

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 7

16-

FECHA	viernes, 15 de noviembre de 2019
--------------	----------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
------------------------	----------------------

TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

FACULTAD	Ciencias Sociales, Humanidades Y Ciencias Póliticas
-----------------	---

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------

PROGRAMA ACADÉMICO	Psicología
---------------------------	------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Amezquita Bautista	Leidy Carolina	1074187091
Cárdenas Hernández	Camila Brigitte	1070979039
Molina Lozano	Viviana Alejandra	1069434947

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Castro Morales	Juliet Carolina

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 2 de 7

TÍTULO DEL DOCUMENTO

HUMOR GRÁFICO Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN REDES SOCIALES: RELACIÓN CON LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA Y BIENESTAR SUBJETIVO DE LAS MUJERES USUARIAS DE FACEBOOK E INSTAGRAM.

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

Psicólogo

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO

15/11/2019

NÚMERO DE PÁGINAS

107

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Mujer	Woman
2. Estereotipos de género	Stereotypes of gender
3. Identidad	Identity
4. Bienestar subjetivo	Subjective wellness
5. Humor grafico	Graphic humor
6. Movimientos feministas	Feminist movements

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen

La presente investigación se realizó bajo un enfoque metodológico cualitativo con alcance exploratorio, adoptando los postulados del construccionismo social crítico, para abordar el tema de interés, una investigación en la cual el lenguaje y el discurso de las participantes, adquirieron vital importancia para el posterior análisis, evidenciándose que, su interacción y participación como actores sociales activos en el ciberespacio, cobran gran relevancia en los diferentes aspectos de su cotidianidad y sobre su bienestar subjetivo. Encontramos que,

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 3 de 7

a partir de ejercicios comunicativos como el que se efectuó con la realización del grupo de discusión, las participantes generaron discursos alternativos, tras el análisis de las piezas digitales que se llevó a cabo en dos momentos metodológicos específicos: ejercicio de evaluación y grupo de discusión virtual, evidenciándose en su mayoría la representación de problemáticas sociales en las que la mujer es la principal afectada. Dicha investigación se llevó a cabo con seis participantes mujeres (dos mexicanas, tres colombianas y una española), tres de las cuales hacen parte de movimientos feministas (Caóticas y Mujeres por la Abolición), cuya razón de ser, se centra en el uso del humor gráfico como medio para generar activismo social con respecto a la vulneración de sus derechos y la abolición de problemáticas, especialmente la violencia de género. El objetivo fundamental de esta investigación consistió en: comprender la relación del humor gráfico, sobre la identidad y el bienestar subjetivo de mujeres usuarias de las redes sociales, Facebook e Instagram; para su cumplimiento se partió del marco de la Psicología Social constructorista crítica, adoptando un diseño metodológico cualitativo, orientado por la Netnografía y sistematizado por el análisis de contenido y el Análisis crítico del discurso.

Abstract

This research was carried under a qualitative methodological approach with interpretative scope, adopting the postulates of critical social constructionism, to tackle the topic of interest, an investigation in which the language and discourse of the participants acquired vital importance for the subsequent analysis, evidencing that, their interaction and participation as active social actors in the cyberspace have great relevance in the different aspects of their everyday life and their subjective wellness. We found that, from communicative exercises such as carried with the realization of the focus group, the participants generated alternative discourses, after the analysis of the digital pieces that were carried out at two specific methodological moments: evaluation exercise and virtual discussion group, evidencing mostly the representation of social problems in which women are the main affected. This research was carried out with six female participants (two Mexican, three Colombian and one Spanish), three of which belong to feminist movements (Caóticas y Mujeres por la Abolición), whose reason to be, it focuses on the use of graphic humor as a means to generate social activism with respect of the violation of their rights and the abolition of problems, especially the gender violence. The main objective of this research was to understand the influence of graphic humor, on the identity and subjective wellness of women users of social medial, Facebook and Instagram; for its fulfillment, it was started on the framework of critical constructionist social. psychology, adopting a qualitative methodological design, guided by Netnography and systematized by content analysis and critical discourse analysis.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 4 de 7

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:
 Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 5 de 7

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI **NO**

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 6 de 7

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 7 de 7

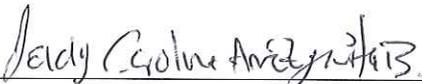
Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Humorgráficoyestereotiposdegéneroenredessociales:relaciónconlaconstrucciónidentitariaybienestarsubjetivodelasmujeresusuariasdefacebookeinstagram.pdf	Texto.

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Amezquita Bautista Leidy Carolina	
Cárdenas Hernández Camila Brigitte	
Molina Lozano Viviana Alejandra	

21.1-40

HUMOR GRÁFICO Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN REDES SOCIALES: RELACIÓN CON LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA Y BIENESTAR SUBJETIVO DE LAS MUJERES USUARIAS DE FACEBOOK E INSTAGRAM

**HUMOR GRÁFICO Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN REDES SOCIALES: RELACIÓN
CON LA CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA Y BIENESTAR SUBJETIVO DE LAS
MUJERES USUARIAS DE FACEBOOK E INSTAGRAM**



LEIDY CAROLINA AMEZQUITA BAUTISTA

CAMILA BRIGITTE CÁRDENAS HERNÁNDEZ

VIVIANA ALEJANDRA MOLINA LOZANO

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE PSICÓLOGO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y CIENCIAS POLÍTICAS

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

FACATATIVÁ

2019

Humor gráfico y estereotipos de género en redes sociales: relación con la construcción identitaria y bienestar subjetivo de las mujeres usuarias de Facebook e Instagram



**Leidy Carolina Amezquita Bautista, Camila Brigitte Cárdenas Hernández y Viviana Alejandra
Molina Lozano**

Asesora: Juliet Carolina Castro Morales

Psicología educativa, Psicología social y/o comunitaria y Psicología y medios (TIC)

Universidad de Cundinamarca

Facultad de ciencias sociales, humanidades y ciencias políticas

Programa de Psicología

Facatativá

2019

Agradecimientos

Agradecemos:

A *Dios*, por guiarnos durante este proceso de formación y por permitirnos trabajar con motivación y dedicación, en este y cada uno de los proyectos que trabajamos como grupo y hacia la obtención del tan anhelado título profesional.

A nuestras *Familias*, por ser los principales promotores en este sueño, por ser nuestros guías y nuestra voz de apoyo y aliento en este proceso y sobre todo por confiar y creer en nosotras.

A las *participantes* por su disposición, colaboración, por compartir con el grupo de investigación sus saberes e ideales y mostrarnos una visión diferente del mundo y la realidad socio-cultural en la que miles de mujeres estamos inmersas, finalmente, por demostrarnos que no hay barreras para hacer de este mundo un lugar mejor.

A nuestra asesora de monografía *Juliet Carolina Castro* por su dedicación, apoyo y colaboración en este proceso, que por supuesto no fue nada fácil, pero sí muy gratificante, damos cuenta como el amor por su profesión motiva a la creación de proyectos e investigaciones que movilizan y transforman nuestra sociedad y comunidades.

Finalmente, a nosotras como investigadoras, por el trabajo en equipo, el esfuerzo, la motivación y la perseverancia para culminar este proyecto.

Dedicatoria

Dedicado a:

A mis *padres* quienes han sido el motor de mi vida, su apoyo, su compañía y su amor han permitido que logre cumplir con muchos de mis objetivos tanto académicos como personales, sin duda han sido una guía en este camino lleno de altibajos, pero sé que al final estando a su lado nada

malo sucederá. Estoy muy orgullosa de los padres que la vida me brindo, son unos guerreros y si me preguntan por mi persona favorita, con toda seguridad diría que son mis padres.

A mis hermanos: *Nohora, Lina y Wilmer*, quienes me han acompañado en este proceso, haciendo posible cumplir este objetivo, la culminación de esta etapa de mis estudios profesionales, sus risas y sus bromas que día a día me hacían querer estar en casa, porque para mí no hay mejor lugar que mi hogar, pues es allí donde encuentro tranquilidad y felicidad. Y por supuesto a *Liam*, el nuevo integrante de la familia, quien se ha robado el corazón de todos y como no hacerlo si con su presencia alegra nuestro hogar.

A mis niñas, *Camila y Viviana*, he tenido la oportunidad de conocerlas años tras año y cada vez me alegra más haberlas conocido, las risas, las fotos, las burlas, y un sinfín de momentos que perduraran en la historia, la paciencia que me han tenido porque no soy mujer de demostrar sentimientos, pero sí de hacerles saber que siempre pudieron contar conmigo. Gracias por todo lo vivido.

Leidy Carolina Amézquita Bautista.

Dedicado a:

A mis *padres* por acompañarme, apoyarme, creer en mí y guiarme siempre, por darme palabras de aliento, por enseñarme a ser perseverante, dedicada, disciplinada, responsable y sobretodo, por forjarme como el ser humano que soy hoy en día, por ser mis cómplices y enseñarme que lo único imposible es aquello que no intentas y por más obstáculos que tenga la vida, los límites son aquellos que nosotros mismos creamos.

A mi hermanita *Luisa*, por ser ese toque de alegría y diversión en mi vida, por hacerme sonreír cada vez que estoy con miles de problemas y cosas en mi cabeza, por sus abrazos y consuelos, por enseñarme que todo en la vida no puede ser trabajo y estrés, sino alegría, hacer lo que más te gusta y perseguir tus sueños cueste lo que cueste.

A mi bebe *Duque*, por ser no solo mi amigo fiel, sino también el mejor compañero de estudio en aquellas desveladas y noches heladas.

A mis amigas y compañeras de trabajo *Carolina y Viviana*, por ser mi compañía en esta travesía de formación y crecimiento personal, por permitirme compartir con ustedes momentos de alegría, estrés y tristeza; por tenerme tanta paciencia y brindarme la confianza y la motivación necesaria para culminar exitosamente esta investigación y por supuesto, por enseñarme a relajarme y tomar las cosas con más calma, porque gracias a ustedes aprendí que: “la vida se trata de disfrutarla y sacarle el mayor provecho a los pequeños y memorables momentos compartidos”.

A aquellas *mujeres* berracas, que a lo largo de la historia han levantado su voz, han luchado por defender sus derechos y acabar con la enajenación a la que han sido sometidas y por supuesto, por quitarse las vendas y empezar a trabajar por y para la mujer, enseñando que es posible protegerse y superarse a sí mismas, sin necesidad depender de un hombre, aun sabiendo que se es imperfecta, pero valiosa.

Camila Brigitte Cárdenas Hernández.

Dedicado a:

A *Dios*, por ser mi guía espiritual permitiendo mi aprendizaje y construcción constante.

A mis *Padres*, por su amor acendrado, trabajo y sacrificio en todos estos años, por guiarme bajo el respeto, la humildad, la afabilidad y la empatía, quienes me enseñaron que el mejor conocimiento que se puede tener es el que se aprende por sí mismo, gracias a ustedes he llegado hasta aquí y me he convertido en lo que soy; ha sido un orgullo y un privilegio ser su hija, son los mejores.

A mi *Hermano*, por estar siempre presente y por ser una motivación constante en este proceso.

A mi sobrina *Sophie*, por mostrarme nuevas formas de percibir y comprender la vida, por demostrarme un amor sublime y por motivarme a luchar por una transformación social para que las nuevas generaciones vislumbren un mundo transformador y apacible, lejos de la penumbra y cercano al resplandor.

A *David Rodríguez*, por su apoyo incondicional en estos años, por demostrarme un amor diáfano, por ser motivación en este proceso y por ser un ingrediente perfecto para poder lograr esta anhelada meta.

A mis amigas de aventura *Carolina y Camila*, por su apoyo, su confianza y lealtad, por tantos momentos compartidos, porque sin ustedes este proceso no hubiera sido el mismo y esta meta no hubiera sido culminada con éxito, son lo máximo.

A mis docentes *Marcela Falla, Adrián Galindo y Carolina Castro* por ser agentes de transformación y emancipación social y personal, por ser promotores de pasión hacia el trabajo social comunitario y por impartir la investigación como herramienta de protesta hacia lo que impide y oprime el desarrollo social/comunitario.

Finalmente, a todas las personas que conocí en este camino, por compartir cada espacio y momento conmigo, por brindarme su apoyo y colaboración y porque hicieron este proceso más grato y llevadero.

Viviana Alejandra Molina Lozano.

Tabla de contenido

	pág.
1. Introducción.....	1
2. Planteamiento del problema.....	4
2.1. Pregunta problema	11
2.2. Objetivos.....	11
2.2.1. Objetivo general.....	11
2.2.2. Objetivos específicos	11
3. Justificación	11
4. Marco epistemológico y paradigmático.....	17
4.1. Epistemología de investigación: construccionismo social	18
4.2. Paradigma de investigación: critico hermenéutico.....	21
5. Marco teórico.....	22
5.1. Humor gráfico.....	24
5.1.1. El humor gráfico desde la Psicología: medio de análisis crítico-social y herramienta de activismo femenino.....	26
5.1.2. Humor gráfico y medios de comunicación (masivos y redes sociales):	29
5.2. Cultura digital.....	30
5.3. El concepto de identidad bajo la concepción del relativismo Histórico-Cultural que plantea el construccionismo social.....	31
5.3.1. Identidad femenina y representaciones sociales en los medios de comunicación y redes sociales.....	34
5.4. Estereotipos de género.....	35

5.5.	Bienestar subjetivo.....	36
5.6.	Concepción del género desde la perspectiva del construccionismo social:.....	37
5.7.	Marco legal.....	38
5.8.	Marco empírico.....	39
6.	Marco metodológico.....	41
6.1.	Método de investigación.....	42
6.1.1.	Netnografía.....	42
6.2.	Unidades de análisis.....	43
6.3.	Actores y/o participantes.....	44
6.4.	Procedimiento metodológico.....	44
6.5.	Descripción de instrumentos y técnicas empleadas.....	47
6.5.1.	Recolección de información.....	47
6.5.1.1.	<i>Ejercicio de evaluación de las piezas digitales</i>	49
6.5.1.2.	<i>Grupo de discusión</i>	49
6.5.2.	Sistematización y análisis de la información.....	50
6.5.2.1.	<i>Análisis de contenido</i>	50
6.5.2.2.	<i>Análisis crítico del discurso (ACD)</i>	53
7.	Resultados.....	58
7.1.	Análisis de contenido de las seis piezas digitales (seleccionadas por las participantes) y ACD del ejercicio conversacional (grupo de discusión virtual).....	58
7.1.1.	Representación social e individual de la mujer en el ciberespacio, a través del humor gráfico publicado en las redes sociales (Facebook e Instagram).....	59
7.1.2.	Perpetuación de estereotipos de género y perspectiva femenina, a partir de las piezas digitales de humor gráfico publicadas en Facebook e Instagram.....	63

7.1.3. Incidencia en el bienestar subjetivo y la construcción identitaria de la mujer, a partir de la interacción con piezas digitales de humor	72
8. Discusión de resultados	77
9. Conclusiones	84
10. Referencias bibliográficas.....	89
11. Anexos.....	108 (ver en documento de Anexos)

Lista de tablas

	pág.
Tabla 1. <i>Antecedentes empíricos</i>	39
Tabla 2. <i>Criterios de selección de las participantes</i>	44
Tabla 3. <i>Criterios de selección de las fuentes de las piezas digitales de humor grafico</i>	47
Tabla 4. <i>Criterios de selección de las piezas digitales, cuyo contenido es considerado como humor gráfico Satírico y/o crudo</i>	48
Tabla 5. <i>Descripción de categorías preestablecidas y emergentes, para análisis de contenido de piezas digitales</i>	51
Tabla 6. <i>Operacionalización de las categorías que guiaron el ACD del grupo de discusión</i>	54
Tabla 7. <i>Desarrollo del modelo propuesto por Neyla Pardo para la realización del ACD</i>	55
Tabla 8. <i>Ejemplo de análisis de contenido, en este caso de la imagen PDI</i>	59
Tabla 9. <i>Ejemplo de tabla de co-textos para el ACD, en esta oportunidad del apartado de interpretación de las mujeres, a partir del humor gráfico que se publica en Facebook e Instagram</i> . 70	
Tabla 10. <i>Fuentes en las que se seleccionaron las piezas digitales de humor grafico</i>	
.....	114 (ver en documento de Anexos)

Tabla 11. Preguntas orientadoras para dirigir ejercicio de evaluación de piezas digitales.....	
.....	118 (ver en documento de Anexos)
Tabla 12. Preguntas orientadoras para dirigir grupo de discusión	
.....	118 (ver en documento de Anexos)
Tabla 13. Análisis de contenido de PD2.....	122 (ver en documento de Anexos)
Tabla 14. Análisis de contenido de PD3.....	122 (ver en documento de Anexos)
Tabla 15. Análisis de contenido de PD4.....	123(ver en documento de Anexos)
Tabla 16. Análisis de contenido dePD5.....	124 (ver en documento de Anexos)
Tabla 17. Análisis de contenido de PD6.....	124 (ver en documento de Anexos)
Tabla 18. ACD del apartado de representación de la mujer a partir del humor gráfico en redes sociales.....	125(ver en documento de Anexos)
Tabla 19. ACD del apartado de estereotipos de género y relaciones hegemónicas en el humor gráfico que se publica en Facebook e Instagram.....	126 (ver en documento de Anexos)
Tabla 20. ACD del apartado de bienestar subjetivo y construcción identitaria de la mujer	
.....	127(ver en documento de Anexos)
Tabla 21. Relatos y unidades textuales adicionales para el ACD	
.....	128 (ver en documento de Anexos)
Tabla 22. Relatos y unidades textuales adicionales para el ACD	129 (ver en documento de Anexos)

Lista de figuras

	pág.
<i>Figura 1.</i> Fases del procedimiento metodológico de la investigación (Autoría propia).....	45
<i>Figura 2.</i> Tiempo en que se desarrolló cada fase y subfases del procedimiento metodológico de la investigación (Autoría propia).	45

<i>Figura 3.</i> Cuadro informativo, publicidad diseñada y publicada en Facebook, en forma de invitación para participar en la investigación (Autoría propia).	46
<i>Figura 4.</i> Procedimiento y criterios de selección de las piezas digitales de humor gráfico (Autoría propia).	48
<i>Figura 5.</i> Fases del grupo de discusión virtual (Autoría propia).	50
<i>Figura 6.</i> Categorías preestablecidas y emergentes (las que se encuentran en los recuadros) que guiaron el ACD (Autoría propia).	54
<i>Figura 7.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD1]. Copyright 2019 por Lola Vendetta.	59
<i>Figura 8.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD5]. Copyright 2019 por Shara Limone.	61
<i>Figura 9.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD3]. Copyright 2019 por Las del Aquelarre.	64
<i>Figura 10.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD4]. Copyright 2019 por Lyona Ivanona.	64
<i>Figura 11.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD2]. Copyright 2019 por Feministas Siempre.	68
<i>Figura 12.</i> Manifestantes en Chiapas en contra de abusos sexuales cometidos por los cuerpos policiales. Copyright Ruiz 2019 por López / EFE.	73
<i>Figura 13.</i> Uso de App Pintzap para la creación del meme. Copyright 2019 autoría propia.	73
<i>Figura 14.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD6]. Copyright 2019 por feministailustrada.	76
<i>Figura 15.</i> Página informativa del consentimiento informado presentado a las participantes. Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.	109 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 16.</i> Firma del consentimiento informado por parte de X (Participante No. 1). Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.	110 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 17.</i> Firma del consentimiento informado por parte de M (Participante No. 2). Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.	110 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 18.</i> Firma del consentimiento informado por parte de PA (Participante No. 3). Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.	111 (ver en documento de Anexos)

Figura 19. Firma del consentimiento informado por parte de F (Participante No. 4). Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.112 (ver en documento de Anexos)

Figura 20. Firma del consentimiento informado por parte de J (Participante No. 5). Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.113 (ver en documento de Anexos)

Figura 21. Firma del consentimiento informado por parte de P (Participante No. 6). Copyright 2019 elaborado por grupo de investigación.114 (ver en documento de Anexos)

Figura 22. Ilustradora de @Grettaconganas. Copyright 2019 por Gretta con Ganas e imagen oficial, en campaña de mujeres ilustradoras en el Día Internacional Contra el Cáncer de Mama. Copyright 2019 por Clarín.115 (ver en documento de Anexos)

Figura 23. Imagen oficial de @sharalimone. Copyright 2019 por Shara Limone.
.....115 (ver en documento de Anexos)

Figura 24. Viñeta de ‘Lola Venedetta’. Copyright 2017 por RTVE.
.....115 (ver en documento de Anexos)

Figura 25. Imagen oficial de @guerrrxsdepapry. Copyright 2019 guerrrxsdepapry.....
.....115 (ver en documento de Anexos)

Figura 26. Imagen oficial de @feministassss_. Copyright 2019 feministassss_.
.....116 (ver en documento de Anexos)

Figura 27. Imagen oficial de @feminist.sv. Copyright 2019 Feminista SV.
.....116 (ver en documento de Anexos)

Figura 28. Imagen oficial de @guerrrxsrevolucionarix. Copyright 2019 guerrrxsrevolucionarix.
.....116 (ver en documento de Anexos)

Figura 29. Imagen oficial de @feministailustrada. Copyright 2019 Murnau.116
.....(ver en documento de Anexos)

<i>Figura 30.</i> Imagen de entrevista a la ilustradora Lyona Ivanona. Copyright 2019 Stepwise.....	
.....	116 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 31.</i> Imagen de la ilustradora de Rosita Dinamita e ilustración oficial de su trabajo. Copyright 2019 Dinamita.....	117 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 32.</i> Imagen oficial de @feministassiempre. Copyright 2019 Feministas Siempre.....	
.....	117 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 33.</i> Imagen oficial de feminismo radical. Copyright 2017 Feminismo Radical.	
.....	117 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 34.</i> Respuestas de la participante No. 1 (X), en el ejercicio de evaluación de piezas digitales.	
.....	122 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 35.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD2]. Copyright 2019 por Feministas siempre.....	
.....	122 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 36.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD3]. Copyright 2019 por Las del Aquelarre.	
.....	123 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 37. Figura 20.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD4]. Copyright 2019 por Lyona Ivanona.....	
.....	123 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 38.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD5]. Copyright 2019 por Shara Limone	
.....	124 (ver en documento de Anexos)
<i>Figura 39.</i> Pieza digital de humor gráfico [PD6]. Copyright 2019 por Feminista Ilustrada.	
.....	125 (ver en documento de Anexos)

Lista de Anexos

	pág.
Anexo A: Consentimientos informados de las participantes	108
.....(ver en documento de Anexos)	
Anexo B: Descripción de las fuentes de las piezas digitales (Grupos o páginas de Instagram y/o Facebook).....	114 (ver en documento de Anexos)
Anexo C: Preguntas orientadoras para los procesos de recolección de información	117
..... (ver en documento de Anexos)	
Anexo D: Ejemplo de las respuestas de las participantes en el ejercicio de evaluación de piezas digitales.....	118 (ver en documento de Anexos)
Anexo E: ACD, de las piezas digitales adicionales de humor gráfico	122 (ver en documento de Anexos)
.....	
Anexo F: Tablas de co-textos base para el ACD	125 (ver en documento de Anexos)
.....	
Anexo G: Relatos adicionales y complementarios de las participantes, con relación a los apartados de resultados.....	128 (ver en documento de Anexos)

NOTA:

- Ver anexos desde la página 108 [desde las tablas 10 a la 22 y figuras 15 a la 39] en el documento – 2) ANEXOS DE MONOGRAFÍA HUMOR GRÁFICO Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN REDES SOCIALES-, el cual se encuentra en la carpeta, cuyo nombre es el título de la presente investigación.
- Adicionalmente, usted podrá dirigirse de manera automática al documento de anexos, siempre y cuando se ubique sobre la indicación –diríjase o ver Anexo X- y haga clic para seguir el vínculo.

Resumen

La presente investigación se realizó bajo un enfoque metodológico cualitativo con alcance exploratorio, adoptando los postulados del construccionismo social crítico, para abordar el tema de interés, una investigación en la cual el lenguaje y el discurso de las participantes, adquirieron vital importancia para el posterior análisis, evidenciándose que, su interacción y participación como actores sociales activos en el ciberespacio, cobran gran relevancia en los diferentes aspectos de su cotidianidad y sobre su bienestar subjetivo. Encontramos que, a partir de ejercicios comunicativos como el que se efectuó con la realización del grupo de discusión, las participantes generaron discursos alternativos, tras el análisis de las piezas digitales que se llevó a cabo en dos momentos metodológicos específicos: ejercicio de evaluación y grupo de discusión virtual, evidenciándose en su mayoría la representación de problemáticas sociales en las que la mujer es la principal afectada. Dicha investigación se llevó a cabo con seis participantes mujeres (dos mexicanas, tres colombianas y una española), tres de las cuales hacen parte de movimientos feministas (Caóticas y Mujeres por la Abolición), cuya razón de ser, se centra en el uso del humor gráfico como medio para generar activismo social con respecto a la vulneración de sus derechos y la abolición de problemáticas, especialmente la violencia de género. El objetivo fundamental de esta investigación consistió en: comprender la relación del humor gráfico, sobre la identidad y el bienestar subjetivo de mujeres usuarias de las redes sociales, Facebook e Instagram; para su cumplimiento se partió del marco de la Psicología Social construccionista crítica, adoptando un diseño metodológico cualitativo, orientado por la Netnografía y sistematizado por el análisis de contenido y el Análisis crítico del discurso.

Palabras clave: Mujer, estereotipos de género, identidad, bienestar subjetivo, humor gráfico y movimientos feministas.

Abstract

This research was carried under a qualitative methodological approach with interpretative scope, adopting the postulates of critical social constructionism, to tackle the topic of interest, an investigation in which the language and discourse of the participants acquired vital importance for the subsequent analysis, evidencing that, their interaction and participation as active social actors in the cyberspace have great relevance in the different aspects of their everyday life and their subjective wellness. We found that, from communicative exercises such as carried with the realization of the focus group, the participants generated alternative discourses, after the analysis of the digital pieces that were carried out at two specific methodological moments: evaluation exercise and virtual discussion group, evidencing mostly the representation of social problems in which women are the main affected. This research was carried out with six female participants (two Mexican, three Colombian and one Spanish), three of which belong to feminist movements (Caóticas y Mujeres por la Abolición), whose reason to be, it focuses on the use of graphic humor as a means to generate social activism with respect of the violation of their rights and the abolition of problems, especially the gender violence. The main objective of this research was to understand the influence of graphic humor, on the identity and subjective wellness of women users of social medial, Facebook and Instagram; for its fulfillment, it was started on the framework of critical constructionist social psychology, adopting a qualitative methodological design, guided by Netnography and systematized by content analysis and critical discourse analysis.

Keywords: Woman, stereotypes of gender, identity, subjective wellness, graphic humor and feminist movements.

