografía es una descripción o reconstrucción analítica de escenarios o grupos culturales intactos o un método de investigación social, aunque sea de tipo común, puesto que la gente trabaja con una amplia gama de fuentes de información, guardando una estrecha semejanza con la manera como la gente otorga sentido a la vida cotidiana"⁹⁹

Este método etnográfico permite observar la naturalidad del objeto de estudio. A partir de una construcción en la cultural para su intercambio en las interacciones de los cibernautas, en los espacios en que se identifican. Con esta metodología se puede ver, apreciar, explorar aplicaciones, y prácticas para comprender y analizar el entorno virtual.

La etnografía digital esta mediada por un elemento que transforma las identidades y prácticas de los sujetos, algunos autores señalan que estas relaciones mediadas por la tecnología, son generadoras de cultura, es decir, "la cibercultura que se localiza en un espacio virtual o ciberespacio, sin tiempo cronológico ni territorio y habitado por cibernautas o internautas. Este nuevo tejido social construye nuevas estructuras que la sociedad ha ido moldeando a partir de las experiencias y del consumo mediático, y adquieren una centralidad que al momento de abordar el estudio de internet como medio de masas."¹⁰⁰En consecuencia las relaciones mediadas por el internet generan intereses y

⁹⁹ Mosquera, Manuel. (2008). "De la etnografía antropológica a la etnografía virtual estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet". Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/28656/1/articulo4.pdf>. Fecha de consulta 16 de Agosto del 2016.

¹⁰⁰ Ídem.

afinidades que son instantáneos por la rapidez, la masificación, la actualización y la simultaneidad de la información.

Así mismo el ciberespacio mantiene tres categorías: “cambios en el rol de tiempo y espacio, cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios de comunicación social, y un cuestionamiento de los dualismos como de los real /virtual, verdad/ficción, autentico/fabricado, tecnología/naturaleza, representación/realidad.”¹⁰¹ Así mismo la tecnología dadas estas funciones somete a la cultura en un producir y reproducir mediático fomentando "un sentido de pertenencia, promover el compañerismo, facilitar la interacción personal, adquirir nuevas percepciones de uno mismo y de los demás, fraguar un sentido de la identidad, adquirir una sensación de estar controlado, experimentar liberación emocional, escapar de la realidad no deseada y suministrar una fuerte relajación.”¹⁰² Ante esto los espacios y contextos de la red virtual son estudiados desde una óptica social, a partir de lo cuantitativo como de lo cualitativo, para indagar sobre la variedad de conceptos y representaciones del mundo virtual.

Los términos etnográficos presentes en la investigación permiten explicar el fenómeno de la imagen de la mujer en los memes, a partir de su interacción, producción y consumos en el espacio cultural de la red social Facebook.

Así la tecnología toma un rumbo determinante en la posmodernidad representado un cambio dentro de la sociedad dado que los intercambios de información sobre nuestras vidas nos permiten ubicar variantes de un contexto ideológico, político, social y cultural de la sociedad cibernética.

4.2 Observación y etnografía digital

La cultura es un término que mantiene una difusión de conceptos, pero cuya utilidad es apoyar la teoría semiótica, como menciona Max Weber:

“el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su

¹⁰¹Hine, Cristine, op cit.

¹⁰²Mosquera, Manuel, (2008), op cit.

superficie. Pero semejante pronunciamiento, que contiene toda una doctrina en una cláusula, exige en sí mismo alguna explicación.”¹⁰³

El método etnográfico “esta relacionado con un enfoque naturalista de la investigación al observar el fenómeno social en su medio habitual, también llamado natural”¹⁰⁴. Y con relación a la observación participante se “utiliza de manera genérica para definir una serie de procedimientos para la obtención de datos empíricos sobre las conductas y fenómenos sociales”¹⁰⁵, a portando un nuevo cambio en la forma de pensar hacia los fenómenos sociales.

La observación participante es “un arte de ver, mirar, observar, contemplar, son acciones asociadas al sentido de la vista, sin ese sentido no existen imágenes y los matices de la realidad se construyen de otro modo. Casi todos los ojos miran, pero son pocos los que observan y menos aún los que ven. La mirada es un acto sensitivo, inconsciente e intuitivo que permita a las personas circular por lo cotidiano”¹⁰⁶. Esta técnica de observación es usada en el estudio de fenómenos de acuerdo al contexto de la investigación y de la muestra. Ante esto existen varios tipos de observación participante que marcan diferentes forma de observar, y para esta investigación fue pertinente recurrir a la observación participante dado que el objeto de estudio fue observado de forma neutral para recolectar muestras individuales para una futura agrupación. Sin embargo no se participo directamente con el objeto de estudio, es decir, no se elaboración o se difundieron memes.

La etnografía digital y la observación participante son útiles para recabar, detectar y registrar realidades sociales y sirve para estudiar fenómenos sociales mediados por internet y, permiten observar, analizar, describir y asociar la naturaleza del objeto de estudio, pues el investigador es ajeno al medio de observación y su función es observar externamente y recolectar datos.

¹⁰³ Clifford Geertz. (2003). *Antropología- La interpretación de las culturas*. Editorial Gedisa, Barcelona, p 20

¹⁰⁴ Mosquera Manuel (2008), op cit.

¹⁰⁵ Fernández, Sonia (2007), Reseña de "Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación" de M^a Rosa Berganza Conde, José A. Ruíz San Román (coord.) Comunicación y Hombre, núm. 3, pp. 127-129 Universidad Francisco de Vitoria Pozuelo de Alarcón, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1294/129412635010.pdf>. Fecha de consulta 12 de Febrero del 2017.

¹⁰⁶ Guasch, Óscar. (1996). Cuadernos Metodológicos / 20 Observación Participante. España: Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE), p 11.

Así el trabajo de campo etnográfico puede ser sustentado por la observación participante conforme a las siguientes fases:

- a) Primer fase: exploratoria en la cual se formulan conceptos preliminares a partir de la observación y recolección de datos (memes), dentro de perfiles, comunidades y páginas de la red social Facebook.
- b) Segunda fase: se comienzan a definir unidades de análisis por medio de conceptos y teorías, basados en examinar cada caso y sus características en particular, las cuales establecen una muestra que se ajusta al objeto de estudio.

Se relacionan los memes en un grupo de 15, a través de la significación que producen las frases escritas y la imagen contemplando sus características y semejanzas entre sí, y que hasta cierto punto sus unidades transversales.

- c) Tercera fase: se construye la teoría a partir de las características definidas anteriormente.
- d) Última fase: se realiza la selección de una muestra donde se eligen un meme representativo por cada una de las categorías creadas.

La técnica cualitativa permite enlazar el intercambio entre los datos, los conceptos y la teoría, para profundizar en el estudio de los memes e interpretar y explicar el fenómeno a partir de los códigos y significados de la realidad, pues son parte de un sistema en desarrollo dentro de la tecnología.

4.3 Análisis de la imagen

El ciberespacio se considera como un generador de culturas e identidades, basados en que los usuarios ocupan " dispositivos lingüísticos tales como las emociones, los chistes, los códigos locales y las abreviaturas contribuyen a la formación de una comunidad de prácticas de conocimientos de lenguajes y bienes compartidos."¹⁰⁷. Así también como: las fotografías, los videos, la música, entre otros, son gestores de una cultura en común por compartir un lenguaje hacia un intercambio cultural.

¹⁰⁷ Hine, Cristine, op cit.

Los memes cual sea su estilo son construidos por una imagen fotográfica, y en esencia cumple una función asignada socialmente dentro de una selección sistemática por los usos posibles que definen una verdad, una ideología y un sistema de representaciones sociales. Así mismo la imagen fotográfica se define por sí misma, pero no se puede interpretar nada dado que solo registra ciertas cualidades del objeto a partir del punto de vista y del momento de quien toma la fotografía:

“dicho con otras palabras la fotografía es un sistema convencional que expresa el espacio de acuerdo con las leyes de las perspectivas (habría que decir de una perspectiva) y los volúmenes de los colores mediante graduaciones que van del negro al blanco. Si la fotografía se considera un registro perfectamente realista y objetivo del mundo visible es porque se le han atribuido (desde su origen) *usos sociales* considerados “realistas” y “objetivos”. Y si, inmediatamente, se ha propuesto con la apariencia de un “lenguaje sin código y sin sintaxis”, en definitiva en un “lenguaje natural”, es porque, fundamentalmente, la selección que opera en el mundo visible está absolutamente de acuerdo, en su lógica con la representación del mundo.”¹⁰⁸

La fotografía en su deber ser social es considerada entre la transición del objeto técnico a la reproducción de lo real que interpretando a Bourdieu tiene una amplia objetividad, y es realizada bajo una brillantez estética en los cuales se detallan los criterios de semejanza y legibilidad. Que por una parte la fotografía es usada para representar ideologías de las clases sociales dominantes las cuales manipulan los medios masivos otorgando una función sistemática de normas, conductas, sistemas simbólicos y culturales.

Por consiguiente la fotografía es una emisora y receptora del mensaje y del estudio de los grupos sociales que interactúan en relación a este producto que es un medio autómatas con una estructura que comunica a través de otras estructuras como son el texto, la lingüística, códigos, objetos, signos, y formas de la realidad congeladas que son manipulables, y soportan toda la información que puede contener más de un mensaje y así mismos se complementan dentro de un solo mensaje continuo de las reproducciones analógicas de la realidad.

Por consecuencia es un estilo de reproducción donde podemos encontrar dos mensajes: denotado que es la descripción en forma física de la imagen; y connotado, que es el sistema de significaciones culturalmente codificadas que

¹⁰⁸ Pierre, Bourdieu. “Un arte medio ensayo sobre los usos sociales de la fotografía”. Disponible en: <http://es.slideshare.net/gl990/bourdieu-pierre-un-arte-medio>. Fecha de consulta 25 de Agosto del 2016.

se le puede dar a la misma y prevalecen en un segundo, un tercer, un cuarto, etc., el sentido del mensaje fotográfico llevando a un significado concreto gracias a que se elaboran en diferentes unidades de producción como son:

- Trucaje: es una forma artificial de manipular la imagen y “el interés que el trucaje representa como método reside en que interviene, sin previo aviso, dentro del mismo plano de denotación para hacerse pasar como mensaje simplemente denotado un mensaje que está de hecho connotado con mucha fuerza: ningún otro tratamiento permite a la connotación enmascararse con tal perfección tras la <<objetividad>> de la denotación.”¹⁰⁹
- Pose: la posición del personaje es la que da lectura a los significados de connotación, buscando asociaciones de ideas metafóricas dentro de la cultura, auxiliándose de una estructura doble denotada- connotada.
- Objetos: ayudan en el sentido connotado a través de la posición y de la composición que inducen a ideas y son elementos de significación de signos físicos
- Fotogenia: tiene una estructura donde comunica el mensaje connotado a través de la imagen embellecida, es decir, se ayuda de una sublimación desarrollada de efectos estéticos dentro de la misma.
- Esteticismo: en la fotografía es cuando esta se establece como una pintura dentro de su composición y sustancia dentro de lo pictórico.
- Sintaxis: se apoya de varias fotos en secuencia, dentro del discurso de objetos-signos, donde existe una repetición y variación de actitudes, “A respecto hay que observar que la fotografía solitaria muy rara veces (o sea muy difícilmente) resulta cómica, al contrario que el dibujo; la comicidad necesita del movimiento, es decir, de la repetición (muy fácil en cine), o de la tipificación (posible en el dibujo), y ambas connotaciones le están prohibidas a la fotografía.”¹¹⁰

Por otra parte Roland Barthes con la teoría de la retórica de la imagen establece un debate en torno a la semiología de la imagen que pone en juicio la naturaleza lingüística de la imagen ya que se considera la resistencia al sentido mítico de la vida, como la representación de la misma.

¹⁰⁹Barthes, Roland, (1986), op cit, p 17.

¹¹⁰ Ibídem, p. 21.

Aun cuando la imagen pueda carecer de un límite de sentido la podemos observar desde la ontología de la significación encontrando tres elementos dentro de la misma: en primer lugar se presenta un mensaje lingüístico donde el soporte se encuentra en código y es la frase escrita, pero a su vez se descompone en un signo de cultura e ideología, y por tanto el mensaje lingüístico funciona como un doble mensaje e interactúa dentro de la connotación y la denotación, así mismo el mensaje es transportado a través del signo que es el lenguaje verbal escrito en el cual se pueden encontrar varios signos discontinuos y no lineales que refuerzan el sentido de la imagen.

Cabe señalar que existe un mensaje de naturaleza lingüística, de naturaleza icónica y la del objeto fotografiado donde se presenta una relación analógica no arbitraria entre el significante y el significado, es decir, no hay una codificación y transformación del signo de mensaje siendo así un mensaje sin código llamado literal que es la lectura de la imagen y por tanto es un mensaje simbólico que siguiendo a Barthes:

“si la lectura es correcta, la fotografía analizada nos propone tres mensajes: uno lingüístico, uno icónico decodificado (el mensaje) y uno icónico no decodificado (el mensaje perceptivo).(…) de los dos mensajes icónicos, el primero siempre está impreso sobre el segundo: el mensaje literal aparece como el soporte del mensaje “simbólico”. Ahora bien; sabemos que es un sistema que se hace cargo de los sistemas de otros sistemas para convertirlos en sus significantes, es un sistema de connotación (...) la imagen literal es denotada y la imagen simbólica es connotada.”¹¹¹

Por consecuencia el mensaje lingüístico de la imagen es polisémico, es decir, que puede tener muchos significados donde el lector elige cual tomar y cual ignorar, este mensaje tiene dos funciones frente al mensaje icónico: el anclaje tiene función denominativa, es decir, el control es de quien lo crea, y el relevo es un auxiliar de la imagen que sirve para leer y complementar la misma.

Ahora bien dentro del mensaje connotativo se hará referencia a la composición de dos caras, este interviene en el plano de la denotación, utilizando la credibilidad de la fotografía, para transmitir y enmascararse con perfección en la denotación, pues desde la naturaleza de la significación busca signos y códigos.

En una codificación la lectura de los significados en la connotación Barthes menciona que estos procedimientos en la fotografía con texto cuentan con tres

¹¹¹ Barthes, Roland, (1986), op cit, p 117.

fases donde el texto juega como un parásito, es decir, la imagen es sustituida por las letras y esta se convierte el parásito de la imagen, es evidente que la fotografía es significativa, siempre y cuando no exista una reserva de posiciones estereotipadas que construyan elementos de significación ya situados así mismos en las asociaciones de ideas culturales.

Esto nos lleva a la codificación y decodificación de la imagen a partir del significado y los mensajes que transportan los signos simbólicos que se construyen a través del lenguaje y del discurso el cual es traducido y transformado en prácticas sociales y así el lenguaje se significa, como menciona Hall “la forma del mensaje es un momento determinado, aunque, a otro nivel, comprende los movimientos superficiales del sistema de comunicaciones y requiere, en otro nivel, ser integrado dentro de las relaciones sociales del proceso de comunicación como un todo, del cual el sólo forma parte”¹¹².

En cierto punto los significados del lenguaje codificados tienen elementos que influyen, instruyen, persuaden y entretienen, y, a través de la decodificación se ponen en práctica dentro de las estructuras sociales.

Roberto Aparici nos habla del texto visual que de cierta manera es una composición de signos con una intención de comunicación que determinan un sentido en un contexto determinado y en relación con la imagen menciona que, el análisis de la imagen y la producción de significados las personas se adaptan bajo técnicas simbólicas que pasan a través de los mensajes para codificarlos, interactuar y transmitirlos dentro de una influencia reciproca, para producir varios significados.

Así mismo como se menciona antes el texto en la imagen tiene diferentes funciones, que pueden afectar el modo de ver la imagen, o el sentido de la lectura, algunas funciones del texto en la imagen son acontecimiento y comentario. Después de estas funciones la interpretación de la imagen, del texto y del significado, no se puede limitar a un solo significado, debido a que la imagen permite diferentes proyecciones de acuerdo a los valores, a la vida y al

¹¹² Stuart Hall. Codificar / Decodificar. Disponible en: https://comunicacionyteorias1.files.wordpress.com/2009/10/hall_s_codificar_decodificar.pdf. Fecha de consulta 30 de Agosto del 2016.

contexto de cada persona, ante ello la imagen no puede por sí sola construir un código universal.

Siguiendo a Barthes el concepto de anclaje y relevo, son importantes para leer y transmitir el mensaje del destinador al destinatario, en función del lenguaje y la estructura cognitiva, donde la función principal del anclaje es dar la pauta para seleccionar el significado que se le da al objeto de comunicación.

Finalmente gracias a los medios de comunicación tradicionales y cibernéticos se ha permitido analizar aspectos del lenguaje, los significados, los mensajes, los códigos, la cultura y la sociedad a través de la imagen dado que estos medios son constructores de los procesos de las representaciones de la realidad.

4.4 Metodología de campo

La metodología que se construyó para realizar el diseño de la muestra exploratoria partió de la etnografía digital y la observación participante, comenzando con la observación y la recolección máxima de memes diseñados con la imagen de la mujer que circulan dentro de comunidades, páginas y perfiles de los usuarios de la red social Facebook, colocándolos en una tabla de Excel para examinar la construcción con la cual fueron elaborados. En un período que comenzó el 9 de Julio y terminó el 22 de Diciembre del 2015, tomando en cuenta un horario para observar y recolectar memes de 5 pm a 8 de pm de Lunes a Domingo. Este horario fue pertinente para realizar la metodología de acuerdo a las necesidades del investigador.

Posteriormente se examinó meme por meme para determinar las unidades de análisis y poder construir una categorización de acuerdo a teorías y conceptos que permitieran realizar el análisis semiótico.

Cabe señalar que el total de la muestra exploratoria se limitó a 500 memes con unidades de análisis semejantes, para que ayudaran a sustentar la investigación que pretende analizar la representación de la imagen de la mujer en la red social Facebook e indagar en la construcción de los mensajes, los significados y los símbolos que son codificados y decodificados de una forma externa y neutral. Sin embargo dentro de la red social Facebook se pueden

encontrar grandes cantidades de memes con las mismas características de clasificación, y de igual manera con diferentes características de diseño que representan la imagen de la mujer, así mismo el margen de error de la muestra se concibe al delimitarla en 500 memes, pues no es una muestra global del fenómeno dentro de la red social.

Por otro lado la selección de la muestra exploratoria no pretende una representación total con el fin de sistematizar los resultados, es decir, es de aspecto informal, pues sólo se limitara al análisis de un meme representativo por cada una de las categorías que se crearon y que cumplan con los criterios de análisis que se presentan en el apartado 5.3, sin embargo no se van a descartar las unidades lingüísticas de los demás memes, para utilizarlos de manera que amplíen y se obtenga la mayor información de las representaciones simbólicas-culturales de la imagen y sustentar el estudio para dar una aproximación interpretativa de la realidad mediada por el internet.

Por otro lado se examinarán superficialmente cada una de las frases y las imágenes seleccionadas para la muestra exploratoria y comenzar a formular unidades básicas que permitan categorizarlos desde lo empírico tomando en cuenta el espacio virtual de donde se extrajo el meme (comunidad, página y perfil de usuarios), y consecuentemente ejecutar un ejercicio ficcional, donde se separan los memes en temáticas analizables a través de su contenido, sin embargo esta separación bien podría haber sido desde otra perspectiva.

Así mismo se determino nombrar a las categorías de acuerdo a las siguientes unidades de análisis: Poder simbólico, sexualidad, competencia, identidad femenina, autonomía, erotismo, deseo, cuerpo, objeto y violencia, cabe señalar que se tomo en cuenta en algunos memes la frase escrita que acompaña a la imagen, y en otros se tomó en cuenta la relación con la imagen y el texto, como se muestran en los cuadros de características verbales.

Los factores pertinentes para dicha clasificación se muestran en los cuadros de la muestra exploratoria y el cuadro de color rojo señala el meme que será tomado como representativo por cada categoría.