1. Introducción

Las redes sociales se han convertido hoy por hoy en una gran influencia a nivel mundial, impactando en la vida del ser humano en el ámbito personal y social, lo que implica, reconocer cómo la participación en esta red, adoptando un rol pasivo o activo, que se define de acuerdo a García, Hoyos y Fernández (2014) en relación con la frecuencia de uso, pertenencia a un grupo en red, ciberactivismo, disponibilidad de tiempo e intereses personales de cualquier índole (político, social, económico, cultural, etc.), llegando a relacionarse significativamente en la vida del individuo, más allá del plano objetivo. La conexión personal en la era digital, ha traído consigo grandes implicaciones en el bienestar subjetivo y en la identidad de los seres humanos, que una vez, siendo usuarios de internet, se suscriben en las diferentes plataformas digitales y entran a hacer parte de los millones de interacciones que se consolidan en el llamado ciberespacio, un nuevo lugar para la expresión pública y social, frente a diferentes acontecimientos de la vida cotidiana. Esta es una realidad que, a nosotras como investigadoras mujeres, nos ha llevado a pensar y repensar la forma como la figura e imagen de la mujer se ha expuesto históricamente, a nivel nacional e internacional en los medios de comunicación clásicos y especialmente, los contemporáneos caracterizados por su gran versatilidad, ya que permiten la recepción de fotografías, documentos, videos, mensajería instantánea y chats, que inciden de alguna manera en la forma en que nos relacionamos e interactuamos con los otros (Urueña, Ferrari, Blanco y Valdecasa, 2011).

Urueña *et al.* (s.f.) realizaron una vasta clasificación de las redes sociales virtuales y se evidencia que el interés se centra particularmente en Facebook e Instagram, que de acuerdo a sus funciones el individuo puede usarlas para mejorar sus relaciones interpersonales, siendo las imágenes, los comentarios y mensajes en torno a estas parte de las actividades concretas de estas redes sociales que se encuentra la creación, difusión y opinión frente a contenidos con un toque de

humor, representado en forma de memes y publicaciones visuales, formas a través de las cuales estas plataformas permiten una comunicación asincrónica (colgar información en el muro y publicar comentarios) y sincrónica (mensajería interna, Messenger); en el caso de Instagram, siendo una “plataforma de Foto Sharing¹, se centra en la publicación de fotos y vídeos y en la valoración de estas por los usuarios” (Candale, 2017, p.13); lenguajes de redes y manifestaciones que han llegado a incidir de alguna manera en la construcción y reforzamiento de los estereotipos de género, más exactamente hacia el género femenino.

Las representaciones gráficas, pese a tener una connotación de humor, fungen en ocasiones como mecanismos de violencia, como puede evidenciarse en el humor crudo o como recurso para hacer crítica y denuncia, como es el caso del humor satírico (Hernández, 2008); estas dos formas o tipos de humor gráfico, son frecuentes en las diferentes publicaciones tanto de usuarios hombres como mujeres, productores, emisores y receptores en los medios de comunicación, especialmente los contemporáneos; razón por la cual son de interés en la presente investigación. Como argumenta Cantillo (2009), la tecnología al estar transformando los diferentes aspectos de la vida social y personal, necesita de un adecuado ensamblaje y de una nueva organización que posibilite condiciones sociales idóneas, en torno al papel de la mujer, que pasa a ser insignificante a ser de vital importancia, en vista de que, su relación con las tecnologías es distinta a la de los hombres, siendo el reflejo de su posición en la sociedad. Consideramos que si bien se han hecho varios estudios sobre la expresión femenina a lo largo de la historia, se requiere especial énfasis en la era digital y el uso de redes sociales como nuevos mecanismo o herramienta de organización, expresión crítica y emancipadora de la mujer, especialmente en contextos sociales con una cultura predominantemente machista.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación aborda el humor gráfico, en contenidos publicados en las redes sociales de Facebook e Instagram y su relación con la construcción identitaria

1| El termino *Foto Sharing*, hace referencia a -compartir fotos- en redes sociales, siendo actualmente Instagram la principal plataforma para ello (González, 2013).

y bienestar subjetivo de la mujer; frente a este fenómeno de estudio e interés se consideró pertinente trabajar desde el construccionismo social, adoptando toda una postura crítica, reivindicando prácticas construccionistas sobre el propio sujeto, en torno a fenómenos sociales que pueden llevarlo a reinventar su realidad personal y social en términos dialógicos, lingüísticos y contextuales; siendo este un marco que favoreció la reinterpretación y comprensión del fenómeno de estudio. Se realizó Análisis de Contenido y Análisis Crítico del Discurso (ACD) fundamentado en los aportes de los trabajos dirigidos por Peirce (como se citó en Mariano, 2003) y Pardo (como se citó en Díaz, 2009) respectivamente; la investigación contó con la participación de mujeres de diferentes países hispanohablantes, usuarias de dichas redes, bajo un enfoque diferencial, sin exclusión por su nacionalidad, etnia o cultura, contribuyendo al reconocimiento y a la reconstrucción de una serie de elementos que configuran el rol de la mujer no solo en la sociedad, sino también en el ciberespacio.

Para abordar estas y otras cuestiones, se realizó el siguiente recorrido: el planteamiento del problema, enmarcado en la línea de investigación de estudios psicosociales y Psicología de Medios; presentación del enfoque paradigmático: construccionismo social desde la postura de Gergen (2007) y Sandoval (2010) y su fundamentación epistemológica; marco teórico y empírico, que permitió reconocer la especificidad de la presente investigación, puesto que se retomaron conceptos e investigaciones desde la perspectiva de género, siendo el humor gráfico uno de los campos de investigación de las nuevas tecnologías de comunicación; para tal fin, se construyeron seis capítulos: (1) *humor gráfico* (se aborda este y los conceptos de humor gráfico crudo y satírico desde el campo de la Psicología, haciendo énfasis en este como medio que permite el análisis crítico-social y su uso actual como herramienta de activismo femenino); (2) *cultura digital* (se abordan aspectos de la cultura digital como un nuevo paradigma que genero infinidad de transformaciones, entre ellas la resignificación de las relaciones sociales y de la forma de construir y consolidar la realidad en un contexto virtual); (3) *el concepto de identidad bajo el relativismo histórico cultural del*

construccionismo social (para comprender como la cultura e historia individual y social, adquieren relevancia en la configuración de la identidad femenina y de las representaciones sociales en los medios de comunicación masivos y redes sociales); (4) *estereotipos de género* (concepto desde el ámbito de la Psicología Social); (5) *bienestar subjetivo* (concepto y configuración) y (6) *marco legal* (teniendo en cuenta que en esta investigación se hizo uso del método netnográfico para contactar a las mujeres y conocerlas en el ciberespacio). Posteriormente, se presenta un marco metodológico cualitativo, con descripciones procedimentales y técnicas de recolección y análisis de las informaciones, para finalmente presentar la discusión y conclusiones con un tinte crítico, teniendo en cuenta como dice Mackinnon (1987) la forma como la mujer se está identificando, ante qué y quienes responde en el ciberespacio y como todo esto incide en su identidad y bienestar como mujer del siglo XXI.

2. Planteamiento del problema

La tecnología y la nueva era digital, han traído consigo una serie de dinámicas que han modificado las sociedades actuales; por una parte, se logra identificar el incremento de la división, discriminación y vulneración hacia la población femenina, además, de contribuir al reconocimiento y a la reconstrucción de una serie de elementos que configuran el rol de la mujer no solo en la sociedad, sino también en el ciberespacio (Cantillo, 2009); igualmente, se vislumbran los beneficios de dicho boom tecnológico, puesto que, este ha ofrecido no solo entretenimiento, sino también el fortalecimiento de colectivos feministas y la posibilidad de potencializar la creatividad, la innovación, reforzar conocimientos y desarrollar el aprendizaje colectivo y colaborativo (García, 2016).

No solo se habla de la relación e incidencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje humano, sino también en la construcción

identitaria a nivel individual y colectivo y la construcción de nuevas dinámicas como la diferentes formas de comunicación y expresión, a través de un lenguaje rápido, corto y sencillo (ej. uso de memes, emojis, gif, etc.), donde dicha interacción, se realiza a través de una pantalla en la que el contacto *face to face* y la corporeidad física pasan a segundo plano, por ejemplo, se crean avatares, los cuales representan la identidad virtual del individuo en la web, un fenómeno que de acuerdo Arcila (2010) ha llevado a la consolidación de una nueva cultura de “hipocresía virtual o de máscaras”(p.90) donde el usuario intenta evadir su realidad, adquiriendo identidades o rasgos que no son propios, en la búsqueda constante de aprobación. Este tipo de situaciones y dinámicas, llevó a la transformación de vínculos, roles y estereotipos sociales, influyendo drásticamente en la consolidación de la personalidad e identidad del individuo, pues en la actualidad la tecnología adquiere especial protagonismo ya que influye también en la autonomía o dependencia, factores que aparecen como relevantes y determinantes para el bienestar subjetivo de los usuarios, donde el uso y el abuso de estos medios tecnológicos, terminan afectando o favoreciendo el desarrollo social e individual de ellos (Arcila, 2010).

En la actualidad, los contextos virtuales se han convertido en escenarios propicios para evidenciar desigualdades, discriminaciones y violencia como suele pasar en Facebook e Instagram, donde imágenes como los “memes”, han llevado a una serie de debates e incluso a desatar ira y agresiones verbales consecuentes entre los usuarios por ser consideradas con un contenido violento. Situaciones y circunstancias que actualmente se dan con mayor frecuencia en la sociedad y contexto digital, en vista de la facilidad con la que se viralizan las publicaciones que se realizan entorno ha determinado tema, como es el caso de la violencia de género o la presentación equivocada del rol e imagen de la mujer, pues una de las tantas características o prácticas de la digitalización es el llamado fenómeno del Remix o el copy page, considerado por Martínez (2016) “como uno de los fenómenos culturales más relevantes de las últimas décadas, presente en una parte considerable de las

prácticas artísticas contemporáneas” (p.16) constituyendo gran parte del patrimonio simbólico digital, en vista de que dicho fenómeno facilita la edición rápida de los contenidos, genera facilidad de acceso, consumo en masa y la posibilidad de transformar el mismo producto otorgándole un nuevo sentido en tiempo real (Lemos, 2006) algo que no sería posible con inmediatez en el contexto físico, pero si en el digital, como sucede con el humor gráfico, medio a través del cual se manifiestan inconformismos o denuncias frente a las problemáticas en las que está inmersa la mujer; cuestión que nos llevó a acercarnos a este fenómeno y aportar a estudios en torno a la imagen y la identidad femenina en medios de comunicación contemporáneos y a los estudios de género, de la Psicología social y la comunicación.

Por otro lado y no menos importante, autores como Jiménez (2013) consideran que, existe un vacío en los diferentes estudios que abordan el tema, llevando a cuestionarse sobre aspectos como: “¿Cuánta importancia le damos realmente al humor gráfico?” (García, 2018, p.3) y ¿En realidad nos detenemos a analizar profundamente una imagen o un meme en las redes sociales?, para responder los interrogantes, estos autores consideran que, pese a creer que dichas ilustraciones no necesitan de texto porque en ella se encuentran implícitos los significados, esto no es del todo cierto, pues Junco (como se citó en García, 2018) concluyó y reflexionó a partir de dicha cuestión que “El humor es una especie de perdido planeta que, sin embargo, todos visitamos a diario...[...]...muy pocos se preguntan sobre su función. Como si se obviase su existencia, como si se menospreciase su utilidad, como si se situase en un extraño limbo” (p.3) por tanto, es más complejo y profundo de lo que parece.

Desde esta perspectiva, ilustraciones como el “meme” llegan a ser considerados como fenómenos sociales, que si bien permiten la libre expresión, también permiten la discriminación y difamación, además, este tiene una estrecha relación con los procesos de expresión y construcción identitaria tanto individual como colectiva, las cuales se construyen a partir de la interacción con

otros, pues es una definición socialmente construida, que implica un reconocimiento de su propia individualidad (Gómez y Marín, 2017) y a la vez conlleva a un fuerte componente emocional, como reacción ante la interpretación subjetiva de la pieza digital, independientemente de su formato, pero con relación a la forma en la que se interpreta un fenómeno en un contexto sociocultural determinado, sin embargo, Valkenburg y Peter (2009) consideran que las publicaciones de esta índole gráfica, dan paso a hablar de gustos personales de apoyo o rechazo de ciertas tendencias en relación con los sentimientos que la imagen genera, adicionalmente dicha manifestación emocional da lugar a la elaboración de crisis o transiciones entre un estado y otro, ya sea de autoaceptación de un tipo de victimización o por el contrario el reafirmar de manera positiva la aceptación personal; así mismo, Portillo, (2014) considera la relación entre la identidad y el bienestar subjetivo, influyendo la primera sobre la segunda, pues el lograr una identidad más estable se asociaría al incremento de la autoestima, seguridad y sensación favorable a la pertenencia a ciertos grupos.

Por esta razón Shifman (2011) considera que, el uso del “meme” está ligado a comunidades específicas en red, como grupos, páginas, etc., que comparten espacios de afinidad, en el cual los individuos sienten la necesidad de participar en la circulación, interpretación y reinterpretación del “meme”, para así ser parte de la comunidad, siendo este, un proceso relevante para la construcción de la identidad colectiva. De igual forma, es importante identificar cómo los individuos se narran, se comunican y se representan corporalmente en las redes sociales a partir de este tipo de ilustraciones, puesto que, a menudo estas piezas interfieren con la imagen y la perspectiva que se tiene de un ideal de vida e incluso pueden llegar a afectar la salud mental del individuo, como consecuencia de la violencia subjetiva que se reproduce con las mismas, pues es allí, donde aparece la constante preocupación por estos individuos, que están sumergidos en un mar de información e interacciones que los han venido configurando como sujetos (Guzmán, León y Vélez, 2015).

Allí, se encuentra la configuración de la corporalidad de los usuarios y el afán por cumplir e identificarse con los estereotipos impuestos por los medios; algunos usuarios se han sometido a un régimen riguroso y/o extremo por alcanzar un “ideal”, generando la cosificación del cuerpo, moldeándolo a merced de sus interacciones en red, afectando en mayor grado a las mujeres. Esto perpetúa estereotipos dominantes de belleza, ideas socialmente aceptadas y naturalizadas, reflejadas en las diversas fotografías e imágenes que los usuarios comparten en sus perfiles e *stories*². De cierta forma, aún se vive en una cultura predominantemente machista, con múltiples casos de violencia contra la mujer, propiciando la inequidad de género, cuya dinámica es naturalizada y socialmente aceptada e invisibilizada, como argumenta Bourdieu (2000) pues según este autor, dicha invisibilidad está “dada por las relaciones de poder que la estructura patriarcal ha establecido y por la destreza que se ha tenido socialmente para la transformación de la historia en naturaleza y la arbitrariedad cultural en algo natural” (p.12); siendo esta una de las principales razones, por las que, las mujeres a lo largo de los años, han tratado de resignificar su feminidad, construyendo nuevas formas de conocimiento, narrado desde sus experiencias y sus discursos feministas como símbolo de resistencia contra la desigualdad, la violencia y discriminación (Schongut, 2012) con el fin de no seguir cayendo, en una lectura que genere o perpetúe condiciones deficitarias frente al ejercicio del rol e identidad, que conlleve a la aceptación por parte de la mujer del papel de “víctima” que se le ha otorgado histórica y socialmente. Por lo anterior, autores como Ruiz (2008) plantean la necesidad de “que los estudios de género sigan proyectando su capacidad de análisis y de transformación sobre las nuevas realidades sociales y sobre los nuevos temas emergentes en el mundo global” (p.6).

En cuanto a la interacción con la tecnología digital, redes sociales, bienestar subjetivo, la autoaceptación, las relaciones positivas, la autonomía y el crecimiento personal, son considerados como elementos de análisis desde la Psicología, en vista de que, estas redes sociales hacen parte de la

2| El termino *stories*, hace referencia a una función de redes sociales como Instagram y Facebook, cuya traducción es historias y su principal cualidad es el otorgar a los usuarios la posibilidad de crear vídeos cortos, que desaparecen luego de 24 horas desde su publicación (Skaf, 2019).

vida diaria de los individuos, quienes en la mayoría de los casos ingresan a estos medios en busca de apoyo emocional, aceptación, exploración de identidad, desarrollo de la autoexpresión, para descubrir nuevas realidades e interactuar con otras personas, lo que sin duda, ha modificado las dinámicas relacionales; la interacción digital, se convierte en el principal medio de influencia sobre la construcción identitaria y la personalidad del individuo, pues toda la información que se publica en estas plataformas digitales, son una proyección de lo que la persona quiere ser, a partir de diferentes estereotipos que la misma sociedad ha venido construyendo.

Según Turkle (1997) estos medios están modificando la forma en la que se piensa, se siente, se comprende la naturaleza de la sexualidad y la verdadera identidad, debido a que las personas en los entornos virtuales se reinventan constantemente, a partir de sus interacciones, de las imágenes explícitas de “belleza” que observan, del “ideal de vida”, de las últimas tendencias, de los retos virales, de las constantes burlas y formas de discriminación dirigida a determinada población y un sin fin de información que a diario se consume en estas plataformas. Sin embargo, cabe mencionar que no se pretende satanizar las redes sociales, pues estas tienen también aspectos positivos como la generación de vínculos, la adquisición de conocimiento, la reivindicación de grupos históricamente excluidos y por supuesto de los derechos de la mujer; es más, en esta investigación se le dio prioridad al trabajar en pro del buen uso de los medios digitales, en este caso las redes sociales y el uso de sus herramientas gráficas, que permiten la creación y publicación no solo de imágenes con un contenido violento o que denigre a la mujer, sino que por el contrario permitan la creación y publicación de imágenes que narren de manera más generativa y positiva al género femenino, como fue el fin de la última fase del grupo de discusión (ver pág. 49), en la que se fomentó la participación de nuestras participantes para la creación de contenido gráfico con el objetivo de reivindicar el significado de ser mujer.

Por otra parte, se pretendió demostrar como desde la Psicología se pueden realizar estudios de género en relación con la era digital y en especial las redes sociales, no solo frente al tema de la segregación como consecuencia de esta realidad interconectada o las implicaciones en las dinámicas de interacción social como afirma Blanco (2014) pues “el uso de las redes sociales no solo tiene implicaciones comunicativas, sino que también influye en las relaciones que se establecen vinculadas al género, a la sexualidad y a la identidad” (p.124), donde, se abordan la relación con pares o con un grupo particular, permitiendo la construcción de múltiples y dinámicas realidades; sin embargo, se encuentran diferencias entre géneros como argumenta Moral (2001) frente al tipo de relaciones y motivaciones que se construyen en red, pues sin duda la interacción se ha convertido en tópico de interés para los estudios de género, en vista de que es un componente esencial en la trama sociocultural de una sociedad en el plano virtual.

Adicionalmente, se pretendió ampliar, reafirmar y refutar las diversas investigaciones relacionadas con el humor gráfico y su relación con la identidad y el bienestar subjetivo de la mujer, puesto que, se considera imprescindible replantear la necesidad de realizar este tipo de investigaciones, las cuales contribuyen en el ámbito científico y en la construcción de conocimiento desde un área más específica como lo es la Psicología de Medios, de Género y Social, trabajando desde la producción de estudios psicosociales en contextos comunitarios, como línea base de la investigación. En este sentido, se pretende realizar un análisis siguiendo dos aspectos puntuales: en primera instancia, promover la reflexión en torno a la forma cómo la figura e imagen de la mujer, se ha expuesto históricamente, a nivel nacional e internacional en los medios de comunicación masivos y en redes sociales, específicamente a través del humor gráfico, en forma de publicaciones visuales en Facebook e Instagram; en segunda instancia, comprender cómo estas manifestaciones inciden, en la construcción identitaria y bienestar subjetivo de la mujer, específicamente, a través del humor crudo y satírico, que de acuerdo con Hernández (2008) son frecuentes en las diferentes publicaciones

de hombres y mujeres como productores, emisores y receptores en los medios de comunicación y especialmente, en redes sociales.

2.1. Pregunta problema

¿Cómo se relaciona el humor gráfico que se publica en las redes sociales de Facebook e Instagram con la construcción identitaria y el bienestar subjetivo de las mujeres usuarias?

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Comprender la forma en la que se relaciona el humor gráfico, con la construcción identitaria y el bienestar subjetivo de mujeres usuarias de las redes sociales, Facebook e Instagram.

2.2.2. Objetivos específicos

- Conocer cómo se está representando (social e individualmente) a la mujer usuaria en el ciberespacio, particularmente en las redes sociales Facebook e Instagram.
- Analizar cómo el humor gráfico participa en la generación y/o perpetuación de estereotipos y discursos hegemónicos y alternativos de las mujeres usuarias de Facebook e Instagram, con relación a su identidad.
- Conocer el sentido que tiene para las mujeres usuarias el humor gráfico, presentado a través de piezas digitales, compartidas en Facebook e Instagram.
- Identificar como la interacción con las piezas digitales de humor, inciden en el bienestar subjetivo y la construcción identitaria de las mujeres usuarias de Facebook e Instagram.

3. Justificación

En pleno siglo XXI pese al continuo avance tecnológico, no es preciso hablar de una evolución positiva de la “civilización” a nivel ético y social, puesto que dichos comportamientos se han trasladado inclusive del plano físico al digital: concretamente al ciberespacio, como considera

Cantillo (2009) donde siguen presentándose aquellos conceptos patriarcales, en los que la mujeres son imagen de debilidad e inutilidad, una realidad que aún se enmarca bajo una mirada conservadora o tradicionalista de la figura femenina. Ante dicha situación, algunas piezas en las redes sociales con contenido humorístico y gráfico, permiten desde el sentido común relativizar ciertos aspectos del diario vivir o situaciones noticiosas que terminan tomando un rumbo diferente, debido a comentarios e interpretaciones denigrantes e inconscientes, alejándose precisamente del objetivo del mensaje de la imagen que pretende transmitir un mensaje crítico, con efecto humorístico, a partir de saberes e interpretaciones para modificar o reafirmar la forma particular en la que se asume la realidad (Suárez, 2015). A partir de esto, nuestra investigación se centró en ahondar en tales publicaciones y ver como allí se configuran escenarios de debates en torno a la imagen de la mujer, algunos de los cuales terminan transgrediendo la dignidad de la misma y reforzando los *estereotipos de género*, que se han convertido en el pan de cada día de varias generaciones, siendo aún más notable y con mayor difusión en la llamada era digital.

Con base en lo anterior, es posible precisar la relevancia del problema desde el marco de la Psicología Social, donde autores como Casado (2017) presentan la forma como este tipo de humor funge como proceso y herramienta social performativa, de acciones individuales y colectivas, además, de ser considerado como un medio que permite visibilizar aspectos sociales escondidos sobre temas tabú; desde esta perspectiva, el autor trae a consideración teorías sobre el humor gráfico en las ciencias sociales, siendo la *teoría social del humor* la más estudiada desde la antropología y la Psicología. En esta última, en el plano posmoderno se enfatiza en el humor gráfico y oral “Como elemento clave y en aumento en la identidad y relaciones posmodernas” (Muñoz, 2017, p.59) y como fuente para estudiar las imágenes de arquetipos tanto masculinos como femeninos en la asignación de los roles de género en la sociedad (Angulo, s.f.). Adicionalmente, Bruel, Scarparo, Calvo, Herranz y Blanco (2013) consideran que, a la Psicología Social le corresponde analizar las relaciones e

interacciones que se dan en el ciberespacio y como las redes sociales se han convertido en creadoras y perpetuadoras de estereotipos de género, tópico que actualmente está siendo de interés en algunas investigaciones como la nuestra.

A partir de lo anterior, se considera imprescindible abordar desde la Psicología, la influencia de los estereotipos de género que se presentan implícita y explícitamente en el humor gráfico que se publica en las redes sociales y como estas han llegado a convertirse en una de las principales fuentes de construcción del sujeto, lo que implica, según Rocha (2009) una clara evidencia en el proceso identitario y el bienestar subjetivo del mismo, aspectos relevantes para desenvolverse en su contexto diario dentro y fuera del ciberespacio; en vista de que dichos estereotipos, han perpetuado en mayor medida las situaciones de discriminación e injusticia hacia dicho género, razón por la cual al hablar de la violencia contra las mujeres, no se hace solo referencia a la violación de sus derechos humanos, sino también, es la forma de discriminación más extrema cuya máxima expresión ha sido el feminicidio.

Fenómeno social que actualmente cobra por año más vidas de mujeres en todo el mundo, pues se considera que el 35% de las mujeres han sufrido violencia física y/o sexual por parte de un compañero sentimental o de un tercero en algún momento de su vida, además, a nivel nacional algunos estudios han mostrado los índices del feminicidio en el rango del año 2018 al 2019, mostrando que estas cifras aumentan dependiendo de la situación social de cada país, por ejemplo, en Colombia en el periodo de tiempo del 2018 a febrero del 2019 se registraron 1.080 casos de mujeres asesinadas, en México se ha registrado en lo que va del año 2019, 1.199 mujeres asesinadas, una cifra extremadamente alta en comparación con España que en el transcurso del 2019 solamente se han presentado 40 casos de dicha índole; lo que demuestra que en América Latina es uno de los continentes donde se presenta con mayor frecuencia la violencia hacia el género femenino, obviamente sin dejar de lado los demás continentes, ya que, este tipo de violencia tiene una amplitud

a nivel mundial (Organización de las Naciones Unidas [ONU MUJERES], 2018, Semana, 2019, Infobae, 2019 y El País, 2019).

Asimismo, asumimos el supuesto de que todas estas interacciones ya sean virtuales o físicas, configuran un espacio de experiencia “real” en la vida de las personas, es decir, afectan su diario vivir y su ser social; situación que, repercute directamente en el *bienestar subjetivo*, otro de los grandes pilares de los cuales se ocupa el campo de la Psicología. Además de los aportes a la disciplina y al campo de conocimiento, la lucha y el clamor de justicia ante hechos de impunidad y violencia de género emprendida por mujeres a nivel nacional e internacional, a través de diferentes medios y lideradas por organizaciones de hombres y mujeres, se convierte en justificación y motivación para el desarrollo de esta investigación, realizada también por nosotras como mujeres, lo que permitió configurar desde aquí el fenómeno de investigación, frente a la comprensión de la mujer, sin caer en la dicotomía que implica la adopción de una postura o perspectiva de género, clásica de los estudios de dicha índole, pues de acuerdo con Gamba (2019) dicha perspectiva “opta por una concepción epistemológica que se aproxima a la realidad desde las miradas de los géneros y sus relaciones de poder” (p.1) reconociendo que esas relaciones de poder se dan entre los géneros, siendo en su mayoría favorables a los varones como grupo social y discriminatorias para las mujeres; además estas son constituidas social e históricamente, atravesando todo el entramado social, articulándose con otras relaciones sociales. Una vez se comprende esto, la perspectiva de género en este tipo de investigaciones, favorece el ejercicio de lectura crítica, ayudando a la transformación tanto de hombres como mujeres, para que “visualicen su masculinidad y su feminidad a través de vínculos no jerarquizados ni discriminatorios” (Gamba, 2019, p.2) y para que no se realicen planteamientos erróneos de igualdad o diferencias entre hombres y mujeres, frente a la naturaleza de sus comportamientos o de su modo de pensar como argumentan Caprile, Valles y Palmen (2012).