Cuadro 1

<p>Categoría:</p> <p>1.- Palabras femeninas:</p> <p>Esta categoría fue pensada a partir del mensaje de la frase escrita la cual está dirigida principalmente al hombre. Este mensaje empodera al sexo femenino a través de su independencia, autonomía y en los factores de relación amorosa, en donde se muestra la libertad de decisiones, de sus sentimientos, de sus acciones por medio de sus palabras y niega la imposición masculina. Cabe mencionar que en esta clasificación existen memes con temáticas distintas, pero la frase le da sentido al meme.</p>	<p>Categoría:</p> <p>2.-Lucha de mujeres v/s hombres:</p> <p>Para esta categoría se toma en cuenta la mezcla de contenido imagen-texto, donde el mensaje de la frase escrita va dirigido al hombre, y este mensaje se coloca en una balanza sobre cuestiones morales, físicas, biológicas, sexuales, ideológicas y sociales. Esta balanza imaginaria simboliza la lucha del poder simbólico entre el hombre y la mujer, Y cabe señalar que la imagen refuerza el sentido de la frase.</p>
<p>Unidad de análisis:</p> <p>Autonomía- identidad femenina- poder simbólico.</p> <p>Estos conceptos se toman para determinar la unida de análisis que parte principalmente de la frase escrita.</p>	<p>Unidad de análisis:</p> <p>Poder simbólico-sexualidad-competencia.</p> <p>Estos conceptos se toman en cuenta a partir de la imagen donde se recarga el peso del mensaje, y la parte escrita refuerza la significación.</p>
<p>Unidades de análisis transversales:</p> <p>Violencia de verbal, simbólica - identidad femenina- cuerpo.</p>	<p>Unidades de análisis transversales:</p> <p>Violencia de verbal, simbólica, de género- identidad femenina-cuerpo.</p>

<p>Características visuales en común: la parte del cuerpo que se utiliza principalmente es de la cara a las piernas con un total de 12 memes, y cabe señalar que la cara utiliza un gesto serio, de risa, de inocencia, sexi y sin gesto.</p> <p>Los estereotipos que se manejan: Mujer rubia (raciales) Mujer de status económico. Mujer dulce y frágil. Mujer seductora. Mujer ruda</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 1.2 / pág. 89</p>	<p>Características visuales en común: la parte del cuerpo que se utiliza principalmente es de la cara a las piernas con un total de 14 memes, y cabe señalar que la cara utiliza un gesto de rivalidad, serio, sin gesto.</p> <p>Los estereotipos que se manejan: Mujer ruda Mujer de status económico. Mujer intelectual. Mujer seductora.</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 1.2 / pág. 89</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.1.- Características verbales de los memes.

<p>Categoría: 1.- Palabras femeninas</p>	<p>Categoría: 2.-Lucha de mujeres & hombres.</p>
<p>¡Cállate uso tacones más grandes que tu verga! (Atkrika)</p>	<p>Hombres vs Mujeres La guerra que nunca tendrá fin www.desmotraciones.es</p>
<p>Típico de idiotas solo te hablan para saber si tienes novio.</p>	<p>El frio en las mujeres El frio en los hombres</p>
<p>Existen tres tipos de basura: -orgánica, -inorgánica - Y los que niegan a su novia/o (Jesús Antonio villalvaCruztitita)</p>	<p>Mijo si esta pensando en ponerme los cuernos solo por que tiene con que, piénselo bien y acuérdesese que yo tengo por donde. (zyarya)</p>
<p>Cariño no hablo bien el idioma idiota. Así que por favor háblame despacio.</p>	<p>Feliz día del hombre a los que han logrado serlo. A los que no tranquilos que ya casi llega el día del niño.</p>
<p>Tener novia implica tener los huevos para ignorar a otra chicas si no los tienes entonces no tengas novia.</p>	<p>Hombres vs Mujeres La guerra interminable www.desmotraciones.es</p>
<p>Ya me cansé vete con tus zorras :). (Facebook.com/razon214)</p>	<p>Ojalá que cuando te pregunten “¿qué pasó?” tengas huevos y digas “Yo fui el pendejo que la cagò, ella no hizo nada”. (Reyna may)</p>
<p>Felicidades hiciste mierda mis sentimientos. (Facebook.com/razon214)</p>	<p>Adivina quien se hizo más cabrona después de tantas chingaderas. (Byaddy princesas)</p>
<p>Fuiste puro chat, teléfono y teclado</p>	<p>TE AMO....!! (Promoción valida hasta que se pase la borrachera...!!)</p>
<p>Antes te amaba por eso te celaba ahora que ya es todo tan diferente solo lastima me cusas!. (malcredapuka)</p>	<p>Mijo, pa`que no confunda mujer libre con mujer fácil. La mujer libre escoge lo que quiere, la mujer fácil se conforma con lo hay. (zyarya)</p>
<p>Dios te hizo hombre, el diablo te volvió mentiroso, tu te hiciste mujeriego, y yo te hice pendejo.</p>	<p>La vedad cabrán que a veces me dan ganas de matarte, pero la pienso dos veces por que si te mato después a quien chingo. (zyarya)</p>

<p>Vete con tus PUTAS.</p>	<p>Pobres hombres que aun creen que el hombre propone y la mujer dispone ¡Que ingenuos! Para que se enteren, la mujer planea, proyecta, calcula, decide y el hombre. “ cae por que cae” (cachondearías y algo mas)</p>
<p>¿Celosa yo? Perdón pero esa zorra se cayo sola.</p>	<p>Si un hombre te dice que...LAS TRE TODAS MUERTAS Creele porque habla de sus neuronas (zyarya) (cachondearías y algo mas)</p>
<p>La frase tenemos que hablar proviene del latín “ ya valiste madre cabrán” (Addry)</p>	<p>Jajaja me ignoras yo te ignora el doble (Facebook.com/razon214)</p>
<p>Ya no me acuerdo en que desilusión me dejaste de importar. (Addry)</p>	<p>Mire mijo usted me conoció siendo una hija de la chingada y no pienso cambiar por nadie. ¿Cómo ve? (Byzyarya) (cachondearías y algo mas)</p>
<p>Vete a la chingada Por que es más fácil que llegues ahí que a mi corazón. (Addry)</p>	<p>Mire mijo se la voy a poner claro. Si una mujer te dice, que solo te quiere como amigo.... Significa que estas bien pinche feo, pero le caes a toda madre. (Byzyarya)</p>

Muestra exploratoria 1.2.

1.- Palabras femeninas:	2.-Lucha de mujeres v/s hombres:
	
<p>Comunidad virtual: barbiebitch: https://www.facebook.com/Lamasperradelasbarbies/photos/a.581726478507151.1073741827.581724898507309/621176471228818/?type=3&theater. Fecha de consulta: 19 de octubre del 2015.</p>	<p>Comunidad virtual: Mujeres v/s hombres. https://www.facebook.com/409871055717832/photos/pb.409871055717832.-2207520000.1457053772./415120588526212/?type=3&theater. Fecha de consulta 1 de Septiembre del 2015.</p>
	
<p>Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño :\$ https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./432791676845448/?type=3&theater. Fecha de consulta 19 de octubre del 2015.</p>	<p>Página virtual: Cachondearías y algo mas: https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./400103763508379/?type=3&theater. Fecha de consulta: 1 de Septiembre del 2015.</p>
	
<p>Comunidad virtual: barbiebitch: https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431752976949318/?type=3&theater. Fecha de consulta: 19 de octubre del 2015.</p>	<p>Página virtual: Mujeres v/s Hombres: https://www.facebook.com/249053321897127/photos/a.256930937776032.1073741825.249053321897127/256930977776028/?type=3&theater. Fecha de consulta: 1 de Septiembre del 2015.</p>

1.- Palabras femeninas:



Comunidad virtual: barbiebitch:
<https://www.facebook.com/Lamasperradelasbarbies/photos/pb.581724898507309.-2207520000.1445307667./1100804629932664/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 19 de Julio del 2015.

2.-Lucha de mujeres v/s hombres:



Página virtual: Mujeres v/s Hombres.:
<https://www.facebook.com/249053321897127/photos/a.531463133656143.1073741828.249053321897127/597996043669518/?type=3&theater>. Fecha de consulta 1 de Septiembre del 2015.



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño: \$:
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431774803613802/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 19 de Agosto del 2015.



Comunidad virtual: Mujeres v/s hombres:
<https://www.facebook.com/409871055717832/photos/pb.409871055717832.-2207520000.1457053772./415120588526212/?type=3&theater>. Fecha de consulta 1 de Septiembre del 2015.



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño: \$:
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.92493747541908.-2207520000.1445386675./431561596968456/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 19 de Agosto del 2015.



Página virtual: Hermosas princesas cabronas bien hechas:
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445473863./1638920063047320/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 21 de Septiembre del 2015.

1.- Palabras femeninas:



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño: \$:
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431546890303260/?type=3&theater>.
Fecha de consulta: 19 de octubre del 2015.

2.-Lucha de mujeres v/s hombres:



Página virtual: Herosas princesas cabronas bien hechas <https://www.facebook.com/HerrosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445474634./1637133549892638/?type=3&theater>.
Fecha de consulta: 21 de Septiembre del 2015.



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño :\$
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./430843793706903/?type=3&theater>.
Fecha de consulta 21 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Me gusta la cerveza:
<https://www.facebook.com/ME.GUSTA.LA.CERVEZA.XD/photos/pb.117088686514.-2207520000.1445480711./10155317877416515/?type=3&theater>.
Fecha de consulta: 21 de Septiembre del 2015.

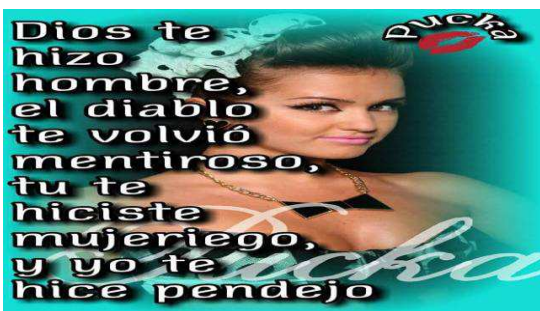


Comunidad virtual: Herosas princesas cabronas bien hechas: <https://www.facebook.com/HerrosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445468389./1640655579540435/?type=3&theater>.
Fecha de consulta 21 de octubre del 2015.



Comunidad virtual: cachondearías y Algo mas:
<https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./395284293990326/?type=3&theater>
Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.

1.- Palabras femeninas:



Comunidad virtual: Hermosas princesas cabronas bienhechas: <https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445468389./1640594549546538/?type=3&theater>. Fecha de consulta 21 de Octubre del 2015.

2.-Lucha de mujeres v/s hombres:



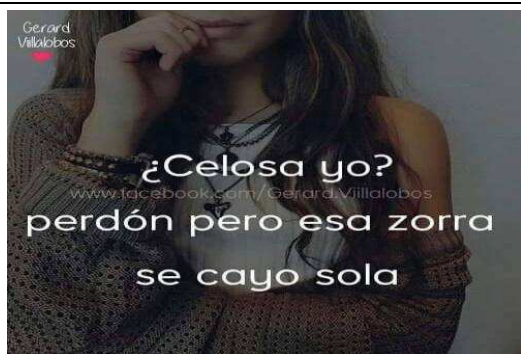
Comunidad virtual: cachondearías y Algo mas: <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./383424025176353/?type=3&theater> Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: barbiebitch: <https://www.facebook.com/Lamasperradelasbarbies/photos/a.581726478507151.1073741827.581724898507309/645471755465956/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 21 de octubre del 2015.



Página virtual: Cachondearías y Algo mas. <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./388149294703826/?type=3&theater>. Fecha de consulta 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño :S: <https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1446681959./438711019586847/?type=3&theate>. Fecha de consulta: 21 de octubre del 2015.



Comunidad virtual: Cachondearías y algo mas <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445560144./395284373990318/?type=3&theater> Fecha de consulta 22 de Octubre del 2015.

1.- Palabras femeninas:



Comunidad virtual: Hermosas princesas cabronas bien hechas:
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445473863./1639264033012923/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015

2.-Lucha de mujeres v/s hombres:



Comunidad virtual: Fotos de Te veo y se me va el sueño:
\$:
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431925766932039/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Hermosas princesas cabronas bien hechas:
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445473863./1639112953028031/?type=3&theater>. Fecha de consulta 21 de octubre del 2015.



Página virtual: Cachondearías y Algo mas.
<https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./375164039335685/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Hermosas princesas cabronas bien hechas:
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445473863./1639264136346246/?type=3&theater>. Fecha de consulta 21 de Octubre del 2015.



Página virtual: Cachondearías y Algo mas.
<https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./372232156295540/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.

Cuadro 2

<p>Categoría:</p> <p>3.- Los mandamientos:</p> <p>Esta categoría parte del mensaje de la frase escrita que va dirigida principalmente a la mujer e implica una serie de reglas, comportamientos y afirmaciones ideológicas como morales que una mujer debe seguir. Sin embargo este primer mensaje resignifican un segundo mensaje violento hacia el hombre en algunos de los memes.</p>	<p>Categoría:</p> <p>4.- La mujer que desea “el erotismo de la relaciones carnales”.</p> <p>Para esta categoría de toma en cuenta la mezcla de contenido imagen- texto, donde el mensaje de la frase escrita va dirigido al hombre desde una concepción del deseo y del erotismo que provoca la figura femenina. Y la fuerza del mensaje recae en la imagen.</p>
<p>Unidad de análisis:</p> <p>Autonomía- identidad femenina.</p> <p>Estos conceptos se toman en cuenta para determinar la unida de análisis que parte principalmente de la frase escrita.</p>	<p>Unidad de análisis:</p> <p>Cuerpo- objeto –erotismo- cosificación- deseo.</p> <p>Estos conceptos son tomados como unidad de análisis a partir de una revisión superficial de las imágenes que integran esta categoría. Y cabe señalar que el concepto de cosificación no aplica en el total de las imágenes.</p>
<p>Unidades de análisis transversales: Violencia de verbal, simbólica - identidad femenina- cuerpo.</p> <p>Características visuales en común: la parte del cuerpo que se utiliza es de la cara a las piernas con un total de 9 memes, 6 memes que no permiten ver el rostro completo.</p> <p>Los estereotipos que se manejan: Mujer rubia (raciales) Mujer de status económico. Mujer dulce y frágil. Mujer seductora. Mujer ruda</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 2.2 / pág.97</p>	<p>Unidades de análisis transversales: Autonomía - identidad femenina- cuerpo.</p> <p>Características visuales en común: la parte del cuerpo que se utiliza: de cuerpo completo en 4 imágenes, de la cara a las piernas con 7, nalgas 2 y boca 1.</p> <p>Los estereotipos que se manejan: Mujer de status económico. Mujer seductora- sexi.</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 2.2 / pág.97</p>

2.1.- Características verbales de los memes.

<p>Categoría: 3.- Los mandamientos</p>	<p>Categoría: 4.- La mujer que desea “ el erotismo de la relaciones carnales”</p>
<p>Búscate un hombre con cerebro, por que pene todos tiene. (amante loba & vampira alex)</p>	<p>Si alguien esta libre de pecado, que me avise y con gusto le paso algunos míos. (zyarya)</p>
<p>Una mujer no es fría por falta de sentimientos si no por exces9 de decepciones (Facebook.com/razon214)</p>	<p>Baby hoy te invito a brindar por lo que tú y yo sabemos, y que la gente ni se imagina. (zyarya)</p>
<p>¿Viernes y en tu casa? Jajaja así somos las princesas. (Facebook.com/jonathanMOfficial1921))</p>	<p>! Señor ¡No me alejes de las tentaciones... Ponmelas encima. (cachondearías y algo mas)</p>
<p>Un hombre inteligente no tuda celos con otra chicas al contrario te hace sentir única. (asdfghklñ.teamo.razo1214)</p>	<p>Hoy te chupare de un lado al otro, de arriba abajo y voy a morderte hasta llegar al palito. (Byzyarya) (cachondearías y algo mas)</p>
<p>Hombre que responde rápido los mensajes gana muchos puntos (asdfghklñ.teamo.razo1214)</p>	<p>Quiero pasar contigo un 14 de febrero (Byzyarya)</p>
<p>Un novio sin amiguitas es mucho pedir? (asdfghklñ.teamo.razo1214)</p>	<p>Decidi que mientras llega mi media naranja voy a comerme todo lo que me pasa por enfrente (cachondearías y algo mas)</p>
<p>Si esta soltera es porqué eres demasiado inteligente y no quieres a ningún idiota en tu vida. (asdfghklñ.teamo.razo1214)</p>	<p>Prometo portarme bien ... Pero mañana, sin falta; es que hoy ya no alcance. (Byzyarya)</p>
<p>Fácil y sencillo así como se aprende a amar se aprende a olvidar</p>	<p>Sobrino puedo entrar? Si tía que desea!! Pero... tía esto esta bien? Si ya entro todito</p>
<p>Mujeres y su súper poder de fingir que nada les importa, así se estén muriendo</p>	<p>Este mundo necesita menos whatsspp y mas visitas inesperadas. (https://www.facebook.com/Charly.m.editor)</p>
<p>Fácil y sencillo así como se aprende a amar se aprende a olvidar. (desmadre o que ani)</p>	<p>Tú y yo, sin condón piénsalo..... (stefaniealesanddra).</p>
<p>En una relación el hombre es el que manda....</p>	<p>No pidas permiso hazlo ahora y arrepiente mañana.</p>

(pero el que manda las flores y los chocolates)(desmadre o que)	(hermosas princesas cabronas bien echas)
Quédate con el hombre que te llene de felicidad. Por que orgasmos hasta un vibrador te los da. (desmadre o que)	Los buenos modales son para perderlos en la cama. (ByAddry)
Quédate con quien te luce y se enorgullece a tu lado! No con el pendejo que te esconde!	Yo tan comestible y tu a dieta Remedios mágicos (los legítimos y originales artilugios del poder)
Estoy cansada de ser una buena persona, desde hoy voy a ser la miserable perra, falsa egoísta y engreída que todos dicen que soy! (la madamme)	Hasta que la muerte los separe Hola soy la muerte
No se trata de ser buena o ser mala, se trata de nunca ser la pendeja de nadie. (Byani)	Soy de mente negra y sucia. Pero de conciencia muy tranquila. (Byzyanya)

Categoría:

3.- Los mandamientos:



Comunidad virtual: Amante loba vampira: <https://www.facebook.com/AmanteLobaVampira/photos/a.298878453641592.1073741829.298574773671960/393056297557140/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 16 de Octubre del 2015.

Categoría:

4.- La mujer que desea “ el erotismo de la relaciones carnales”



Comunidad virtual: Cachondearías y algo mas: <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445555036./412988535553235/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Fotos de Te veo y se me va el sueño: <https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431621446962471/?type=3&theater> Fecha de consulta: 16 de Octubre del 2015.









Comunidad virtual: Cachondearías y algo más. <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649583./385815648270524/?type=3&theater> Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Fotos de Te veo y se me va el sueño :\$ <https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431809643610318/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 18 de octubre del 2015.



Comunidad virtual: Cachondearías y algo más. <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649856./369854866533269/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.

<p>Categoría: 3.- Los mandamientos</p>	<p>Categoría: 4.- La mujer que desea “ el erotismo de la relaciones carnales”</p>
 <p>Un Hombre inteligente no te da celos con otras chicas al contrario te hace sentir asdfghjklñ.te.amo.razor1214 Única</p> <p>Comunidad virtual: Fotos de Te veo y se me va el sueño: \$ https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./431046087020007/?type=3&theater. Fecha de consulta: 18 de Octubre del 2015.</p>	 <p>Hoy te chupare de un lado al otro de arriba a abajo y voy a morderte hasta fleazar al Palito By Zyanya</p> <p>Comunidad virtual: Cachondearías y algo más. https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649856./354095471442542/?type=3&theater. Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.</p>
 <p>Hombre que responde rápido los mensajes gana muchos puntos asdfghjklñ.te.amo.razor1214</p> <p>Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño: \$ https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./430985560359393/?type=3&theater. Fecha de consulta: 18 de Octubre del 2015.</p>	 <p>Quiero pasar contigo un cachondo 14 de febrero By Zyanya</p> <p>Comunidad virtual: Cachondearías y algo más. https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649856./351595941692495/?type=3&theater Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.</p>
 <p>Un Novio sin amiguitas es mucho pedir? asdfghjklñ.te.amo.razor1214</p> <p>Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño: \$ https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./430843760373573/?type=3&theater. Fecha de consulta: 18 Octubre del 2015.</p>	 <p>DECIDI QUE MIentras LLEGA MI MEDIA NARANJA VOY A COMERME TODO LO QUE ME PASE POR ENFRE By Zyanya</p> <p>Comunidad virtual: Cachondearías y algo más. https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649856./348998398618916/?type=3&theater. Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.</p>

Categoría:

3.- Los mandamientos



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño :\$ <https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./430777680380181/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 18 de Octubre del 2015

Categoría:

4.- La mujer que desea “ el erotismo de la relaciones carnales”



Comunidad virtual: Cachondearías y algo más. <https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649856./347880538730702/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015



Comunidad virtual: Hermosas princesas cabronas bien hechas: <https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445474634./1637160519889941/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 18 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño: S. <https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445648425./436307869827162/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: desmadre o que?: <https://www.facebook.com/370320209773408/photos/pb.370320209773408.-2207520000.1445561846./580047162134044/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: T e veo y se me va el sueño: S. <https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445648425./436037623187520/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.