Bianco (2019) considera que las redes sociales, no son solo generadoras de créditos y resultados “positivos”, pues al menos en cuestiones emocionales, no siempre los resultados de un tweet o un comentario resultan ser placenteros, pues dichas redes, se han convertido en terreno fértil para que florezcan cientos de críticas, agresiones e incluso amenazas. Una muestra de ello se da en un estudio realizado por la ONG Amnistía Internacional (2018) cuyos resultados demuestran cómo cada 30 segundos una mujer recibe un tweet o un comentario agresivo, pues el 7,1% de los tweet enviados a las mujeres del estudio eran ofensivos o problemáticos, llevando a suponer que de los 1.100.000 tweet que se realizan en todo el año se mencionan a 778 mujeres; además, se comprobó que de este total, son más propensas las mujeres afroamericanas (84%) a recibir estos mensajes, seguidas por las latinas (81%). Tal es la presión, que en los últimos años, la cifra de mujeres que se han quitado la vida por influencia y uso de las nuevas tecnologías se ha duplicado, según informes del diario Semana (2017), el cual dio a conocer sobre el suicidio de una estudiante de la Universidad de los Andes, Colombia, quien se quitó la vida, aparentemente por la publicación de un video en redes sociales, las cuales sirvieron como medios que potencializaron sus sentimientos de tristeza y decepción. Otro de los casos que últimamente ha llamado la atención ha sido el de aquellas adolescentes que se suicidaron, tras preguntar en Instagram, si debían hacerlo o no, tal y como sucedió en Malasia, donde una joven de 16 años se lanzó de un tercer piso, tras haber realizado una encuesta de este tipo, donde el 69% de sus seguidores eligieron la opción que hacía referencia al suicidio (Lumpur, 2019).

Circunstancias que llevan a pensar en la importancia de estudiar a profundidad cuáles son esas consecuencias a nivel individual y social, pues a diario son cientos de mujeres a nivel mundial que están siendo influenciadas por la publicaciones, productos y actividades virtuales, cuyo tema de debate e interés es la imagen o la perspectiva de la sociedad sobre la figura y el rol femenino. Esto claramente tiene repercusiones en el ámbito político, económico e incluso en la evolución de la raza

humana, que ha hecho de las nuevas innovaciones tecnológicas, un arma de poder e influencia social. En este sentido, la relevancia de este tema que se plantea como problema, bajo la línea de investigación de estudios psicosociales, se justifica a partir de la teoría del *acto social*, aporte teórico, donde se considera que: “La identidad bajo esta perspectiva, constituye la dimensión subjetiva de los actores sociales, es decir, como se perciben y definen los individuos desde sí mismos y... desde los grupos a los cuales pertenece” (Rocha, 2009, p.251), de la interacción cotidiana y de la perspectiva social que se tiene del sujeto, es decir, de un grupo de personas sobre el sujeto, perspectiva que se consolida en el ciberespacio a partir de la actividad en redes.

Ahora, con los resultados de nuestra investigación se aporta a la disciplina psicológica conceptual y metodológicamente, a los estudios de género y de comunicación, desde la lógica construccionista, pues Beiras, Cantera y Casasanta (2017) demuestran dicha relación, en vista de que tanto para el construccionismo social como para los estudios de género, el lenguaje adquiere protagonismo, como también se evidencia en el postulado (b) de Gergen, adoptado en esta oportunidad desde esta epistemología (ver pág. 19), pues permite hacer conexiones teóricas y reflexiones importantes en el campo del feminismo (no como ideología o movimiento) sino como género. Adicionalmente González (2009) considera que al realizar estos estudios de género desde el construccionismo social (1) no se considera a hombres y mujeres como categorías estáticas o performadas a historicamente; (2) las asimetrías sociales como los juegos de poder son el centro de análisis, teniendo en cuenta que el género se interrelaciona con la posición social, la raza, la etnia, etc.; (3) los actores sociales son centro de análisis y se le da importancia a su significados y representaciones; (4) se define la identidad y el género como acciones; postulados que también retomamos en esta investigación.

Por último, encontramos relevante nuestra investigación para la Universidad de Cundinamarca (UDEC), debido a que esta, permite aportar a la producción de conocimiento

científico desde el área de Psicología, haciendo énfasis en la Psicología de Medios, de Género y Social, en vista de que, no se ha abordado teórica ni metodológicamente el tema de la construcción identitaria y bienestar subjetivo en relación con la interpretación del humor gráfico; además, se encontró que existe poca información desde el área de la Psicología, en torno al tópico de interés y pocas publicaciones que aborden dichos aspectos de manera integral o que busquen comprender su relación, esto, teniendo en cuenta la revisión sistemática de artículos y trabajos de grado (55 artículos indexados y 5 trabajos de grado revisados, en más de 20 revistas científicas nacionales e internacionales en 11 bases de datos) que se realizó previamente a la presente investigación. Adicionalmente, se considera esta como una propuesta innovadora, puesto que, el fenómeno se observa desde una mirada intercultural, con participantes de España, México y por supuesto Colombia, países con altos índices de violencia de género, en forma de feminicidio y abuso sexual, de acuerdo a la clasificación realizada por Semana (2019).

4. Marco epistemológico y paradigmático

Para la comprensión del fenómeno de estudio se siguió la concepción epistemológica y paradigmática propuesta por Sandoval (2002) teniendo en cuenta que, la presente investigación es de corte *cualitativo*, razón por la cual se trabajó desde la epistemología del *construccionismo social*, enmarcado bajo un paradigma *crítico-hermenéutico* de tipo *interpretativo*, desde el cual se busca comprender situaciones, contextos, particularidades, significados, simbologías e imaginarios que se configuran en la vida cotidiana, reconociendo además, el discurso digital como proceso constructivo y transformador en la acción social, con el fin de describir y tratar de comprender desde una postura crítica la realidad.

Lo anterior, se enmarco bajo un interés intrateórico denominado por Vasco (1990) como *interés de liberación o emancipatorio* como uno de los tres estilos de trabajo en las ciencias sociales,

interesado en buscar la liberación y emancipación, a través de la proporción de armas teóricas y una postura crítica frente al factor de poder en la estructura de la interacción social, que conduce a la creación de las disciplinas critico-sociales, en búsqueda del descubrimiento, explicación y comprensión de las ataduras de la realidad o esclavitudes a los que todos en algún momento hemos sido víctimas, término que se utiliza en sentido metafórico para hablar de la poca conciencia ante una problemática real, en este caso hablamos de develar aquellas “ataduras” que han llevado a la mujer a naturalizar fenómenos como la violencia de género, a incluir de manera inconsciente aquellos estereotipos y prejuicios sociales permeando su manera de actuar y pensar la realidad, la sociedad y el mundo en el que habita y del cual hace parte. Adicionalmente, Galindo (2017) considera que este interés hace énfasis en el estudio de las interacciones, estableciendo una conexión recíproca entre sujeto relaciones y contexto (S-R-C / S-R-C); en este tipo de interés se agrupan los estudios de la subjetividad, la realidad construida a partir del lenguaje e incluye al construccionismo social como parte de su amplia epistemología; estableciéndose como un enfoque nuevo que “busca explícitamente posibilitar reconocimientos, conocimiento y transformación de la realidades complejas y dinámicas” (Cifuentes, 2011, p.37) de las interacciones cotidianas, relaciones entre individualidades y cotidianidades, donde el investigador se reconoce como actor transformador y transformado en la interacción que se da a lugar para comprender y reflexionar sobre el fenómeno de interés.

4.1. Epistemología de investigación: construccionismo social

Este interés da paso al *construccionismo social*, retomando la postura de uno de sus principales representantes Gergen (2007) y su influencia en la Psicología contemporánea y en la consolidación de una meta-teoría de dicho construccionismo o socioconstruccionismo como también se le conoce, que termina erosionando las bases ontológicas del individualismo para dar paso a la disciplina social, episteme cuyas bases son el postestructuralismo, la sociología del conocimiento y *la perspectiva de género*, lo que llevo a abrir múltiples campos de investigación en áreas académicas como la emoción,

el género, el lenguaje, sexualidad y la identidad, con gran auge en América Latina; ahora, frente a lo que se refiere a la relación del construccionismo social con los estudios de género y el feminismo, esta perspectiva epistemológica parte de la **adopción de los siguientes postulados** expuestos por Beiras *et al.* (2017) y bajo los cuales se enmarca esta investigación: “(a) la idea de que construimos el mundo; (b) el lenguaje es productor de realidades; (c) todo lo que aceptamos como obvio puede ser cuestionado y (d) la verdad es derivada de modos de vida compartidos dentro de un grupo y no hay una verdad única, absoluta y legitimadora” (p.56).

Además, se hace énfasis en el **segundo principio del construccionismo social** que retoma Gergen (1985) en el cual se supone que los “términos en los que venimos a conocer el mundo que nos rodea, no son producto de la naturaleza, sino construcciones sociales resultado de relaciones de intercambio activo y cooperativo entre las personas...”(p.267) pero al mismo tiempo recordando que estas construcciones pertenecen a un nivel ontoepistemológico, en el que se tiene en cuenta la información que viene de la experiencia (Burrilo, 2005). Ahora, Sandoval (2010) agrega que si bien desde el construccionismo social, se entiende que los individuos interpretan su realidad con base a la interacción con otros, es posible que el sentido otorgado a un fenómeno o situación particular cambie, en vista de que:

Si las sociedades humanas son históricamente cambiantes, también lo debían ser los significados que las personas le atribuyen a la realidad, de modo que, si los significados influyen en las acciones y decisiones de las personas que forman esas sociedades, el propio conocimiento científico, que justamente se caracteriza por dar nuevos sentidos a la realidad, tendría la capacidad de afectar la manera cómo entendemos nuestro mundo (p.32).

En este sentido, con la llegada de la era digital y tecnológica, la sociedad ha cambiado y se ha apropiado del ciberespacio rápidamente, adoptando significados diferentes en torno a la imagen femenina o los estereotipos de género, enfocándose en la alteridad y el género, en relación con la

construcción de lo femenino (Rodríguez, 2015); como también lo considera el construccionismo social, al conocer la relación entre esta y la interacción que se da a lugar en el ciberespacio, por ejemplo, actualmente la mujer dentro y como parte de una realidad digital se apropia del contenido y de los comentarios para manifestar, opinar y defender su punto de vista, de manera pública, donde las redes sociales, fungen como herramientas que permiten cumplir con uno de los **niveles teóricos desarrollados por dicha epistemología en un sentido crítico**, en el que Gergen (2007) considera que, a través de una postura crítica del lenguaje, es posible alcanzar la comprensión de nuestra relación con el medio cultural, de alternativas futuras y de las consecuencias pragmáticas del propio discurso.

Por otra parte, al inicio de este apartado epistemológico-paradigmático se habló sobre la adopción de una mirada fenomenológica para el estudio del fenómeno de interés y resulta interesante, en vista de que el construccionismo social, representa una forma particular de la *fenomenología social*, que está ligada a su vez a una concepción estructural de la sociedad, por lo tanto, se trabaja sobre aspectos y situaciones de la vida cotidiana, como las interacciones, formas de narrar, narrarse y presentar en las redes sociales o de manifestar los diferentes puntos de vista frente a un tema particular, en este caso, frente al humor gráfico sobre la imagen de la mujer, además, se tiene en cuenta que dichos comentarios que tienen lugar en un contexto situacional digital que surge de la interacción con las redes sociales. En este sentido, la corriente fenomenológica, según Heidegger (como se citó en Núñez, 2012) trata de encontrar el origen del fenómeno, para interpretarlo, incluyendo las precogniciones que el investigador tenga sobre el mismo.

En virtud de ello, se toma como principal idea, la existencia de la influencia directa o indirecta de los estereotipos de género, sobre la construcción identitaria de la misma, trayendo consigo diferentes implicaciones a nivel subjetivo; esto sobre la base de lo que se conoce como escenario virtual; pues la virtualidad, puede dar lugar a la construcción de significados, aún de

aquellas formas de violencia a las que están sujetas las sociedades, generando una resistencia de las colectividades que pueden “actuar sobre la opinión pública a través de sus redes sociales para promover el bien común y nuevos mecanismos de legitimidad para las relaciones sociales.” (Oliveira, 2016, p.29). Adicionalmente, bajo el construccionismo social, fue posible asignarle un lugar al discurso en el estudio de la subjetividad, apuntando a la disolución de la dicotomía sujeto-objeto y a la construcción social cotidiana de la realidad, como argumenta Cornejo, Albornoz y Palacios (2016) sin caer en posiciones moralistas y relativistas al hacer especial énfasis en el carácter constitutivo del lenguaje, ya que esto conllevaría a negar al sujeto como tal, para evitar dicha situación, se parte de la **premisa de González (2013) sobre la relación inseparable entre el lenguaje y el sujeto**, el cual “produce no solo significaciones, sino también sentidos subjetivos y que reproduce y también resiste órdenes discursivos de determinados órdenes sociales” (p.127).

4.2. Paradigma de investigación: crítico hermenéutico

Al hablar del paradigma crítico-hermenéutico Estrada (2010) considera la importancia de tener en cuenta sus raíces, pues este se enmarca en el pensamiento psicosocial contemporáneo cultivado por la Psicología Social, siendo las principales fuentes para su consolidación la hermenéutica, el construccionismo social y la teoría del discurso, aspectos que fueron relevantes para la presente investigación; adicionalmente, este paradigma, es considerado como una propuesta diferente y eficaz en la Psicología Social Crítica, que busca la construcción teórica y la configuración de significados especialmente en estudios culturales, de género o de la comunidad LGBT. En relación con ello, Estrada (2010) considera que los recursos teóricos para la crítica posmoderna del pensamiento social son en conjunto el posestructuralismo, el construccionismo social, las ciencias sociales discursivas y el feminismo, sin dejar a un lado la relevancia de los recursos críticos (feministas y no feministas) para la comprensión del fenómeno de estudio.

De igual forma Mejía (2014) define al paradigma crítico-hermenéutico como el resultado de “la complementación entre la hermenéutica de la tradición y la hermenéutica del símbolo, posibilitando el surgimiento de una hermenéutica crítica, en clave de reconstrucción histórica y profundización estructural, como método de interpretación de las ciencias sociales” (p.17), idea que fue retomada de Ricoeur (1985) quien define a la hermenéutica crítica con el propósito de plantear una integración de la hermenéutica y la dialéctica, ofreciendo al investigador de los fenómenos histórico–sociales elementos que se complementan para alcanzar una interpretación más amplia y profunda de la realidad del hombre, abriendo así la posibilidad de asumir la transformación de lo comprendido como un momento complementario a una forma de ubicar y caracterizar el conocimiento en una investigación social.

Por último, este trabajo, no solamente pretende mostrarle al lector las bases teóricas, el proceso metodológico y los resultados obtenidos, sino también tiene como fin que este se detenga y realice un análisis acorde a su percepción y realidad. ¿Usted en sus redes sociales ha subido imágenes que denigren o burlen a una mujer?, ¿Las imágenes publicadas en redes sociales han cambiado su percepción frente a la mujer? ¿Usted se ha sentido identificado/a con alguna de esas imágenes o comentarios?

5. Marco teórico

La tecnología y la nueva era digital ocasionaron una serie de dinámicas que fragmentaron a las sociedades actuales, incrementando la división, discriminación y vulneración, hacia poblaciones y grupos minoritarios, como es el caso del género femenino, sin embargo, el uso de las TIC, también ha contribuido al reconocimiento y a la reconstrucción de una serie de elementos, que configuran el rol de los individuos, en este caso, la mujer en la sociedad y en el ciberespacio (Cantillo, 2009), aspectos que también dependen de lo que es considerado como el buen uso o no de los medios

digitales o las redes sociales, por una parte López (2016) considera que, el abuso de estos medios, disminuye el desarrollo de las habilidades sociales, aumenta la dependencia a estas plataformas, dando lugar a problemáticas como el ciberacoso, la suplantación de identidad, las tecnoadicciones, etc., sin embargo, Ayala (2014) considera que el buen uso de los medios digitales, se ha convertido en una estrategia que facilita emprender acciones transformadoras y de cambio a favor de las comunidades, desde incentivar a la participación en problemáticas como la seguridad pública a generar de manera creativa estrategias de enseñanza y educación para una población determinada e incluso el hacer uso de las redes como medio de denuncia y crítica social, movilizándolo a millones de personas ante un hecho específico.

Así mismo, la influencia de las interacciones digitales en la vida de las personas, ha sido objeto de interés de diferentes autores e investigadores, particularmente en las áreas de las ciencias sociales y humanas, en las que últimamente se han empezado a realizar trabajos que involucran no solo el estudio de los contextos cotidianos, sino también la forma en la que en estos se integran las TIC; sin embargo, para efectos del presente trabajo, se abordaron conceptos y aportes teóricos, que tratan la relación entre los contenidos digitales, específicamente (humor gráfico) con la construcción identitaria de la mujer y su bienestar subjetivo.

Por lo tanto, para desarrollar la idea de investigación fue indispensable: conocer y comprender la forma en la que se presenta e interactúa la mujer en redes sociales, cómo ella(s) hace(n) uso de la Internet como medio de expresión cultural, cómo el humor gráfico se convierte en herramienta esencial para ello y para abordar condiciones de discriminación y desigualdad de género, que se manifiestan de forma explícita o implícita a través de este. Lo anterior, sin ánimo de caer en una dicotomía del género o afirmar que por el hecho de ser mujer (biológicamente) se conoce e interactúa diferente a un hombre o de aceptar y hablar únicamente desde una postura de víctima, porque no es el fin de esta investigación, sin embargo, la historia de la mujer nos lleva a hablar un

poco de ello, porque independientemente de su lugar de origen esa historia, permea e involucra a todo el género, incluyendo a la generación actual, puesto que se es hija de aquellas mujeres que dieron todo un giro revolucionario al rol e imagen de la mujer en la sociedad, incluso desde 1934 cuando fue posible el sufragio femenino (Valle, 2014), no obstante, ello no bastó para redefinir y reafirmar por completo dicho rol y aún se está trabajando en ello, como se muestra en los resultados con el uso y apropiación del humor gráfico por parte de las participantes; una realidad histórica imposible de evadir, en vista de que aun en pleno siglo XXI la mujer aún está tratando de reafirmar su rol en una jerarquía social, siendo imposible el no incluir o eludir ese componente histórico, que influye de forma consciente o no en su modo de pensar, actuar e interactuar, independientemente, de si se quiere dejar atrás los clásicos estigmas sobre la mujer o el papel de “víctima” que se le ha asignado. Adicionalmente, se consideró la importancia y el papel que adquiere la Psicología, frente a la forma como en la cibercultura se establecen estereotipos y prejuicios en torno a la población femenina y como estos influyen en el proceso de construcción identitaria, el discurso (parte emocional y afectiva del lenguaje como medio de expresión y conocimiento en el ciberespacio), los significados e interpretaciones de la mujer en su diario vivir.

A continuación, se presenta una serie de conceptos y aspectos relevantes para la investigación:

5.1. Humor gráfico

Levin (2009) utiliza “el término -humor gráfico- de modo genérico para referirse a un tipo particular de discurso social, cuyo rasgo característico es la conjugación de la palabra escrita con el dibujo” (p.3), conjuntamente, Segado (como se citó en Suárez, 2015): “considera, desde un posicionamiento distinto, que el humor gráfico es un medio en el que quedan reflejados los comentarios, prejuicios y opiniones existentes en una sociedad en un momento determinado, convirtiéndose en una radiografía del sentir general de la población” (p.234). A partir de lo anterior, adoptamos lo dicho por Chamorro

(2012) quien considera que, el humor gráfico se convierte en un medio a través del cual se manifiestan y expresan una serie de valores, modos de convivencia, estilos de vida, normas y reglas sociales de un sistema o comunidad determinada, que hace uso de este como medio de expresión artística de injusticias y situaciones de su vida cotidiana, en la que la mayoría de las mujeres suelen identificarse de una forma u otra, sin dejar a un lado el toque de humor, sarcasmo y sátira, incluso a la hora de hacer uso del mismo en defensa de sus derechos.

Es importante saber que, desde la Psicología, el humor gráfico ha sido estudiado desde el ámbito cognitivo, donde se considera que: “comprender un chiste o una broma, implica habilidades cognitivas y sociales que van de la mano de complejas representaciones cognitivas” (Roncancio, 2012, p.347); aspecto que es importante para realizar estudios como el nuestro, donde se aborda el humor gráfico desde la perspectiva social e intercultural, en el que se tienen en cuenta aspectos como el deseo, la creencia y el sentimiento, que son factores que cobran gran relevancia a la hora de interpretar una pieza de humor y según Roncancio (2012) dichos factores, se convierten a la vez en la proyección del estado mental de los individuos, quienes son altamente influenciados por su contexto cultural y social.

Por tal razón, al hablar de humor gráfico es necesario remitirse a su finalidad como medio comunicativo o de transmisión de un mensaje en un sentido crítico y como una forma de resiliencia y apatía, al igual que la burla y la resistencia, permitiendo manifestar intereses contrarios a ciertas situaciones e ideologías socialmente aceptadas (Montero, 2006) sin dejar a un lado el efecto humorístico que pretende generar en sus lectores, que han de interpretarlo a partir de sus saberes o en consecuencia a la forma en la que asumen su realidad; los autores consideran que existen diferentes modalidades de humor gráfico, con características propias, entre ellos el humor absurdo, blanco, crudo, grotesco, hacker, negro, satírico, sarcástico, seco y verde, modalidades que han de generar la

exaltación del estado de ánimo de quien lo lee u observa (Rodríguez y Velásquez, 2011). No obstante, para efectos del presente trabajo, nos enfocamos en los siguientes tipos de humor:

- *Humor gráfico satírico*; en este se utiliza el poder del humor para hacer crítica social en un sentido de denuncia, sin dejar de ser didáctico y moralizador haciendo uso del ridículo y la burla para exponer los defectos y vicios de la humanidad o para lograr “una mejora de la sociedad”, en ocasiones suele incluir elementos de farsa o una secuencia de eventos frenéticos o que están al límite de lo ridículo e imposible, para expresar indignación hacia alguien o algo, no como medio de diversión, sino como una ataque a la realidad que desapruueba el autor a través de su pieza de arte, donde su principal arma es la inteligencia, con un toque de ironía, sarcasmo, parodia, burla, exageraciones, comparaciones, yuxtaposiciones, analogías o dobleces (Asociación Cultural CSN y Universidad de Sevilla, 2007 y Hernández, 2008).
- *Humor gráfico crudo*; el fundamento de este es el representar situaciones vergonzosas, ridiculizantes y dolorosas para los involucrados o personajes de la pieza, sin embargo, este se caracteriza por estar cargado de violencia corporal ya sea real o simulada hacia determinada población o grupo, con el fin de generar dicho efecto en la audiencia, por tal razón se considera como un tipo de comedia física, con referencias sexuales explícitas, haciendo uso de palabras obscenas y denigrantes y exponiendo todo tipo de crueldad o circunstancias cotidianas en exceso relacionadas con la corporalidad y el maltrato de dicha figura (Asociación Cultural CSN y Universidad de Sevilla, 2007).

5.1.1. El humor gráfico desde la Psicología: medio de análisis crítico-social y herramienta de activismo femenino

El humor gráfico ha sido estudiado desde las ciencias sociales, como herramienta de resistencia en diferentes movimientos y desde la Psicología Social, se ha demostrado que, el humor “puede llegar a ser un margen desde donde enunciar voz o voces políticas disonantes para que sean visibles a la

sociedad” (Casado, 2017, p.52). En este sentido, la marginalidad se convierte en el punto central para el uso del mismo, pues los colectivos que han sido señalados como tal, se han apropiado de este, para recoger y arrojar información sobre sus demandas y aspiraciones, cuestionando lo que sucede dentro y alrededor del mismo, desde una perspectiva crítica como argumenta Casado (2017) para vislumbrar los alcances de este como proceso y herramienta social performativa en la acción colectiva. Es así como el humor gráfico desde la Psicología, ha sido estudiado como proceso social y no solo como producto de respuestas emocionales y psíquicas de quien lo crea, pues desde los movimientos sociales, este se considera como el medio para entender los pensamientos, sentimientos, ideología, percepciones del mundo y aspectos más profundos de una cultura, no obstante, la interpretación que se le adjudique a dichas piezas, dependerá únicamente de los agentes que lo usan, de los receptores y del contexto desde el cual se produce e interpreta (Romanos, 2013).

Por otro lado, la Psicología ha construido un cuerpo teórico para hablar del humor, siendo Freud (1995) uno de los pioneros al hablar de la relación del chiste y el humor, por una parte considera que existen dos tipos de chistes; (1) *el inocente*, sin ánimo de ofender y (2) *el tendencioso*, cargado de sátira, ironía y ridiculización, generando placer en quien lo crea o lo escucha, pues rompe con las formas de represión y transgrede la norma, dirigido generalmente a minorías o figuras de poder, es una forma aceptada socialmente para manifestar las verdades; en este sentido el chiste se convierte en un mecanismo de defensa contra la represión sociocultural e individual, obteniendo como resultado la risa que libera las tenciones emocionales. Del mismo modo, emplea una forma graciosa del lenguaje para expresar hostilidad sin agredir directamente al otro, permitiendo conocer los deseos reprimidos del individuo, la sociedad y su realidad subjetiva, lo que está directamente relacionado con el inconsciente. No obstante, para Freud (1995) existe diferencia entre el chiste y el humor puesto que en este último triunfa el principio del placer sobre el principio de realidad, negando por un momento la realidad, la identidad doliente y los despliegues afectivos que la

situación provoca, como lo denomina Freud “*un gasto de sentimiento ahorrado*” (p, 223) generando así el placer humorístico y bienestar psíquico. Por otra parte, una de las teorías más utilizadas es *la teoría de la superioridad o menosprecio*, pieza clave en nuestra investigación, pues desde esta se considera cualquier pieza visual o escrita en la que el humor sea el principal elemento, fungiendo como medio para agredir o demostrar superioridad o poder, donde se establece una línea de exclusión y/o separación entre “nosotros” y “ellos”, sin embargo, este ha de utilizarse en defensa de los últimos, adoptando un doble papel como arma de menosprecio, ridiculización y humillación, pero también como medio de expresión y denuncia, razón por la cual en la teoría de la superioridad existe una relación directa con la identidad grupal, especialmente, a la hora de entender el uso del humor como medio de defensa en los movimientos sociales (Reyes, 2010).

Por otra parte, Medina (2019) considera que estas piezas de humor gráfico, ridiculizaban las tragedias ajenas y las desigualdades humanas, especialmente contra la población femenina, pues era cada vez mayor como se seguían creando piezas y chistes machistas acerca de la “inferioridad de la mujer”, no obstante, varias mujeres reaccionaban porque les parecía absurdo e incierto el mensaje de la imagen y del chiste, que pretendía perpetuar un estereotipo erróneo, sin embargo, ellas adoptaron el humor gráfico como una crítica a la realidad social destapadora de tabúes. En este sentido lo gráfico, ha sido adoptado como herramienta imprescindible para los movimientos de género, especialmente, aquellos de tinte feminista, que hacen uso de imágenes y “memes”, como medio de expresión, donde el “*meme*” se concibe como unidad de información cultural, política y social (Muñoz, 2014). En este sentido, el meme ha generado todo un impacto cultural como vehículo de expresión, de activismo y para la constitución de comunidades en red, donde la memética, se convierte en una herramienta de gran utilidad para el aprendizaje colectivo, de transmisión cultural, movilización y convocación a movimientos con intereses particulares y determinantes, que llegan miles de usuarios en línea y de diferentes partes del mundo (Muñoz, 2014), permitiendo a la

comunidad femenina, empoderarse respecto a la defensa de sus derechos humanos y el repudio contra la violencia de género.

5.1.2. Humor gráfico y medios de comunicación (masivos y redes sociales):

En lo que se refiere al contexto histórico del humor gráfico y la funcionalidad del mismo, como medio de expresión, investigaciones como la de Hernández (2008) permiten dar cuenta de la escasas de referencias sobre el tema, donde existe un leve incremento de orden cualitativo de estudios sobre el humor en el periodismo y en el medio televisivo, dirigido a la idealización de la actitud irónica, en el binomio de la publicidad-sociedad.

Es decir, el humor se ha desempeñado como herramienta para cuestionar los modelos artísticos y sociales, para plantear nuevas pautas y concepciones frente a una serie de estereotipos que se difunden con la publicidad, donde la mujer aparece como un objeto sexual, al “domino del hombre” y obedeciendo al canon universal de belleza, condicionando el modo en el que se miraba y juzgaba al género femenino en los años 80; por otra parte Méndez (2015) demostró como los modelos femeninos racializados difundidos en el humor gráfico cubano del s. XIX, influían significativamente en los procesos de subjetivación femenina, siendo las imágenes estereotipadas, el medio para vislumbrar los mecanismos de la discriminación, desde tiempos remotos, incluso desde la historia colonial en el s. XIX y XX.

Ahora, en el s. XXI las redes sociales, se han convertido también en un medio para exponer los patrones diferenciales de discriminación entre géneros, como se evidenció en las investigaciones de Strain, Saucier y Martens (2015) y Dueñas, Pontón, Belzunegui y Pastor (2016), donde fue posible distinguir entre *grado de discriminación directa* (hombres, publican contenidos discriminatorios, sin filtro, mostrando un humor anti-mujer) e *indirecta* (mujeres, publican imágenes que en una primera impresión, suelen no evidenciar dicho componente discriminatorio, haciendo uso en menor grado de humor anti-hombre), sin embargo, se encontró que, ambos géneros calificaban las imágenes como

sexistas, conclusión a la que también llegaron Aillaud y Piolat (2012) y Nayef y El-Nashar (2014), quienes han estudiado la percepción del humor gráfico oscuro y no oscuro y los sesgos de género, encontrando que, las mujeres reaccionan y se ven altamente influenciadas, por aquellas imágenes y publicaciones con énfasis en la crueldad y la transgresión de normas, en relación con su mismo género, mientras que los hombres, percibieron las mismas imágenes con una visión de humor y diversión.

5.2. Cultura digital

Con la llegada de la era digital se produjo una infinidad de relaciones y de cambios con el medio social, configurándose un nuevo paradigma cultural, el cual se denominó cultura digital, y está constituida por los modos de ser, estar, conocer y comportarse de las personas en un mundo que cada vez más se convierte en digital, además cuando se habla de cultura digital se hace referencia a las actividades que se realizan con o sin conexión a internet, y es la que coincide con la época actual (Castro,2018).

Por otro lado, la conexión a internet sí determina otro termino muy utilizado como lo es: la cibercultura la cual Pierre Levy (como se citó en Sierra, 2009) la define, como el “conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” (p.386); en este caso, la conexión a internet es la condición importante para la emergencia del ciberespacio en donde se empieza configurar símbolos, significados y prácticas, que se originan dentro de esa comunicación digital y que constituyen la base de la cibercultura (Castro, 2018). Esos espacios digitales en donde las personas comenzaron a crear, compartir y consumir contenido producido por la red, configuró una red de socialización en donde a través de la comunicación se produce, se comparte y se expanden conocimientos diversos y nuevos a las personas que lo consumen, por ello; “cualquier persona pudiera aportar a la cultura de diferentes maneras con las mismas oportunidades que cualquier otro

que conformara la red” (Castro, 2018, p.95). Teniendo en cuenta esto, en la actualidad la realidad está basada en un mundo digital en donde las relaciones presenciales han pasado al plano virtual: los amigos se han transformado en avatares, los encuentros en video-llamadas, las conversaciones en chats, las emociones por emojis, los momentos por fotografías, los abrazos por likes, entre otros; lo cual ha tenido un gran impacto en el rol personal, social, laboral y cultural de las personas.

5.3. El concepto de identidad bajo la concepción del relativismo Histórico-Cultural que plantea el construccionismo social

Los seres humanos están inmersos en un mundo donde lo único permanente resulta ser el cambio, trascendiendo las fronteras personales de la construcción subjetiva de la identidad, que incluye una visión individual y colectiva, postura desde la cual Giddens (como se citó en Vera y Valenzuela, 2012) define a la identidad como un “intento del individuo por construir reflexivamente una narrativa personal que le permita comprenderse a sí mismo y tener control sobre su vida y futuro en condiciones de incertidumbre” (p.273) esto, sin olvidar lo propuesto por el relativismo histórico cultural planteado por el construccionismo social, sobre como los conceptos en torno al conocimiento del mundo y la forma de comprenderlo, son histórica y culturalmente específicos (Gosende, 2001).

Existe una relación entre *identidad y cultura*, donde la primera se forma a partir de la segunda, pues de acuerdo con Guerrero (2002) no existe individuo ni grupo social que carezca de identidad, puesto que sin ella simplemente no es posible la existencia de la vida social, es decir, existe un constante juego social mediado por la identidad personal y colectiva, pues los actores sociales, serán percibidos como entidades no carentes de subjetividad y autopercepción, dando paso a la praxis social del mismo como parte de un grupo, sociedad o cultura. En este sentido, la identidad ha sido abordada desde el enfoque construccionista, como una construcción social y dialéctica, pues las identidades cambian, se transforman constantemente y están cargadas de historicidad; razón por la cual la identidad constituye un sistema de relaciones y representaciones, resultantes de las

interacciones, negociaciones e intercambios materiales y simbólicos conscientes de los sujetos social e históricamente situados (Zárate, 2015). Desde esta perspectiva, la identidad se reconoce como producto de la subjetividad, como parte de las representaciones sociales (RS), donde es constituida por una serie de elementos simbólicos, que surgen a partir de la forma de pensar y crear la realidad social, pues sin las RS no sería posible promover el pensamiento colectivo y la reflexividad, dos elementos fundamentales para la *identidad social y personal* (Materán, 2008).

Para Materán (2008) y Fernández y Fernández (2012), la identidad se caracteriza por: (1) *su singularidad*; relacionada con la “Otridad” y lo distintivo, pues los sujetos son diferentes en cuanto a las representaciones y posiciones que adoptan. (2) *La continuidad en el tiempo*; es relativamente duradera, pero no es estática, pues está sujeta a una dialéctica de continua construcción y reconstrucción. (3) *El reconocimiento social*; el cual hace posible la legitimación en la sociedad, permitiendo que el individuo pueda ser percibido y reconocido como diferente. (4) *representación simbólica*; la identidad se constituye socialmente como producto consciente de las acciones del sujeto, adquiriendo un significado en el marco de las relaciones sociales, en donde se produce el proceso de construcción, deconstrucción y reconstrucción de la misma. (5) *construcción dialéctica*, cuyo principal elemento es la historia, un devenir, que ha recorrido la persona como parte de su vida o un sin número de experiencias con un significado particular.

A partir de lo anterior y para efectos de la presente investigación adoptamos la definición de Larraín (2003) sobre identidad, quien la considera como la capacidad para referirse a sí mismo como objeto e ir narrándose, a partir de las relaciones sociales, mediadas por los símbolos que el individuo va construyendo gracias a la interacción con otros. Una definición, que da paso a hablar del concepto de identidad desde el construccionismo social, que se refiere a esta como la inteligibilidad del sujeto (self), que depende del grado en el que los otros participantes en una trama de conversaciones confirmen y legitimen el rol que el self contextual toma en la red conversacional, es decir, el sujeto

se encuentra en una negociación constante de interdependencia, a lo que Gergen (1996) considera como la posición de interdependencia precaria del actor, llevando a que la autointeligibilidad dependa de la consideración de los demás sobre su propio lugar en el relato, esa propia identidad de los demás termina dependiendo de las afirmaciones que ellos hagan del actor y de que este último logre sostener dicha autonarración, a partir de la voluntad de los demás de seguir interpretando determinados pasados y situaciones en relación con él, en pocas palabras “el sentido de la identidad depende de la articulación de los sujetos a la dinámica de la interacción social” (Gergen, 2007, p.9) y nuestra identidad presente es resultado de una historia de vida. Esta concepción epistemológica de la identidad, permite hablar de los siguientes tipos de identidad:

(a) *Identidad personal o individual*; se desarrolla a lo largo de la vida y define al individuo como persona a partir del contexto en el que crece, sus características físicas, autopercepción y capacidad para interactuar o establecer relaciones interpersonales, por lo cual Erikson (como se citó en Revilla, 2006) la define como la percepción de sí mismo y la continuidad de su existencia en tiempo y espacio. (b) *Identidad social y/o colectiva*; permite al sujeto construir su sentido de pertenencia a un grupo en un contexto particular, a partir de la interacción y reelaboración de elementos culturales del grupo (Mercado y Hernández, 2010). No obstante, desde la teoría de la identidad social de Henry Tajfel, se define como el vínculo psicológico y emocional que une a la persona con su grupo (Mercado y Hernández, 2010). (c) *Identidad cultural*; Molano (2010) esta encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el que se comparten rasgos culturales, como costumbres, sistema de comunicación, valores, roles, creencias, costumbres, formas de actuar, pensar, etc., haciendo que dicha identidad sea producto de la colectividad, llevando al reconocimiento y apropiación de una memoria histórica y un pasado reconstruido. (d) *Identidad de género*; la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos [OACDH] (2013) considera que este tipo de identidad es la vivencia interna e individual del género, correspondiendo o no, con el

sexo asignado al momento de nacer, por tanto, esta adquiere una connotación subjetiva y se manifiesta en la cotidianidad del individuo, donde algunos optan por transformar su ideología, vestimenta e incluso sus cuerpos para definirse ya sea como hombres o como mujeres.

5.3.1. Identidad femenina y representaciones sociales en los medios de comunicación y redes sociales

Para Durkheim y Alexander (como se citó en Aguilar y Said, 2010) el llamado proceso de reformulación de la identidad del individuo en el ciberespacio, hace referencia al fenómeno en el que la información que allí se publica (Internet, sitios web y/o redes sociales) no está protegida, pues existe una carencia de elementos que permiten su constatación, razón por la cual esta no es cien por ciento veraz, permitiendo que ellos y ellas adopten el papel de sus vidas, es decir, pueden ser quien quieran ser, por encima de cualquier categoría de clase, raza y/o género. Dicha identidad ha de entenderse en dos sentidos: (1) *de manera tangible*, al hacer referencia a la introducción de datos personales en el mundo on-line, permitiendo la identificación instrumental (datos bancarios, contraseñas, fechas de nacimiento, etc.); y (2) *con base a la auto-adscripción*, donde el yo auto-representativo cobra vital importancia en las redes sociales, en las que se generan unas formas del yo autoconstruidas, públicas y gestionadas por el individuo. Razón por la cual, Fernández (2012) considera que para el usuario cobra vital importancia la forma como se muestra ante sus seguidores, amigos en red o demás usuarios y como ellos lo están identificando pues él o ella ya hace parte de ese grupo virtual, donde la interacción con los demás miembros de este, termina reafirmando su identidad social.

La identidad femenina según Lagarde (como se citó en Rodríguez, 2005) está constituida por características genéricas que atraviesan a todas las mujeres, circunstancias y características que la definen como un ser social y cultural, esto supone un conjunto de atributos no solo sexuales sino; comportamentales, actitudinales, capacidades físicas y mentales, que históricamente han sido

definidas desde un sistema patriarcal, que ha sometido a la mujer bajo un discurso biológico e inmutable. Así, muchas han adoptado actitudes, roles, creencias, pensamientos y lenguajes específicos, para que la sociedad las identifique como “verdaderas” mujeres, siendo continuamente evaluadas con un sin fin de estereotipos y cánones dominantes de belleza; toda una dinámica, que ha conllevado a un sin fin de desigualdades, injusticias y discriminación a lo largo de la historia, donde las relaciones de poder han y siguen propiciando conflictos y dificultades con su identidad femenina (Rodríguez, 2005).

Ahora, si se habla de la mujer con respecto al proceso de reformulación de su identidad en el ciberespacio, Fernández (2012) considera que la construcción de un yo digital, involucra necesariamente cosificar las acciones del usuario, en pocas palabras, implica convertir en objeto lo que se es en los perfiles de redes sociales y transformarlo en un yo-objeto, con el que se pueda experimentar, modificar y mejorar su yo, mientras al mismo tiempo se interactúa con otros usuarios objeto; sin embargo, Fredrickson y Roberts (como se citó en Santos, 2018) consideran que dicha objetivización afecta de manera diferente a las mujeres, pues al generarse este proceso, ellas son vistas como objetos de placer, promoviendo la idea de que las mujeres están a la disposición del otro, generando consecuencias negativas en sus vidas personales y sociales. Sin embargo, las mujeres han encontrado en estos medios una herramienta para combatir la inequidad, creando movimientos en pro de la igualdad de derechos y oportunidades, campañas como: #heforshe, #niunamenos, #comoniña, #yositecreo etc., han permitido promover y dignificar la feminidad, sin dejar atrás el humor gráfico como aliado en la lucha feminista, en donde en contraposición al humor “patriarcal”, nace un humor crítico, que empodera a la mujer, dándole voz a los movimientos ciberfeministas (Mendivil, 2015).

5.4. Estereotipos de género

Según Espinar (2009) el *género*, hace referencia a las diferencias socioculturales entre hombres y mujeres construidas sobre la base biológica; es decir, género alude a roles, expectativas, funciones y

valores, que cada sociedad adjudica a los sexos y que los seres humanos aprendemos y hacemos propios.

Los estereotipos de género, es un concepto que ha sido estudiado por varios años; por psicólogos y sociólogos, quienes lo han definido como las “generalizaciones o percepciones de atributos o características que posee una persona en razón de su sexo u orientación sexual, o los roles que deberían ser llevados por unos miembros de un género (masculino, femenino) en particular” (García, 2016, p.23), es decir, estos estereotipos, hacen referencia a todas la creencias (positivas o negativas), que la sociedad tiene acerca de las características, roles, funciones e incluso imagen corporal que “debería” tener cada una de las personas según su género, omitiendo las particularidades individuales que los diferencian de los demás, situaciones que, han llegado a perpetuar aún más la discriminación e injusticia social hacia el género femenino.

5.5. Bienestar subjetivo

La subjetividad es un término que se ha venido estudiado por varios años, lo que ha constituido una variedad de definiciones; por ejemplo, Fuentes (2001) la entendió como:

Una construcción sociopsicológica que se erige como producto de una permanente interpenetración de lo individual, lo grupal y lo social y que se proyecta en contextos sociales específicos como las formas de actuar, de pensar y de sentir desde las cuales se organizan y se hacen tangibles las individualidades que acompañan el recorrido de lo humano en el seno de su mayor y más compleja construcción: la sociedad (p.67).

Sin embargo, la primera persona en enfocarse en este término fue Diener (como se citó en Cuadra y Florenzano, 2003) quien planteo dos controversias entorno a este:

En primera instancia, el bienestar tendría una dimensión básica y general, que es subjetiva y en segundo lugar, el bienestar estaría compuesto por dos facetas básicas: una centrada en los aspectos afectivos-emocionales (referido a los estados de ánimo del sujeto) y otra centrada en

los aspectos cognitivos valorativos (referido a la evaluación de satisfacción que hace el sujeto de su propia vida) (p.8).

A partir de estas controversias más autores se interesan en investigar al respecto, llegando a un acuerdo, al decir que, el bienestar subjetivo estaría compuesto por “el componente cognitivo, que corresponde a la satisfacción con la vida, ya sea de manera global o por dominios específicos; y el componente afectivo, referido a la presencia de sentimientos positivos, al que se ha denominado felicidad” (Denegri, García y González, 2015, p.78). Adicionalmente, Gergen (2007) considera que el bienestar personal es influenciado por una historia de eventos, por una lado aquellos calamitosos y por otro lado aquellos que generan satisfacción personal o eficacia, en vista de que, conceptos que aborda el construccionismo social como la experiencia, la narración, los relatos, los significados, el contexto, la historia y por supuesto la interacción con el otro, se tejen para que las personas transformen una historia dominante que genera malestar individual y social, por historias alternativas facilitando el desarrollo del bienestar (Toro, Ospina, Archbold y González, 2019).

5.6. Concepción del género desde la perspectiva del construccionismo social:

Al hablar del concepto de género desde el construccionismo social Santana y Cordeiro (2007) retoman a Burns para hablar del género pero desde una perspectiva central para el feminismo donde él:

Encuentra en la Psicología Social de cuño construccionista un terreno fértil para su uso, en la medida que el análisis construccionista propone la revisión de la psicología a la luz de las contribuciones feministas y de la crítica a las corrientes androcéntricas (p.604).

Cabe resaltar que, si bien no se pretende caer en tintes netamente feministas, es necesario reconocer y tener en cuenta que el feminismo se convierte en un movimiento social activo que denuncia cuestiones de dominación y exclusión, que indaga como el contexto social reproduce y resignifica las representaciones sobre el género (Santana y Cordeiro, 2007). Siendo el sistema

simbólico del género, resultado de la “subordinación o represión” de la mujer a la que ella consciente o inconscientemente ha aceptado en virtud de su cultura y contexto social (Dietz, 2003).

Para hablar del género, Butler (1993) extendió su hipótesis sobre la construcción social, articulada con la noción de subjetividad y relaciones de poder, enfatizando en el carácter performativo del discurso sexuado, es decir, el discurso genera la reiteración de normas que se han construido socialmente, en este caso estereotipos o prejuicios frente al rol y la corporalidad que determinaría a cada género, llevando a que dichas normas lo regulen y lo materialicen en el cuerpo, es por esta razón que desde esta perspectiva construccionista el género es comprendido como el efecto de un discurso sobre el cuerpo y la naturalización de lo que “socialmente debe ser considerado como parte del género femenino o masculino”; es así como el género, a partir de una perspectiva postmoderna y del construccionismo social, en consonancia con la Teoría Queer (deconstrucción de las identidades estigmatizadas) se entiende como una ideología donde se crean diferentes narrativas, como una construcción social o un sistema de significado que tiene lugar y se construye en las interacciones relacionadas con el acceso al poder (Nogueira, Neves y Barbosa, 2005). Finalmente, es de importancia saber que los construccionistas han contribuido con reflexiones sobre los mecanismos discursivos (ej. relaciones de dominación y poder) presentes no solo en la construcción del género sino también de la sexualidad, el cuerpo y las posiciones identitarias.

5.7. Marco legal

Teniendo en cuenta que, en la presente investigación se implementó la netnografía, es posible citar o hacer uso de los contenidos de cualquier fuente encontrados en páginas web, siempre y cuando la identidad de los participantes sea protegida (Sánchez y Ortiz, 2016), argumento que es reforzado por el Código Bioético y Deontológico Colombiano en la Ley 1090 (2006) artículo 29, del Congreso de la Republica de Colombia, donde se expone que, la utilización de contenidos de casos ilustrativos con fines de divulgación científica, deben seguir parámetros que eviten la identificación de las

personas de las cuales trata el contenido, además, la Ley 1581 (2012) en su artículo 9, del Congreso de la Republica de Colombia, expresa que la autorización del titular de los datos puede dar su autorización previa por cualquier medio comprobable, de igual forma, en su artículo 10 indica que los datos de naturaleza pública no necesitan autorización para su tratamiento. Por tal razón, en los escenarios virtuales, especialmente en las redes sociales los usuarios aceptan los términos y condiciones de estas redes, lo que significa que autorizan y dan el consentimiento para acceder a la información que comparten públicamente, es decir, que se puede utilizar el contenido y la información publicada en las redes sociales, siempre y cuando se salvaguarde la identidad del autor o propietario de la información utilizada en la investigación (Henao, 2019).

En segunda instancia se hizo uso del consentimiento informado (ver Anexo A) que, debido a la distancia geográfica, se realizó en común acuerdo de manera escrita y verbal con las participantes, siendo todas mayores de edad; puesto que, es un deber del psicólogo/a comunicar al participante las intervenciones que se realizan, el debido sustento de tales intervenciones, los riesgos o efectos favorables o adversos que puedan ocurrir, tiempo y alcance de la investigación, como lo argumenta el Código Bioético y Deontológico Colombiano en la Ley 1090 (2006) en su artículo 36.

5.8. Marco empírico

Teniendo en cuenta la revisión sistemática que el grupo de investigación realizo previamente, se presentan los antecedentes empíricos, que guiaron la misma:

Tabla 1

Antecedentes empíricos

Título y autores	Generalidades de la investigación
Publicidad y estereotipos femeninos / Recéndez (2016)	Esta investigación estudia la influencia de la publicidad en los estereotipos femeninos, en relación con las “modernas” demandas de la sociedad: el consumismo, la comodidad, la moda y la belleza física, llevando a los medios de comunicación, a convertirse en los principales promotores, constructores y reproductores de estereotipos, en su mayoría femeninos.

<p>Rostrosdemujer.org: análisis de estereotipos de géneros en los medios de comunicación / Gómez (2013)</p>	<p>Rostros de mujer": Análisis de estereotipos femeninos / Aguaded, Tello y Sánchez (2011)</p>	<p>Investigaciones cuyo objetivo principal consistió en la identificación y el análisis de estereotipos femeninos en la publicidad, a partir de la construcción de un sitio web.</p>
<p>Gender representations in Facebook Fan Page's digital comments / DePiero y Narvaja (2018)</p>		<p>Investigación, cuyo objetivo fue trabajar a partir de los comentarios, de los seguidores, en torno, a unas imágenes y fotos, realizando un análisis de las estrategias discursivas de nominación y predicaciones dichos comentarios, encontrándose que, la exhibición de la intimidad de la persona (eximida), resulta ser un aspecto de gran influencia en la construcción identitaria del mismo y de los estereotipos de género (descriptivos o corporales y prescriptivos o de rol), en la red social de Facebook.</p>
<p>Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales / Tortarjada, Araña y Martínez (2013)</p>	<p>“Los estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luisa A. Martínez de la ciudad de Ambato / Benavides (2015)</p>	<p>Investigaciones que demuestran que las imágenes no solo reproducen estereotipos de género y patrones patriarcales, sino da como resultado una negociación identitaria con respecto al género, la belleza y la sexualidad, donde el ciberespacio cobra vital importancia para efectuar dichas prácticas mediáticas en los adolescentes.</p>
<p>Ciberfeminsimo: disidencias corporales y género itinerante / Salido (2017)</p>	<p>Fotografía, mujer e identidad: Imágenes femeninas en la fotografía desde finales de los 60 / Baraño (2016)</p>	<p>Investigaciones cuyo objetivo consistió en dar a conocer la situación de la mujer en las prácticas comunicativas en Internet (producción y representación) gracias al Ciberfeminsimo y a la práctica feminista online, como prácticas políticas y artísticas. Identificando su papel en el ámbito representativo de la imagen dentro del arte y los nuevos movimientos de la llamada Segunda Ola Feminista y las representaciones posibles, desde el humor gráfico como un fuerte dispositivo de enunciación de marcaciones de género, nombramientos identitarios al redor de la figura femenina, bajo una mirada masculina.</p>
<p>Cartografías del cuerpo de la mujer/es en el humor gráfico: una mirada feminista / Rodríguez (2017)</p>	<p>Poder masculino, derechos de las mujeres e imagen femenina en la publicidad / Guamán (2013)</p>	
<p>Una imagen vale más que mil palabras. Estudio sobre la autocuración de las mujeres millenials en las imágenes de perfil de Facebook / Rajan (2018)</p>		<p>En este estudio se analizaron las imágenes o “memes” que se publican en Facebook, cobran gran relevancia en la identidad digital, aunque dicha identidad, suele distorsionarse, porque él o la usuaria, son selectivos con lo que publican y comentan al respecto, aún más si se tratan de aspectos que se refieren al mismo género, pues en particular, las mujeres suelen conscientemente, hacer uso de aquellas imágenes que les genera mayor grado de aprobación social y satisfacción personal.</p>
<p>La construcción de la imagen de las mujeres: net.art y medios de comunicación.</p>	<p>Pinceladas con nombre de mujer: el humor gráfico y sus</p>	<p>Estos estudios tuvieron como objetivo identificar el papel de las mujeres en movimientos artísticos y construcción de dichas representaciones gráficas, con un tinte de humor, en las que manifiestan su posición e identidad femenina, concluyendo que, existe un vínculo entre la imagen y cuerpo en la construcción y deconstrucción de la identidad de género y de la imagen femenina, a través del ciberespacio</p>

Baraño y Muñoz (2015)	ilustradoras García (2018)
Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. Araujo del Castilhos y Leoratto (2013)	Investigación que aborda la construcción social de estereotipos promovidos por la moda, exigiendo cambios corporales continuos y exigencias socioculturales, creando deseos y promoviendo la insatisfacción del individuo. Concluyendo que la construcción del cuerpo perfecto esta también directamente relacionado con los valores estéticos de la sociedad, pues es allí donde se crean y recrean las dinámicas y necesidades con las que se mueve el mundo.
Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras / Rocha, Freitas, Rosendo y Souza (2013).	Este estudio se centró en la identificación de la imagen corporal de la mujer, perspectiva desde la cual, este es visto como objeto de placer, un ejemplo claro de ello es el uso de imágenes sexuales o de mujeres semidesnudas utilizado para la publicidad de diferentes productos como el alcohol o tabaco, insinuando que tras la compra de este producto se obtendrá un encuentro sexual, una clara cosificación de la mujer.
"Ana" y "Mia" en las redes sociales. Una investigación sobre la anorexia basada en las artes / Nevado (2014).	Investigación enfocada en la búsqueda de la influencia de las redes sociales con los trastornos alimenticios (anorexia), concluyendo que; el uso de las redes sociales es una forma de obtener aprobación y aceptación de la autoimagen, comportamientos que promueven estilos de vida poco saludables como una alimentación anómala, lo cual es un factor de riesgo para los trastornos de conducta alimentaria y fenómenos pro anorexia, es por esto que la industria de la moda y los más media so identifican como promotores principales del desarrollo de este tipo de trastornos.
El cuerpo como capital social en Instagram: el caso de @adri_vainilla / Vite (2018)	El objetivo de esta investigación consistió en identificar la influencia de las redes sociales Instagram y Facebook, sobre la corporalidad femenina. Concluyendo que estos medios, son fuentes que divulgan una imagen femenina sobrevalorada, logrando modificar el comportamiento de los individuos en pro de la búsqueda de ese ideal, la exposición repetida de estos contenidos conduce a aceptar las representaciones y estereotipos de las mujeres y hombres como una realidad.

Los estudios e investigaciones que aquí se presentan, son parte de artículos y trabajos de grado que abordaron de manera separada el tema de interés.

6. Marco metodológico

La presente investigación es cualitativa, de alcance exploratorio, que permite comprender y conocer las realidades únicas, multifacéticas y dinámicas que configuran al ser humano, reivindicando la subjetividad, como objeto de conocimiento científico y orientando a la comprensión más completa de los fenómenos sociales y las realidades, además, de la transformación de los escenarios socio-culturales (Sandoval, 2002).

“La mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el contexto de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos espacios en que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente. Es más, esta investigación trabaja

con contextos que son naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador.” (Martínez, 2011, p.11).