Categoría:

3.- Los mandamientos



Comunidad virtual: Desmadre o qué?
<https://www.facebook.com/370320209773408/photos/pb.370320209773408.-2207520000.1445561846./579738828831544/?type=3&theater>. Fecha de consulta. 22 de Octubre del 2015.

Categoría:

4.- La mujer que desea " el erotismo de la relaciones carnales"



Comunidad virtual: Besos en el Cuello = Adiós Autocontrol.
<https://www.facebook.com/1455613567993288/photos/pb.1455613567993288.-2207520000.1445641540./1461251470762831/?type=3&theater> Fecha de consulta 23 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Desmadre o qué?
<https://www.facebook.com/370320209773408/photos/pb.370320209773408.-2207520000.1445561846./579142925557801/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: hermosas princesas cabronas bien hechas.
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445646717./1633125436960116/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.



Comunidad: Desmadre o qué?
<https://www.facebook.com/DesmadredeAna/photos/a.370328713105891.1073741828.370320209773408/691510577654368/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: hermosas princesas cabronas bien hechas.
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445646717./1633125436960116/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.

Categoría:

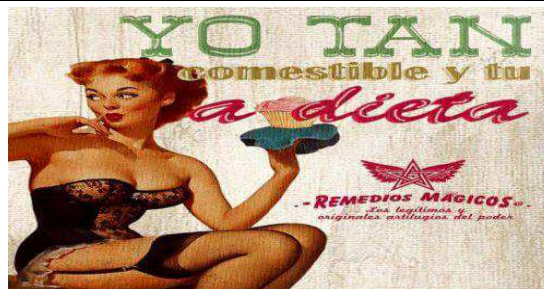
3.- Los mandamientos



Comunidad virtual: Mujeres Engañadas Por Maridos Infieles
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1502097213447580&set=pb.100009419460181.-2207520000.1480013346.&type=3&theater>.
Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.

Categoría:

4.- La mujer que desea " el erotismo de la relaciones carnales"



Perfil de usuario: Fotos de MonMonts D Ok:
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153241457404151&set=pb.679869150.-2207520000.1443573663.&type=3&permPage=1>.
Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015



Comunidad virtual: Mujeres Engañadas Por Maridos Infieles
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1477524325904869&set=pb.100009419460181.-2207520000.1480013346.&type=3&theater>.
Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Página virtual: Me gusta la cerveza.:
<https://www.facebook.com/ME.GUSTA.LA.CERVEZA.XD/photos/pb.117088686514.-2207520000.1445642724./10155325783946515/?type=3&theater>.
Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Mujeres Engañadas Por Maridos Infieles
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1443750445948924&set=pb.100009419460181.-2207520000.1480013346.&type=3&theater>.
Fecha de consulta: 22 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Cachondearías y algo más.
<https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.-2207520000.1445649856./355061001345989/?type=3&theater>.
Fecha de consulta: 5 de Noviembre del 2015.

Cuadro 3

<p>Categoría:</p> <p>5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.</p> <p>Esta categoría fue pensada a partir del mensaje que provoca la imagen de la mujer y esta dirigido al hombre. La frase escrita refuerza el significado que se le da a la imagen desde la parte erótica y para cosificarla.</p>	<p>Categoría:</p> <p>6.- Objeto deseo.</p> <p>Esta categoría fue pensada a partir del mensaje que provoca la imagen-texto que en su conjunto se ve la imagen de la mujer sólo como un objeto.</p>
<p>Unidad de análisis:</p> <p>Cuerpo- objeto –erotismo-cosificación- deseo.</p> <p>Estos conceptos son tomados como unidad de análisis a partir de una revisión superficial de las imágenes que integran esta categoría.</p>	<p>Unidad de análisis:</p> <p>Cuerpo- objeto –erotismo-cosificación- deseo.</p> <p>Estos conceptos son tomados como unidad de análisis a partir de una revisión superficial de las imágenes que integran esta categoría.</p>
<p>Unidades de análisis transversales:</p> <p>Violencia simbólica- cuerpo.</p> <p>Características visuales en común:</p> <p>1 meme muestra a la imagen de la mujer en un acto sexual. 6 memes que enfocan las nalgas de la mujer. 3 que se enfocan a los senos de la mujer. 5 que muestran el cuerpo completo.</p> <p>Los estereotipos que se manejan:</p> <p>Mujer rubia y morena (raciales) Mujer cortesana Mujer seductora- sexi Mujer ruda</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 3.2 pág. 104</p>	<p>Unidades de análisis transversales:</p> <p>Violencia simbólica- cuerpo.</p> <p>Características visuales en común:</p> <p>7 memes se enfocan en las nalgas de la imagen de la mujer. 3 memes muestran el cuerpo de la mujer acostado. 3 memes que se enfocan en los senos. 2 memes muestran desde la cara a las piernas de la imagen de la mujer.</p> <p>Los estereotipos que se manejan:</p> <p>Mujer rubia y morena (raciales) Mujer seductora-sexi Mujer ruda</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 3.2 / pág. 104</p>

3.1- Características verbales de los memes.

Categoría: 5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.	Categoría: 6.- Objeto deseo.
Este tipo de cosas son las culpables de que yo haya sido ingeniero.	Fuck you
Ese momento donde te das cuenta que puedes ser un gran padrastro.	Encuentra al gato (memes de la tijuna)
- ¿Como te gustan las mujeres frías o calientes? - A mi del tiempo	Ahora sabes por que Mario se la pasa buscando a la princesa.
Abra las piernas y cierre el corazón	Que tema estará mirando esta chica (memes de la tijuna)
A mi me gusta agarrar las nalgas cuando beso ;\$	¡Adan! dije. La manzana No la papaya!!!
Importante noten los detalles hechos a mano en esta piedra	Lo tuyo es mío
En este momento en el que piensas En incendiar seriamente tu casa	No me despierten hasta la próxima semana
El 99.9% No nota la presencia dl gatito	Como lo ven los demás Red hot chili pepper Como lo veo yo...
El hombre invisible vuelve a atacar!!	Encuentra el gato nivel genio
Bueno señores Llego la prima	Cuantos likes para mi vecina
Sigo sin entender por que mi esposa quiere despedir a nuestra empleada.	Senos viene semana santa!
Se te antoja verdad Un vasito de cerveza fría.	Sex, pizza & zombie movies
Se vende perrito es muy juguetón	Bourbon Beware Pickpockets Loseewomen
Si tuvieras vacantes a cual de estas chicas le darías empleo	Horror, sex and zombies Sex, pizza & zombiemovies
Un verdadero varón sabe decir Primero las damas	Comenta tu edad al raves y el que le de like lo agregas

Muestra explotaría 3.2.

<p>Categoría: 5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.</p>	<p>Categoría: 6.- Objeto deseo.</p>
 <p>Usuario de Facebook: Roy lennon. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1066481023392009&set=a.251406781566108.62795.100000903642631&type=3&theater. Fecha de consulta: 28 de Octubre del 2015.</p>	 <p>Comunidad virtual: Cabrona sexy y guapa https://www.facebook.com/1501007536816315/photos/a.1501320053451730.1073741828.1501007536816315/1630015590582175/?type=1&theater. Fecha de consulta: 7 de Septiembre del 2015.</p>
 <p>Comunidad virtual: me gusta la cerveza. https://www.facebook.com/ME.GUSTA.LA.CERVEZA.XD/photos/pb.117088686514.-2207520000.1445481305./10155315685221515/?type=3&theater. Fecha de consulta: 28 de Octubre del 2015.</p>	 <p>Comunidad virtual: MEMES de la jijuna. https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.-2207520000.1450818221./957200080983436/?type=3&theater. Fecha de consulta: 22 de Septiembre del 2015,</p>
<p>- ¿Cómo te gustan las mujeres, frías o calientes? - A mí del Tiempo.</p>  <p>Comunidad virtual: me gusta la cerveza. https://www.facebook.com/ME.GUSTA.LA.CERVEZA.XD/photos/pb.117088686514.-2207520000.1445481680./10155314749526515/?type=3&theater. Fecha de consulta: 28 de Octubre del 2015.</p>	 <p>Comunidad virtual: Si La Vida Te Da La Espalda Agarrale Las Nalga. https://www.facebook.com/SiLaVidaTeDaLaEspaldaAgarraleLasNalga/photos/a.284613564970430.58082.284597708305349/754706681294447/?type=1&theater Fecha de consulta: 22 de Septiembre del 2015,</p>

Categoría:

5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.



Comunidad virtual: Besos en el Cuello = A dios Autocontrol.
<https://www.facebook.com/1455613567993288/photos/pb.1455613567993288.-2207520000.1445546506./1464910697063575/?type=3&theater>. Fecha de consulta 28 de Octubre del 2015.

Categoría:

6.- Objeto deseo.



Comunidad virtual: MEMES de la jijuna.
<https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.-2207520000.1450818221./9555303664506411/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.



Comunidad virtual: Besos en el Cuello = A dios Autocontrol.
<https://www.facebook.com/1455613567993288/photos/pb.1455613567993288.-2207520000.1445546506./1461853687369276/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 28 de Octubre del 2015.



Perfil de usuario:
Arkangel El Demonio Tyrone
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=885037318200233&set=a.342963935740910.69783.100000819199880&type=1&theater>
Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.



Comunidad virtual: Hijo de la Gran Puta
<https://www.facebook.com/Hijo.jonathan/photos/pb.284597708305349.-2207520000.1445561183./869175413180906/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015



Comunidad virtual: Adolescentes Pervertidos,
<https://www.facebook.com/1479438618938899/photos/a.1479439158938845.1073741827.1479438618938899/1479439075605520/?type=1&theater>.
Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.

Categoría:

5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.



Pagina virtual: Me gusta la cerveza. <https://www.facebook.com/ME.GUSTA.LA.CERVEZA.XD/photos/pb.117088686514.-2207520000.1445642724./10155326929166515/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.

Categoría:

6.- Objeto deseo.



Comunidad Virtual: MEMES de la jijuna <https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.-2207520000.1441393571./659950900708357/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015



Pagina virtual: Me gusta la cerveza. <https://www.facebook.com/ME.GUSTA.LA.CERVEZA.XD/photos/pb.117088686514.-2207520000.1445642724./10155325059446515/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Si La Vida Te Da La Espalda Agarrale Las Nalga. <https://www.facebook.com/SiLaVidaTeDaLaEspaldaAgarraleLasNalga/photos/a.449291985169253.1073741826.284597708305349/732269693538146/?type=1&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.



Comunidad virtual: MEMES de la jijuna. <https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.-2207520000.1450818221./964085980294846/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 1 Noviembre del 2015.



Comunidad: Kuichang <https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/a.749365438421008.1073741829.727973477226871/1056025241088358/?type=1&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.

Categoría:

5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.

SIGO SIN ENTENDER PORQUÉ MI ESPOSA



QUIERE DESPEDIR A NUESTRA EMPLEADA

Comunidad virtual: La Guía del Varón.
<https://www.facebook.com/LaGuiaDelVaron/photos/a.671928509603461.1073741828.671899149606397/786365941493050/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 1 Noviembre del 2015.

Categoría:

6.- Objeto deseo.



Comunidad: Kuichang

<https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/a.749365438421008.1073741829.727973477226871/1056025241088358/?type=1&theater>

Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.

SE TE ANTOJA VERDAD



UN VASITO DE CERVEZA BIEN FRÍA

Comunidad virtual: La Guía del Varón.
<https://www.facebook.com/LaGuiaDelVaron/photos/a.671928509603461.1073741828.671899149606397/785487451580899/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 1 Noviembre del 2015.



Comunidad: Kuichang

<https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/a.749365438421008.1073741829.727973477226871/1037604552930427/?type=1&theater>

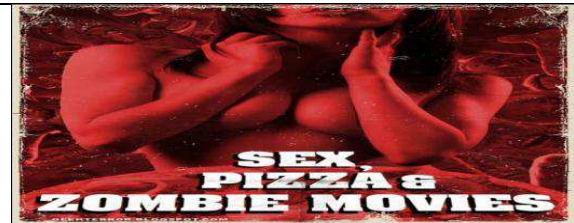
Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.

SE VENDE PERRITO



ES MUY JUGUETÓN

Comunidad virtual: La Guía del Varón.
<https://www.facebook.com/LaGuiaDelVaron/photos/a.671928509603461.1073741828.671899149606397/785487451580899/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 1 Noviembre del 2015.



Página virtual: Horror Sex And Zombies

<https://www.facebook.com/HorrorSexAndZombies/photos/pb.317742888310925.-2207520000.1441392892./604315392987005/?type=3&theater>

Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015

Categoría:

5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.

SI TUVIERAS VACANTES A CUAL

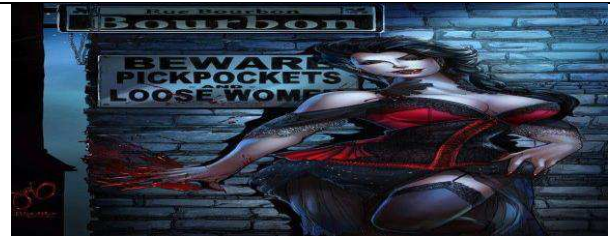


DE ESTAS CHICAS LE DARÍAS EMPLEO

Comunidad virtual: La Guía del Varón
<https://www.facebook.com/LaGuiaDelVaron/photos/a.671928509603461.1073741828.6718991496063.97/785487451580899/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 1 Noviembre del 2015.

Categoría:

6.- Objeto deseo.



Página virtual: Horror Sex And Zombies
<https://www.facebook.com/HorrorSexAndZombies/photos/pb.317742888310925.-2207520000.1441391849.774562359295640/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015

UN VERDADERO VARÓN SABE DECIR



PRIMERO LAS DAMAS

Comunidad virtual: La Guía del Varón
<https://www.facebook.com/LaGuiaDelVaron/photos/a.671928509603461.1073741828.6718991496063.97/785487451580899/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 1 Noviembre del 2015.



Página virtual: Horror Sex And Zombies
<https://www.facebook.com/HorrorSexAndZombies/photos/pb.317742888310925.-2207520000.1441391849.797899523628590/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015

COMENTA TU EDAD ALREVES



Y EL QUE LE DE LIKE LO AGREGAS

Comunidad: Kuichang
<https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/a.749365438421008.1073741829.727973477226871/1025153347508881/?type=1&theater>. Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015

Cuadro 4

<p>Categoría: 7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.</p> <p>Esta categoría fue pensada a partir del mensaje que transmite la frase escrita.</p>	<p>Categoría: 8.- La burla</p> <p>Esta categoría fue pensada a partir del mensaje que transmite la imagen-texto.</p>
<p>Unidad de análisis:</p> <p>Competencia-Identidad femenina-discriminación- poder simbólico.</p> <p>Estos conceptos son tomados como unidad de análisis a partir del mensaje escrito que producen las imágenes y van dirigidos de mujer a mujer.</p>	<p>Unidad de análisis:</p> <p>Discriminación, violencia simbólica y de género</p> <p>Estos conceptos son tomados como unidad de análisis a partir de una revisión superficial de la imagen-texto de las imágenes que integran esta categoría.</p>
<p>Unidades de análisis transversales:</p> <p>Violencia simbólica- escrita- género, discriminación- cuerpo.</p> <p>Características visuales en común: Se muestran 7 memes que muestran la imagen de la mujer desde la cara a las piernas. 6 memes sólo muestran parte el rostro. 3 que muestran el cuerpo completo.</p> <p>Los estereotipos que se manejan: Mujer rubia y morena (raciales) Mujer de status económico. Mujer seductora- sexi Mujer ruda. Mujer fiestera.</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 4.2 / pág. 112</p>	<p>Unidades de análisis transversales:</p> <p>Violencia simbólica-escrita- género, discriminación- cuerpo.</p> <p>Características visuales en común: 3 memes se enfocan en las caderas y nalgas de la imagen de la mujer. 11 memes se producen tomando en cuenta desde la cara a las pernas de la mujer. 3 memes de cuerpo completo.</p> <p>Los estereotipos que se manejan: Mujer rubia y morena (raciales) Mujer de status económico. Mujer seductora- sexi Mujer ruda. Mujer fiestera.</p> <p>Véase cuadro de muestra exploratoria 4.2 / pág. 112</p>

4.1.- Características verbales de los memes.

Categoría: 7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.	Categoría: 8.- la burla
Sé que la razón por la que me odias es por qué soy mejor perra que tú. (bluntcard)	La delincuencia llevo al límite. A esta mujer le robaron el culo ...
Recuerda, una leona no voltea cuando una perra ladra.	Un poquito hacia atrás Un poquito hacia adelante Listo!!!
Amada por muchos odiada por tantas viejas envidiosas frustradas. (addy)	Mujer mexicana Las mas culonas, gggg
Prefiero de ésas mujeres groseras, que dicen lo que piensan y son sinceras, a ser una mustia, mosca muerta con complejos de princesa y no es más que una pendeja.	Vamos a la fiesta decían.. Será divertido decían.
Tu vida a mi me tiene sin cuidado. Ni me quita el sueño pero al parecer la mía te importa mucho querida búscate algo que hacer no te vayas a enfermar de tanta envidia. (addrysatile)	Mira como te bailo amor ¿De que te dan ganas?
Las guapas estamos acostumbradas a caerle mal a las feas, las zorras y hasta a las cuñadas.	Cuando te tomas una selfie Como crees que te ves Como en realidad Tes ves (estriñida)
Querida tener el whastaap en tu biografía de instagram Es de putas (www.facebook.com.barbiebitch)	Buenas piernas buenas tetas Buenas nalgas buenas noches
¡SALUD! Por la ilusa que día a día visita mi muro.	“ Nos vamos de putas” Expectativa Realidad (rubius memes)
La relación es de 2 no de 3 zorra. (www.facebook.com/razo1214)	Falta una tabla en la cama (@queboletaoficialaap)
Así que crees que soy perra	Dibújame Jack!!

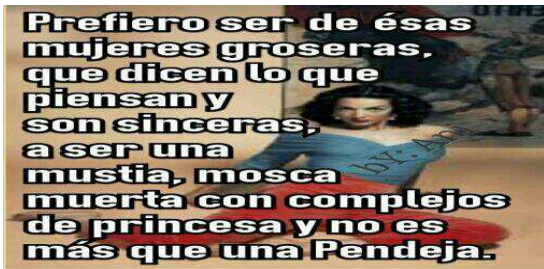
Y mira que aun no empiezo contigo (imagen creada por generador memes)	Aguanta.....note nuevas Listo.....ya quedo!! (malditos matginales)
Te caigo?Jajaja bueno te mando un besito (www.facebook.com/razo1214)	Buen cuerpo buenas tetas Buenas piernas buenas tardes
Ojalá existiera un spray para zorras (www.facebook.com/razo1214)	Ya vamos tarde.... Desayunas en el camino
¿Envidia? Si yo tengo lo que tu tienes (Facebook.com/Gerard Villalobos) (Gerard Villalobos)	En esta vida seré feliz, en la próxima ¿seré flaca! (desmadre o que).
¿Envidia? Jajajaja No envidio a Zorras (Luis Alberto Villalobos)	He cogido 6 kilos y no son míos se ruega a su dueñ@ que pase a recojerlos. (desmadre o que).
Es un apena que hables de mi y yo ni idea de quien seas querida.	Cuando te trgas el control de la PS4 y te tomas una selfie para instagram.

Después de examinar los cuadros con las características lingüísticas se ha encontrado que la temática central de la mayoría de las frases escritas es la violencia: simbólica, escrita, emocional o psicológica y de género.

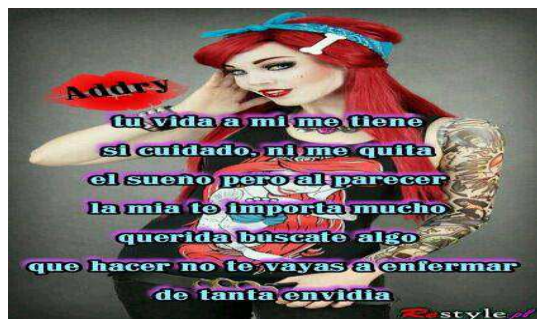
Muestra exploratoria 4.2.

<p>Categoría: 7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.</p>	<p>Categoría: 8.- la burla</p>
 <p>Comunidad virtual: barbiebitch https://www.facebook.com/Lamasperradelasbarbies/photos/a.581726478507151.1073741827.581724898507309/771825432830587/?type=3&theater Fecha de consulta: 19 de octubre del 2015.</p>	 <p>Página virtual: ME GUSTA LA CERVEZA.: https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/pb.727973477226871.-2207520000.1425491898./901857743171776/?type=1&theater Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015.</p>
 <p>Comunidad virtual: Mi plan? estar contigo, no lastimarte y hacerte muy feliz. https://www.facebook.com/Mi.Plan.Estar.Contigo/photos/pb.268608936540401.-2207520000.1448926485./1002015666533054/?type=3&theater Fecha de consulta: 20 de octubre del 2015.</p>	<p>“NOS VAMOS DE PUTAS”</p>  <p>Comunidad: Kui chang https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/pb.727973477226871.-2207520000.1425491898./901209706569913/?type=1&theater Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015.</p>
 <p>Página virtual: Herosasas princesas cabronas bien hechas https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.146729776876217.-2207520000.1445473863./1638816346391025/?type=3&theater Fecha de consulta: 21 de octubre del 2015.</p>	 <p>Comunidad: Si La Vida Te Da La Espalda Agarrale Las Nalgas. https://www.facebook.com/SiLaVidaTeDaLaEspaldaAgaArraleLasNalga/photos/a.284613564970430.58082.284597708305349/747064105392038/?type=1&theater Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015.</p>

Categoría:
7.- Competencia de la mujer "hacer por hacer".



Página virtual: Herosas princesas cabronas bien hechas
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445473863./1638653493073977/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 21 de octubre del 2015.



Página virtual: Herosas princesas cabronas bien hechas
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.1467297776876217.-2207520000.1445473863./1638420116430648/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.



Página virtual: Mi plan? estar contigo, no lastimarte y hacerte muy feliz. ♡
<https://www.facebook.com/Mi.Plan.Estar.Contigo/photos/pb.268608936540401.-2207520000.1448926485./1001537966580824/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.

Categoría:
8.- la burla

La delincuencia llegó al límite. A esta mujer le robaron el culo...



Perfil: IK Memes Graciosos.
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1650620168529091&set=pb.100007433709728.-2207520000.1445049006.&type=3&theater>. Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015.



Comunidad: Kui chang
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1394914637481315&set=p.1394914637481315&typ>. Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015



Página virtual: ME GUSTA LA CERVEZA.
<https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/pb.727973477226871.-2207520000.1425491898./900697283287822/?type=1&theater>. Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015

Categoría:
7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.



Comunidad virtual: barbiebitch
<https://www.facebook.com/Lamasperradelasbarbies/photos/pb.581724898507309.-2207520000.1445309434./1100439456635848/?type=3&theater>
 Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.

Categoría:
8.- la burla



Comunidad: Kuichang
<https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/pb.727973477226871.-2207520000.1425491898./907517239272493/?type=1&theater>
 Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015



Página virtual: Mi plan? estar contigo, no lastimarte y hacerte muy feliz.
<https://www.facebook.com/Mi.Plan.Estar.Contigo/photos/pb.268608936540401.-2207520000.1448927717./998632886871332/?type=3&theater>
 Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.



Página virtual: ME GUSTA LA CERVEZA.:
<https://www.facebook.com/kui.chang.original/photos/pb.727973477226871.-2207520000.1425491898./876453862378831/?type=1&theater>
 Fecha de consulta. 4 Noviembre del 2015.



Comunidad virtual: te veo y se me va el sueño :S
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386060./435271546597461/?type=3&theater>
 Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.



Página virtual: ME GUSTA LA CERVEZA.
<https://www.facebook.com/766176030128149/photos/a.766177236794695.1073741827.766176030128149/766177110128041/?type=1&theater>
 Fecha de consulta. 4 Noviembre del 2015.

Categoría:
7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.



Comunidad virtual: barbiebitch
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=540006129509210&set=p.540006129509210&type=3&theater>
 Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.

Categoría:
8.- la burla



Comunidad: hijo de la gran puta
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1565735830355459&set=a.1375313582731019.1073741826.100007571701944&type=1&theater>
 Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015.



Comunidad virtual : Te veo y se me va el sueño :\$
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386642./433838676740748/?type=3&theater>.
 Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.



Comunidad: Desmadre o que?:
<https://www.facebook.com/DesmadredeAna/photos/a.370328713105891.1073741828.370320209773408/727127957425963/?type=3&theater>.
 Fecha de consulta: 4 Noviembre del 2015.



Comunidad virtual : Te veo y se me va el sueño :\$
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386642./433675360090413/?type=3&theater>.
 Fecha de consulta 21 de Octubre del 2015.



Comunidad: Desmadre o que?:
<https://www.facebook.com/DesmadredeAna/photos/a.370328713105891.1073741828.370320209773408/679916955480397/?type=3&theater>.
 Fecha de consulta: 6 Noviembre del 2015.

Categoría:
7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.

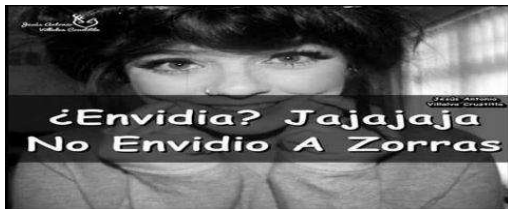


Comunidad virtual : Te veo y se me va el sueño :\$
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675.432934816831134/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.

Categoría:
8.- la burla



página virtual: Hijo de la gran puta
<https://www.facebook.com/Hijo.de.la.gran.puta432/photos/a.567147386714321.1073741827.565729180189475/903677879727935/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 6 Noviembre del 2015.



Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño :\$
<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445387690.428475073943775/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.



Página virtual: Hijo de la gran puta.
<https://www.facebook.com/Hijo.de.la.gran.puta432/photos/a.567147386714321.1073741827.565729180189475/856107107818346/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 6 Noviembre del 2015.



Página virtual: Hermosas princesas cabronas bien hechas
<https://www.facebook.com/HermosaPrincesaAddry/photos/pb.146729776876217.-2207520000.1445473863.1639192136353446/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 30 de Octubre del 2015.



Comunidad virtual: Cachonderias y Algo Mas
<https://www.facebook.com/231318883720202/photos/a.233311570187600.1073741828.231318883720202/297313443787412/?type=3&theater>. Fecha de consulta: 6 Noviembre del 2015.

4.5 Construcción de las categorías

En este apartado se describirán los conceptos con los cuales se construyeron las 8 categorías asignadas para el estudio y análisis semiótico de un meme representativo a partir de la recolección de 500 memes que representan la imagen femenina en los memes de la red social Facebook.

Para sustentar cada una de las categorías se establecieron 15 memes tomando en cuenta la frase escrita en la mayoría, y en otros pocos imagen-texto, a partir de examinar su diseño con la imagen de la mujer y su contexto a través de la observación del lugar de reproducción dentro de comunidades, perfiles y páginas de la red social Facebook.

Para sostener esta clasificación se utilizaron los siguientes términos: poder simbólico, competencia, autonomía, sexualidad, deseo, cuerpo, objeto, erotismo, discriminación, violencia simbólica, escrita, emocional o psicológica, de género, e identidad femenina. Estos conceptos permiten presentar la denominación de las categorías para este estudio:

- Palabras femeninas.
- Lucha de mujeres vs. hombres.
- Los mandamientos de la mujer.
- La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales”.
- Mujer como deseo erótico y sexuado.
- Objeto de deseo.
- Competencia de la mujer “hacer por hacer”.
- La burla.

Estas categorías como ya se mencionó en el apartado 4.8, 4.9 Y 4.10 fueron construidas a partir de su producción texto-imagen inscritas en las ideologías dominantes de los medios de comunicación y su discurso sobre los mensajes elaborados de la imagen de la mujer.

Estos mensajes y discurso de la imagen de la mujer que se difunden en el entorno socio-virtual modelaron a formar la categoría por la unidad de análisis y las frases escritas como se muestran en los cuadros de característica lingüísticas: 1, 2, 3,4.

Las categorías Palabras femeninas, Lucha de mujeres vs hombres, La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales”, Competencia de la mujer “hacer por hacer”, La burla y los mandamientos, parten de una característica en común “la reafirmación de la feminidad”, “la reafirmación de la feminidad ante la negación de la feminidad de la otra “y “la negación de la masculinidad”, en tanto a la construcción de una identidad femenina, es decir:

“la identidad de las mujeres es el conjunto de características sociales, corporales y subjetivas que la caracterizan de manera real y simbólica de acuerdo con la vida vivida. La experiencia particular está determinada por las condiciones de vida que incluyen, además, la perspectiva ideológica a partir de la cual cada mujer tiene conciencia de sí y del mundo, de los límites de su persona y de los límites de su conocimiento, de su sabiduría, y de los confines de su universo. Todos ellos son hechos a partir de los cuales y en los cuales las mujeres existen, devienen.”¹¹³

Esta identidad dentro del estudio de los memes son las representaciones de la imagen de la mujer en conjunto con el texto que la acompaña influyendo en el imaginario de la construcción de lo femenino significando y reproduciendo efectos en la interacción de las prácticas socio-virtuales.

Dicha identidad que se manifiesta en estas categorías, se asume para contrastar y excluir la masculinidad del hombre adoptando una ideología del mundo matriarcal que hace que las mujeres se identifiquen y se desidentifiquen con:

“las características de la feminidad son patriarcalmente asignadas como atributos naturales, eternos históricos, inherentes al género y a cada mujer. Contrasta la afirmación de lo natural con que cada minuto de sus vidas, las mujeres deben realizar actividades, tener comportamientos, actitudes, sentimientos, creencias formas de pensamiento, mentalidades, lenguajes y relaciones específicas en cuyo cumplimiento deben demostrar que en verdad son mujeres.”¹¹⁴

Esta relación nace de una vinculación cultural-histórica que desprende a la mujer de las ideologías tradicionales, reafirmandose en un espacio innovador de libertad, democracia, cultural, política y social.

La circulación de estas ideas a través del eje de la cultura ofrece la construcción de identidades femeninas que operan al servicio de la globalización, llevando una innovación que transforma la feminidad en

¹¹³ García, José. (2008), op cit. p. 34.

¹¹⁴ Ibídem, p. 35.

concepciones dominantes a partir del análisis de la negación de lo masculino y la superación de lo femenino.

Por otro lado la libertad femenina implica hablar de autonomía, y ¿Qué es autonomía?, Lagarde dice que es la libre de elección sin influencia ni coacción, que surge de un proceso histórico de análisis de la condición del sujeto en la sociedad o de la cultura en el poder, pero también son hechos simbólicos que se fundamentan en el lenguaje. Además, la autonomía implica procesos psicológicos que abarcan la constitución del cuerpo, es decir, un cuerpo con vivencias con otras personas. "Un cuerpo vivido, como subjetividad presente siempre, pues somos cuerpo subjetivado, cuerpo simbólico, cuerpo efectivo, cuerpo pensado, cuerpo sentido, cuerpo no sentido, cuerpo ignorado, cuerpo invisible, cuerpo visible"¹¹⁵ Entonces el cuerpo se sitúa como una construcción cultural de los procesos políticos, económicos y psicológicos, siendo así que la autonomía es transformadora de la cultura. Por lo cual la autonomía se construye, y así mismo la mujer se identifica en la autonomía y en su misma identidad.

Sin embargo esta libertad femenina normaliza un poder de lucha ante lo masculino-femenino, lo femenino-femenino en cuestión a los mensajes que devienen por la competencia entre hombres y mujeres, y mujeres entre mujeres. Foucault dice que el "poder no es una institución, no es una estructura ni una fuerza de la que dispondrían algunos: es el nombre que se le da a una situación estratégica compleja en una sociedad dada, y así mismo este poder actúa sobre sus acciones; una acción sobre la acción, sobre las acciones eventuales o actuales, presentes o futuras"¹¹⁶, de esta manera se adquiere un estímulo ideológico y cultural que se simboliza, es decir, la cultura parte de una dimensión de análisis social de la vida que es comparativamente autónoma dependiendo del nivel de abstracción en el cual se encuentren las creencias, las prácticas, lo político, la economía y los valores sociales, conjugando la cultura en "hechos simbólicos presentes en una sociedad. O, más

¹¹⁵ Lagarde, Marcela, *Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres*. Disponible en: http://www.caladona.org/grups/uploads/2013/04/claves-feministaspara-el-poderio-y-autonomia_mlagarde.pdf. Fecha de consulta 13 de Febrero del 2016.

¹¹⁶ Ávila-Fuenmayor, Francisco. (2006). "El concepto de poder en Michel Foucault". *Telos*, vol. 8, núm. 2. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318557005>. Fecha de consulta 12 de abril del 2016.

precisamente, como la organización social del sentido como pautas de significados “históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias”¹¹⁷, y así surge una nueva cultura de masas con la habilidad de negociar los significados culturales y simbólicos por género, edad, raza, nivel socio-económico, preferencia sexual, ideología, religión e identidad. De igual manera estos elementos propician una competencia entre el género masculino y femenino; y lo femenino contra lo femenino, estableciéndose a partir de los roles y estereotipos socialmente adquiridos por la competencia de la sexualidad y sexo de los cuerpos.

Hablar de sexualidad es muy complejo hoy en día, pues la era moderna ha impuesto un orden sexual-biológico en los términos hombre- mujer que avala una normativa de género y por tanto de su sexo (masculino- femenino), donde el deseo recae activamente en los varones y las mujeres corresponden a un deseo pasivo, dándose la práctica erótica de acuerdo a esta modalidad. Siendo así que el “sexo es un vector de opresión. El sistema de opresión sexual atraviesa otros modos de desigualdad social, separando a individuos o grupos según su dinámica interna. No es reducible ni comprensible en términos de clase, raza, grupo étnico o género”¹¹⁸ este sistema sexual propicia guerras a través de los valores, acuerdos y privilegios.

Foucault “critica la visión tradicional de la sexualidad como impulso natural de la libido por liberarse de las limitaciones sociales. Foucault argumenta que los deseos no son entidades biológicas preexistentes, sino que, más bien, se constituyen en el curso de prácticas sociales históricamente determinadas. Foucault hace hincapié en los aspectos de la organización social generadores de sexo, más que en sus elementos represivos, al señalar que están produciendo constantemente sexualidades nuevas, y señala la existencia de una falta de continuidad importante entre los sistemas de sexualidad basados en el parentesco y las formas más modernas.”¹¹⁹

De este modo la reflexión sobre el sexo y la sexualidad hacen:

“imposible pensar en claridad sobre las políticas de las razas o de los géneros mientras, los consideremos como entidades biológicas y no como construcciones sociales. De igual modo la sexualidad es impermeable al análisis político, mientras se la conciba como un fenómeno biológico o como un aspecto de la psicología del individuo. La sexualidad es tan producto humano como lo

¹¹⁷ Gilberto. Giménez., (2006), op cit. p. 30.

¹¹⁸ Gayle, Rubin, “Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad”. Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. Disponible en: <http://www.museo-etnografico.com/pdf/puntodefuga/150121gaylerubin.pdf>. Fecha de consulta: 12 de abril 2016.

¹¹⁹ Idem.

son las dietas, los medios de transporte, los sistemas de etiqueta, las formas de trabajo, las diversiones, los procesos de producción y las formas de opresión. Una vez que se comprenda el sexo en términos de análisis social e histórico será posible una política sexual más realista.”¹²⁰

Por otra parte, citando a Judith Butler, quien retoma la diferencia que las teorías feministas hacen del término “sexo” y “género”, desarrolla un concepto nuevo que ayude a estas mismas, a incorporar el concepto de “performidad de género”. Inicia con la idea de que el sexo sólo es la alusión a lo biológico y el género deriva de los patrones asociados en la construcción de lo femenino y lo masculino impuestos socialmente y culturalmente, los cuales se hacen-afirman- reafirman a los individuos”¹²¹.

Así Butler usa la idea de Simone de Beauvoir sobre el segundo sexo “la mujer no nace, se hace”, pues la mujer es una transformación que se fabrica histórico-socialmente. De este modo la pos-feminista cuestiona la permanencia del género a partir de observar conductas y prácticas sexuales enclavadas en este concepto, pues sólo apelan a lo heterosexual.

Butler estudia la fenología para hacer una nueva descripción del concepto género que se enfoca a partir de las experiencias vividas subjetivas, analizando la orientación sexual de los cuerpos, siendo así, que el concepto de cuerpo desde:

“Csordas (1994) retoma a Donna Haraway y menciona que el cuerpo personal al igual que el cuerpo social no deben ser entendidos como naturales, por tanto hay que conceptualizar al cuerpo no como objeto sino como agente que entre otras cosas, es receptor (y actor) de una gran variedad de violencias: étnica, sexual, de género, entre otras. Así para poder mirar el cuerpo no sólo como biológico, Csordas da un panorama a diversas aproximaciones a éste, donde puede ser entendido, por ejemplo, por Mary Douglas como dos cuerpos, el social y el psíquico, o como Nancy Scheper- Hughes y Margaret Lock lo conciben, como tres cuerpos, el cuerpo individual, el cuerpo social y el cuerpo político, incluso este puede ser explicado como cinco cuerpos, como lo propone John O`Neill (Csordas, 1994). Lo queda claro es cómo el cuerpo debe ser estudiado sin perder de vista su contexto cultural e histórico.”¹²²

El cuerpo de la mujer desde la antigüedad ha sido desheredado y cortado de la mente- espíritu-cuerpo, situado como depósito de pasiones, y ante ello mezclado al pecado “una de las razones encuentra su fundamento en la relación cuerpo-sexualidad, sexualidad-pasión, en tanto que como bien apunta

¹²⁰ Ídem.

¹²¹ Butler, Judith (2016). *Deshacer el género*, Paidós.

¹²² Sánchez, Gabriela. Sánchez, Irene., (2015), op cit, p. 63.

Jeffrey Weeks: “la sexualidad tiene tanto que ver con la palabras, imágenes, el ritual y la fantasía con el cuerpo.”¹²³

Así mismo Foucault, menciona que “los placeres que experimenta; la mirada los fija, la atención los aísla y anima. El poder funciona como un mecanismo de llamada, como un señuelo: atrae, extrae esas rarezas sobre las que vela. El placer irradia sobre el poder que lo persigue; el poder ancla el placer que acaba de desembozar.”¹²⁴ En la sexualidad como la actividad que busca y obtiene el deseo de la libido hacia el cuerpo humano, a través de:

“La implantación de las perversiones es un efecto-instrumento: merced al aislamiento, la intensificación y la consolidación de las sexualidades periféricas, las relaciones del poder con el sexo y el placer se ramifican, se multiplican, miden el cuerpo y penetran en las conductas. Y con esa avanzada de los poderes se fijan sexualidades diseminadas, prendidas a una edad, a un lugar, a un gusto, a un tipo de prácticas.”¹²⁵

Retomando el término de cuerpo de la mujer, el cual cuenta con otro lado negativo dado que se considera “un espacio de placer, deseo, pasión y debilidad. Sin embargo no son las mujeres las depositarias del deseo y del placer, sino quienes pueden provocarla.”¹²⁶ El cuerpo femenino está colocado en un imaginario que se construye de símbolos, códigos culturales y tradicionales, por ejemplo: se le adjudica el rol de procreación.

“Ser madre”, y por otra parte lo “erótico”, un cuerpo para los otros, y ante esto las mujeres son expulsadas de su sexualidad, de su subjetividad y de su cuerpo, es decir, es un cuerpo sujeto moldeable a estereotipos sociales los cuales indican el modelo femenino a regir, dado que históricamente la mujer no ha tenido la capacidad de decisión sobre su cuerpo, su realización, sus deseos y su vida “su definición a sido asumida en cuanto acompañante, figura tras el hombre, nunca protagonista. Cuando más se ha construido en objeto: decorativo, sexual de compañía, por decisión propia se ha creado una falsa autoimagen.”¹²⁷

Así mismo la cosificación se presenta de una forma violenta principalmente en el análisis de las categorías: Mujer como deseo erótico y sexuado, y objeto de deseo, sin embargo en algunas las demás categorías también utilizan la imagen de la mujer para cosificarla o bien mostrar un estereotipo marcado.

¹²³ García, José, (2008), op cit, p.44.

¹²⁴ Foucault, Michel. (1977), Historia de la sexualidad. I La Voluntad de Saber. Disponible en: <http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/681.pdf>. Fecha de consulta 20 de Agosto del 2016.

¹²⁵ Ídem.

¹²⁶ García, José, (2008), op cit, .p 45.

¹²⁷ Gabaldón, Blanca. (1999). “Los estereotipos como factor de socialización en el género”. *Comunicar*, núm. 12. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>. Fecha de consulta 20 de septiembre del 2016.