Teniendo en cuenta los objetivos de investigación planteados, la epistemología desde la cual se trabajó (construccionismo social), el paradigma crítico hermenéutico y por supuesto el interés de liberación comprendido desde la postura de Vasco (1990) se adoptó una postura crítica de la realidad, cuya comprensión se logró a partir de la **netnografía** como extensión de la *etnografía* y desde una mirada *fenomenológica*, como uno de los principales métodos para (1) la recolección de información en un contexto cotidiano desde la virtualidad (como es el caso de las redes sociales) por medio de técnicas como el *grupo de discusión virtual*, el cual se complementó a partir de la creación de un ejercicio práctico que el grupo de investigación denominó *ejercicio de evaluación de piezas digitales*; y (2) técnicas para la interpretación de la información, encontrando pertinentes el *análisis de contenido* y *análisis crítico del discurso* como se argumenta en Sandoval (2002), permitiendo ahondar en lo relacionado con el bienestar subjetivo y complementar el eje de identidad.

6.1. Método de investigación

6.1.1. Netnografía

La *netnografía* como extensión de la *etnografía*, es una nueva metodología de investigación cualitativa, que adapta técnicas de investigación etnográficas al estudio de culturas y comunidades emergentes, a través de la comunicación mediada por un ordenador, además dicha metodología, surge como respuesta al fenómeno cultural del crecimiento de Internet y a un número ascendente de consumidores, que utilizan la red para informarse, crear relaciones y comunidades con otros consumidores que tienen estilos de vida similares, consumiendo productos y/o servicios similares (Casas, Gazquez, Forgas y Huertas, 2014). Es decir, la *netnografía* se basa en el análisis personal sobre el terreno digital y la interpretación posterior por parte del investigador y para ello, utiliza sistemas informáticos que rastrean comunidades virtuales y posteriormente proporcionan los datos

sobre la misma, a los analistas, que son los encargados de dotar de sentido a la información y elaborar las conclusiones (Gebrea y Washington, 2008).

Por estas razones, se considera que, este método cualitativo resulta ser el más apropiado para dar continuidad a la investigación, puesto que, permite utilizar la información que está disponible públicamente en foros y redes sociales para identificar y comprender las necesidades y los aspectos que influyen en las decisiones tomadas por los grupos de consumidores y/o usuarios (Casas *et al.*, 2014), además, permite analizar las dinámicas grupales, los procesos relacionales, las características y los hábitos cotidianos de las personas en el ciberespacio, a través de las opiniones que emergen sobre cualquier tema en particular.

Por último, la netnografía tiene la ventaja del anonimato de los participantes, sin embargo, existen limitaciones donde debido a la brecha digital las personas que utilizan esta red tienen ciertas características sociodemográficas, como la educación, estrato socioeconómico, cultura, edad, sexo, entre otras, haciendo visible su identidad virtual; elementos que se tuvieron en cuenta a la hora de presentar las conclusiones (recomendaciones) de nuestro estudio.

6.2. Unidades de análisis

Es importante tener en cuenta que, para el desarrollo de la investigación y lograr el cumplimiento de los objetivos de la misma, fue necesario contar con varios objetos o unidades de análisis y consecuentemente, varios métodos de recolección de información: En primera instancia **las piezas digitales de humor gráfico**, las cuales se seleccionaron a partir de los criterios expuestos en la figura 4, mediante el método netnográfico, siendo elementos claves para el desarrollo de las dos fases del trabajo en campo (ejercicio de evaluación de piezas y grupo de discusión virtual [ver apartado 6.5.1. recolección de información]), esto teniendo en cuenta que, estas piezas digitales con contenido humorístico y de carácter gráfico que se publican en Facebook e Instagram, fueron esenciales para comprender como su contenido se relacionaba con los estereotipos de género, influyendo en la

interpretación, interacción con las piezas, de forma directa o indirecta en el bienestar y la identidad de la mujer. Cabe mencionar que, a partir de las piezas digitales seleccionadas por las participantes con ayuda del ejercicio de evaluación se efectuó el análisis de contenido (ver apartado de resultados).

Otra de las unidades de análisis, fue *el discurso de las participantes* con base a dicha piezas digitales y generalidades relacionadas con el tema de interés; para ello se realizó un grupo de discusión a través de Internet, con el fin de conocer su interpretación con respecto a lo que se manifestaba en las imágenes que se les presentaron al principio y final de la investigación; esta unidad fue clave para realizar el análisis crítico del discurso (ver apartado de resultados).

6.3. Actores y/o participantes

Los actores participes de la investigación, son un grupo de seis (6) mujeres usuarias activas de las redes sociales de Facebook (2 mujeres) e Instagram (4 mujeres), entre las edades de 21 a 32 años y de nacionalidades diferentes (colombianas, española y mexicanas); cabe mencionar que algunas perteneces a colectivos o grupos feministas y tienen diferentes ocupaciones. Estas mujeres fueron contactadas a través de estas plataformas (redes sociales), tras el cumplimiento de los siguientes criterios y la firma de los respectivos consentimientos informados (ver anexo A):

Tabla 2

Criterios de selección de las participantes

☞	Mujeres cuyo idioma natal sea el español, o que hayan aprendido dicho idioma independientemente de su país, región o lugar de origen.
☞	Usuarías de Facebook e Instagram, con un mínimo de un año de inscripción y/o participación en alguna de estas redes sociales.
☞	Miembros activos, de alguno de los grupos de Facebook e Instagram seleccionados, es decir, que comenten las piezas digitales, argumentando y/o justificando sus respuestas, que repliquen las publicaciones o les den like a estas.
☞	Mujeres que comenten imágenes que contengan humor crudo o satírico, en torno al tema de interés de la presente investigación.
☞	Mujeres desde los 18 años de edad en adelante.
☞	Mujeres que permitan los mensajes privados en Facebook e Instagram.

No se tendrán en cuenta factores de educación, raza, etnia, creencias religiosas o espirituales, orientación sexual e ideología del sujeto, teniendo en cuenta que, se trabaja bajo un enfoque diferencial³.

6.4. Procedimiento metodológico

Para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, fue necesario definir las siguientes fases

3| El *enfoque diferencial* se basa “en la equidad y la no discriminación de grupos a los cuales les han sido vulnerados sus derechos y no han sido reconocidos dentro del contexto social y cultural” (Hernández y Sánchez, 2016, P.35).



Figura 1. Fases del procedimiento metodológico de la investigación (Autoría propia).



Figura 2. Tiempo en que se desarrolló cada fase y subfases del procedimiento metodológico de la investigación (Autoría propia).

El procedimiento metodológico, se constituyó en tres fases (ver figura 1), con tiempos claramente establecidos (ver figura 2, pág. 45): **(1) fase de selección de piezas digitales publicadas en Facebook e Instagram;** en primera instancia se seleccionaron una serie de piezas digitales (memes e ilustraciones) publicadas en dichas redes sociales, con las cuales se creó un banco de imágenes, que se clasificaron en humor gráfico crudo y satírico, en cumplimiento con los criterios de selección de dichas piezas; en seguida, se realizaron dos subfases una de *clasificación y depuración*, para contar con un número más pequeño de imágenes con las cuales trabajar, en la segunda subfase, se adoptó el *método netnográfico*, para la *selección de las mujeres participantes*, en cumplimiento con los criterios de selección; cabe mencionar que, se llevó a cabo, una estrategia publicitaria, en la que se publicó en varias páginas y grupos de humor gráfico un cuadro informativo (ver figura 3), con el fin de llamar la atención y conseguir la participación voluntaria de mujeres usuarias de Facebook, dicha estrategia fue necesaria en vista de los inconvenientes para contactar a las participantes y resultó ser efectiva, ya que fue posible contar con la colaboración de dos participantes de un colectivo mexicano-feminista llamado Caóticas. **(2) fase de análisis de contenido de las piezas digitales;** en un segundo momento, con ayuda de las participantes fue posible efectuar *el análisis de contenido* de las piezas gráficas, tras la realización del ejercicio de evaluación por parte de las seis participantes; **(3) fase del Análisis Crítico del Discurso (ACD);** esta se dividió en dos subfases, una de *categorización*, a partir de los discursos de las participantes obtenidos en el grupo de discusión virtual y las categorías preestablecidas y emergentes (ver figura 6, pág. 54); la segunda subfase de esta tercera fase, consistió propiamente en



Figura 3. Cuadro informativo, publicidad diseñada y publicada en Facebook, en forma de invitación para participar en la investigación (Autoría propia).

el *ACD*, en el que a partir de la categorización anterior y con base en la percepción de las participantes frente a las imágenes de humor gráfico seleccionadas, con respecto a los estereotipos de género y su relación con su identidad y bienestar subjetivo (aspectos que se abordaron a profundidad con la realización de un grupo de discusión), fue posible seguir el modelo de estrategias discursivas propuestas por Wodak (como se citó en Martín, 2003).

6.5. Descripción de instrumentos y técnicas empleadas

6.5.1. Recolección de información

Antes de describir las técnicas empleadas, se presentan los criterios de selección, de las fuentes de las piezas digitales de humor (ver tabla 3) y los criterios de selección de dichas piezas (ver figura 4 y tabla 4, pág. 48), los cuales facilitaron la posterior construcción del ejercicio de evaluación de piezas digitales, la realización del grupo de discusión virtual y por supuesto del análisis de contenido de estas:

Tabla 3

Criterios de selección de las fuentes de las piezas digitales de humor grafico

-
- 👉 Páginas o grupos de las redes sociales Facebook e Instagram.
 - 👉 Páginas o grupos en la red, cuyos creadores sean hombres o mujeres de países cuya lengua oficial sea el español o el portugués.
 - 👉 Páginas o grupos en la red, donde parte de sus suscriptoras sean mujeres.
 - 👉 Páginas o grupos creados bajo la ideología feminista o que se declaren como tal.
 - 👉 Páginas o grupos en la red, con más de 60 publicaciones y con más de 1000 suscriptores
-

Gracias a estos criterios fue posible seleccionar las fuentes de las piezas gráficas, con las que se trabajó en la segunda y tercera fase de la investigación.

A continuación (ver figura 4), se presenta los criterios de selección de las piezas gráficas con las que se trabajó a lo largo de la investigación, las cuales fueron imprescindibles en la primera y segunda fase metodológica, puesto que, a partir de estas fue posible seleccionar a las participantes de la investigación y direccionar el grupo de discusión:

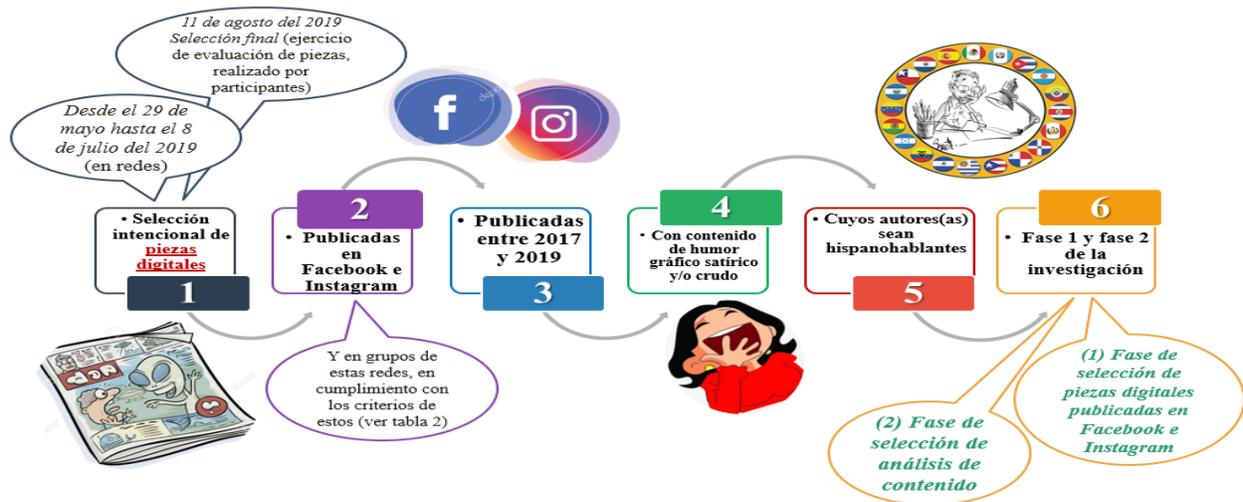


Figura 4. Procedimiento y criterios de selección de las piezas digitales de humor gráfico (Autoría propia).

Teniendo en cuenta el cuarto criterio de selección (ver figura 4), en el que el contenido de las piezas digitales debe considerarse como humor gráfico satírico o crudo, es necesario considerar los siguientes criterios:

Tabla 4

Criterios de selección de las piezas digitales, cuyo contenido es considerado como humor gráfico Satírico y/o crudo

Sera considerado humor gráfico satírico (Imagen o meme cuyo contenido...)	Sera considerado humor gráfico crudo (Imagen o meme cuyo contenido...)
<ul style="list-style-type: none"> ✦ Sea de crítica o denuncia, hacia la forma en la que se representa e identifica a la mujer en la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Sea demuestre una situación vergonzosa, ridiculizante o dolorosa, para la población femenina.
<ul style="list-style-type: none"> ✦ Ponga de manifiesto el recurso del ridículo o la burla, hacia algún defecto o vicio de la humanidad, con respecto a la forma en la que se representa e identifica a la mujer en la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Demuestre violencia corporal real o simulada hacia la mujer.
<ul style="list-style-type: none"> ✦ De muestra de estereotipos de género, en un sentido de defensa y denuncia. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Tenga referencia sexual explícita, sobre la figura femenina.
<ul style="list-style-type: none"> ✦ De muestra de luchas y activismo, en pro de la defensa de los derechos de la mujer. 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Incluya el uso de palabras obscenas, vulgares o de crueldad en exceso, relacionado con la corporalidad e imagen femenina. ✦ De muestra, de estereotipos de género, en un sentido de crueldad hacia la población femenina.

Gracias a estos criterios fue posible clasificar las piezas digitales seleccionadas de Facebook e Instagram, como parte de la categoría general de humor gráfico satírico o crudo.

En seguida, se presenta de manera breve la descripción y en que consistió el uso de las técnicas empleadas, para la fase de recolección de información en la investigación:

6.5.1.1. Ejercicio de evaluación de las piezas digitales

Para esta selección y evaluación, como primera instancia se seleccionaron de las diferentes plataformas (Instagram y Facebook) las piezas digitales que más reacciones tuvieron (comentarios, like, compartidas, etc.) en cumplimiento con los criterios de selección de las mismas. Al finalizar se obtuvo un banco con un total de 36 piezas (en cumplimiento con los criterios de selección, expuestos en la figura 4 y en la tabla 4), como segunda instancia, se llevó a cabo un ejercicio escrito que constaba de 4 preguntas dirigidas a identificar y describir las diferentes emociones o sentimientos que estas les producían, y clasificarlas ya sea como humor satírico o crudo, teniendo en cuenta esto, a cada una de las participantes le correspondió evaluar 6 imágenes diferentes del banco que se asignaron de manera aleatoria, es importante aclarar que también debían seleccionar la que les generaba mayor impacto ya fuera negativo o positivo. El resultado final de este ejercicio permitió depurar las piezas logrando filtrar 6 de ellas, siendo estas consideradas por las seis participantes como las más relevantes para finalmente presentarse en el grupo de discusión virtual, es importante aclarar y comprender que la selección final de estas piezas no fue realizada o asignadas por las investigadoras sino por las participantes.

6.5.1.2. Grupo de discusión

Se consideró el grupo de discusión o de enfoque, como la herramienta idónea para recopilar información relevante sobre el problema de investigación, donde las participantes fueron guiadas por las investigadoras con el uso de un esquema de preguntas orientadoras (**ver documento de anexos [Anexo C, tabla 12]**) con el fin de establecer una conversación cuidadosamente diseñada, en un ambiente ameno en el que las participantes se influyen entre ellas y discuten ideas y comentarios que surgieron en la propia discusión; además, esta técnica permitió vislumbrar las actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones de las participantes sobre los temas de interés en las diferentes

fases del mismo, para esta oportunidad, se diseñaron cuatro fases claramente diferenciadas, para la realización de un único grupo de discusión (ver figura 5).



Figura 5. Fases del grupo de discusión virtual (Autoría propia).

Cabe mencionar que, dicho grupo tuvo una duración aproximada de hora y media y se realizó a través de la plataforma de Skype, teniendo en cuenta que, las participantes eran de diferentes partes del mundo (Europa y Latinoamérica) y que las tres investigadoras participamos del mismo; además, el uso de esta red facilitó el trabajo práctico y la grabación del mismo, para posteriormente realizar el respectivo análisis crítico del discurso, en torno al tema de interés. En cuanto al producto que se generó en la fase cuatro del grupo de discusión virtual, este se consideró como una forma visual y creativa de presentar las conclusiones de las participantes en dicho ejercicio, ilustraciones que se presentarían en la defensa de esta investigación.

6.5.2. Sistematización y análisis de la información

6.5.2.1. Análisis de contenido

El análisis de contenido se realiza con base a las categorías preestablecidas y emergentes que se presentan en la tabla 5 (ver págs. 51-55), de las descripciones textuales (escritas) de las participantes,

a través del ejercicio de evaluación de piezas digitales y siguiendo el modelo de la semiótica de Peirce (como se citó en Mariano, 2003) en el cual se presenta la relación entre tres elementos esenciales: signo, objeto e interpretación; en este sentido, el signo hace referencia a la representación mental que hacemos de algo en algún aspecto, el objeto es lo que el signo representa, es decir, que el signo representa al objeto y la interpretación va a depender del contexto y es la relación que hay entre el signo y el objeto.

A continuación, se presenta una breve descripción de las categorías preestablecidas con base al trabajo de Villa, Herrera y Bautista (2017) y de las emergentes, que surgieron a partir de la selección y constitución de un banco de imágenes (con 36 piezas digitales), facilitando el posterior análisis de contenido de las seis piezas, con las que se trabajó finalmente en el grupo de discusión virtual.

Tabla 5

Descripción de categorías preestablecidas y emergentes, para análisis de contenido de piezas digitales

Categorías pre-establecidas	Descripción	Categorías emergentes	Descripción
1. Valor de la imagen	“Radica en la posibilidad de brindar una serie de datos objetivos sobre la información” (p.116) de la misma imagen, además de reflejar acciones que complementen el tema de interés, permitiendo una visión analítica de los sucesos que en ella se presenten.	a. <i>Informar</i>	Piezas que contengan algún tipo de información sobre actos y/o acontecimientos, noticias o situaciones.
		b. <i>Transmitir sentimientos</i>	Piezas que contengan una idea, un objeto, evento o valor, que provoca una respuesta emocional.
		c. <i>Denunciar</i>	Piezas que contengan algún tipo de reclamo en contra del estado, empresa o sujeto particular, en contra de la realización de actos, situaciones, etc.
		d. <i>Crítica social</i>	Piezas que contengan mensajes que pretendan crear conciencia sobre: la política, lo social, la económica y el medio ambiente.
		e. <i>Promocionar</i>	Piezas que contengan publicidad de un producto o servicio, especialmente con interés comercial.
2. Tipo de mensaje	Como su nombre lo indica, en esta categoría se contempla el tema o contenido de la imagen, aquello que la imagen representa o su significado, en este caso, asuntos sociales, personales y políticos.	a. <i>Asuntos sociales y culturales</i>	Piezas que tienen como tema la seguridad ciudadana y el orden público, también se incluyen las manifestaciones artísticas de los usuarios, su vida en comunidad y las particularidades específicas regionales en las que se refleja a la mujer (su rol) en la sociedad y que se refleja a la mujer (su rol) en la sociedad y en un medio cultural específico; además, de abordar asuntos como la violencia de género, las

<p>3. Formatos empleados</p> <p>Agrupar los contenidos de la imagen, en sentido icónico y visual (representación icónica), teniendo en cuenta los procesos de emisión y recepción, de transferencia de conocimiento e información sobre personas, objetos, acciones, eventos o lugares y un sistema de significados (monosemia⁴ y polisemia⁵) dentro de cada cultura y proceso histórico.</p>		desigualdades sociales hacia la mujer y la educación social con respecto al tema.
	<i>b. Asuntos personales e individuales</i>	Piezas cuyo contenido incluya aspectos personales del género femenino, como la imagen corporal, el rol social, la sexualidad, relaciones interpersonales, etc.
	<i>c. Asuntos políticos</i>	Piezas que hacen referencia a la participación de la mujer en asuntos políticos y sociales (ej. marchas sobre la legalización del aborto) y el activismo feminista; también se incluyen aquellas piezas con mensajes de los gobiernos acerca de políticas y normativas dirigidas o que afectan a la población femenina.
	<i>a. Imágenes sin texto</i>	Piezas, cuyo contenido incluya únicamente representaciones visuales o icónicas, sin ningún tipo de texto.
	<i>b. Frases ilustradas</i>	Piezas con imágenes que representan o aluden a una frase en particular, se caracterizan porque el trasfondo de la imagen es la frase, que se representa icónicamente.
	<i>c. Memes</i>	Pieza que se comparte en Internet, ya sea en forma de dibujo animado, fotografía real o video, en el que distorsiona la realidad con intención de burla, sobre un hecho real o ficticio.
	<i>d. Caricaturas</i>	Pieza que generalmente alude a temas políticos y sociales, siendo una sátira de la realidad, sin ser objetiva, pero si permite analizar el problema desde diferentes percepciones.
	<i>e. Screenshot</i>	Piezas que son resultado de capturas de pantalla o screenshot, ya sea de publicaciones y comentarios en redes sociales, en torno a un tema específico.

Con base en esta descripción de categorías preestablecidas y emergentes, fue posible realizar y justificar el análisis de contenido de las piezas digitales, que se trabajaron en el grupo de discusión con las participantes.

Cabe mencionar que, para el análisis de las piezas digitales, también se realizó análisis de contenido, frente a los relatos de las participantes a lo largo de la investigación, sin embargo, desde el modelo de ACD que se adoptó, dicho análisis es denominado como visualización textual (Díaz, 2009) en el que se realizó el proceso de categorización con ayuda de Atlas Ti-8. Finalmente, se consideró la importancia de realizar dicho análisis, para interpretar las piezas de humor gráfico seleccionadas desde su estilo, considerando el valor de la imagen, el formato empleado y el mensaje

4 y 5| Con base a la semiótica de Peirce (como se citó en Mariano, 2003), el termino *monosémico*, hace referencia al único significado que se le puede otorgar a un signo, independientemente de quien lo interprete y por consiguiente, el termino *polisémico*, se refiere a los diferentes significados que puede tener un solo signo.

que en sí pretende transmitir la pieza que se publica o como este es percibido e interpretado por las usuarias en Facebook e Instagram, adicionalmente, gracias a este procedimiento metodológico, fue posible la construcción conjunta por parte de las investigadoras con respecto a los campos semánticos y categorías que articulan la interpretación y presentación de resultados de manera objetiva y sistemática de las situaciones o cuadros que se analizaron en las piezas gráficas.

6.5.2.2. Análisis crítico del discurso (ACD)

En esta investigación se hace uso del análisis crítico del discurso (ACD) para visibilizar las narrativas dominantes y alternativos de las participantes, identificando nuevas problemáticas y con ello generar nuevas ideas de investigación, además, el ACD centra su atención no solo en el discurso sino pretende revelar las desigualdades sociales, el control social, la dominación, las relaciones de poder, etc. (Iñiguez, 2003). Así mismo, como objetivo; se traza generar una actitud crítica de los actores del discurso, en este caso particular de nuestras participantes que como muchas otras mujeres han convivido bajo discursos de dominación, permitiendo que sean ellas mismas las que identifiquen problemáticas sociales mediante su propio discurso y generen reflexiones alternativas frente a estas. Es de tener en cuenta que, se pretende trabajar bajo cinco categorías estipuladas previamente a la realización del grupo de discusión, las cuales se establecieron con base a los tópicos de interés de esta investigación que se manejaron y presentaron en el marco teórico, además, estas categorías se consideraron pertinentes al tener en cuenta las unidades de análisis, tanto las piezas digitales como el discurso de las participantes en torno a estas, pues el ejercicio comunicativo que se originó en el grupo de discusión, fue guiado de manera intencional bajo estas categorías preestablecidas, con el fin de conocer como el humor gráfico estaba relacionado con la identidad y bienestar de las participantes y así entender la forma en la que ellas interpretaron las piezas digitales en torno al tema de interés. A continuación se presentan las categorías preestablecidas y las emergentes que surgieron mediante el proceso de categorización y en relación con la definición operacional que guio dicho proceso:



Figura 6. Categorías preestablecidas y emergentes (las que se encuentran en los recuadros) que guiaron el ACD (Autoría propia).

Tabla 6

Operacionalización de las categorías que guiaron el ACD del grupo de discusión

Categoría	Definición operacional
<i>Bienestar subjetivo</i>	Como parte del bienestar subjetivo, se consideraron aquellos discursos de las participantes que vislumbraban como el humor gráfico digital en cualquiera de sus presentaciones, han llevado a cuestionar, reflexionar e incluso modificar actitudes, creencias o la ideología de las participantes; adicionalmente, se consideraron aquellas narrativas que dan cuenta de las reacciones emocionales provocadas por estas piezas digitales, que abordan los temas de interés en relación con la imagen, rol y representación de la mujer en el ciberespacio y la sociedad en general.
<i>Identidad</i>	Como parte de la categoría de identidad, se consideraron aquellos discursos de las participantes que permitieron evidenciar como el humor gráfico digital en cualquiera de sus presentaciones, han llevado a las mujeres a replantear su identidad o identificarse con alguno grupo, movimiento, ideología o colectivo, con relación a ciertas características como por ejemplo la postura frente al género, el significado y representación del ser mujer o la consideración de su rol social. Los relatos que se consideraron como parte de esta categoría, incluyen la identificación con la situación que se presenta en la pieza, ya sea en el sentido positivo de reivindicar la autoaceptación personal de cada mujer o en un sentido menos favorable, como el aceptar la imagen y representación de víctima a la que se le ha asociado.
<i>Estereotipos de genero</i>	Como parte de esta categoría, se consideraron aquellos discursos de las participantes que vislumbraban como el humor gráfico digital en cualquiera de sus presentaciones, expone de manera directa o indirecta ciertos estereotipos relacionados con el género femenino, además, dicha presentación, debe ser considerada por las participantes como tal, desde la interpretación que cada una de ellas hace.
<i>Humor grafico</i>	Como parte de la gran categoría de humor gráfico, se consideraron aquellos discursos de las participantes que permitieron evidenciar aspectos puntuales sobre lo que se está representando el humor gráfico que se publica en Facebook e Instagram y que involucre a la mujer, ya sea con el fin que maneja el humor satírico o crudo.
<i>Emergentes</i>	Como parte de esta categoría se consideraron aquellos discursos que no entraban en las cuatro categorías anteriores o que hablaban del tema de interés pero sin considerar la relación con el humor gráfico digital, por ejemplo, lo que se refería a temas de usabilidad de las redes sociales, que no involucraban al humor gráfico, sino otro tipo de publicaciones o problemáticas relacionadas con los riesgos en el ciberespacio, que no fueron de interés para esta investigación.

Esta definición operacional se consolidó con base al cuerpo teórico construido.