El tomar la imagen de la mujer como objeto sexual legítima y establece culturalmente que el cuerpo de la mujer está producido en los “medios de comunicación de masas. Sujeto y objeto del deseo masculino, no implica sólo la construcción mental construida a través del tiempo, sino engloba una serie de prácticas resultado de esta visión del mundo”¹²⁸

La falsa conciencia que estos medios de comunicación crean y valoran a la mujer desde los estereotipos de atributos físicos, razas, étnicas de belleza, estereotipos:

“morales (la mujer virgen, la mujer santa, la mujer naturaleza, etc. O el lado contrario la mujer prostituta, la bella seductora, la cortesana, etc.), de mujer tradicional (mujer-madre, mujer-esposa, etc.), y estereotipos de objeto (la mujer sexual insaciable, complaciente, etc.), y esto encasilla a “mujeres mutiladas, usadas, ultrajadas, prostituidas, manipuladas, dóciles y desechables.”¹²⁹

Estos estereotipos están por encima de las cualidades y características de pensamiento de la mujer.

Estudiar la imagen de la mujer como objeto sexual, mercancía de venta/ uso, a través de la imposición de la construcción del imaginario de los medios de comunicación, son el canal creativo para vender, posicionar y consumir algún producto, establecen el deseo sexual a través del sexo y el erotismo mediante mensajes subliminales, que cosifican el cuerpo de la mujer en su totalidad, o en algunas ocasiones se mutila para dar énfasis a las piernas, al torso, los ojos, la boca, los senos, entre otras partes del cuerpo. Que aluden a la parte erótica acompañadas de elementos como el maquillaje, accesorios, ropa exhibidora o que oculten para provocar una incitación a la excitación.

Por otra parte el discurso del deseo que se postula en los memes en la categoría La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales, esta provocado por la mujer hacia el hombre, la pregunta es ¿qué es lo erótico?, Foucault menciona que:

“las conceptualizaciones de los antiguos griegos sostenían al erotismo como un arte o una práctica compuesta de sensualidades libidinales y aparatos psíquicos que inscribe a los placeres en una historia de poder, en regímenes de nacionalización de los placeres a partir de fijarlos, clasificarlos e instruirlos. Entonces lo erótico es natural ante la sexualidad permitida. Sin embargo lo erótico y la sexualidad, ambos participan dentro de las culturas—, Marcuse

¹²⁸ Ídem.

¹²⁹ Ídem.

pretende rescatar al Eros de su represión cultural y de la sexualidad instrumental–genital, reproductiva.”¹³⁰

Así mismo lo erótico tiende a idear al erotismo censurado, es decir, lo pornográfico que se deriva en lo obsceno, en falta de pudor y que socialmente no es permitido. Ante ello el sexo y el erotismo rompen con ciertas reglas morales establecidas, donde las prácticas de los medios de comunicación introducen a la mujer sin personalidad y sin identidad.

Por otro lado se presenta una situación donde el fenómeno meme con la imagen de la mujer transgrede la virtualidad-social, se violentan los géneros y la interacción de persona virtual a persona virtual en un tiempo y espacio inmediato, ejerciendo una violencia de género, verbal y simbólica de la cual parte el análisis de este estudio.

De igual manera el objeto de estudio se presta a la práctica discriminatoria, dentro del discurso de los memes, y tomando en cuenta la siguiente definición de discriminación es: “distinguir, diferenciar con consecuencias prácticas más o menos graves y con base en criterios injustificables. Los criterios que motivan la discriminación son injustificables ya sea por razones lógicas y objetivas o por razones morales”¹³¹. Esta práctica en los memes circula a través de la producción, reproducción, distribución y consumo en la red social Facebook.

Estas prácticas violentas de representaciones simbólicas culturales se pueden legitimar mediante el proceso de competencia, es decir, la “disputa entre dos personas para obtener algo”¹³² mediante los pensamientos, las habilidades, lo ideológico, las acciones, los cuerpos, la clase social, la raza y pertenencias que caracterizan a cada persona.

Esta competencia nace de la diferencia que constituye al hombre y a la mujer desde lo biológico y desde el género como menciona Cobo, a través de las prácticas, de las representaciones que producen y reproducen el ser, del deber y del hacer del poder que legitima lo femenino y lo masculino desde lo social y

¹³⁰ Foucault, Michel. (1977), Ídem

¹³¹ Hottois, Gilbert, (2007). “La diversidad sin discriminación: entre modernidad y posmodernidad”. *Revista Colombiana de Bioética*, vol. 2, núm. 2, julio-diciembre, pp. 45-76 Universidad El Bosque Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=189217250003>. Fecha de consulta Julio 16 del 2016.

¹³² Real academia española. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=A0fanvTJA0gTnnL> . Fecha de consulta Septiembre del 2016

lo cultural, es decir, que pertenece a un orden simbólico representativo donde a partir de cada cultura se dotan significados al cuerpo de la mujer establecidos en el lugar de origen por pureza, identidad, fertilidad, ritos, mitos, etc. Sin embargo esta diferencia de géneros resignifican los significados del cuerpo de la mujer dotados de valores implícitos y explícitos de un modo de vida, presente en un juego de identidad social, identidad individual e identidad femenina de la “cultura o civilización en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte la moral, el derecho, las costumbres y cualquier otro hábito y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”¹³³.

Por otro lado se cae en el “mito” de cambiar al mundo para erradicar la opresión de las mujeres plasmándose en los debates y luchas que a través de la historia ha expuesto el género femenino, haciendo hincapié en su derecho natural y a su apertura para expresarse abiertamente en ideas, sentimientos, comportamientos y actitudes.

4.6 Descripción de la muestra

Esta investigación partió de una muestra exploratoria con 500 memes que representan la imagen de la mujer, los cuales fueron categorizados por medio de las unidades de análisis que se examinaron principalmente de las de las frases escritas, y en otras imagen- texto para poder construir una investigación de orden mixto para reflexionar de dicho fenómeno que circula en la red social Facebook.

La muestra sólo tomara en cuenta para su análisis semiótico un meme representativo de cada una de las categorías creadas, a través grado de polisemia de la imagen y las distintas interpretaciones que se puedan asignar a través de los significados y los mensajes, siendo este elemento pertinente para su selección. Sin embargo este análisis se contempla desde una mira neutral de sus componentes.

¹³³ Giménez, Gilberto. (2006), op cit, p.26.

Así mismo este meme representativo no implica el total del análisis de la muestra exploratoria, sólo es un ejercicio ficcional para el desarrollo de esta investigación que propone el análisis desde la teoría de Roland Barthes (retórica de la imagen), para ayudar a explicar este problema empírico a partir de los siguientes conceptos: denotativo, connotativo, anclaje y relevo, trucaje, pose, objeto, sintaxis, esteticismo fotogenia, texto e imagen, codificación y decodificación. También es importante tener en cuenta un poco de la historia de la red social y de la creación de los memes, y así poder aportar un conocimiento detallado para este objeto de estudio.

El desarrollo de esta investigación propone el análisis de un proceso y un cambio socio-cultural a través de la técnica de observación participante que ayuda recabar datos sobre cualquier realidad social y entender esta misma “por ser un modo de observación que permite prestar mayor atención al punto de vista de los actores. Tal y como pretenden los clásicos, se trata de que el investigador se convierta el mismo en un nativo a través de la inmersión en la realidad social que analiza.”¹³⁴. Y así conocer más de la reproducción de la imagen de la mujer en la producción de los memes de esta red, y su interacción que tienen los usuarios con dicho fenómeno, para dar significado a la interacción, e identificar cual es la representación de esta imagen. Para ello esta metodología ayuda a comprender y detallar las características específicas del objeto de estudio.

Cabe mencionar que esta investigación profundiza en el análisis semiótico de la imagen y su dimensión de un proceso cultural- virtual, creado por los contenidos lingüísticos y por los mensajes denotados y connotados entorno al anclaje y relevo de códigos, signos y significados simbólicos-culturales.

Presentando el desarrollo del análisis semiótico a partir de un meme representativo por cada una de las categorías.

¹³⁴ Guasch, Óscar. (1996). Cuadernos Metodológicos / 20 Observación Participante. España: Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE), p.34.

4.7 Análisis Semiótico.

Para realizar el análisis semiótico del meme representativo de las categorías mencionadas en el apartado 5.5, se propone un proceso para comprender la elaboración y contenido de los memes con la imagen de la mujer.


Los términos para dicha selección partieron principalmente por su grado de iconicidad y abstracción, es decir, la imagen fotográfica cuenta con un signo de la realidad dentro de la iconicidad que representa el objeto, a través de un factor abstracto que es de difícil o fácil comprensión, y esto varía en su interpretación.

Otro elemento que se tomó en cuenta fue la Monosemia y polisemia de la imagen, el primer término se refiere a un significado obvio y de fácil comprensión, el segundo término refiere a los múltiples significados con los que se puede leer la imagen.

Y finalmente se hizo una examinación a partir de lo connotativo y denotativo, como ya se había mencionado antes se analizaron los elementos a primera vista que componen a la imagen, y sus factores denotativos, como menciona Humberto Eco, se refieren a los mensajes que entiende y comprende el destinatario de acuerdo a una cultura determinada.

Análisis de la información.

En los siguientes cuadros se muestra y se detalla la información del análisis semiótico, en relación de la imagen y el texto, y sus características que lo componen para producir mensajes y significados por medio de códigos y signos culturales.

1.-Palabras femeninas.	
	<p>Periodo de observación para esta categoría: 19 de julio al 21 de Octubre del 2015.</p> <p>Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm</p> <p>Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en: Comunidad virtual: barbie bitch https://www.facebook.com/Lamasperradelasbarbies/photos/a.581726478507151.1073741827.581724898507309/621176471228818/?type=3&theater.</p> <p>Hora de observación 6:45 pm</p> <p>Fecha de consulta: 19 de octubre del 2015</p>
<p style="text-align: center;">Características verbales:</p> <p style="text-align: center;">“¡Cállate uso tacones más grandes que tu Verga!”</p> <p style="text-align: center;">Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).</p> <ul style="list-style-type: none">- El conjunto de los elementos mencionados crean un primer mensaje que ejerce violencia de género, escrita, emocional y simbólica agrediendo la construcción de lo masculino, que se hace visible a través de la frase “¡Cállate uso tacones más grandes que tu verga!”. Esta frase tiene un poder que pretende enaltecer a la mujer a partir de la sexualidad, sobre el órgano reproductor del hombre y así mismo tiene un uso legítimo de violencia escrita a través del signo lingüístico y simbólico (verga/tacones) donde se ejerce el dominio del uno sobre el otro.- Otro mensaje es la representación de la autonomía de la mujer en su derecho a la libertad de expresión, y esta se hace violenta.	

Este meme representa a dicha categoría por medio de los elementos que elaboran su construcción de acuerdo al grado de iconicidad del objeto real del mismo, por la polisemia de mensajes que transmite, y por el significado cultural que contiene, y se adecua a los conceptos pertinentes para la teoría semiótica.

Características visuales:

- Fondo: rosa
- Color de las letras: color negro
- Esteticismo: imagen dibujada.
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande en primer plano.
- Posición del cuerpo: una mujer con sentada con las piernas cruzadas
- Colores: rosa y negro.
- Expresión facial: relajada.
- Posición de la mujer dentro de la imagen:
- Objetos: silla, agujas para tejer, hilo, suéter,
- Partes del cuerpo que sobresalen: las piernas.
- Ropa: minifalda negra y blusa de mangas largas con cuello de tortuga color rosa.
- Color de la piel: rosa.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

- Cuenta con un fondo color melón que se mezcla para dar sentido de lo femenino y abarca casi toda la imagen, de igual manera se juega con el color negro que es utilizado para resaltar las letras de tamaño grande, ubicado de lado izquierdo superior.
- El color negro es utilizado para rellenar algunas partes del cuerpo de la imagen de la mujer y vestimenta que ocupa (labios, ojos, cabello, falda y zapatos), y así resaltarlas a la vista.
- El juego del color melón sugiere delicadeza, feminidad, amabilidad, hospitalidad y el negro se mantiene fuerte en una posición que simboliza elegancia.
- La mujer es de aspecto joven y de talla delgada, con cuidado personal, ojos delineados y labios delineados. Usa una minifalda, y se encuentra sentada en una silla con las piernas cruzadas de forma vertical hacia el lado derecho,

usa zapatos elegantes, con una blusa de cuello de tortuga, con mirada hacia abajo concentrada en el tejido con aguja.

- Esta imagen contiene un esteticismo que se observa cuando el objeto cuenta con cualidades y propiedades que asimilan la realidad a través del dibujo: con los elementos de la silla, la mujer, vestimenta y las agujas de tejer.
- La posición del cuerpo que proyecta es de imposición con la espalda recta concentrada en su tejido al que aparentemente dirige la mirada.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer

Meme diseñado para hombres y mujeres

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje

- El estereotipo que se muestra con el meme es el de una ama de casa o mujer dedicada al hogar, maquillada y con un peinado sofisticado (“arreglada”), presenta características que se identifican con un estatus social alto que responden a los modelos culturales de belleza.

La actividad de tejer es culturalmente asociada al sexo femenino, sin embargo también se le adjudica a una cultura artesanal y de autoempleo, y en este caso se sitúa a la imagen de la mujer en un rol social, que la mantiene en una posición de espera, dedicación y obediencia, alternando un segundo mensaje connotado que imprime un rol de atención, crianza, cuidado de los hijos y del hogar.

- El tercer mensaje denotado de la imagen es la juventud, la belleza y la sensualidad.

- La asociación del discurso del texto-imagen refuerza los significados, códigos y signos culturales (verga/tacones/agujas de tejer) del meme:

a) En primer lugar se habla de la autonomía de la mujer en un intento de representación para una posición de autoridad sobre el hombre, resignificando

los procesos sociales que se cimientan a partir de la sexualidad donde hombres y mujeres participan. Pero esta autonomía para la mujer está fragmentada por la crítica de la sexualidad de género instituida tradicionalmente. Es por ello que se ha replanteado la sexualidad de la mujer en la sociedad, y como menciona Lagarde la sexualidad se ha modificado en el juego de roles, actitudes, papales funciones, etc. En dos puntos de vista sobre la sexualidad erótica y la procreadora.

La mujer hoy en día bajo sus términos impone y hace valer su palabra a través de su construcción ideológica, sexual, social y política, sin embargo el discurso y los mensajes son contruidos con el afán de violentar al género masculino humillándolo por encima de los tacones de la mujer que son un objeto que se utilizan para representar la feminidad de la mujer, dentro de esta compleja dimensión social del medio virtual.

El significado:

Es una mujer ama de casa o dedicada al hogar debe seguir un estereotipo marcado por la belleza, de estatus económico: una mujer que cuida su aspecto físico, delgada, sumisa ante la crianza de los hijos y del esposo, sin embargo esta sumisión en un doble mensaje de autoritarismo y poder frente a la figura masculina, a través del aspecto sexual y de los roles que se ejercen en el hogar.

De tal manera que el mensaje lleva la función de representar el matriarcado de la mujer. La agresión que se hace por medio de la oración escrita va directo a la psique de hombre, pues trastoca un elemento biológico (pene) que simbólicamente se ha culturalizado como el súper yo (ego) del hombre. Revolucionando una lucha por el poder que se le adjudica al sexo femenino en la frase.

2.-Lucha de mujeres v/s hombres.



Periodo de observación para esta categoría:

1 de Septiembre al 22 de Octubre del 2015

Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm

Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:

Página virtual: Mujeres V/S Hombres.

<https://www.facebook.com/249053321897127/photos/a.256930937776032.1073741825.249053321897127/25693097776028/?type=3&th eater>.

Hora de observación: 5 : 00 pm

Fecha de consulta: 1 de Septiembre del 2015.

Características verbales:

El frío en las mujeres

El frío en los hombres

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- La representación de una lucha social de los géneros se comienza a disputar su superioridad dentro de la naturaleza de la sexualidad. Donde los signos culturales (senos/ testículos/ cacahuates), se agreden para demostrar "quien es superior a quien" a través de la frase "**El frío en las mujeres. El frío en los hombres**", realizando una comparación a través de los órganos sexuales femenino y masculino, y esta violencia se normaliza en términos de burla.

Este meme representa a dicha categoría a través de los elementos visuales que construyen su grado de iconicidad y de abstracción de los objetos reales y devienen una polisemia de mensajes que transmite, así mismo por el significado cultural.

Características visuales:

- Fondo: el primer fondo es de color marrón y el segundo es café
- Color de las letras: blanco
- Esteticismo: no hay
- Tamaño de la imagen de la mujer: es proporcional, a la imagen de abajo.
- Posición del cuerpo: inclinación del torso a la mitad de la cara de lado derecho, con los hombros hacia atrás
- Colores: café y rosa
- Expresión facial: solo de los labios con una ligera mueca
- Posición de la mujer dentro de la imagen: esta en el centro
- Objetos: cacahuates y una cosmetiguera
- Partes del cuerpo que sobresalen: son los labios y los senos.
- Ropa: blusa rosa con letras y galletas estampadas en el centro
- Color de la piel: es blanca.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

La segunda muestra es creada por medio de la pose del cuerpo de la mujer:

- La pose da un tinte de inocencia con respecto a la posición de los hombros, pero que a su vez es sensual y de firmeza. Se viste el torso con una blusa de color rosa que indica juventud entallada al cuerpo y el centro de atención visual es la exaltación de los senos grandes, su expresión facial es sexi pues esta se dibuja con la boca donde se resaltan los labios de color rojo que significa apasionamiento y agresividad.
- Por otra parte se visualizan muchos cacahuates juntos de color café y de una proporción chica.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer

Meme diseñado para hombres y mujeres

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje.

Los signos culturales (senos) de la mujer tienen superioridad y grandeza sobre los (testículos) de los hombres representados por muchos cacahuates chicos, un elemento simbólico y biológico al cual se le adjudican significados culturales que se ponen frente a un conflicto de ideologías por ser el más fuerte.

Este elemento simbólico (testículos), está representado por muchos cacahuates pequeños, donde el juego de significaciones se basa sobre los egos, siendo así que los senos femeninos; dos ejemplares grandes, pueden hacer y resistir más que muchos testículos juntos, es decir el factor que simboliza lo varonil queda degradado, humillado y discriminado ante la grandeza femenil en lo social y lo sexual.

El significado

Estos códigos simbólicos que se basan en lo biológico (senos y testículos), son mensajes que se resignifican entre la cultura y las costumbres de los usuarios de la red social Facebook, construyéndose a partir de una disputa de fuerzas ideológicas, físicas y biológicas entre mujeres y hombres por competir dentro de la misma sociedad, es decir, el mensaje principal es:

- Este meme intenta representar una imposición, es decir, se lucha por la dominación de los egos, los roles, prácticas sociales y prácticas sexuales, a través de la representación de los órganos sexuales dentro de una batalla violenta y simbólica ante lo masculino por no tener la capacidad de dotar a la mujer de placer en un acto sexual y el poder de la sexualidad femenina sobre el hombre.

3.-Los mandamientos de la mujer.



Periodo de observación para esta categoría:
16 de Octubre al 22 de Octubre del 2015.
Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm
Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:
Comunidad virtual: Te veo y se me va el sueño
:<https://www.facebook.com/392493747541908/photos/pb.392493747541908.-2207520000.1445386675./430777680380181/?type=3&theater>.
Hora de observación: 7 : 40 pm
Fecha de consulta: 18 de Octubre del 2015.

Características verbales:

Sí estas soltera es porqué
eres demasiado inteligente
y no quieres a ningún idiota en tu vida

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- El texto **“Si estas soltera es por qué eres demasiado inteligente y no quieres a ningún idiota en tu vida”**. – Esta expresión se contrapone a la ideal socialmente compartida de que las mujeres son legítimas sí cuentan con un hombre a su lado o sí están con una pareja.
- Legítima a la mujer al colocar a los varones como idiotas, como también legítima una codiciada soltería.

Este meme representa a dicha categoría por medio de los elementos que elaboran su construcción de acuerdo al grado de iconicidad del objeto del mismo, por la polisemia de mensajes que transmite, y por el significado cultural que contiene, y se adecua a los conceptos pertinentes para la teoría semiótica.

Características visuales:

- Fondo: negro
- Color de las letras: blancas
- Esteticismo:
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande.
- Posición del cuerpo: esta erguida con las manos entre cruzadas sujetándose la una con la otra hacia abajo.
- Colores: blanco y negro
- Expresión facial: no hay
- Posición de la mujer dentro de la imagen: está en el centro, en primer plano.
- Objetos: no hay
- Partes del cuerpo que sobresalen: las manos y las piernas.
- Ropa: es una minifalda y saco negro, blusa cuello redondo blanco.
- Color de la piel: blanca.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

Se observa la construcción de la imagen de la mujer representada en una síntesis donde las primeras interpretaciones se encuentran:

- una mujer inocente, formal, elegante y seria, que se edifica por el color negro utilizando un contraste de color blanco en la ropa, la cual otorga una presencia de mujer inteligente y pura. Mientras la pose que mantiene corporalmente denota timidez o inseguridad que se trastoca en la posición de las manos, que al entrar en relación con el texto, contrapone la inocencia y emite un mensaje de astucia en un mismo tiempo.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer.

Meme diseñado para mujeres.

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres y mujeres.

Elementos connotados:

Códigos culturales que forman parte del mensaje.

- Los signos culturales (inteligencia/soltería/idiota), es la percepción que se tiene del hombre de cero inteligencia, en confrontación con una mujer inteligente que puede vivir sin un hombre.

- Se presenta violencia hacia lo masculino a través de la humillación y el degradado, porque “la mujer autosuficiente de sí misma requiere y demanda a un hombre que sea capaz de hacer y ser, de acuerdo a las exigencias que demande la misma mujer”.

Por otro lado se muestra una mentira oculta al no tener rostro y esto no facilita una lectura del gesto, en cuanto se borra cualquier interpretación que pueda proporcionar la cara y la mirada, sin embargo se convierte en un objeto sexuado, es decir, este cuerpo sólo sirve para mostrar sensualidad y esta enfocado en la construcción del imaginario de la colegiala con minifalda corta, el cabello largo rizado en forma de dos coletas, la posición de las manos a la altura de la vagina, por lo cual este meme despersonifica a la mujer y se asocia a una fantasía sexual masculina.

El significado:

Esta soltería se suma a las características de la imagen de la mujer, que aparece en primer plano sola y refiere una construcción donde ella decide vestirse como quiere, ser atractiva para sí misma y para los demás. Ella es autónoma de sus decisiones y de su forma de pensar, siendo autosuficiente y superior al hombre dentro de códigos morales e ideológicos del entorno social. Así mismo esta imagen representa una posición de auto-identidad, es decir, la mujer se concentra por su condición como sujeto en la sociedad, en la cultura y en el poder que se fundamenta en la lucha ante los hombres.

4.- La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales.”



Periodo de observación para esta categoría:

22 de Octubre al 5 de Noviembre del 2015.

Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm

Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:

Comunidad virtual: Cachondearías y algo más.

<https://www.facebook.com/231318883720202/photos/pb.231318883720202.->

2207520000.1445649856./348998398618916/?type=3&theater.

Hora de observación: 6: 30 pm

Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2015.

Características verbales:

Decidí que mientras llega mi media naranja voy a comer todo lo que me pasa por frente.

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- Este mensaje parte de la decisión que toma la mujer con respecto a su sexualidad con la frase “**Decidí que mientras llega mi media naranja voy a comer todo lo que me pasa por frente**”. Y esta mantiene relaciones sexuales condiciona por ella y es quien decide, cuando, con quién y en dónde en tanto no establezca una relación.

Este meme representa a dicha categoría por medio de los elementos que elaboran su construcción de acuerdo al grado de iconicidad del objeto real y por la abstracción del mismo, por la polisemia de mensajes que transmite, y por el significado cultural que contiene, y se adecuada a los conceptos pertinentes para la teoría semiótica.

Características visuales:

- Fondo: verde esmeralda y verde agua
- Color de las letras: amarillo
- Esteticismo:
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande
- Posición del cuerpo: es la boca con la lengua de fuera
- Colores: verde y amarillo
- Expresión facial: es la boca degustando
- Posición de la mujer dentro de la imagen: esta de lado izquierdo en primer plano
- Objetos: plátano
- Partes del cuerpo que sobresalen: labios y lengua.
- Ropa: no hay
- Color de la piel: es blanca.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

Este meme tiene elementos importantes en su elaboración:

- Primer mensaje se encuentra en las partes del cuerpo de la mujer (boca y la lengua), y son utilizados para provocar deseo sexual al hombre.
- Segundo mensaje el deseo sexual es invocado desde la mujer haciendo la alusión en la acción del sexo oral a través de la configuración del pene con un plátano elemento simbólico, utilizando un juego de colores cálidos.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer.

Meme diseñado para mujeres.

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje.

Primer mensaje contiene signos culturales: pene, plátano, boca de la mujer y representa un juego erótico que es provocado por la mujer al disfrutar del sexo oral.

Segundo mensaje va dirigido hacia el sexo masculino, situando a la mujer sexualmente disponible para quien este interesado y pueda brindarle placer a partir de la felación, siempre y cuando ella lo consienta.

Tercer mensaje se representa cuando la imagen de la mujer es usada como un objeto sexual para el deleite de lo masculino, pero esta condición de objeto bajo condiciones dadas por ella misma.

Significado.

Este meme representa signos que son aprendidos por la cultura sexual impuesta por los medios de comunicación de masas, y parten del deseo de una necesidad intensa por el placer que incita a lo erótico. Menciona Foucault que es una práctica o un arte compuesta desde lo psicológico y la sensualidad libidinal, que incita y excita a los placeres sexuales. Por ello, lo erótico es natural ante la sexualidad permitida, entonces lo erótico y la sexualidad participan dentro de la cultura.

Sin embargo lo erótico tiende a concebir al erotismo censurado, es decir, desde lo pornográfico que lo deriva en lo obsceno y en falta de pudor.

Otro punto de vista de lo erótico radica en la posición de poder en el sentido de satisfacción de los pensamientos o en acciones que van dirigidas a usar la ideología de la libertad sexual. De este modo, esta categoría de memes aluden a lo erótico desde la iniciativa de la mujer.

Así mismo no se puede perder de vista que esta erotización ideológica tiene su aprobación por la parte femenina dentro de su libertad de decisión y libertad sexual de autogobernarse.

5.- Mujer como deseo erótico y sexuado.

ESE MOMENTO EN EL QUE TE DAS CUENTA



QUE PUEDES SER UN GRAN PADRASTRO

Periodo de observación para esta categoría:

28 de Octubre al 22 de Diciembre del 2015.

Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm

Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:

Comunidad virtual: MEMES de la jijuna.

<https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.->

[2207520000.1450818221./955303664506411/?type=3&theater.](https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.-2207520000.1450818221./955303664506411/?type=3&theater)

Hora de observación: 5 : 00 pm

Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.

Características verbales:

Ese momento donde te das cuenta que puedes ser un gran padrastro.

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- El cuerpo e imagen de la mujer pasa a ser un instrumento sexual a partir de la frase **“Ese momento donde te das cuenta que puedes ser un gran padrastro”**. Esta frase empodera el deleite libidinal.

Este meme representa a dicha categoría por medio de los elementos que elaboran su construcción de acuerdo al grado de iconicidad del objeto real del mismo, por la polisemia de mensajes que transmite, y por el significado cultural que contiene, y se adecuada a los conceptos pertinentes para la teoría semiótica.

Características visuales:

- Fondo: el pasillo de una casa
- Letras: negro y rojo
- Esteticismo: se presenta con un dibujo de un conde en lado inferior derecho.
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande
- Posición del cuerpo: es de espaldas en movimiento

- Colores: café, crema, rojo, negro, azul, verde
- Expresión facial: no hay
- Posición de la mujer dentro de la imagen: es central en primer plano
- Objetos: puertas, planta, carriola.
- Partes del cuerpo que sobresalen: las piernas y los glúteos.
- Ropa: vestido cortó blanco.
- Color de la piel: morena.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

Quinta muestra contiene una imagen, con un estereotipo de mujer con proporción de glúteos grandes, cadera ancha, torso delgado, de piernas gruesas y largas, cabello largo, negro y lacio, de tez morena delgada, con vestido blanco corto que indica pureza e inocencia, y entallado al cuerpo utilizando zapatilla de tacón alto.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer

Meme diseñado para hombres.

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje.

Con esta descripción mantiene códigos culturales (cuerpo de la mujer) y un signo cultural (madre), así mismo el mensaje visual es cosificar el cuerpo de la mujer y presentarlo como un objeto que puede ser usado para el deleite sexual masculino, ignorando sus cualidades, habilidades intelectuales y personales reduciéndola a un instrumento de placer sexual y erótico.

Otro mensaje da el sentido de calificar y desvalorizar a la mujer:

- Primero se califica, es decir, se ve por los atributos físicos que construyen al cuerpo de la mujer, en un estereotipo de mujer latina de proporciones exuberantes (piernas, glúteos grandes, cadera grande y torso pequeño).

El significado:

- Existe una desvalorización moral y social, en el sentido que esta imagen representa a una mujer que es madre.

- Despersonaliza a la imagen, es decir, todos los elementos (piernas, glúteos grandes, cadera grande y torso pequeño) son el centro de atención, omitiendo la cara, y desvaloriza a la imagen (no importa su estado civil o condiciones personales, no importa si piensa, su voz no tiene palabra). De esta manera la imagen de la mujer es utilizada como mercancía sexual para determinado grupo social dentro de la red social.

6.- Objeto deseo.



Periodo de observación para esta categoría:

7 de Noviembre al 22 de Diciembre del 2015.

Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm

Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:

Comunidad virtual: MEMES de la jijuna.

<https://www.facebook.com/Vacilateconmigo/photos/pb.658889440814503.->

[2207520000.1450818221./955303664506411/?type=3&theater.](https://www.facebook.com/2207520000.1450818221./955303664506411/?type=3&theater)

Hora de observación: 6: 50 pm

Fecha de consulta: 22 de Diciembre del 2015.

Características verbales:

Que tema estará mirando esta chica.

Memes de la jijuna

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- Se refuerza acto libidinal con la lencería que trae puesta la chica mezclándose con la frase **“Que tema estará mirando esta chica. Memes de la jijuna”**. Esta frase hace referencia a la libido de la imaginación, y se fortalece nuevamente en enfocar la mirada en los glúteos, cadera y en la vagina de la chica, haciendo alusión al tema de lo sexual.

Este meme representa a dicha categoría a través de los elementos visuales que construyen su grado de iconicidad y de abstracción de los objetos reales y devienen una polisemia de mensajes que transmite, así mismo por el significado cultural.

Características visuales:

- Fondo: es una recámara.
- Color de las letras: blancas y amarillas.
- Esteticismo: se presenta en la parte superior derecha una cara de duda, y en la parte inferior central con una cara de duda, el dibujo de Cantinflas y un niño sonriendo.
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande.
- Posición del cuerpo: esta semi acostada boca abajo.
- Colores: rosa, negro, rojo, café, amarillo, blanco.
- Expresión facial: no hay.
- Posición de la mujer dentro de la imagen: es central en primer plano y foco central en sus caderas:
- Objetos: computadora, 2 celulares, laptop, almohada, cama, un buro, cortinas.
- Partes del cuerpo que sobresalen: los glúteos.
- Ropa: interior y una blusa rosa.
- Color de la piel: blanca.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

Esta muestra contiene mensajes estructurados de la siguiente manera:

- Intimidad provocada por la recámara y los objetos.
- Posición del cuerpo de la imagen de la mujer.
- Se integra un emotion de interrogación conjugado con un dibujo de un niño feliz.

Estructura emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer

Meme diseñado para hombres.

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje.

Este meme contiene mensajes estructurados de la siguiente manera:

- El ambiente de una recamara e incita a la intimidad, no permitida pues la construcción de la toma del cuerpo de la chica es por la parte de

atrás, utilizando lencería de color rosa dentro de una atmosfera de vigilancia por otro.

- Maneja una mezcla de colores rosa que detona juventud y frescura, negro Silencio, elegancia, rojo poder, fuerza, apasionamiento, café calidez, tibieza, amarillo fascinación, emoción y blanco púreza, inocencia, optimismo, en conjunto a los objetos alrededor de la imagen de la mujer.
- Mensaje mujer/objeto-sexual.
- El cuerpo en esa posición incita al acto de penetración.
- Existe un doble mensaje que es decodificado en un acto de violabilidad, es decir, dice ven penétrame estoy de espaldas y distraída.

El significado:

Por otra parte el hecho de evadir la cara de la mujer, es para que en la representación en el pensamiento se pueda imaginar a cualquier otra mujer en ese acto de penetración, reforzando este mensaje centrándolo en los glúteos, cadera y en la vagina. Es cierto que el cuerpo de la mujer en esta categoría esta situada en verla como un objeto de deleite sexual y sólo es vista para ese fin. Así mismo este meme cuenta con códigos eróticos (lencería/cuerpo de la mujer), pero con el fin de violentar simbólicamente a la mujer.

Como contraparte la imagen puede culturalizar un mensaje dirigido a las mujeres de colocarse en una posición similar a la de la imagen, si desean ser penetradas.

7.- Competencia de la mujer “hacer por hacer.”



Periodo de observación para esta categoría:

19 de Octubre al 30 de Octubre del 2015.

Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm

Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:

Página virtual: Mi plan? estar contigo, no lastimarte y hacerte muy feliz. ♡”.

<https://www.facebook.com/Mi.Plan.Estar.Contigo/photos/pb.268608936540401.-2207520000.1448926485./1001537966580824/?type=3&theater>.

Hora de observación: 7: 55 pm.

Fecha de consulta: 21 de Octubre del 2015.

Características verbales:

Las guapas estamos acostumbradas a caerle mal a las feas, las zorras, y hasta a las cuñadas

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- El mensaje esta anclado en la frase **“Las guapas estamos acostumbradas a caerle mal a las feas, las zorras, y hasta a las cuñadas.”** Con ello se denota violencia hacia el mismo género femenino, y esto simboliza códigos femeninos construidos a partir de prescripciones culturales y sociales.

Este meme representa a dicha categoría a través de los elementos visuales que construyen su grado de iconicidad de los objetos reales y devienen una polisemia de mensajes que transmite, así mismo por el significado cultural.

Características visuales:

- Fondo: es una casa, una palmera y el cielo.
- Color de las letras: blancas
- Esteticismo:
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande
- Posición del cuerpo: su mentón está un poco inclinada mirando hacia arriba, con una posición erguida y con la mano izquierda en la cintura
- Colores: azul, blanco y verde
- Expresión facial: seria con los labios semi- abiertos
- Posición de la mujer dentro de la imagen: es grande, en el centro, en primer plano.
- Objetos: casa, palmera, pulsera
- Partes del cuerpo que sobresalen: los senos
- Ropa: blusa blanca con escote
- Color de la piel: blanca.

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

Primer mensaje de la imagen, utiliza los senos del cuerpo de la mujer como una forma de enaltecer estas proporciones con base a un estereotipo de belleza física, de tez blanca, y cuenta con elementos de una mujer delgada, atractiva, de cabello rubio, largo, lacio, labios sensuales y carnosos y nariz respingada.

- Vestimenta blusa color blanco detona púreza, inocencia, optimismo.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer

Meme diseñado para mujeres

Receptores: mujeres.

Mensaje dirigido a mujeres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje.

Mensaje principal es la competencia y lucha que existe entre mujeres por las cualidades y atributos físicos, ideológicos, actitudes, roles y comportamientos establecidos socialmente, que derivan de los códigos culturales.

- Mensajes secundarios: las guapas, mantiene una construcción del imaginario de los medios de publicidad categorizando rasgos físicos: piel, labios, cabello rubio, nariz respingada, senos grandes, colocándola en una línea transversal con vestimenta de color blanco signo cultural de pureza y virginidad, lo cual contrasta con la exuberancia del imaginario de una mujer atractivamente sexual.
- Las feas, al estereotipo de mujer que no son atractivas para los hombres, y se niega a esta mujer por no contar con estereotipos de belleza física.
- Las zorras una palabra que usa para ofender, acusar y señalar en un acto moral, pues estas buscan ser deseables para los hombres solteros o que ya tienen pareja.
- Competencia con otra mujer (cuñadas), que no son zorras, pero tal vez si sean feas
- Esta categoría integra memes referidos a comportamientos morales dotados de sentido por la sociedad, utilizados por algunos miembros del género femenino para someter y discriminar a sus mismas integrantes, por ejemplo:
- Desde la comunicación interpersonal se denota el “Yo soy superior a ti porque tú me vez a mi”.
- Hacer lo que sea necesario para enfrentar y denigrar a otras en la competencia, es decir, acosar, envidiar, manipular, mentir, agredir....
- O de igual manera ofrece una expresión abierta de sentimientos o juicios a priori negativos sobre la otra.

El significado:

Esta categoría incita a la práctica discriminatoria y violenta de mujer a mujer, en la competencia de ser superior y mejor que la otra mujer, dentro de la acción social, estatus económico, roles cotidiano, de belleza y en las prácticas sexuales. Esta disputa de atributos físicos, económicos, ideológicos, son considerados por cada mujer como signo de su superioridad y se los señala a otra, manifestándolo a través de algún factor moral, - por medio de la observación - y la admiración de la mujer inferior a la mujer superior o viceversa.

8.- La burla.

La delincuencia llegó al límite. A esta mujer le robaron el culo...



Periodo de observación para esta categoría:

4 de Noviembre al 30 de Noviembre.

Horario de observación y recolección 5 pm a 8 pm

Imagen representativa de la categoría observada y recolectada en:

Perfil: IK Memes Graciosos.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1650620168529091&set=pb.100007433709728.-2207520000.1445049006.&type=3&theater>.

Hora de observación: 5: 55 pm.

Fecha de consulta. 4 Noviembre del 2015.

Características verbales:

La delincuencia llegó al límite.
A esta mujer le robaron el culo...

Elementos lingüísticos codificados (anclaje y relevo).

- mensaje se ancla a través del texto **“La delincuencia llego al límite. A esta mujer le han robado el culo”**, refuerza el sentido de burla a partir de los elementos físicos mencionados y los convierte en un chiste por sus características físicas, que son motivo de descalificación y denigración de la mujer.

Este meme representa a dicha categoría a través de los elementos visuales que construyen su grado de iconicidad y de abstracción de los objetos reales y devienen una polisemia de mensajes que transmite, así mismo por el significado cultural.

Características visuales:

- Fondo: es una heladería
- Color de las letras: negro
- Esteticismo:
- Tamaño de la imagen de la mujer: es grande
- Posición del cuerpo: esta encorvado, con mala postura de la espalda, la mano izquierda sobre el mostrador y la derecha dentro de una bolsa de mano, el cuerpo de la otra mujer también esta erguido y con la mano izquierda sobre el celular de la otra mujer.
- Colores: azul claro y fuerte, negro, blanco, café, crema
- Expresión facial: sonriente en ambos casos
- Posición de la mujer dentro de la imagen: es central, en primer plano.
- Objetos: una barra, folletos de publicidad, vasos, servilletas, bolsas de mujer, celular
- Partes del cuerpo que sobresalen: los glúteos.
- Ropa: son dos mujeres una de complexión delgada y la otra de complexión robusta, con vestimenta casual: la primera usa una blusa blanca y mallón color crema, la segunda usa blusa negra y pantalón de mezclilla azul
- Color de la piel: morena

Mensajes denotados

códigos culturales que forman parte del mensaje:

Se conforman de mensajes basados en hacer burla y parodia de la mujer en los siguientes aspectos:

- Mensaje visual, la chica tiene mala postura con la espalda encorvada, senos, glúteos y cadera pequeños, de tez morena. Estas características buscan imponer a través de un acto de burla, que esta imagen no pertenece a los atributos de una mujer bella, con grandes senos, cadera ancha y glúteos grandes, y por eso sexualmente no es símbolo de deseo.

Estructura del emisor y receptor del mensaje:

Actores: mujer

Meme diseñado para hombres y mujeres

Receptores: hombres y mujeres.

Mensaje dirigido a hombres y mujeres.

Elementos connotados: Códigos culturales que forman parte del mensaje.

Los códigos culturales que se utilizan van desde lo no aceptable del cuerpo de la mujer por no corresponder a los estereotipos de mujer exuberante, bonita y de piel blanca, ser muy delgada y con esto señalar lo chistoso convirtiéndolo en motivo de burla.

El significado:

Esta categoría llamada “Burla” es la selección de memes donde se muestra una práctica discriminatoria, ofensiva, violenta y agresiva hacia la imagen de la mujer por racismo, por género, por ideología, por estereotipos, con atributos físicos, etc. Que se forma a través de la construcción de unidades culturales y simbólicas que se le atribuye a la imagen de la mujer por no tener un “cuerpo” perfecto, no de estar blancas, por no tener rasgos definidos de belleza, por ser delgada o por ser obesas, etc. Esto es un acto discriminatorio y violento a la mujer por no ser perfecta, y no pertenecer a un estereotipo social de belleza femenina.

Por otra parte en todas las categorías muestran violencia simbólica que se ejerce hacia la imagen de la mujer a partir de las múltiples representaciones que se hacen del cuerpo y la despersonificación que se experimenta hacia este, es decir, se omite la cara o se muestra parte de ella, o el cuerpo es fragmentado, y también es exhibido, con la finalidad de poder representar a cualquier persona, y/o que cualquier persona se pueda identificar con estos memes a partir de las diferencias sexo-género- práctica erótica- deseo- lucha- competencia- violencia, en un mundo virtual de diversidades sexuales, actores e ideologías. Así mismo la construcción ideológica del mensaje muestra violencia hacia los géneros.