El ACD, es una práctica analítica que opera en tres dimensiones (1) *el discurso como practica textual*, es decir, la producción textual y el estudio de la información, coherencia y cohesión textual; (2) *el discurso como practica discursiva*, enmarcado en una situación, tiempo y espacio determinados, que facilita la realización de otras prácticas sociales y (3) *el discurso como practica social*, donde surge una interacción recíproca entre la dialéctica y las interacciones y estructuras sociales, conformando de esta forma el discurso, que expresa identidades, practicas, relaciones, etc., constituyéndolas y formándolas (Iñiguez, 2003). Con base en lo anterior y para efectos del presente trabajo, se trabajó bajo la segunda y tercera dimensión, considerando el análisis de la construcción discursiva de las acciones, representaciones y estereotipos sociales en redes sociales y a través del humor gráfico, entorno al género femenino. Esta metodología, se basó en el modelo de Neyla Pardo (como se citó en Díaz, 2009) que se presenta en la tabla 7, el cual se construyó teniendo en cuenta la siguiente premisa teórica: la situación social es influida e influye por la forma en la que los participantes la definen, por tanto, no es válido decir que la situación social influye y es influida por el discurso propiamente dicho; en este sentido, los contextos sociales son entendidos como constructos intersubjetivos, contruidos y reconstruidos mediante la interacción de los participantes, convirtiéndose en situaciones comunicativas, por lo que las expresiones en el contexto cotidiano del sujeto no se separan de la situación en la que han sido emitidas, razón por la cual, es necesario comprender que el “evento comunicativo cumple la función de expresar algún pensamiento o sentimiento efectivo, en ese momento y en esa situación” (Díaz, 2009, p.17).

Tabla 7

Desarrollo del modelo propuesto por Neyla Pardo para la realización del ACD

Pasos a seguir en el ACD		Descripción
<i>1</i>	<i>Selección del corpus</i>	El cual procede del uso natural de la lengua y la situación comunicativa (contexto en el que se da el discurso, considerando las implicaciones sociales y culturales) para construir conocimiento.
<i>2</i>	<i>Visualización textual</i>	Reconocimiento de categorías útiles para analizar posteriormente, con base a los criterios y objetivos adoptados.

3	Caracterización del actor social	Como actor discursivo, que se define a partir de su presencia en el discurso, como constructor de sentido y múltiples significados del discurso, construyendo como sujeto social una imagen de sí mismo, del otro y de la realidad.
4	Estrategias para el propósito comunicativo	<p>Para efectos del presente análisis se utilizaron los siguientes recursos que evidencian los fenómenos del <i>ocultamiento</i> (lo que está detrás del relato expuesto) y <i>legitimación</i> (reconocimiento o aceptación social de lo que se está diciendo) de los discursos de las participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) <i>Reiteración</i>; expresiones o unidades léxicas que aparecen con mayor frecuencia en los relatos, reconociendo sus co-textos (textos que se encuentran antes y después de la unidad), para develar el porqué del uso reiterado por parte de los actores sociales. b) <i>Nominación</i>; permite conocer cómo se identifican los objetos o seres del mundo, a partir de nombres propios, comunes o retóricos, permitiendo evidenciar como se representa la realidad en el discurso de las participantes. c) <i>Naturalización</i>; abordar los hechos sociales y culturales como elementos biológicos o físicos, es decir, considerar las acciones y creencias humanas como naturales o normales. d) <i>Autorización</i>; a través de esta se persuade y se da un valor probatorio a lo que está diciendo el actor social, especialmente si es reconocido o es profesional en la materia. e) <i>Evaluación</i>; valoraciones a los actores sociales, con una presentación positiva de nosotros (ej. de las mujeres participantes) y una construcción negativa (ej. de la sociedad en contra del activismo femenino).
5	Presentación del contexto	Saberes o aspectos a tener en cuenta, para el entendimiento de los discursos que se efectuaron en los grupos focales, considerando el trabajo e ideología feminista, a partir de los discursos de las participantes.

Esta guía permite comprender que se realizó el respectivo análisis en cada uno de los apartados de resultados.

El uso de ambos tipos de análisis (de contenido y ACD) se realizó, teniendo en cuenta que es posible efectuarlo de esta forma, tomando como guía los trabajos de Fernández, Esquirol, Baleriola y Rubio (2012) y Seguí y Gil (2008) bajo el paradigma del construccionismo crítico social, donde se realizó de manera simultánea ambos tipos de análisis: (1) *análisis de contenido* de cada una de las piezas (trabajadas en el grupo de discusión virtual), a partir de las categorías descritas en la tabla 7 (págs.. 55-56) y las respuestas de las participantes en el ejercicio de evaluación de piezas digitales; (2) *ACD*, con base al cumplimiento de objetivos específicos. Cabe mencionar que, se adoptaron ambos tipos de análisis, teniendo en cuenta que se pretendió problematizar pautas sociales de valoración de la imagen, identidad, rol y bienestar de la población femenina a partir del humor gráfico en redes sociales, algo que fue posible por medio del análisis de contenido de las piezas, con base a la interpretación de las participantes; adicionalmente, se quiso dar forma a un lenguaje que deslegitime la estigmatización y estereotipación del género femenino y que construya sociedad, a partir del ACD, pues de acuerdo con Pardo (2007) este se ha asociado con el estudio de las relaciones

hegemónicas (en este caso de género) y como estas son producidos y reproducidos por medio del habla.

Cabe mencionar que, los primeros pasos de este modelo de ACD (selección del corpus y visualización textual) se realizaron a partir del uso de Atlas Ti-8, donde el corpus estuvo compuesto por los dos documentos que se transcribieron de los grupos focales que se efectuaron (denominados: grupo de discusión España y Colombia y grupo de discusión México y Colombia, respectivamente), pese a que no se realizaron de manera simultánea como se tenía previsto, si se desarrollaron con base a una misma guía o estructura, haciendo uso de las mismas preguntas orientadoras (**ver Anexo C, tabla 12, pág. 118**). Posteriormente, se realizó la respectiva categorización en dicho software, facilitando la selección de relatos relevantes y la identificación de categorías emergentes que no se tenían previstas, adicionalmente, facilito la distribución de las categorías generales con el fin de dar respuesta a los objetivos específicos, como se evidencia en los tres apartados de resultados. Por otra parte, la caracterización del actor social, las estrategias para el procedimiento comunicativo y la presentación del contexto (del paso tres al cinco, expuestos en la tabla 7, págs. 55-56), se realizó de manera general, en cada uno de los apartados de resultados, pues el uso de estos elementos se presentó una vez se seleccionaron las unidades textuales y sus respectivos co-textos.

Adicionalmente, la interpretación se realizó con un sentido crítico, comprendiendo que el ACD es una descripción detallada explicativa y critica, de las formas del discurso dominante que indirectamente influye en el conocimiento social compartido, ideologías y actitudes (Van-Dijk, 1999), razón por la cual los resultados se presentan con algunos extractos de los discursos originales de las participantes (identificados con la letra designada a cada una, en el grupo de discusión virtual, sin retocarlos o sin eliminar los errores sintácticos originales), seguido por el análisis de sus discursos dominantes y alternos, relacionando estas estructuras discursivas con las estructuras de la sociedad,

teniendo en cuenta propiedades sociales como el género, las creencias y los valores, enclavados en los diferentes contextos sociales y culturales de las participantes.

7. Resultados

7.1. Análisis de contenido de las seis piezas digitales (seleccionadas por las participantes) y ACD del ejercicio conversacional (grupo de discusión virtual)

Es imprescindible saber que los resultados que se presentan en este apartado, se basan en dos aspectos: (1) el análisis que se realizó en torno a las piezas digitales seleccionadas previamente por las participantes e investigadoras, seis imágenes que generaron mayor impacto entre las participantes tras el ejercicio previo de evaluación de piezas (para mayor claridad ver anexo E), encontrando cuatro similitudes: la crudeza, la polémica (al abordar temas y problemáticas reales), la denuncia (encubierta por el chiste) y la afectación emocional que genera en quien interpreta la imagen (ej. La mayoría de las ilustraciones generaron inconformidad y frustración, considerando la necesidad de emprender acciones transformadoras y de resistencia) y (2) las piezas gráficas en general que suelen publicarse en redes sociales.

A continuación, se presentan aquellos fragmentos (discursos del grupo de discusión) que generaron mayor impacto y permitieron efectuar el análisis general, considerando interesante la forma en el que las mujeres, tanto de Latinoamérica (Colombia y México) como de Europa (España), hicieron uso de los argumentos contra la estereotipación del género femenino. Veamos, los diferentes campos semánticos y sus contenidos que se elaboraron y la presentación de los apartados de resultados con base al cumplimiento de los objetivos específicos propuestos, las cinco categorías preestablecidas (ver figura 6, pág. 54) y sus respectivas subcategorías o categorías emergentes, siguiendo el modelo de ACD propuesto por Pardo (como se citó en Díaz, 2009) y como se expuso en la tabla 7 (págs. 55-56):

7.1.1. Representación social e individual de la mujer en el ciberespacio, a través del humor gráfico publicado en las redes sociales (Facebook e Instagram)

Tabla 8

Ejemplo de análisis de contenido, en este caso de la imagen PD1

Imagen No. 1	Análisis
	<p>Fuente (red social) Facebook (Feministas Siempre).</p>
	<p>Autor(ra) Lola Vendetta.</p>
	<p>Valor de la imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transmitir sentimientos. - Crítica social.
	<p>Tipo de mensaje</p> <p>Asuntos sociales y culturales (violencia contra el género femenino y pautas de crianza).</p>
	<p>Formatos empleados Caricatura.</p>
	<p>Tipo de humor grafico Humor gráfico crudo.</p>

Figura 7. Pieza digital de humor gráfico [PD1]. Copyright 2019 por Lola Vendetta.

Descripción e interpretación (con base a las respuestas de las participantes)

La imagen se compone de dos escenas, una superior y una inferior, representando un antes y un después, donde se observa una situación “típica de enseñanza” impartida por la cuidadora de la niña, a partir de un suceso que le ocurrió a esta última, sin embargo, la segunda escena muestra un grado mayor de preocupación por parte de la cuidadora, en vista de la respuesta de la niña, al observar en el TV, una escena violenta a la que ella interpreta como un contenido romántico, con base a la situación anterior. En este formato, se evidencia como los colores (rojo y diferentes matices de negro), especialmente en la segunda escena, permiten hacer énfasis en la interpretación violenta de la misma. Al tener en cuenta la interpretación dada por las participantes en el ejercicio de evaluación de piezas, se le adjudica un valor negativo a la imagen, en vista de que eta genero sentimientos de frustración y enojo (por ej. para la P1 [X] a quien esta imagen le genero mayor impacto, dijo puntualmente: “Me transmite frustración al ver cómo desde pequeñas estamos siendo enseñadas a ser sometidas ante los hombres como si ellos tuviesen un valor y posición más importante en la sociedad que nosotras. De este tipo de enseñanzas es que se crean los prejuicios y estereotipos de: “Las mujeres son débiles” “Comportarse como una dama” “Los hombres no lloran” y otros por el estilo, los cuales han sido transmitidos desde la infancia y que se reproducen en la interacción en los diferentes contextos, por ello tanta violencia y discriminación hacia el género femenino”). Finalmnete, desde la semiótica de Peirce, es posible identificar como el color rojo y las heridas físicas, en ambos planos, son el signo que representa a la situacion de maltrato y violencia hacia el genero femenino, que trata de invisibilizarse bajo calificativos positivos como el querer, el amor o lo romantico (interpretacion).

El análisis de esta imagen se relacionó con este apartado (representación de la mujer a partir del humor gráfico).

Se identificó que PD1 (ver figura 7) fue la imagen que tuvo mayor impacto para las participantes, generando sentimientos de frustración y enojo, detrás de una risa irónica, interpretándose como una forma de desacuerdo ante lo que se está representando, en este caso la imagen de la mujer que socialmente se ha naturalizado (ej. mujer débil o sumisa en una relación de

pareja, a la merced de un tercero y objeto de agresión, ante el cumplimiento de la supuesta “obligación” de seguir el rol que se le ha asignado socialmente). Sin embargo, las participantes concuerdan al decir que en PD1, se evidencia una problemática real haciendo uso de un formato caricaturesco para mostrar como la sociedad representa en redes sociales y ha representado a lo largo de la historia a la mujer (razón por la cual se habla de una imagen monosémica), interpretándola desde un sentido de crítica social.

Para el ACD, se traen a colación la categoría preestablecida de *humor gráfico* en relación con la categoría emergente de *usabilidad en las redes sociales*, puesto que, a la hora de realizar el presente análisis, se evidenció como el contenido del humor gráfico en estas plataformas (lo que está pretendiendo representar) incluye al género femenino inmerso en diversas problemáticas sociales, llevando a las mujeres a utilizar con mayor frecuencia las redes sociales (especialmente Facebook e Instagram) y sus herramientas (buscar, compartir o comentar imágenes y creación de humor gráfico) para hablar al respecto, participando en grupos de debate y discusión o emprendiendo iniciativas de cambio y de *activismo social y político*, por la abolición de la pornografía, la prostitución, vientres de alquiler, críticas feministas o a otras teorías de dicha índole y fortaleciendo a partir de este activismo la sororidad femenina, como una forma de representarse e identificarse con las mujeres con las que comparten no solo la ideología feminista, sino también la nacionalidad, aspectos geográficos y similitudes culturales, representación que se evidencia en los siguientes relatos y en los relatos 1:39/PA y el 4:43/P de la tabla 18 (ver anexo F):

“...somos latinoamericanas... y somos hermanas de lucha y resistencia desde diferentes espacios” (P).

“Luchamos por la abolición de la prostitución, pornografía, vientres de alquiler eee y todo esto, ósea somos muy críticas con la teoría Queer y en nuestras redes sociales, bueno pues hacemos todo esee, en las redes sociales de mujeres por la abolición hacemos todo ese proxenetismo del feminismo radical” (PA).

Donde la palabra *–lucha–* y sus derivados (luchamos y luchar), cobran gran relevancia, demostrando la implicación y la importancia del activismo en redes sociales para la forma como la

mujer se está representando actualmente en el ciberespacio, como un actor social activo, como agente que educa e imparte estrategias de enseñanza, en pro de la lucha por sus derechos y su preocupación por las problemáticas en las que el principal sujeto afectado es ella, como se evidencia en el siguiente relato, sin aceptar la representación o estereotipo social de vulnerable o débil y sin exponerse a ello, además, ellas han adoptado las redes sociales y están haciendo un uso más frecuente de estas para representarse así mismas como mujeres independientes y para emprender y exponer su trabajo a nivel profesional y social:

“...que clase de frase mensaje está lanzando y que esto al final nos afecta a todas las mujeres, a como somos vistas socialmente... como si fuéramos eso meros floreros o objetos cosificados, hipersexualizados para el gusto del varón, entonces bueno yo lo explico mucho, soy muy pesada en mis redes sociales con este tema” (PA).

Ahora, el hecho de que el humor gráfico que se publica en redes sociales, hable de movimientos proaborto o luchas feministas, están llevando a representar o crear una imagen de la mujer como activista, pero con una percepción de “lucha infundada” o como “mujeres frustradas”, palabras que escuchamos en varias oportunidades, al hablar sobre el tema de nuestra investigación, siendo muestra de la representación tanto en el plano presencial como virtual de las mujeres que hacen parte de colectivos o movimientos feministas.

Por otra parte, en el análisis de piezas digitales como la PD5 (ver figura 8), se interpreta que,

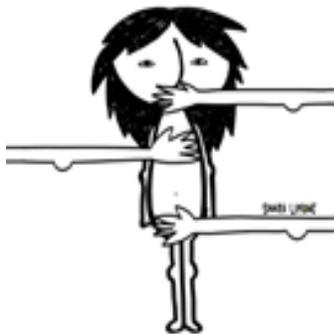


Figura 8. Pieza digital de humor gráfico [PD5].
Copyright 2019 por Shara Limone.

el incumplimiento de los típicos estereotipos sobre el rol femenino y el comportamiento o modo de pensar, equivaldría a la violación de las normas sociales, representando así a una mujer sin pudor o como si la responsabilidad de lo que le paso fuera únicamente suya (“por cómo iba vestida o por la hora en que salió”) como argumentaron las participantes en algunos relatos como el siguiente:

“... es justo lo que hablamos [al interpretar PD5] la invisibilización de la mujer, el hecho de tapar las zonas intimas es precisamente es que como te vistas es como te tratan, tu no hubieras salido en falda a las 9 de la noche no te hubieran violado...” (P).

Una mujer a quien se le adjudicaría calificativos de “zorra” o “puta”; situación que permitió evidenciar cómo se representa a la mujer a través del humor gráfico, a partir del “cumplimiento o no” de cánones de belleza, como si la mujer fuera una talla o una medida específica o socialmente aceptada y considerada bella.

De igual forma, el tema de la sexualidad de la mujer cobró gran relevancia en el conversatorio que se efectuó en torno a PD4 (ver figura 10, pág. 64) y las diferentes piezas digitales que se publican en redes sociales y que se refieren al tema de relaciones íntimas como la representación de esta población en la sociedad física como virtual, donde se hace referencia a ellas como “*objetos sexuales y floreros*” a través de publicaciones con un alto contenido de violencia y ridiculización hacia el género femenino, denunciando o perpetuando aún más su cosificación e hipersexualización e incluso la aceptación de esa vulneración por parte de la misma mujer que termina contribuyendo a su propia invisibilización, condicionando su modo de actuar y pensar y vulnerando el derecho a la libre expresión; estas son muestra de las diferentes situaciones que llevaron a hablar de los distintos modos de *violencia de género y la aceptación o naturalización de esta problemática* y de las relaciones de poder, como socializador o como guía para tratar a una mujer o entablar una relación con ellas, como se evidencia a continuación:

“... este tipo de mensajes [de los memes que se publican en redes sociales] nos afecta a todas las mujeres a como somos vistas socialmente o sea a exponernos así, o sea como si fuéramos eso meros floreros o objetos cosificados, hipersexualizados para el gusto del varón... en memes, en redes, en medios televisivos, las películas, la música en donde la mujer se ve como un objeto sexual y no como una persona, no como mujer...” (PA).

Cabe mencionar que, en la tabla 9 (pág. 70) se hizo uso de la reiteración y la nominación como estrategias para el propósito comunicativo o ACD, en torno a este apartado, en el que se distinguió entre: (1) como la mujer está siendo representada socialmente en estas plataformas (representación social) y (2) como ella a la vez hace uso de las mismas para representarse (representación individual), en este caso como medio de protesta e inconformismo ante tal

concepción social en la que aun en pleno siglo XXI, sobresalen las relaciones hegemónicas y la mujer bajo una concepción marcada fuertemente por estereotipos de género especialmente frente a su corporalidad y estética visual (tema que se ampliara en el apartado 7.1.2 de resultados).

A partir de esto, es pertinente enunciar el análisis de las concordancias de la tabla de contextos (ver tabla 18 del anexo F), donde existe una relación directa entre la mujer con términos y expresiones como –“*lucha*”, “*lo explico*”, “*invisibilización*”, “*objeto*” y “*puta*”- ya que son las mismas mujeres participantes las que se refieren a sí mismas de dicho modo, para hablar de la forma en la que las representan socialmente en el ciberespacio y el inconformismo con ello, considerándose como mujeres que están en la “lucha feminista” (a partir de su activismo político y social en redes y en su contexto presencial diario y como parte de colectivos feministas), están tratando de abolir la enajenación a las que han sido sometidas socialmente (valoración negativa de este sistema) y defender sus derechos como seres humanos. Ahora, si se habla de la caracterización de las mujeres con respecto a lo anterior, en la mayoría de los relatos, ellas hacen uso del –Nosotras- y pluralizan el termino mujer, hablando de manera general sobre –Ellas- y lo que en realidad no son, permitiendo evidenciar como en sus discursos se imprime implícitamente, la solidaridad de género (valoración positiva) independientemente de su pertenencia o no a un colectivo feminista o con claro conocimiento de esta ideología.

7.1.2. Perpetuación de estereotipos de género y perspectiva femenina, a partir de las piezas digitales de humor gráfico publicadas en Facebook e Instagram

Antes de iniciar con este apartado es pertinente aclarar que, a la hora de analizar el discurso, las participantes interpretaron la mayoría de las piezas digitales que se les presentaron, relacionándolas con los estereotipos de género y discursos hegemónicos o de poder; razón por la cual se crea este apartado, dándole cumplimiento al segundo y tercer objetivos específicos: (2) analizar como el humor gráfico participa en la generación y/o perpetuación de estereotipos y discursos hegemónicos y

alternativos de las mujeres y (3) conocer el sentido que tiene para las mujeres el humor gráfico, presentado a través de piezas digitales compartidas en Facebook e Instagram.



Figura 9. Pieza digital de humor gráfico [PD3]. Copyright 2019 por Las del Aquelarre.

En primera instancia, se tiene en cuenta el análisis de contenido de la pieza PD3 (ver figura 9), resaltando que fue la segunda imagen con mayor impacto para las participantes y el ejercicio de reflexión e interpretación que se llevó a cabo en el grupo de discusión virtual, en torno a la misma, se destaca que las participantes de México e incluso la participante europea, citan la problemática actual de dicho país, puesto que han sucedido escenas similares alrededor del mundo (ej. marcha de diamantina)

y se siguen rechazando este tipo de protestas y movimientos, reclamando justicia y el valor que se merece la mujer en la sociedad, ante la forma en la que ella, a través de los medios masivos de comunicación, trata de ocultar la problemática real, como también se interpretó a partir de la pieza PD4 (ver figura 10), la primera impresión fue de risa, considerando la respuesta de la mujer que allí se representa, sin embargo, algunas coincidieron al decir que, la situación demuestra un hecho de violencia que en varias ocasiones no es percibido como tal, incluso por la misma mujer; por otra parte, algunas consideraron que esta imagen era la visión *pornoficada* de la sexualidad (diferentes interpretaciones que permiten hablar de una imagen polisémica y que se evidencian en los relatos de este apartado).



Figura 10. Pieza digital de humor gráfico [PD4]. Copyright 2019 por Lyona Ivanona.

Dicho análisis permitió centrarnos en la categoría general de *humor gráfico*, en la que se tiene en cuenta el contenido de este (que está representando) y cuál es la interacción de la mujer con este tipo de contenido. En primer lugar, al hablar de lo que está representando actualmente el humor

gráfico que se publica en Facebook e Instagram, se encontró que la mayoría plasman aquellas situaciones en torno a los movimientos generados por los colectivos feministas, especialmente, con lo que se refiere al tema del aborto, violaciones y feminicidios (violencia de género y vulneración de los derechos de la mujer como ser humano) como se evidencia en el siguiente relato y en el relato 4:36/F de la tabla 7 (págs. 55-56):

“... es algo que hemos visto mucho, por ejemplo, en temas de aborto si puede haber como mucha discusión, muchas esto opiniones, pueden poner muchas banderas ya sean las celestes o las verdes y hasta insultos y agravios...” (P).

El humor gráfico digital, en general, está representando las diferentes problemáticas en las que están inmersas las mujeres, de dos formas: (1) con tono de burla y desacuerdo a esta ideología, como las piezas de humor gráfico crudo y (2) en tono de protesta, resistencia y en relación con el activismo social y político de las feministas (temas o aspectos considerados “antiderechistas”), en torno a estas y otras problemáticas o realidades cotidianas del género femenino, como es el fin del humor satírico, como lo argumenta una de las participantes en este relato, especialmente con relación a la corporalidad y la vulneración de sus derechos:

“...socialmente se tiene que una mujer debe de ser, entonces un poquito como lo lo que gira en torno a estos memes como de burla, como que son súper agresivos, es como comprobar el problema que en realidad existe, no y la verdad es que si, también son como realidades que todo el tiempo uno como mujer está viviendo, noo, o sea como en las violencias hacia el cuerpo, hacia los derechos...” (F).

Situación que también se presenta en los relatos 4:22/F y 4:23/F, de la tabla 9 (pág. 70), adicionalmente, las mismas participantes argumentan que el mayor aspecto que se representa a través de esta herramienta está relacionada con la violencia, directa o indirecta hacia la población femenina, como sucede con los comentarios malintencionados de otros usuarios frente a imágenes como PD3 (ver figura 9, pág. 64) y PD4 (ver figura 10, pág. 64).

Otro de los aspectos que se representan en conjunto con lo anterior, son los típicos estereotipos de género sobre el rol y los cánones de belleza (ver tabla 9 [pág. 70] y Anexo F: tabla 17) en torno a la corporalidad de la mujer, como justificación de la violencia impartida hacia el

género femenino (ej. golpes son sinónimo de amor o “*si eres gorda, te hacen un favor al violarte, quien querría estar contigo*”(F)), tópico que se convirtió en objeto de interés para la presente investigación y que se analizaron a partir de las categorías de *imagen, rol, cosificación, hipersexualización, estereotipos sexistas y relaciones hegemónicas*, categorías que además se representan con mayor frecuencia en las piezas digitales que circulan por las redes sociales, pues de acuerdo a la percepción de las participantes, dicha representación termina definiendo lo que es considerado socialmente como género, haciendo cada vez más uso de publicidad sexista para lograr tal fin; muestra de estas percepciones se evidencia en los relatos 3:15/P y 1:27/PA, que se presentan en la tabla 9 (pág. 70).

Con respecto a las relaciones de poder, constantes a lo largo de la historia de la humanidad aun cobran relevancia, puesto que, los discursos hegemónicos de las mujeres en torno de lo que “significa ser mujer” (estereotipos y roles), han pasado del plano presencial al virtual, llevando a la creación de imaginarios virtuales del género femenino, tergiversando aquellos aspectos que hacen parte del ser mujer, aspectos puntuales que predominan en las piezas digitales producidas y compartidas en estas redes sociales, ya sean como burla o como medio de crítica; en este caso son los estereotipos (estándares de belleza, corporalidad, cosificación, estereotipos sexistas) y roles (relaciones hegemónicas o de poder), que se difunden a diario por medio de estas representaciones, de alguna forma han generado en las mujeres diferentes interpretaciones (buenas o malas), produciendo en ellas pensamientos y discursos hegemónicos o alternativos acerca de su imagen y su rol en la sociedad, por ejemplo, ante comentarios malintencionados que han recibido ya sea al publicar memes o imágenes con respecto a un tema de interés personal e incluso imágenes y/o fotografías propias y prefieren no volver a realizar este tipo de publicaciones o ignorarlas, para evitar cualquier inconveniente; una muestra de la influencia que esta situación genera en el bienestar de las

usuarias (como se argumenta en el próximo apartado de resultados: 7.1.3) y como se evidencia en los siguientes relatos:

“...entonces como que muchas veces uno se cohíbe, o bueno al menos yo, de hacer esas cosas por evitar como ese rechazo de las personas...” (J).

“Sí una mujer se viste bien, si una mujer empieza a emprender, a crecer, no es que ya es prostituta o ya está haciendo algo, o está vendiendo su cuerpo...” (M).

Otra de las situaciones más relevantes frente a lo que está mostrando el humor gráfico en redes sociales, alude a temas de sexualidad, el cual sigue siendo un tabú, si se refiere de manera explícita a una mujer que disfruta o vive libremente su sexualidad adjudicándole calificativos de “zorra” o “puta” como se evidencio en el apartado anterior de resultados, pese a ello, parece paradójico como el humor gráfico de forma negativa, está sirviendo como herramienta o medio de educación sexual en la población adolescente, una problemática que conlleva a perpetuar aún más la violencia de género, como argumenta una de las participantes en el siguiente relato:

“Hoy en día el tema de la sexualidad no es un tabú para los menores de edad... hoy día los niños de 10-11-12 años ya saben cómo se debe hacer y no les está enseñando de pronto a los niños a respetar a las niñas y a las niñas a hacerse respetar de los niños, como decía anteriormente PA están en internet, medios televisivos, las películas, la música en donde la mujer se ve como un objeto sexual y no como una persona...” (M).