Capítulo 5
Reflexión final
Los memes como violencia simbólica

Esta investigación me ha permitido ampliar el conocimiento acerca del fenómeno de los memes sobre la imagen de la mujer que circulan en forma digital, gracias a la elaboración del objeto de estudio "*La representación de la mujer en los memes de la red social Facebook.*", que tuvo como objetivo principal analizar la producción de las imágenes de la mujer en esta red social. Ante ello se realizó una investigación a través de artículos, tesis, libros, autores e investigadores sobre temas de género, redes sociales, estudios de la mujer, sobre violencia y discriminación, aportes del estructuralismo y la semiótica, medios tradicionales, fuentes sobre estudios de fotografía y corrientes que trabajan con temas en relación con el objeto de estudio y así ampliar el panorama del mismo.

Para ello observé y recolecté 500 memes con la imagen de la mujer que circulaban en perfiles, comunidades y grupos dentro de la red social Facebook. Sin embargo sólo se analizaron 8 memes por cada una de las clasificaciones que se realizaron de acuerdo a los elementos que cada uno de los memes contenía a través de su elaboración

Por otra parte los estudios de medios de comunicación digital me introdujeron en el espacio socio-virtual de la red sociedad Facebook, la cual es un medio donde se desplazan un universo infinito de culturas e ideologías, en el cual los usuario interactúa como autor creativo de la producción de los contenidos, del discurso, de los mensajes, de la reproducción, de la circulación, la distribución y el consumo del producto (meme), pero esta participación está sujeta a sus propios intereses y así mismo se convierte en un consumidor del producto (meme) y del medio virtual.

La red social Facebook es una plataforma popular entre los usuarios y permite un intercambio cultural significativo y resignificativo, donde nace una estructura social a la cual llamo "matriz-socio-virtual", es decir, la fecundación de actores individuales y grupales que ejercen los acuerdos de un discurso, de los mensajes y de los significados virtuales mezclando cultura, pensamiento, conocimiento, consumo, experiencia, poder, reproducción y producción de la información dentro la comunicación interpersonal, grupal y de masas. Estos elementos permiten el crecimiento de la red social, de este modo se ha transformado radicalmente el uso del Internet y las formas de comprender el mundo.

Cabe mencionar que Facebook como medio de comunicación digital, se encuentra dentro de numerosos debates, al igual que el concepto de comunicación. Bastantes autores han explicado y aportado infinidad de estudios acerca de estos dos conceptos, como se vió a lo largo de la investigación, sin embargo en este siglo. XXI

no se puede dejar a un lado el concepto de comunicación digital, pues apertura una revolución de la comunicación en el análisis de intercambio de valores, significados, modos de vida, normas, información, comportamientos y cultura, creando vínculos y relaciones entre las personas.

De modo que este medio digital de comunicación considero a partir de mi investigación se transforma en un medio de “realidades virtuales humanas”, es decir, es el paradigma donde se enmascara la comunicación interpersonal, grupal y de masas virtual, frente a sus participantes los cuales no dejan de ser personas reales que interactúan en un conjunto de convivencias e intercambios de gustos, entretenimientos, ideologías, preferencias sexuales, cuestiones políticas, religiosas e identidades en una comprensión recíproca, donde se negocian los significados, los códigos y los signos culturales a través de un medio electrónico.

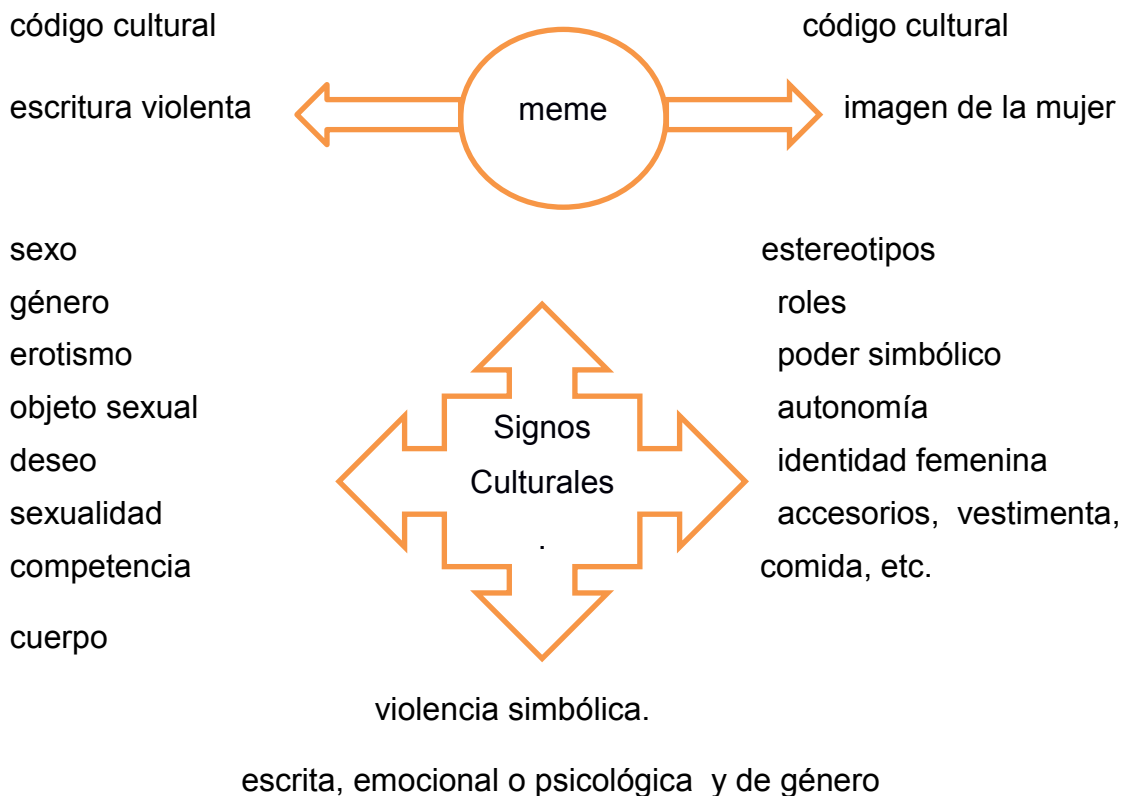
Así mismo esta red social virtual manifiesta una percepción de la vida cultural y simbólica del mundo, colocados en una problemática que no sólo se refiere a lo cultural-simbólico, sino también a la producción y reproducción de una práctica violenta entre los usuarios manifestada a través de los memes con la imagen de la mujer.

Esta problemática comienza a través de la interacción del cibernauta con la producción y la reproducción de los memes con la imagen de la mujer, y se enfrenta a partir del juego de significados simbólicos, de las representaciones sociales en las que se le asigna a la imagen códigos lingüísticos y culturales por medio de expresiones, artefactos, de acciones, de acontecimientos, de alguna cualidad o relación, de la cadena fonética o la escritura, de los modos de comportamiento, de las prácticas sociales, de los usos y costumbres, del vestido, de la alimentación, de la vivienda, de los objetos, etc., que sirven como soporte simbólico de significados culturales, que tiene un fin común: la burla, el sarcasmo y la parodia.

Entonces a través de esto la cultura meme entra en una encrucijada pues los estereotipos que representan la imagen de la mujer, cuentan con elementos propiamente culturales en su elaboración visual, apoyándose de ideales que son impuestas, como el deber de la belleza física, de la figura del cuerpo, la raza, la ideología, el status social etc., así como estereotipos morales: la mujer virgen, la mujer santa, la mujer naturaleza, entre otros, adicionalmente existen estereotipos de mujer-objeto: la mujer-prostituta, la bella seductora, la cortesana, la vampiresa, la mujer-sexual, la mujer-insaciable, la mujer-complaciente, la mujer-compañía, etc., que provocan lo libidinal. De igual manera se encuentran estereotipos de la mujer

tradicional: mujer-madre, mujer-esposa, mujer-campesina, que se absorben de la identidad social-cultural construida por los medios de comunicación masiva.

El análisis semiótico que se realizó me ayuda a reflexionar sobre la interpretación y el reconocimiento que se le asigna al meme a partir de los códigos y signos culturales que se presentan en los memes con la imagen de la mujer en la red social Facebook, estos elementos se encuentran interiorizados en la creación de los memes, como se muestra en la siguiente figura:



Estos signos culturales se soportan dentro de los códigos culturales para dar significado y resignificar a los memes, pues son reflejos de condiciones dotadas por reglas, creencias, lenguajes, conocimientos, mitos, ritos y objetivos que son aprendidos y generados a través de lo mediático, y se apropian del medio virtual por medio de:

- 1) La trascendencia del meme, la manera rápida e instantánea por la cual se propaga de persona a persona.
- 2) La pertenencia e imposición de creencias del individuo que produce y reproduce.
- 3) Multifacético, aporta ideas personales de quien lo crea y lo reproduce.

- 4) El meme cuenta con códigos, signos y lenguaje de fácil comprensión y absorción, es fácil de recordar, muta a través de sus elementos que lo construyen: texto e imagen.
- 5) Los memes son innovadores, creativos, adaptables y perdurables. Son notorios, replican la ideología y conducta social cibernética.

Así mismo los códigos sociales-culturales se mantienen, en un anclaje y en un relevo que codifican y decodifican la violencia a través de la construcción de lo femenino y masculino, observado por medio de la cimentación lingüística que parte de un mensaje iconográfico, que permite duplicar la estructura de la imagen y colocarla ante un discurso verbal violento que legitima un poder simbólico a quien lo produce y reproduce, con el cual se significan y resignifican los códigos y signos culturales, que fomentan la violencia entre mujeres v/s hombre, mujeres v/s mujeres, hombres v/s mujeres.

Es por esto los memes con la imagen de la mujer son un fenómeno de investigación para el estudio de la comunicación virtual, pues estos normalizan la violencia simbólica, la violencia de género, la violencia emocional o psicológica, la violencia escrita y la discriminación construyéndose de la interacción texto- imagen para dar significado a la imagen de la mujer, como se observa en el análisis semiótico de las categorías:

Competencia de la mujer "hacer por hacer" se dirige a un laberinto, donde la misma mujer entra en guerra violenta con de otra mujer, como ya se observó anteriormente, esta práctica de violencia de género y discriminación se manifiesta a partir de un estereotipo marcado por los atributos físicos, de raza, ideológicos, aptitudes y habilidades de la mujer que se sitúa en un poder simbólico de competencia por la superioridad de egos de la mujer en contra de otra, acusando, recriminando y señalando el grado de inferioridad de otras mujeres con la frase, que a través de actos simbólicos y de dominación ejerce una mujer en contra de otra mujer, lo cual se refleja en la imagen.

Esta imagen de la mujer ubica a la mujer como ser y deber ser deseable para disputar a un hombre, bajo la reglas sociales que definen a la feminidad a partir de estereotipos y de la ideología construidas por los valores de la sociedad, y como ejemplo: "la típica construcción de que las chicas rubias son las más hermosas, sexis y sólo sirven para el coito, la satisfacción de lo libidinal, Sin embargo este estereotipo de mujer manifiesta los egos de superioridad de los cuerpos y rostros

perfectos, y son vistas como mujeres que no pueden tener un pensamiento razonable, no son inteligentes, gracias a la ideología dominante de los estadounidenses y europeos.

Ante ello la construcción texto-imagen de la mujer violenta al mismo género femenino y recae en una contradicción, y me invita a replantear la ideología que se construyó a partir del movimiento de la liberación femenina que era un apoyo de mujer a mujer por salir del subyugo masculino y opresor, por la lucha de derechos de igualdad, ser individuos participantes en el entorno social, no ser violentadas etc. Historia donde la mujer debería de reflexionar en una autocrítica.

De igual manera hoy en día S.XXI con los avances de los estudios de género se aboga por una equidad de géneros, participación de la mujer en el entorno social, laboral y familiar, más apoyo a la mujer, a la no violencia de géneros, a la no discriminación, a la no violencia para la mujer, etc. Sí, son avance en materia y norma social, pero ¿qué pasa en esta era virtual con la violencia la cual es permitida sin normas en un espacio que no es físico?, y se oculta en un juego de imágenes.

Por otro lado observé una lucha violenta de lo femenino inscrito a través de los memes “Palabras femeninas, Lucha mujeres v/s hombres, Competencia de la mujer “hacer por hacer” y los Mandamientos de la mujer”, discriminan y agreden a lo masculino, a partir de la frase que se construye para acompañar a la imagen de la mujer representada por estereotipos de: una ama, de chica sexi, chica bella, chica sensual y de vestimenta exhibicionista, etc., donde visualmente destacan partes del cuerpo de la mujer para rivalizar, en las cuales se otorga un alter de superioridad primordialmente en el aspecto sexual, a través de lo denotado y connotado de la imagen.

El uso de las partes del cuerpo y de la imagen de la mujer busca erotizarlas por medio del deseo, y así provocar un poder de dominación y controles de voluntad que se adjudica a la imagen de la mujer sobre el hombre, reforzándose en una relación de fuerza que se vuelve habitual. Así mismo esta lucha violenta de dominación, sea una resistencia, una nueva forma de pensar en que la mujer no sea objeto de condiciones vulnerables ante el hombre y la sociedad, como históricamente se ha visto encasillada y esta nueva revalorización marca un conjunto de creencias, acciones, comportamientos, roles sociales, laborales y familiares.

Frente a este escenario los estudios de género y los estudios feministas no son suficientes para poder explorar a profundidad el conflicto socio-virtual, lo cual ya es una problema emergente, donde se desenvuelven actores-virtuales dentro de estructuras complejas de pensamientos, actitudes, comportamientos e ideologías.

Por otro lado al estudiar la imagen de la mujer por medio de 500 memes recolectados en la red social Facebook, se observa algunas de las formas en que se institucionaliza la violencia simbólica a través de la imagen de la mujer como objeto sexual por medio del consumo y producción de los memes, bajo la construcción del discurso y del mensaje: mujer-objeto-uso/mercancía de venta que le han asignado los medios de comunicación tradicionales, estableciendo el deseo sexual a través del sexo, de la sexualidad y el erotismo mediante códigos y signos culturales, que cosifican el cuerpo de la mujer en su totalidad, es decir, por una parte minimizan el cuerpo de la mujer o partes del mismo al ser fragmentado, lo cual permite una despersonificación sometiéndola a lo ridículo, a la burla de un valor objeto.

Lo principal es erotizar el cuerpo con elementos que lo resalten o lo oculten favoreciendo al libido, transformándolo en un instrumento de placer que es explotado, excluido, reprimido y menoscabado utilizado como objeto, mercadería para el consumo, valorados sólo sexualmente y sometido a la discriminación y a la violencia.

Se ha valorizado y desvalorizado el cuerpo y la imagen de la mujer a través de los atributos que normalizan los estereotipos de belleza, de burla, de sarcasmo, de fealdad, de bonita, de inocencia, de inteligencia, de villana, ama de casa, etc., que son impuestos y se recrean autogenerándose en la interacción, producción y reproducción de los nuevos medios digitales, para la explosión y retribución económica de un cierto grupo dominante, que en este caso son las páginas, perfiles y las comunidades donde se ponen a la vista estos memes para su consumo en Facebook, entre los que se encuentran espacios: Hijo de la Gran Puta, barbie bitch, Te veo y se me va el sueño :\$, Hermosas princesas cabronas bien hechas, Mujeres V/S Hombres, Cachondearías y algo mas, Amante loba vampira, Desmadre o qué?, Mujeres Engañadas Por Maridos Infieles, entre otras, las cuales generan los contenidos.

Por otro lado en las categorías: “Mujer como deseo erótico y sexuado, Objeto deseo y la Burla”. Esta visión de mujer-objeto-sexual y mujer-sarcasmo, son el centro evidente de la ideología dominante en los medios, por el conjunto de productores-

consumidores que han legitimado un tipo específico de imagen que califica y critica tipo de cuerpo de la mujer como feo, no deseable, no erótico y no sexual, o se valoran por ser deseable, erótico y bello. Así mismo se denigra el pensamiento, racionalidad, actitudes y conocimiento de la mujer. Estos memes se absorben y se mezclan para que lo pueda decir quien sea y lo puede sentir cualquier persona que use la red social Facebook, gracias a la reapropiación de los códigos y signos culturales.

Por otro parte en la categoría “La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales”, nace a partir del carácter productor y reproductor, que excita e incita al deseo sexual por medio de imágenes del cuerpo cosificado de la mujer y de la frase que generan varios mensajes:

- 1) La postura femenina se vende como un objeto sexual, de deseo y erotismo para el hombre desde sí misma.
- 2) Se expresa y ejerce autonomía en la toma de decisión sexual para la mujer y, recordando a Lagarde, es ejercer el derecho natural del ser humano, poseer cultura, lengua, modos de pensar y de comportamiento con un cuerpo que vive, convive, disfruta de la sexualidad y de un conjunto de características sociales, corporales y simbólicas que la identifican de manera real o imaginaria, en un conjunto de contextos donde se identifica y crea conciencia de sí y del mundo, teniendo en cuenta límites, en los cuales la mujer existe y deviene.

La palabra autonomía deriva de una polisemia de conceptos, que hace reemplantar la palabra misma desde la etimología griega que se deriva de dos palabras autos (sí mismo), y nòmos (ley), es decir, gobernarse a sí mismo, o un autogobierno de la persona misma, pero también desde Kant autonomía constituye el cimiento de la praxis moral y el fundamento de las costumbres, desde Hegel deviene la conciencia de sí mismo, que está presente en una libertad de autoconciencia que se absorbe de la esencia del mundo real, del saber y de la voluntad, pero paradójicamente desde Marx esta libertad no es otra cosa más que la conciencia de la necesidad que se crea por el entorno social-económico, y desde Foucault la autonomía es sustento histórico, político y cultural, revocando la libertad en habilidades del saber-poder. Y cabe señalar que esta autonomía interviene en la entidad de los actores bajo un contexto de relaciones, capacidad y disposición de tomar decisiones por voluntad propia lo cual problematiza el campo de

investigación, pues por un lado existe un choque de conceptos de autonomía dentro de las diferentes formas de pensar con la cual están elaborados estos memes, pues esta autonomía reafirma la identidad femenina bajo un discurso mediatizado y violento.

Por otra parte los discursos y los mensajes de los memes de la categoría: “La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales” generan y expresan una ideología a partir del contexto de la liberación sexual femenina donde la mujer por sí misma ejerce su libertad sexual y ella es autónoma de gobernar su cuerpo, es consciente de él y de su forma de pensar, un cuerpo humano en todo su derecho de sentir, vivir y de disfrutar su sexualidad, como la toma de decisiones ideológicas de su conciencia misma. Sin embargo, esta autonomía sexual e ideológica que se construye a partir del meme está basada en una conciencia de crear una necesidad en el sentido de resistencia identitaria de la imagen femenina que se codifica y se decodifica para reforzar un estereotipo de mujer-seductora, mujer- sexualmente activa, mujer- complaciente, mujer-insaciable, mujer-erótica, etc. Identidad que cultural e históricamente desprende a la mujer de lo tradicional y la enfoca en lo innovador de la libertad cultural, política y social. El erotismo, el deseo y lo sexual juegan una parte importante en el discurso lingüístico y visual, donde se mantiene una posición del cuerpo cosificado y violentado simbólicamente por la concepción que se tiene de objeto/uso/mercancía sexual, sin embargo esta cosificación al anclarse y relevarse, codifica significados de la mujer que realzan varios aspectos:

- 1) Es libre de sentirse deseable para el hombre.
- 2) Es libre de ejercer y elegir su actividad sexual, así mismo ser ella la que provoque el erotismo, para quien quiera.
- 3) Es libre de provocar deseo para quien ella elija.
- 4) Engloba estos tres aspectos dentro del mensaje que se produce en la idea de la sexualidad, que hace significado y resignifica, a esta actividad para buscar y obtener placer humano, donde la mujer provoca placer, pasión, deseo, por sí misma. Estos factores son buenos pues la mujer es la que decide hacer y deshacer de su cuerpo, es consciente de sí, es libre es autónoma dentro del significado de auto-gobernarse.
- 5) En conclusión de estos tres aspectos los memes se contradicen, existe un polo positivo y uno negativo por así llamarle a la manifestación ideológica a favor de la liberación sexual de la mujer, hasta donde las reglas sociales, y sus propias reglas éticas y morales permitan, y el otro polo es seguir

violentando la imagen de la mujer y seguir fomentando estereotipos de venta y consumo, y así mismo reafirmar una nueva ideología de mujer sin reglas y mujer matriarcal.

Por otra parte retomar el concepto de autonomía me pone a pensar ¿qué tanto el ser humano es autónomo?, a partir de las diversas teorías filosóficas, sociológicas, del género y del psicoanálisis, que se entiende a través del pensar, del vivir, de la cultura, del cuerpo, de lo historia, lo social, lo económico, de la conciencia misma, de un saber y de un poder, que rige esta auto gobernación de uno mismo que engloba a todo un mundo de concepciones y cosmovisiones del mundo, pero están sujetas a normas y leyes, entonces...