No obstante, en el ejercicio del grupo de discusión, se evidenció que la mayoría de las mujeres tienen discursos alternativos sobre el contenido de las imágenes presentadas por las investigadoras en dicho grupo, como se muestra en los siguientes relatos:

“[en relación con PD2]... la verdad ha sido un trabajo muy grande de reconstrucción mía como para que me llegara afectar un comentario diciéndome; negra, morena, gorda, flaca, indígena... no se es algo como que yo si he trabajado muchísimo y ahorita no creo que me afecte...” (P).

“... es la clásica imagen [PD2] que está intentando romper con otro estereotipo que está muy enfocado en la mujer, que que eso que somos más que una talla y que no tenemos por qué cumplir el canon estético, o sea otra de las grandes patas patriarcales, el canon estético y el mito de la belleza que nos tiene totalmente esclavizadas...” (PA).

Estos y muchos más han sido discursos que las mujeres han apropiado a su vida en general, ya sean mujeres pertenecientes a algún grupo activista (feminista) o mujeres que simplemente se reconocen por medio de esos discursos hegemónicos o alternativos difundidos por las redes sociales.

Estos discursos han sido partidarios de debates e imposiciones en las redes sociales perpetuando así la imagen de la mujer (estereotipos y roles) a partir de las piezas digitales que allí se publican, creando en las mujeres una infinidad de críticas acerca de la hegemonía como argumenta una de las participantes:

“Si, va más orientado a como que lo que tiene que hacer la mujer ósea lo que diga la sociedad mas no lo que ella quiera hacer” (J).

De alguna forma, este tipo de piezas publicadas en las redes sociales, producen concepciones alternativas acerca de la imagen y el rol de la mujer frente a la sociedad (ej. PD2 [ver figura 11]), cambiando de cierta forma las actitudes de las mujeres para con la sociedad y con ellas mismas. De igual forma, es importante tener presente que, el tema de las piezas digitales se ve reforzado por los comentarios que desencadenan cada una de las imágenes, pues se evidencia que la molestia de las mujeres es mayor cuando los comentarios de burla son efectuados por mujeres, por ejemplo:

“...es que tristemente estamos en una sociedad, en donde las mujeres somos también muy machistas, entonces entre nosotras mismas, se dan muy duro y tratan de opacar a las otras mujeres...” (M).

Comentarios que de alguna forma hieren la susceptibilidad de otra mujer, generando con ello mayor rivalidad de género, sin embargo, existen discursos alternativos que justifican dicha situación, como argumenta una de las participantes:

“... pero esa rivalidad también yo creo que verdaderamente es otro rol asumido a las mujeres de competencia entre nosotras y de competitividad entre nosotras, entonces por eso hay esas conductas tan misóginas por eso yo creo que el feminismo, que la teoría feminista te abre muchísimo los ojos, te ayuda a admirar y a querer a otras mujeres y sobre todo a no competir con ellas, porque detrás de esos comentarios “mira esa cómo va vestida, mira esa cómo se expone o tal”... “es más guapa que yo”, o “es tal”, y al final para que, por la mierda de la mirada de de masculina...” (PA).

Así mismo, hay argumentos e interpretaciones como estas, donde es muy común hablar o encontrar piezas digitales en las redes sociales, que aludan también a la sororidad femenina, llevando a que las usuarias interactúen de modo diferencial con las mismas, por ejemplo, realizar comentarios



Figura 11. Pieza digital de humor gráfico [PD2].

Copyright 2019 por Feministas Siempre.

con alto contenido crítico en torno a lo que se muestra en la pieza, compartirlas para dar explicaciones o impartir una forma de enseñar y concientizar al mismo género femenino, siendo este un modo de contribuir al fortalecimiento de la sororidad femenina.

Asimismo, los tópicos o representaciones de problemáticas sociales y culturales determinan la interpretación que realizan las mujeres frente al humor gráfico como un discurso y proceso social de resistencia, por ello, en el ejercicio comunicativo se encontró que existe tanto similitudes como diferencias, en cuanto a la categorización de las piezas digitales como humor crudo o satírico, pues si bien, estos son conceptos únicos que se manejan a nivel universal, el contexto sociocultural y temporal donde está ubicada la persona, juega un papel importante a la hora de interpretar el contenido de la pieza digital, por ejemplo, en el ejercicio comunicativo se presentó un caso puntual sobre el uso de los memes en general o piezas graficas en México, los cuales, según las participantes de dicho país, son un medio para hablar o denunciar un tema específico que suele ser fuerte o doloroso, pero que no es difundido abiertamente (ver relato 5:10/F, tabla 9 [pág. 70]); además de la participación o no en colectivos feministas; puesto que, para las mujeres que pertenecen a estos movimientos las piezas digitales presentadas ridiculizan a una sociedad indolente, ciega y pasiva, lo que representa un medio de lucha y denuncia a esas problemáticas, en comparación, con las participantes que no hacen parte de estos colectivos, quienes manifestaban que estas imágenes se presentaban con intención de burla hacia la mujer, por lo cual, hablan de la necesidad de buscar y trabajar por la igualdad de género como se evidencia en el siguiente relato tomado del ejercicio de evaluación de piezas digitales:

“Igualdad de género, las mujeres y los hombres son capaces de realizar las mismas actividades porque el género no define las capacidades de cada persona” (J).

Finalmente, dicha categorización de las piezas digitales de humor gráfico como crudo o satírico, permitió evidenciar que la mayoría de estas, fueron evaluadas por las participantes como humor gráfico crudo, pues coincidían en que el contenido que se presentaba en estas era con

intención de burla, ridiculización y crueldad hacia el género femenino, sin embargo, las participantes que hacen parte de colectivos feministas, comentaron hacer uso de piezas como estas en un sentido de resiliencia, resistencia y abrir debates, en torno a los tópicos que abordan estas y piezas digitales similares publicadas en redes sociales.

Tabla 9

Ejemplo de tabla de co-textos para el ACD, en esta oportunidad del apartado de interpretación de las mujeres, a partir del humor gráfico que se publica en Facebook e Instagram

Interpretación de la mujer sobre las piezas digitales: categoría de humor grafico			
Relatos (N. y código)	Co-texto anterior	Unidad léxica (palabras y/o frases)	Co-texto posterior
1 (4:36/F)	"... los memes que veo en el humor gráfico que se pasa, ósea que hay muchísima	<u>violencia</u>	simbólica hacia la mujer, ósea porque evidentemente ese tipo de humor gráfico al final esta perpetuando la cultura en la que está inmersa...".
2 (4:23/F)	"... entiendo que esta imagen [PD2] pretende hacer como dice P, como o sea como hacer algo súper grafico como una	<u>resistencia</u>	¿no?, sobre el estereotipo del cuerpo pero también otra cosa es que esta interesante es que en realidad son mujeres que tienen como cierta estética, porque no ponen una digamos como que no tiene curvas o que esta como más gorda, o que no tiene como lencería como súper sexi, entonces eso también me llama como la atención,...".
3 (4:22/F)	"... [Refiriéndose a PD2] La realidad es que, a mí, muy muy personalmente es algo que ocupas a manera de	<u>resistencia</u>	hablar de las tallas y del cuerpo".
4 (4:4/P)	"... [haciendo referencia a PD2] es como, una chica que no cubre los estándares, la tienen que violar o si la pueden violar ¡no!, entonces con ella si se va a hacer, ósea si hay como, una denuncia, como una molestia, como una razón de ser y me molesta muchísimo como por eso, la verdad, es que hijoles, últimamente me estoy encontrando como con los	<u>estereotipos</u>	que hay, en las corporalidades y eso, me molesta demasiado".
5 (3:15/P)	"... esta imagen [haciendo referencia a PD6] es nada más que el género, el conjunto de	<u>estereotipos</u>	que se asocian a la mujer y ese es un instrumento de subordinación patriarcal y es vamos la jerarquización sexual...".
6 (1:27/PA)	"...hay muchísimo humor gráfico tratando de de burlarse dee los roles de la mujer que se nos aso, a los que estamos asociados, muchísima publicidad muy muy muy	<u>sexista</u> ".	
7 (5:10/F) (10:7/P)	"Aquí en México lo que se hace muchísimo es que cuando uno no pueda hablar de un tema tan específico porque suena como doloroso, porque es muy fuerte sino que hacen un	<u>meme</u>	en son de burla, como que es mucho más fácil hacer memes burlándose que o sea que hablarlo, de lo que uno realmente siente".

Estos son algunos de los relatos que permiten entender el análisis de este apartado de resultados, teniendo en cuenta la categoría de humor gráfico.

Con base a lo anterior, se enuncia el análisis de las concordancias de la tabla de co-textos, donde existe una relación directa entre el humor gráfico y estereotipos de género con términos, sus conjugaciones y expresiones como –“meme”, “sexual”, “estereotipos”, “resistencia”, “violencia” (ver tabla 9 [pág. 70])- y –“estereotipo”, “cuerpo” y “rol”- (ver anexo F, tabla 19), palabras que se presentaron de forma reiterada en el discurso, teniendo en cuenta que, son precisamente estos temas a los que aluden las piezas digitales de humor gráfico que se trabajaron en esta oportunidad y la forma a partir de la cual las mujeres interpretaron cada una de estas, considerando que el formato que suele ser utilizado con mayor frecuencia es el meme con un tono satírico implícito, donde la burla hacia problemáticas y realidades actuales a las que se enfrentan como población femenina, haciendo referencia a dos aspectos detonantes: *la violencia de género y los estereotipos de género*, siendo el primero la manifestación real de lo que está sucediendo alrededor del mundo, especialmente en Latinoamérica y el segundo la forma a partir del cual dicha realidad se encubre, pues estas percepciones y modelos sobre la mujer, con respecto a su rol y posición han sido socialmente aceptadas y naturalizadas, incluso por el mismo género femenino; aspectos que las participantes relacionaron como forma “derechista” de ocultar hechos y realidades, donde son ellas las víctimas y las principales afectadas.

Como es evidente, el discurso de las mujeres sigue pluralizando el término mujer, refiriéndose de manera general a un –Ellas- y un –Nosotras-, caracterizándose de forma positiva, como una comunidad global, que necesita trabajar por la abolición de la relaciones de poder y por sus derechos como seres humanos, en igualdad de condiciones al género masculino y cuenta de este trabajo, es el realizado por las participantes mexicanas de Caóticas, la jurista española de Mujeres por la Abolición y las participantes colombianas, que a través de sus experiencias personales, estudios e

intereses individuales, han empezado a hacer uso del humor gráfico, como medio para hacer resistencia (termino al que se refirieron en repetidas ocasiones), a lo que actualmente se está mostrando en redes sociales a través de dicho medio “cómico”, recurso que no está siendo aceptado y ya no está pasando desapercibido para la población femenina, independientemente si hacen o no parte de un colectivo feminista, esta es una muestra de la adopción del ciberespacio como espacio para la lucha y el *activismo social y político*.

7.1.3. Incidencia en el bienestar subjetivo y la construcción identitaria de la mujer, a partir de la interacción con piezas digitales de humor

Se logró identificar que sin duda alguna el humor gráfico en general, hace parte fundamental de la construcción identitaria tanto individual como colectiva o cultural, debido a que, por medio de estas piezas se visibiliza, critica y/o perpetúan los estereotipos, roles, comportamientos, relaciones de poder y narrativas dominantes, que afectan directamente a la mujer, en su mayoría hipersexualizando y cosificándola (como se habló en el apartado anterior de resultados: 7.1.1), en donde la mujer pareciera no tener poder sobre su cuerpo, evidenciando una problemática más sociocultural que individual, puesto que ella está inmersa en una cultura patriarcal y dominante, en la cual la violencia hacia la mujer es aceptada y naturalizada bajo el pretexto de que:

“...los hombres manifiestan su amor por medio del contacto físico o a los golpes...” (F).

Afectando no solo el bienestar, sino la construcción de su ser y de una u otra forma permitiendo la perpetuación de la cultura patriarcal, siendo esta una estructura sociocultural que atraviesa en general a Latinoamérica, caso relevante evidenciado por las participantes de México, quienes por medios de piezas graficas han “resistido” la ola de violencia que actualmente está viviendo su país, realidad que se representa a través de piezas como PD3 (ver figura 9, pág. 64), la cual evoco frustraciones e impotencias aludiendo que, en este país aún existe una mirada normalizada de la violencia y un arcaísmo social, donde la cultura doble moral, hace parte de la cotidianidad,

realizando una crítica muy fuerte a la indiferencia ante los derechos de la mujer, como argumenta una de las participantes:

“... en diferentes pates del mundo se evidencia la despreocupación por los derechos humanos de las mujeres, sin importar si es un país supuestamente desarrollado o no” (PA)...”.

Sin duda una realidad social que también afecta a Colombia, debido a que es una sociedad donde el machismo, el acoso y la violencia son recurrentes y en especial las redes sociales, puesto que allí se publican imágenes con tintes sexuales, donde la mujer es considerado como un objeto o mercancía, donde su cosificación es evidente, como argumentaron las participantes al interpretar las piezas digitales (PD5 [ver figura 8, pág. 61] y PD6 [ver figura 14, pág. 76]). Esta problemática se manifiesta a través de ilustraciones con un toque de humor o cuyas imágenes son aparentemente no violentas, como afirmaron algunas de las participantes, al evocar ciertos memes, publicaciones y los comentarios alrededor de estos, que les generaron bastante molestia e indignación como se evidencia en las figuras 12 y 13 (pág. 73 y 74), las cuales representan el estado actual de la sociedad, la cultura bajo la cual se está educando, la crítica hacia la mujer y los colectivos feministas, influyendo notoriamente en su identidad cultural, posición frente a una problemática social, autoaceptación y amor propio, como refieren las participantes:



Figura 13. Uso de App Pintzap para la creación del meme. Copyright 2019 autoría propia.

“...yo crecí en una familia muy tradicional, donde el padre golpeaba a la madre y la mamá por los hijos, por amor y todo ese tema soportaba...” (M).

“... una imagen [que F vio en un red social] bueno, donde... había una mujer estee, que estaba gorda y traía un letrero donde dice, ... nos violan, no nos cuidan ¡no!, entonces los comentarios respecto a este meme, ósea me impacto muchísimo, porque los comentarios a partir de ese meme, como, pues si a ti te violan te harían un favor ¡no!, eee y así como que, favor te harían por violarte por el cuerpo que tienes, entonces se me hizo como súper impactante... (F).

“... es como un meme,... que tienen como estos dos botones rojos, son como una caricatura de superhéroes,... un hombre agarrando, sudando y tienen como dos opciones... donde una decisión era estee, por el aborto legal, seguro y gratuito y la otra era como este, por la gratuidad en temas de cáncer de mama, ... y el link de arriba decía como: las feministas ni ellas



Figura 12. Manifestantes en Chiapas en contra de abusos sexuales cometidos por los cuerpos policiales. Copyright Ruiz 2019 por López / EFE.

mismas se entienden y como que se contradicen, ... me detuve a verlo porque me ofendió más y me enojo más darme cuenta que son unos temas muy diferentes y que que lo utilizan como un discurso súper derechista ¡no! y súper antiderechos ¡no!,...” (F).

En cuanto a identidad individual y cultural, que fueron sin duda las más relevantes en el grupo de discusión y su relación con las piezas digitales presentadas en el grupo de discusión, da cuenta de cómo la mujer ha tenido que sobrevivir bajo una estructura patriarcal que poco o nada le permite ser autónoma en relación con su cuerpo y por supuesto su vida, dejándonos como resultado la siguiente frase icónica: *“La mujer es por y para la sociedad, nunca para sí misma”*.

Si bien, algunas de las piezas gráficas de humor, que se publican actualmente en redes sociales han permitido la reivindicación de los derechos de la mujer, también juegan un papel importante en cuanto a la identidad individual, pues participantes como P, narraban que:

“[con relación a PD2] ... Hay un después en el feminismo sobre tu cuerpo, porque tu empiezas a conocer en realidad, le quitas como toda esa carga socialmente que tiene y empiezas como un poco a aceptarte, pero cada quien, en su proceso, pero en realidad ahora sí, ósea antes me costaba muchísimo trabajo decir que era una chica gorda y ahora no me cuesta nada de trabajo” (P).

Dando cuenta que, por medio de piezas gráficas como PD2 (ver figura 11, pág. 68), han iniciado un proceso de reconstrucción personal, en cuanto a la aceptación de su corporalidad, construyendo así su identidad individual y colectiva, puesto que algunas de ellas trabajan con grupos de mujeres, con la finalidad de erradicar el sistema patriarcal reaprendiendo el significado real del feminismo, visto por ellas como una práctica de amor propio y de sororidad dejando a un lado la creencia de “la rivalidad y competencia entre mujeres” y fomentado la unión y la libertad:

“...trabajamos con esas mujeres que, en realidad, a veces nos saben nada de feminismo, pero si saben que es, que ellas han podido salir adelante solas, pues entonces queremos justamente que nos cuenten ese poder interno, que para nosotros es el amor propio que se necesita para salir adelante...” (P).

En cuanto al bienestar subjetivo como ya se ha evidenciado a lo largo del documento, el humor gráfico está directamente relacionado con la emocionalidad, los sentimientos y las actitudes tanto positivas como negativas. Por un lado, se logra encontrar que algunas piezas como PD2 (ver figura 11, pág. 68) generan entusiasmo, positivismo y suelen ser sinónimo de la lucha feminista, un

grito contra los estereotipos y la discriminación, piezas digitales que explican lo que por años han vivido las mujeres y que son ellas mismas las que ahora lo están denunciando, ya sea por medio del humor gráfico o por medio de comentarios, siendo importante la visibilización de una problemática real. Sin embargo, se evidenciaron efectos diferentes entre las participantes con respecto a algunas piezas digitales presentadas, ya que, las interpretan desde su experiencia, consideraron que algunas imágenes donde muestra la corporalidad femenina en cuanto a tallas y pesos, actúan como medio de autoconstrucción y motivación, para aceptar su cuerpo de manera positiva, pues, estas ponen en manifiesto la resistencia femenina a los cánones de belleza impuestos socialmente y fomentan la aceptación de las diferentes corporalidades, como se evidencia a continuación:

“...este tipo de imágenes son muy buenas y a mí lo que me transmiten es positivismo y es luchar contra ese tipo de canon...” (PA).

Para otras participantes, este tipo de imágenes que hacen referencia a la corporalidad femenina, como fue el caso de PD2 (ver figura 11, pág. 68), les ofende y denigra, especialmente aquellas que llevan más tiempo en grupos feministas, puesto que su perspectiva ante estas suele ser un poco más crítica, como se evidencia en este relato:

“... [refiriéndose a PD2] otra cosa es que esta interesante es que en realidad son mujeres que tienen como cierta estética que suelen mostrarse, porque no ponen una digamos como que no tiene curvas o que esta como más gorda, o que no tiene como lencería como súper sexi, entonces eso también me llama como la atención, o sea como bien, el otro día estaba viendo como alguien decía que sacaban modelos de plus, de la talla extragrande, pero que eran mujeres extremadamente con curvas, ... que no tenían panza y que se les ve como extremadamente sexi y perfectas ¿No?, que aún se sigue pues con el estereotipo, como que no ha cambiado nada, ...” (P).

Cabe mencionar que, las piezas de humor gráfico publicadas en redes sociales generan debate en torno a su contenido, dando lugar a comentarios realizados por mujeres y hombres que muchas veces denotan la indiferencia y desconocimiento frente al tópico que en ellas se presenta; imágenes que confrontan a las mujeres en cuanto a su corporalidad y personalidad, como si se tratase de un arma social, en contra de las mujeres que no encajan en dichos estándares de belleza, una lucha diaria

contra sí mismas, su imagen y su ser, haciéndolas sentir que no tienen “valor” como lo manifestó la siguiente participante:

“Sí, pero sabes es como wey como puedes estar diciendo esto, neta es como, entonces las que no cabemos dentro de los estándares, pues ya valimos una chingada ¡no!”. (F).

Una de las imágenes que más impacto de forma negativa fue PD6 (ver figura 14), puesto que en esta se representa el sistema patriarcal, las relaciones de poder y la identidad cultural; además, en los diferentes discursos que surgieron alrededor de la misma, describían la pieza como catastrófica y caótica, algo que se asoció al hecho de estar cayendo en un agujero negro, considerando dicha imagen como representación de lo que es el género. Finalmente, la mayoría de las piezas de humor gráfico presentadas en el ejercicio,



Figura 14. Pieza digital de humor gráfico [PD6]. Copyright 2019 por feminista ilustrada.

generaron angustia, frustración e incluso dolor, que no son más que representaciones graficas de nuestra cultura y de la perpetuación de comportamientos y creencias que afectan en gran medida al bienestar de las mujeres y su construcción tanto individual como social, como se evidencia en la siguiente narrativa:

“...toda la cultura en la que estamos inmersas... a través del humor gráfico, a través de las películas, de los libros bueno pues se lanzan una serie de mensajes muy dañinos para la mujer, ya sea los roles de lo que hablábamos antes o por ejemplo en la “maternidad obligatoria” o el mito del amor romántico, todo eso está en eso del humor gráfico que vemos, entonces por supuesto que nos construye, pues es que el humor gráfico, o sea que nos influye pero eso el humor gráfico es una ínfima parte de todo eso que nos está influyendo en nuestro día a día y que bueno nos construye muchísimo como personas “ (PA).

A partir del análisis anterior, se enuncia el análisis de las concordancias de la tabla de contextos, donde existe una relación directa entre el humor gráfico y bienestar subjetivo e identidad con términos como –“feminismo”, “resistencia, poder interno”, “sociocultural” y “patriarcal”- los cuales fueron claves para identificar como a través de la “resistencia femenina” se reivindican los derechos de las mujeres, que según los discursos es una forma de luchar, de erradicar los cánones de belleza, promover la sororidad y empoderar a la mujer desde su corporalidad; dicha acción se

visibiliza de forma positiva, siendo su objetivo principal trabajar desde un plano individual y sociocultural. También, fue posible evidenciar la naturalización de una cultura patriarcal, cuyas acciones se legitiman bajo las relaciones de poder, tal y como se muestra en los diferentes discursos sobre hechos como los feminicidios, los cuales se han normalizado, ignorado e incluso han sido objeto para la realización de memes en forma de burla, atacando directamente a las mujeres; lo que conlleva a la naturalización de la violencia de género y la hipersexualización de la mujer.

Finalmente, consideramos que la razón por la cual no se presentaron diferencias significativas en la interpretación hecha por las participantes en torno a las piezas digitales, que nosotras como investigadoras les presentamos en el grupo de discusión, se debe en gran medida al hecho de pertenecer a ciertos grupos como es el caso de los movimientos feministas, los cuales logran que las mujeres apropien discursos alternativos, como se mostró en algunos de los relatos de las participantes de España y México, en comparación con las participantes de Colombia que en su mayoría presentaron discursos hegemónicos y resistencias al cambio, demostrando como los movimientos feministas en nuestro país, no tienen la misma fuerza como en otros países de Latinoamérica y Europa, donde se han apropiado del humor gráfico como medio para realizar activismo y crítica social, con el fin de reconstruir una sociedad igualitaria y equitativa; sin duda, el humor gráfico es una forma para alzar la voz contra las creencias y el “peso” que conlleva socialmente el ser mujer en cualquier parte del mundo, donde nuestro cuerpo no sea un campo de batalla, ni mucho menos un arma de guerra y finalmente poder decir con seguridad: “que tener vagina no es un infierno”.

8. Discusión de resultados

Partiendo del postulado de Cornejo *et al.*, 2016 sobre el construccionismo social, damos cuenta de que existe una diferencia entre el discurso feminista empleado por las mujeres pertenecientes a estos movimientos y los hegemónicos de las mujeres colombianas, en donde es evidente como cada una

construye su realidad a partir de la subjetividad, apropiación de significados y el lenguaje vivido; un hallazgo que además, permitió consolidar una concepción del género como resultado de la construcción social, articulada con la noción de subjetividad y las relaciones de poder como bien lo argumenta Butler (1993) y como se confirmó al evidenciar en el discurso de nuestras participantes la reiteración constante de esas “normas” o características que se han construido socialmente y se han asociado con el ser y el rol de lo femenino, con relación a la concepción que ellas tienen sobre la posición de la mujer a lo largo de la historia humana y en la jerarquización social “por debajo del género masculino” como ellas dieron a entender en varias oportunidades, que además, a través de diferentes interacciones como viene sucediendo en el ciberespacio o a través de las redes sociales (mediadas por nuevas formas de comunicación, expresión, prácticas discursivas o procesos sociales creativos como el humor gráfico) se ha generado la interiorización, aceptación y naturalización consciente o no por parte de la mayoría de mujeres, sin embargo, nuevas interacciones y posturas como la de los colectivos de tinte feminista han transformado dicha concepción, otorgándole un nuevo sentido al humor gráfico y a la digitalidad como medio socio-discursivo para reivindicar la concepción del género femenino, principalmente por parte de las mismas mujeres, al no aceptar el papel de víctima y expresar dicho inconformismo o nuevas formas de interpretar el mundo a través del mismo medio que les está permitiendo quitarse “la venda de los ojos” generando la construcción de discursos alternos.

En este sentido, estas ilustraciones digitales que se convierten en medio de denuncia, parecen ayudar a fomentar la sororidad entre las mujeres, haciendo explícito a través del humor, las problemáticas sociales contemporáneas relacionadas con la violencia de género, desde una mirada crítica y transformadora, dándole un giro al rol de la mujer dentro de la estructura social en el ciberespacio, llegando a utilizar concepciones como la de “mujeres de contracorriente” (termino que

fue acuñado por Casado, 2017), evidenciando como las TIC pueden ser usadas a nuestro favor si nos apropiamos de ellas para aspectos que nos beneficien a nosotras mismas y a nuestras comunidades.

Lo anterior, permitió considerar las implicaciones o consecuencias que ha generado el avance tecnológico y la actual era digital en las dinámicas sociales, pero la tecnología no solamente ha facilitado algunos aspectos positivos en la cotidianidad humana, también ha traído consigo dificultades y problemas, especialmente de orden social reafirmando lo dicho Cantillo (2009) pues, en el discurso de algunas de las participantes, consideraron que el uso de las TIC y particularmente de las redes sociales han generado y fortalecido la discriminación y los desacuerdos, siendo muy notoria la “competencia entre el género”, pero aún más entre la población femenina, perdiéndose el sentido de comunidad y solidaridad; en este sentido reconocemos la connotación del termino sororidad, el cual adquirió relevancia no solo para las participantes sino también para nosotras como mujeres investigadoras, puesto que, el fortalecimiento de la misma se considera como forma efectiva para seguir trabajando por los derechos que nos corresponde como seres humanos, además, se vislumbra el verdadero significado de los movimientos feministas, como una lucha no infundada como muchas veces suele tildarse, pues gracias a este estudio fue posible comprender el fin de esta ideología, la cual no busca la superioridad sobre lo masculino y no pretende obtener beneficios solo por el hecho de ser mujer, sino romper con la dicotomía de género y con los estigmas socialmente construidos de mujer como sinónimo de debilidad y/o fragilidad. Lo anterior da cuenta de lo dicho por Gergen (1985), pues las participantes para referirse al fenómeno de interés y dar a conocer todos estos puntos de vista, hicieron uso de una serie de términos que permiten vislumbrar la forma en la que ellas están conociendo y comprendiendo el mundo del cual hacen parte, además, estos términos (ver tablas de co-textos: tabla 9, Pág. 70 y en anexo F [tablas de la 18 a 20) fueron utilizados en repetidas ocasiones por cada una de las participantes, dando cuenta de cómo estos han sido interiorizados a partir del intercambio activo en sus contextos relacionales, especialmente en el plano

virtual, donde claramente han comenzado a reflexionar sobre el tema, gracias a el lenguaje gráfico, que crean y comparten, donde la mujer es el personaje principal, independientemente del objetivo del mensaje de la pieza.