Los mensajes y discursos de autonomía y de reafirmación de identidad femenina en las categorías: “La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales”, Competencia de la mujer “hacer por hacer”, “Palabras femeninas, Lucha mujeres v/s hombres y los Mandamientos de la mujer”, a través de su elaboración fotográfica y textual, de su reproducción e interacción por los usuarios y las usuarias de la red social Facebook, me permite comprender una organización donde existen una serie de elementos discursivos, significativos, ideológicos y culturales crean y construyen una compleja violencia, que abarca lo simbólico, lo cultural, lo emocional, lo escrito, la construcción de lo femenino y lo masculino donde todos juegan por este mismo poder violento, donde me cuestiono ¿es realmente un discurso de autonomía o es un discurso de rebeldía?.

Sin embargo reflexionando en la palabra autonomía a través del discurso que proponen los memes en estas categorías, matiza una autonomía disfrazada en el discurso de la anomia, es decir, la carencia de normas que rigen las relaciones de diversas funciones sociales, que a través de la historia han cambiado por medio de la modernidad. Por lo cual se ha transformado de manera rápida la sociedad, dado que los patrones de organización social y tradicionales mezclan al sujeto en la sociedad, desvanecido el pasado, para que surjan otros patrones que se adecuan a nuevas necesidades, por ende, se produce una situación de competencia sin reglas, una lucha de clases donde los sujetos a través de la función social no cuentan con un límite, ni un conjunto de reglas que especifiquen lo legítimo y lo justo. Como se observó en la estructura texto-imagen de los memes se emana el desorden social, traducido en violencia a partir de que existe una ausencia a falta de reglas en el individuo y en la sociedad-virtual, generando una pérdida de valores que se traducen y se vinculan sobre la debilidad del otro, normalizando nuevos valores.

Así mismo la anomia es una transformación que genera una sensación de vacío y pérdida de sentido por la falta de normas y estabilidad social, donde los individuos se incorporan a una unidad que impone normas y conductas sociales violentas.

Por otra parte en las categorías: “Palabras femenina”, Competencia de la mujer “hacer por hacer”, Lucha mujeres v/s hombres y los Mandamientos de la mujer”, a partir de la construcción lingüística mantiene un doble discurso que se vinculan a la dependencia de otro (heteronimia) para poder hacer una competencia, en cuanto al discurso de la construcción de la identidad femenina:

- 1) “Palabras femeninas”: niega la construcción biológica e ideológica de lo masculino y lo femenino.
- 2) Competencia de la mujer “hacer por hacer” niega lo femenino, recrimina el impulso de otras mujeres sobre el hombre y compite por él, minimiza a otra mujer y compite con otra mujer.
- 3) Lucha de mujeres v/s hombres se niega la construcción biológica de lo masculino.
- 4) Los mandamientos de las mujeres: depende y niega la construcción ideológica de lo masculino dentro de normas.

Así la violencia y la discriminación se experimentan a través de la representación de la construcción simbólica de los cuerpos y de la forma de pensar inmersos en los discursos escritos que justifican una forma de explotación y marginación sobre las ideas, los valores, las normas, la cultura y los géneros.

Por último esta forma de operar de los memes oculta un nuevo esquema de dominación cultural e ideológica como un fantasma a través del contexto revolucionario digital, que asume diversas modalidades ideológicas en interacción con diversos actores virtuales, donde el poder simbólico se otorga a cada entidad (mujer o hombre), y atraviesa por un sistema, que propicia desigualdades y guerras a través de expresiones e imágenes que son manipulables por los sistemas estructurales del pensamiento dominante de este mundo globalizado, en el cual estamos sumergidos generando sistemas y estructuras que son producidas, reproducidas, significadas y resignificadas, culturalizadas y apropiadas a través de los cibernautas por medio de sus perfiles, grupos, sociedades y páginas virtuales de la red social Facebook e integradas a su cultura por medio del intercambio de información, de valores, vínculos sociales, por medio de lo simbólico-cultural, donde las bases de las significaciones están sujetas al poder simbólico que es capaz de construir realidades, interpretaciones y modificaciones, estableciendo un orden del

mundo a través de las formas de pensar de cada actor,, pues es la forma de crear, concebir, percibir, comprender y aprender del mundo, como pertenecer a una vida cultural- virtual, pero realmente este avance tecnológico es un avance o ¿será un retroceso humano al permitir una interacción violenta?

Por ende está práctica socio-virtual del meme con la imagen de la mujer es parte de la cultura-simbólica de la era digital, por atribuir innovación de códigos, signos y significados, que han alterado los significantes culturales, y se han absorbido en una pluralidad de significados en relación a la mezcla de otras culturas, sometiéndose a la apropiación de nuevos significantes. Es por ello que los estereotipos, la imagen, el cuerpo de la mujer y la lingüística fabrican autenticidad de identidades de una realidad fabricada que permite coexistir.

Ante esto es necesario ampliar la investigación a partir de las significaciones culturales, simbólicas y de las cosmovisiones que posee un individuo o un grupo de la sociedad socio-virtual, por ello formulo las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el sentido de apropiación, significación y resignificación del poder y competencia que ejercen los géneros llámese, de mujer a hombre, de hombre a mujer y de mujer a mujer a partir de los memes: Competencia de la mujer “hacer por hacer”, “Palabras femeninas, Lucha mujeres v/s hombres y los Mandamientos?
- ¿Qué cambios se generan en la cultura y en lo simbólico a partir de la categoría La mujer que desea “el erotismo de las relaciones carnales”, en cuanto al término autonomía y libertad sexual?
- ¿Por qué la red social Facebook es un campo fértil para producir, reproducir las representaciones de la imagen de la mujer a través de los memes y del contenido de los comentarios que hacen los usuarios de estos?
- ¿Qué es lo que conlleva al cibernauta que se identifique con la construcción de mensajes y discursos que niegan lo femenino y niegan lo masculino a partir de la producción de los memes?
- ¿De que manera la ideológica que se maneja en los mensajes de los memes interactúa en las prácticas social-virtual e incitan a la superioridad del ego femenino para formar, reforzar o autogenerar una identidad femenina?.

Bibliografía

- Arango, Luis. (2014), "Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula". Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. (ISBN: 978-84-7666-210-6 – Artículo 1513). Universidad Pedagógica Nacional FES Aragón, UNAM Universidad Simón Bolívar, México. Disponible en: <http://www.oei.es/congreso2014/memoriactei/1513.pdf>. Fecha de consulta 15 de Marzo del 2015.
- AMIPCI. (01 de Enero de 1999). Recuperado el 01 de Octubre de 2014, de AMIPCI: <https://amipci.org.mx/es/estudio>
- Ávila-Fuenmayor, Francisco, (2006). "El concepto de poder en Michel Foucault". Telos, vol. 8, núm. 2. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318557005>. Fecha de consulta 12 de Abril del 2016.
- Análisis y estadísticas de la página Bonafon de Facebook en México: [owloohttp://www.owloo.com/facebook-stats/mexico](http://www.owloo.com/facebook-stats/mexico). Consultado el 1 de Octubre del 2014.
- Aparaci, Roberto. (2009), *La Imagen Análisis y representación de la realidad*, Gedisa, Barcelona.
- Barbosa, Mariona. (2013), "El caso de la red social Pinterest: representación propia y coleccionismo virtual a través de imágenes". Núm.122, *Revista de comunicación Vivat Academia*, Universitat de Lleida. España. Disponible en: <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/13/14>. Fecha de consulta 3 de Octubre del 2014.
- Barthes, Roland. (2002), *Lo obvio y lo obtuso imágenes, gestos, voces*. Paidós, Barcelona.
- Blair, Elsa. (2009), "Aproximación teórica al concepto de violencia: avatares de una definición". Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n32/n32a2.pdf>. Fecha de consulta 15 de Mayo del 2015.
- Brockman, John (2012), *Cultura, Crítica*, España.
- Brönstrup, Celsi; Godoi, Elena; Ribeiro, Anely. (2007), "Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional Signo y Pensamiento", vol. XXVI, núm. 51, julio-diciembre. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. *Red de Revistas*

- Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/860/86005104.pdf>. Fecha de consulta 30 de Mayo del 2015.
- Boyd, Danah M. y Nicole B. Ellison. (2007), "Social network sites: Definition, history, and scholarship" en *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), artículo 11. *Department of Telecommunication State University, Information Studies, and Media, Michigan State University*. Documento. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Fecha de consulta 13 de Abril del 2015.
 - Butler, Judith (2016). *Deshacer el género*, Paidós.
 - Caldevilla, David. (2010), "Las redes sociales Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual." vol .33, 45-68, Profesor de publicidad y relaciones públicas y Gabinete de comunicación, departamento de comunicación Audiovisual y Publicidad 2-CAP2. Facultad de Ciencia de la Información de la UCM. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewfile/DCIN1010110045A/18656>. Fecha de consulta 28 de Noviembre del 2014.
 - CDI de educación de Madrid "web 2.0 aplicaciones didácticas". Disponible en: <http://www.cdieducacion.es/docs/web20.pdf>. Fecha de consulta 29 de Septiembre del 2014.
 - Castells Manuel. (1996), "La era de la información". *Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1 México siglo XXI 1996. Disponible en: <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf>. Fecha de consulta 15 de Octubre del 2014.
 - Castells, Manuel. (2004), "La sociedad red". Dispone en: http://www.fing.edu.uy/catedras/disi/Mat.%20politicas/LaSociedadRed_Manuel_CastellsI.pdf. Fecha de consulta 10 de Marzo del 2015.
 - Clifford Geertz. (2003), *Antropología- La interpretación de las culturas*. Editorial Gedisa, Barcelona.
 - Cobo, Rosa. (1995), "10 palabras claves sobre la mujer". Disponible en: portales.te.gob.mx/genero/sites/default/.../Género%20Rosa%20Cobo_0.p. Fecha de consulta 6 de Marzo del 2015.
 - Copello Scacco, Adriana Emilia. (2011), *Las redes sociales virtuales y los adolescentes ¿Facebook un medio para mostrarse?* Tesis de licenciatura. Disponible en: http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/268/tesis-1567-las.pdf. Fecha de consulta 30 de septiembre del 2014.

- Crovi, Dalia. López, María, López Roció. (2009), *Redes Sociales: Análisis y aplicaciones*. Disponible en: https://comunepersoal.files.wordpress.com/2013/02/s021000404_1308220855000.pdf. Fecha de consulta 12 de Marzo del 2015.
- Csikszentmihaly, M. (2009), "El yo evolutivo: Una psicología para un mundo globalizado". Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iflATbULRYC&oi=fnd&pg=PA9&dq=yo+evolutivo+una+psicologia+para+un+mundo+globalizado&ots=SzCEgzkrxl&sig=ZGyQiyNNR9HRZ4MWwP5XsgYtnRc#v=onepage&q=yo%20evolutivo%20una%20psicologia%20para%20un%20mundo%20globalizado&f=false>. Fecha de consulta 17 de Marzo del 2015.
- Edgas, José. (2009), *Nuevos usos sociales de la fotografía: formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales*. Tesis de Maestría. Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/457>. Fecha de consulta 26 de Octubre del 2014.
- El economista, (Nacer Global, México), <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/07/22/redes-sociales-mina-oro-desaprovechada> (fecha de consulta: viernes 31 de octubre de 2014)
- Elisenda Ardévol y Edgar Gómez-Cruz. (2012), "Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital". [En línea], vol. LXVII, *Revista de dialectología y tradiciones populares*. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona. Disponible en: <http://rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/view/270/270>. Fecha de consulta 20 de Octubre del 2014.
- Fernández, Sonia (2007), Reseña de "Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación" de M^a Rosa Berganza Conde, José A. Ruíz San Román (coord.) Comunicación y Hombre, núm. 3, pp. 127-129 Universidad Francisco de Vitoria Pozuelo de Alarcón, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1294/129412635010.pdf>. Fecha de consulta 12 de Febrero del 2017.
- Foucault, Michel. (1977), Historia de la sexualidad. I La Voluntad de Saber. Disponible en: <http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/681.pdf>. Fecha de consulta 20 de Agosto del 2016.
- Gabaldón, Blanca. (1999), "Los estereotipos como factor de socialización en el género". *Comunicar*. núm. 12. Disponible en:

- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>. Fecha de consulta 20 de Septiembre del 2016.
- Galindo, Jesús. (2002), "Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica". Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/27392681_Notas_para_una_comunicologia_posible_Elementos_para_una_matriz_y_un_programa_de_configuracion_conceptual-teorica. Fecha de consulta 18 de Mayo del 2005.
 - García, Emilio. (2004), "Los estereotipos de la mujer en la publicidad actual". [En línea], vol.1, núm. 9. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: http://www.maecei.es/pdf/n9/articulos/los_estereotipos_de_mujer_en_la_publicidad_actual.pdf. Fecha consulta 30 de Octubre del 2014.
 - García, José. (2008), "Compilación sobre género y violencia", Instituto Aguascalentense de las Mujeres, IAM. México IAM- Indesol-PAIMEF, Aguascalientes.
 - García, Mellisa. (2013), *Construcción de Identidad y Subjetividad en jóvenes a través de las redes sociales virtuales*. Tesis para trabajo de pregrado y especialización. Disponible en: <http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co:8080/jspui/handle/10819/1129>. Fecha de consulta 26 de Octubre del 2014.
 - Gayle, Rubin, "Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad". Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales. Disponible en: <http://www.museo-etnografico.com/pdf/puntodefuga/150121gaylerubin.pdf>. Fecha de consulta 12 de Abril 2016.
 - Gayosso, Blanca, "Cómo se conectó México a internet". Disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.4/num4/art7/ago_art7.pdf. Fecha de consulta 3 de Noviembre del 2014.
 - Giménez, Gilberto. (2012), "Cultura, identidad y procesos de individualización". Disponible en: http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/625trabajo.pdf?PHPSESSID=a2c966a8fe8efdcba3f365f98e8b9225. Fecha de consulta 5 de Mayo del 2015.
 - Giménez, Gilberto. (2006), *Teoría y análisis de la cultura*. CONACULTA e instituto Coahuilense de Cultura, Colección Interacciones. México.
 - Giménez, Gilberto. (2009), "Un recorrido a través del concepto de cultura". Disponible en:

- http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/estsoc/pdf/estsoc_5/236.pdf.
Fecha de consulta 8 de Mayo del 2015.
- Giménez, Gilberto. (2012). "Cultura, identidad y procesos de individualización". Disponible en: http://conceptos sociales.unam.mx/conceptos_final/625trabajo.pdf?PHPSESSID=a2c966a8fe8efdcba3f365f98e8b9225. Fecha de consulta 5 de mayo del 2015.
 - Guasch, Óscar. (1996). Cuadernos Metodológicos / 20 Observación Participante. España: Unión de Editoriales Universitarias Españolas (UNE).
 - Hine, Cristine. "Etnografía virtual". Disponible en: <http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf>. Fecha de consulta 20 de Septiembre del 2016.
 - Hottois, Gilbert, (2007), "La diversidad sin discriminación: entre modernidad y posmodernidad". *Revista Colombiana de Bioética*, vol. 2, núm. 2, julio-diciembre, pp. 45-76 Universidad El Bosque Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=189217250003>. Fecha de consulta Julio 16 del 2016.
 - Jan M Broekman. (1974), "El estructuralismo". Disponible en: http://www.iifilologicas.unam.mx/anuarioletras/uploads/1978/vol.16_resen%CC%83a01.pdf. Fecha de consulta 6 de Mayo del 2015.
 - Lagarde, Marcela. (1983), "Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres". Disponible en: http://www.caladona.org/grups/uploads/2013/04/claves-feministaspara-el-poderio-y-autonomia_mlagarde.pdf. Fecha de consulta 13 de Febrero del 2016.
 - Larrondo Ureta, A. (2005), "La red al servicio de las mujeres. La aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en internet". Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110375A/12513>. Fecha de consulta el 13 de Mayo del 2015.
 - Mieke Ceulemans, Guido Fauconnier. (1981), "Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social compilación y análisis de los documentos de investigación". [en línea] Departamentd de Ciencia de la Comunicación Universidad Católica de Lovaina. Disponible en: <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inac3/castellsm.pdf>. Fecha de consulta 3 Noviembre del 2014.
 - Moreno, Víctor. "Psicología del color y la forma". Universidad de Londres. Lic. Diseño Gráfico. Disponible en: <http://www.docfoc.com/moreno-mora-victor->

- manuel-documento-psicologia-del-color-y-la-forma-universidad. Fecha de consulta 12 de Octubre del 2016.
- Mosquera, Manuel. (2008), "De la etnografía antropológica a la etnografía virtual estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet". Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/28656/1/articulo4.pdf>. Fecha de consulta 16 de Agosto del 2016.
 - Murcia, A., Trejo, M., Parducci, G. (2001), "¿De qué se escribe cuando se escribe de mujeres?2. Las dignas.
 - Octavio, Islas. (2013), "Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ciudad". [En línea], 1ª ed. *Razón y palabra*, México. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/Libro_IRS/InvestigarRedesSociales.pdf. Fecha de consulta 4 de Noviembre del 2014.
 - Palenzuela, Yadira. (2013), *Imaginario social de jóvenes universitarios sobre su participación ciudadana en redes sociales virtuales*. Tesis de Maestría. Disponible en: <http://www.tesis.uchile.cl/handle/2250/116524>. Fecha de consulta 22 de Octubre del 2014.
 - Pierre, Bourdieu. "Un arte medio ensayo sobre los usos sociales de la fotografía". Disponible en: <http://es.slideshare.net/gl990/bourdieu-pierre-un-arte-medio>. Fecha de consulta 25 de Agosto del 2016.
 - Pierre, Bourdieu, "La sociología como crítica de la razón". Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?id=6MsX6FT6qT4C&pg=PA147&dq=violencia+simbolica++desde+Bourdeau&hl=es&sa=X&ei=QsmHU5TzHcKGqgbG8oGQDg&ved=0CCwQ6AEwA>. Fecha de consulta 6 Mayo 2015.
 - Real academia española. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=A0fanvT|A0gTnnL>. Fecha de consulta Septiembre del 2016
 - Ray, Birdwhistell. (2010), "Antropología de la gestualidad". Disponible en http://www.cseiio.edu.mx/biblioteca/libros/expresionydesarfisico/antropologia_de_la_gestualidad.pdf. Fecha de consulta 20 de Abril del 2015.
 - Requena, Félix. (1996), "Concepto de red social". Disponible en: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf. Fecha de consulta 30 de Septiembre del 2014.
 - Rovetto, Florencia. (2010), *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información actual*. Tesis Doctoral. Disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4217/frq1de1.pdf;jsessionid=D0A63C86763306CFB4FE0B5C0BE7ADA5.tdx2?sequence=1>. Fecha de consulta 2 de noviembre del 2014.

- Sánchez, Carlos. (2014), "Publicidad política y los memes de internet: el éxito de la campaña "yo digo no" en las redes sociales". Art. de investigación para tesis. Disponible en: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT13-Sanchez-Lozada.pdf>. Fecha de consulta 22 de octubre del 2014.
- Sánchez, Gabriela. Sánchez, Irene. (2015), *Miradas crítica a la complejidad de la violencia universitaria*. Fontarama.
- Scolari. Carlos. (2008), *Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa, Barcelona.
- Scott, Jhon. (1986), "El género es una categoría útil para el análisis histórico". Disponible en: www.pueg.unam.mx/images/seminarios2015_1/...genero/.../sco_joa.pdf. Fecha de consulta 6 Marzo del 2015.
- Stuart Hall. "Codificar / decodificar". Disponible en: https://comunicacionyteorias1.files.wordpress.com/2009/10/hall_s_codificar_de_codificar.pdf. Fecha de consulta 30 de Agosto del 2016.
- Torres, Claudia. (2013), *La representación y la construcción de la identidad de los jóvenes a partir de la fotografía del perfil en Facebook y álbumes de fotos*. Tesis de Maestría. Disponible en: http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/47251d_tesisclaudiatorres.pdf. Fecha de consulta 20 de septiembre del 2014.
- Ureta, Ainara. (2005), "La Red al servicio de las mujeres. Aproximación a la relación mujer y medios de comunicación en Internet". [En línea], vol.11, *revistas científicas complutenses "estudios sobre el mensaje periodístico"*, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110375A>. Fecha de consulta 18 de Octubre del 2014.
- Zecchetto. V., Dallera, O., Morro, M., Braga, M.L., & Vicente K., (1999), *Seis semiólogos en busca del lector*. La cruzada ediciones.