Con respecto al humor gráfico, este se estableció como uno de los aspectos centrales de la investigación, en la cual se confirmó lo dicho por Segado (como se citó en Suárez, 2015) quien consideran que, en el humor gráfico se refleja el sentir de la población, en este caso adquiere relevancia no solo lo que trata de mostrar la pieza, sino también los comentarios de los usuarios de Facebook e Instagram, sus opiniones y sobretodo los prejuicios en torno a la mujer, algo que permitió considerar como el humor gráfico no solo es la simple conjugación del texto con el dibujo como argumenta Levin (2009) sino por el contrario, un medio de expresión y generador de ideas y sentimientos, siendo la razón por la cual las “minorías” han empezado a levantar su voz, ante las injusticias sociales, creando colectivos en pro de dichas causas, ejemplo de ello son los movimientos de los cuales hacen parte algunas de las participantes: Caóticas y Mujeres por la Abolición, quienes convirtieron estas plataformas (redes sociales) y sus herramientas (creación y difusión de piezas de humor gráfico), como medio para hacer uso del humor y la sátira en un sentido crítico, frente a las problemáticas y situaciones que las afectan, también para difundir su ideología, valores, estilos de vida, convocar y unirse con mujeres de diferentes partes del mundo, con intereses y sentires similares, trabajando por la abolición de injusticias y de discriminación.

De igual forma se identificaron deseos, creencias y sentimientos que tiene el individuo asociados con la interpretación que este hace de las piezas digitales, son en realidad el estado mental y la predisposición emocional de las participantes confirmando el postulado de Roncancio (2012), sin embargo, desde la perspectiva social e intercultural que se adoptó, se refleja la influencia de esta en las participantes del cual hacen parte y sobretodo de la forma como asumen e interpretan su realidad asociada con las relaciones hegemónicas, tal y como lo confirman los postulados adoptados en esta

investigación desde una mirada construccionista social; en este sentido, la cultura y la sociedad fueron considerados como fenómenos sociales que permean el comportamiento y pensamiento del individuo, afectando a la vez su bienestar subjetivo e identidad.

Igualmente, para la descripción de las piezas en relación al humor gráfico (crudo y satírico) se evidenciaron coincidencias en el discurso de las participantes, quienes coincidieron al hablar de los recursos que emplean ambos estilos de humor gráfico descritos por la Asociación Cultural CSN, la Universidad de Sevilla (2017), Hernández (2008) y Mendivil (2015) y como dichos recursos se convierten en aliados de la lucha feminista, generalidades que las participantes identificaron a lo largo de la investigación; lo anterior ratifica la concepción del humor como proceso resiliente como lo afirma Montero (2016) puesto que, ayuda a reconstruirse, deconstruirse y pensarse como mujer en el mundo contemporáneo, como se evidencio en los resultados de nuestra investigación y de investigaciones como las de Baraño y Muñoz (2015) y García (2018), procesos que se entendieron con relación a la teoría de la superioridad y menosprecio de Reyes (2010), permitiendo reafirmar el papel del humor gráfico como proceso socio-discursivo y su relación con la identidad grupal, en vista de que la ironía es un elemento esencial para la inclusión o la exclusión de ideas y posturas que comparten los actores sociales, así pues, el humor en cualquiera de sus formas, termina convirtiéndose en un elemento de cohesión de la identidad colectiva y el seno para que emerjan identidades de resistencia.

La participación en el ciberespacio, especialmente las redes sociales, cobra gran relevancia en la construcción identitaria de los y las usuarias, puesto que, en la gran mayoría de casos la identidad personal no se asemeja a la virtual; de esta forma se confirmó lo dicho por Arcila (2010) y Fernández (2012), pues dicha participación en el ciberespacio termina convirtiéndose en la portada o la imagen pública del individuo, revelando sus múltiples identidades, deseos, opiniones y aceptación social, factores que se relacionan fuertemente con su bienestar y la forma en la que está siendo representado

en una cultura y sociedad determinada y por supuesto en la forma en la que se reconoce y acepta a sí mismo, ya sea creando contenidos digitales o compartiéndolos en sus redes sociales.

Finalmente, en cuanto al tópico de Bienestar Subjetivo, se encontró que las participantes coincidieron, en que este tipo de imágenes promueven el hecho de como la mujer está siendo representada socialmente, llevándonos a pensar la forma como se retoma la imagen de un ser objetivizado por la sociedad a lo largo de la historia y de la mano de los medios de comunicación masivos y contemporáneos (coincidiendo con los hallazgos de Rocha, Freitas, Rosendo y Souza, 2013), pues dicha objetivización afecta emocional y psicológicamente a las mujeres participantes de la investigación, generando consecuencias negativas en sus vidas personales y sociales. Al identificar las dimensiones del bienestar subjetivo expuestas por Cuadra y Florenzano (2003) se logró encontrar que algunas de las piezas digitales utilizadas, generaron entusiasmo, positivismo y fueron consideradas como sinónimo de la lucha feminista; sin embargo, para algunas mujeres este tipo de imágenes también ocasionaron sentimientos de tristeza, ira y frustración (dimensión básica: aspectos afectivos-emocionales), relacionados con la autoconstrucción y motivación personal; por otra parte, la percepción independientemente de la valoración negativa o positiva en torno a las piezas (dimensión básica: aspectos cognitivos valorativos), perpetuando los estereotipos de género de una imagen sobrevalorada de la mujer (postura que coincide con lo dicho por Vite, 2018) e influyendo significativamente en los procesos de subjetivación, no obstante, se tiene claro que estas piezas digitales no solo reproducen estereotipos de género y patrones patriarcales, sino que permiten la negociación identitaria con respecto al género, evitando una reproducción irreflexiva de patrones de género estereotipados.

Pese a ello, todo esto permitió comprender como en los últimos años, han surgido cambios realmente significativos de la feminidad, propiciando transformaciones entorno a la identidad y el contexto socio-cultural en cual se está inmerso, deconstruyendo el modelo de mujer adoptado por un

sistema patriarcal, tanto en el ámbito social como político; Sin duda, una lucha que está en proceso, puesto que, aun en este siglo se perpetúan las relaciones de poder, los estereotipos de género, la discriminación, las desigualdades, la cosificación e hipersexualización de la mujer coincidiendo con Rodríguez (2005) sin olvidar que en esta lucha, la producción de contenidos digitales con un toque de humor, juegan un papel central para generar contra marcos que confronten al discurso hegemónico, reconociendo de esta forma un tipo de activismo digital el cual está siendo adaptado por un número amplio de mujeres en las redes sociales.

Cabe mencionar que si bien, en esta investigación no se presentan resultados puntuales sobre la transformación del modo de pensar y actuar de las participantes, si fue el inicio del proceso de concientización, frente a las diversas problemáticas identificadas por ellas mismas, en las que son las principales afectadas, además, las participantes (independientemente de si pertenecen o no a un colectivo feminista), coincidieron en varios aspectos puntuales sobre cómo están siendo representadas en el ciberespacio y del inconformismo o malestar que esto les genera, encontrándose, que algunas de ellas hablan desde la postura de victimas aun siendo conscientes de la problemática, particularmente las tres mujeres que no hacen parte de colectivos feministas, quienes no dieron cuenta de relatos alternos sino por el contrario, relatos vacíos, llevándonos a cuestionar sobre si en verdad están entendiendo el humor gráfico como una herramienta que puede utilizarse a favor del género o en contraposición con lo que en un principio se está mostrando a través del mismo medio. Al analizar esto y al recurrir al construccionismo social para entenderlo, nos dimos cuenta que las participantes, se sienten de una u otra manera “maltratadas” pero ese sentir no es igual y ello depende de la pertenencia a una serie de grupos y es por esto que, nosotras consideramos las percepciones y significados expuestos por las participantes, no como producto innato, sino como resultado de su interacción social, haciendo énfasis en el contexto virtual y la forma como ellas interactúan a través de Facebook e Instagram.

Finalmente, nuestra investigación nos llevó a cuestionarnos lo siguiente: ¿Por qué el humor gráfico crudo, en su mayoría va dirigido a la población femenina?, ¿Cómo serían interpretadas estas imágenes por el hombre, desde una perspectiva intercultural?, ¿Qué papel cumple el humor gráfico en culturas históricamente violentas?, ¿De dónde surge la motivación de quienes crean las piezas digitales (caricaturistas e ilustradoras)?, ¿De qué forma la cognición individual y social, influyen en la reacción emocional del individuo al interpretar una pieza de humor gráfico?, ¿Cómo la identidad de género en comunidades LGBTI influye en la interpretación de las piezas digitales de humor gráfico?, ¿Cuál es la razón para que los movimientos feministas en Colombia no tengan el mismo alcance, como los movimientos de España o México?, ¿Por qué hablar de feminismo en Colombia se convirtió en un tema sin relevancia? Y finalmente ¿Por qué en Colombia el discurso hegemónico de las mujeres aún sigue siendo predominante, pese a ser conscientes de la cultura machista en la que están inmersas?

9. Conclusiones

El fenómeno investigativo, propuso un reto a nivel teórico y metodológico importante en relación al interés de comprender como el contenido del humor gráfico que se publica en redes sociales, está relacionado positiva o negativamente con el bienestar y la identidad de la mayoría de la usuarias de Facebook e Instagram; es de resaltar que esta investigación tuvo un interés por reconocer y tomar como objeto de estudio, espacios y procesos sociales en escenarios virtuales alrededor de este tópico, en vista de que el ciberespacio se configura hoy en día como un contexto de interacción propicio para desarrollar estudios de género. Consecuente con ello, pudimos evidenciar que el *paradigma crítico-hermenéutico* y la implementación de la *netnografía*, logran ser un marco y una metodología rica para comprender procesos identitarios en el ámbito de la cultura digital, en vista de que permitieron identificar y adoptar una postura crítica, frente a la forma como se están construyendo los

significados e interpretaciones del género femenino, desde la interacción social en contextos contemporáneos de comunicación digital, con base a la publicación de piezas digitales de humor gráfico, cuya población a la que va dirigida es el género femenino. Además, al tener en cuenta la base del método netnográfico, en este caso la etnografía, fue posible realizar una interpretación minuciosa, atendiendo el flujo del discurso social y fijando dicho discurso en el contexto virtual (ciberspacio) y con relación a los componentes históricos y sociales referidos a la mujer, que fueron claves para entender el fenómeno desde el paradigma adoptado.

Así mismo, se consideró que el *construccionismo social* como marco epistemológico, resulto ser pertinente en este estudio de género, en vista de la adecuación y presencia de sus postulados para entender nuestro fenómeno de estudio, encontrando y comprendiendo a través de los resultados concretos, como el hecho de que las mujeres participantes sean actores activos en el ciberspacio y generen estrategias y diferentes maneras de construir un mundo digital, marcando la diferencia con el plano físico, en cuanto a la forma de representarse y darse a conocer sin la aceptación de calificativos como los de víctima o los estereotipos y clásicos prejuicios en torno a su imagen y rol, transformando, deconstruyendo y reconstruyendo nuevas identidades, a partir de innovadoras formas de expresión y lenguaje, como es el caso del humor gráfico (visualización de los postulados a y b del episteme); de igual forma, al analizar el discurso de las participantes, concluimos que si bien la veracidad de los mismos llega a ser cuestionada, estos fueron legitimados en el ejercicio comunicativo, en vista de la aceptación de lo dicho por parte de la mayoría de las participantes, que pese a no conocerse, en el grupo de discusión manejaron un discurso enmarcado bajo la idea y la necesidad de trabajar por y para la mujer, de unirse como género y así fortalecer la sororidad femenina (visualización de los postulados c y d de Gergen en el construccionismo social).

Igualmente, se concluyó que, la participación de las mujeres en el ciberspacio, es activa e indispensable para seguir el rumbo “normal” de su cotidianidad, especialmente de aquellas que hacen

parte de un colectivo feminista y cuyo medio laboral le exige utilizar con mayor frecuencia Facebook e Instagram, convirtiéndose esta última en una plataforma indispensable y de mayor uso para dar a conocer sus convicciones, a través de la publicación y/o generación de piezas digitales, permitiendo compartir y crear elementos gráficos que denuncian la desigualdad entre géneros; no obstante, Facebook facilita el participar en debates donde el tema de interés es la mujer que se representa por medio de memes, caricaturas y frases ilustradas, algo que se ve con demasiada frecuencia, pues permite hacer y visualizar comentarios de otros usuarios, dando a conocer diferentes puntos de vista a favor o en contra del movimiento feminista con respecto a problemáticas sociales; por otra parte, para aquellas participantes que no hacen parte de un colectivo (tres de ellas), dicha participación en el ciberespacio ha sido relevante a la hora de establecer relaciones interpersonales y conectarse con personas con deseos o gustos similares o para reflexionar frente a su género, haciendo parte de otros grupos y al establecer una identidad virtual. Además, se pudo determinar que el participar en los grupos activistas feministas influye en la creación de nuevos discursos alternativos, dejando de lado los discursos hegemónicos que predominan en la sociedad, de igual forma dicha participación en estos colectivos, influye positivamente en el bienestar de las mujeres.

También se concluye que, la identidad cultural está construida desde un sistema hegemónico, en el cual las redes sociales virtuales y los medios de comunicación masivos muestran una imagen de la mujer que poco o nada tienen que ver con la realidad de cada una, afectando significativamente su bienestar, autopercepción e incluso su identidad personal y colectiva; con respecto a la identidad de género se encontraron dos puntos de vista: (1) aquellas mujeres que adoptan los estereotipos y (2) aquellas que van en contra de estos, influyendo o no en su cotidianidad.

Haciendo énfasis en el contenido de las piezas de humor gráfico que utilizamos, el uso de estas permite la reivindicación de la lucha feminista y del humor como estrategia de denuncia y resiliencia ante el maltrato e injusticia social, siendo estos memes una herramienta de reivindicación,

reflexión y concientización, ya que actualmente se ha legitimado como un lenguaje propio de los medios de comunicación contemporáneos, reafirmando la función del humor como medio de expresión y comunicación social, influyendo en el pensar y actuar, tanto individual como colectivo; sin embargo hay excepciones, ya que en algunas piezas digitales que se publican en las redes sociales en su mayoría cosifican e hipersexualizan a la mujer, siendo los principales temas la violencia simbólica y física, como representación de su realidad personal y social, influyendo en la forma de pensar, actuar y relacionarse, puesto que dichas piezas de humor, se han convertido en parte esencial de su cotidianidad, mundo laboral y activismo social; la interpretación de este contenido, fue considerado como resultado directo del lenguaje de las participantes que interactúan frecuentemente en estos escenarios de las redes sociales, donde, el lenguaje es imprescindible para visibilizar o encubrir la desigualdad de género.

En definitiva, concluimos que el humor gráfico funge como herramienta de contrapoder, esencial para el activismo femenino, emprender movimientos y causas a favor de la defensa del género y de sus derechos, incluso para que la mujer transforme y deje a un lado su papel de “víctima” y empiece a narrarse de otra forma, haciendo uso de estos lenguajes (lo gráfico y lo digital) para denunciar y emprender con ello iniciativas de cambio, que es lo que finalmente se quiere, adoptando un papel más activo, que no implique únicamente el replicar o repetir el mensaje, sino de transformarlo; así mismo, se amplía las posibilidades y funcionalidad de las redes sociales como Instagram y Facebook, no solo como herramientas tecnológicas, sino también como parte sustancial de una cultura contemporánea de cambio.

Ante los resultados de esta investigación es posible concluir que la tecnología no es neutra, puesto que depende de quien la utilice y con qué finalidad, siendo esta una herramienta que puede conllevar a dos cosas: la visibilización de minorías o la enajenación de las mismas. Así mismo y ante el gran interés y entusiasmo que se generó y evidencio por parte de las participantes y nosotras como

investigadoras, se considera necesario empezar a generar y emprender acciones de cambio y transformación socio-cultural, animándonos cada día más por seguir luchando en busca de la igualdad, equidad y la libertad sobre el propio cuerpo, pero especialmente sobre nuestra propia vida, rompiendo con cualquier cosificación y objetivación del género femenino. De manera general, no se pretende satanizar al género masculino, pero si se busca denunciar este tipo de dinámicas sociales, que lo único que generan es violencia y la perpetuación de la cosificación del ser mujer.

En cuanto a las limitaciones de la investigación encontramos: (a) trabajar con la netnografía permitió el anonimato de las participantes, sin embargo, una limitación fue la brecha digital, puesto que no todos tenemos el acceso a estos medios; (b) al hacer una investigación intercultural, es difícil ajustar los diferentes horarios de las participantes, razón por la cual se llevó a cabo dos grupos focales; (c) y por último fue difícil reclutar las participantes, en vista de los riesgos que existen en las redes sociales, razón por la cual fue necesario elaborar publicidad informativa, para convocar a más participantes. Teniendo en cuenta lo anterior, se sugiere y/o recomienda lo siguiente: seguir adoptando la metodología de análisis de contenido y ACD simultáneamente, con investigaciones netnográficas, puesto que esto enriquece el análisis de resultados; determinar con claridad los horarios para la realización del grupo de discusión y poder realizar uno solo de manera simultánea; para futuras investigaciones se recomienda llevar a cabo un solo grupo de discusión; realizar la misma investigación con otras poblaciones (ej. minorías, con el género masculino, adulto mayor, etc.), con mayor número de participantes; finalmente y teniendo en cuenta que se identificaron varias categorías emergentes como la usabilidad de las redes sociales, el manejo de la información y privacidad de los usuarios en estos escenarios virtuales, influencia en el bienestar subjetivo e identidad de la mujer, con relación con la publicación de fotografías personales, gordofobia y ciberbullying; se sugiere adoptar estas categorías como tópicos de interés para futuras investigaciones.

10. Referencias bibliográficas

- ¿Aumento de suicidios tiene que ver con el uso de nuevas tecnologías? (12 de febrero de 2017).
Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/aumento-de-suicidios-en-los-jovenes-por-las-nuevas-tecnologias/549265>
- Aguaded, J., Tello, J., y Sánchez, J. (2011). "Rostros de mujer": Análisis de estereotipos femeninos. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 90 (2): 115-124. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72922586008>
- Aguilar, D., y Said, E. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona Próxima: Revista del Instituto de Estudios en Educación de la Universidad del Norte*, (12), 190-207. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/viewFile/1145/725>
- Aillaud, M., y Piolat, A. (2012). Influence of Gender on Judgment of Dark and Nondark Humor. *Individual Differences Research*, 10(4), 211-222. Recuperado de http://centrepsyche-amu.fr/wp-content/uploads/2014/01/aillaud_piolat_2011.pdf
- Angulo, E. (s.f.). *El humor gráfico y los arquetipos de género* (Trabajo de investigación). Recuperado de http://institucional.us.es/aulaexp/PanelP/Emilio_angulo_HUMOR_GRAFICO.pdf
- Araujo del Castilhos, D., y Leoratto, D. (2013). Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. *Journal of Sports Sciences*, 35 (3), 717-739. <https://dx.doi.org/10.1590/S010132892013000300014>
- Arcila, C. (2010). *La presentación del sí-mismo en los entornos virtuales Comunicación, alteridad e identidad en chats, blogs y redes sociales* (Tesis doctoral). Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-73273/TESIS%20ARCILA,Carlos\(2010\).pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-73273/TESIS%20ARCILA,Carlos(2010).pdf)

Asociación Cultural CSN y Universidad de Sevilla. (2007). *Morfología del humor II: fabricantes*

[versión Google Books]. Recuperado de

<https://books.google.com.co/books?id=Xr4Gni8Oql8C&pg=PA30&dq=>

Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias*

Sociales, (26), 23-48. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/459/45931862002.pdf>

Barbaño, M. (2016). *Fotografía, mujer e identidad: Imágenes femeninas en la fotografía desde*

finales de los 60 (Trabajo de grado). Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=67665>

Barbaño, M., y Muñoz, A. (2015). La construcción de la imagen de las mujeres: net.art y medios de comunicación. *Historia y Comunicación Social*, 22 (1): 249-260.

Beiras, A., Cantera, L., y Casasanta, A. (2017). La construcción de una metodología feminista

cualitativa de enfoque narrativo-crítico. *Psicoperspectivas: Individuo y Sociedad*, 16(2), 54-

65. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=171053168006>

Benavides, L. (2015). “*Los estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luisa A. Martínez de la ciudad de Ambato*” (Trabajo de grado). Recuperado de

<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9756/1/tesis%20lorena%20benavides%202.pdf>

Bianco, D. (9 de abril de 2019). Celebrities con nueva fobia: el plan fuga de Twitter. *Noticias*.

Recuperado de <https://noticias.perfil.com/2019/04/09/celebrities-con-nueva-fobia-el-plan-fuga-de-twitter/>

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, España: Anagrama.

Bruel, T., Scarparo, H., Calvo, A., Herranz, J., y Blanco, A. (2013). Estudio psicosocial sobre las representaciones sociales de género. *Revista Diversitas – Perspectivas en Psicología*, 9(2),

243-255. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/dpp/v9n2/v9n2a02.pdf>

- Burrilo, F. (2005). Contribución a la crítica de la teoría psicosocial imperante. *Encuentros en Psicología Social*, 3, 5-32.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de https://monoskop.org/images/d/df/Butler_Judith_Bodies_That_Matter_On_the_Discursive_Limits_of_Sex_1993.pdf
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas: la comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-218. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Cantillo, C. (2009). *La mujer en el Ciberespacio* (Monografía para maestría). Universidad Nacional de Educación a Distancia, Caserón de San Bernardo, en el Distrito Centro de Madrid, España.
- Caprile, M., Valles, N., y Palmen, R. (2012). *Guía práctica para la inclusión de la perspectiva de género en los contenidos de la investigación* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de http://www.ciencia.gob.es/stfls/MICINN/Ministerio/FICHEROS/UMYC/Guia_practica_genero_en_las_investigaciones.pdf
- Casado, M. (2017). El humor desde las ciencias sociales: El humor como herramienta de resistencia en movimientos sociales/ El caso del 15M. *Revista de Recerca i Formació en Antropologia: Perifèria*, 22(1), 51-74. Recuperado de <https://revistes.uab.cat/periferia/article/view/v22-n1-casado>
- Casas, A., Gázquez, J., Forgas, S., y Huertas, R. (2014). La netnografía como herramienta de investigación en contextos on-line: Una aplicación al análisis de la imagen de los servicios públicos de transporte. *Revista Innovar Journal*, 24(52), 89-101. Recuperado de

- <https://www.agesic.gub.uy/innovaportal/file/5885/1/la-netnografia-como-herramienta-de-investigacion-en-contextos-on-line.pdf>
- Castro, J. (2018). *Prácticas coeducativas en torno a la cultura digital: (des)encuentros intergeneracionales* (Trabajo de posgrado). Recuperado de [https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/26063/3/Disertacion%20Julieth%20Final%20entrega%203.0%20\(2\).pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/26063/3/Disertacion%20Julieth%20Final%20entrega%203.0%20(2).pdf)
- Chamorro, M. (2012). El Humor Gráfico Desde Una Perspectiva Retórica. *Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, 15 (5): 1-17.
- Cifuentes, R. (2011). Enfoques de investigación. En Novedades Educativas de México S.A. de C.V. (Ed.), *Diseño de proyectos de investigación cualitativa* (pp. 23-42). Buenos Aires, Argentina: Noveduc. Recuperado de <http://files.coordinacion-de-investigaciones.webnode.com.co/200000021-47c0549bf3/Enfoque%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Cornejo, R., Albornoz, N., y Palacios, D. (2016). Subjetividad, realidad y discurso entre el determinismo estructuralista y el construccionismo social. *Cinta Moebio*, (56), 121-135. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n56/art01.pdf>
- Cronología de víctimas mortales de violencia de género de 2019. (19 de agosto). *El País*. Recuperado de https://elpais.com/sociedad/2019/02/06/actualidad/1549439631_636546.html
- Cuadra, H., y Florenzano, R. (2003). Bienestar subjetivo: Hacia una Psicología positiva. *Revista de Psicología de la Universidad de Chile*, 7(1), 83-96.
- Denegri, M., García, C; González, N. (2015). Definición de bienestar subjetivo en adultos jóvenes profesionales chilenos: Un estudio con redes semánticas naturales. *CES Psicología*, 8 (1), 77-97. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4235/423539425006.pdf>

- Díaz, H. (2009). *Análisis crítico del discurso de dos noticias en prensa sobre presuntos integrantes de las FARC en la universidad* (Proyecto de trabajo de grado). Recuperado de <http://www.humanas.unal.edu.co/2017//index.php>
- Dietz, M. (2003). Current controversies in feminist theory. *Revisión Anual de Ciencias Políticas*, 6, 399-431. Recuperado de <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.6.121901.085635>
- Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, A., y Pastor, I. (2016). Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género. *Comunicar*, 24 (46), 67-76. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/29595/2/c4607es.pdf>
- El país feminicida: 1,199 mexicanas fueron asesinadas en lo que va de 2019. (30 de mayo del 2019). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2019/05/30/feminicidio-en-cifras-rojas-en-mexico-asesinan-diariamente-a-nueve-mujeres/>
- Espinar, E. (2009). Estereotipos de Género. *Instituto universitario de desarrollo social y paz*. (326), 17-21. Recuperado de <https://revistas.comillas.edu/index.php/padresymaestros/article/viewFile/1319/1126>
- Estrada (2010). Recursos crítico-interpretativos para la Psicología Social. *Revista Colombiana de Psicología*, 19(2), 261-270. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcps/v19n2/v19n2a08.pdf>
- Feminista Ilustrada. (2019). *Feministailustrada* [Ilustración]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BtvKjhCI7ZO/>
- Feministas Siempre. (2019). *Feministas siempre* [Ilustración]. Recuperado de <https://www.facebook.com/FeministasSiempre/photos/a.394156800635633/1489498787768090/?type=3&theater>

- Fernández, A. (2012). De la auto-objetivación como fuente de control. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 91, 69-78. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3923263>
- Fernández, B., Esquirol, E., Baleriola, E., y Rubio, C. (2012). El discurso popular sobre la obesidad: análisis de contenido de una discusión virtual. *Aposta, Revista de Ciencias Sociales*, (52): 1-40.
- Fernández, L., y Fernández, I. (2012). Aproximación Teórica a la identidad cultural. *Ciencias Holguín*, 18 (4), 1-13. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524363004>
- Freud, S. (1995). *El chiste y su relación con el inconsciente*. [Versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de <http://www.bibliopsi.org/docs/freud/08%20-%20Tomo%20VIII.pdf>
- Fuentes, M. (2001). La Psicología Social: Algunas consideraciones sobre su estado actual en el contexto latinoamericano. *Revista Cubana de Psicología*, 18(1), 63-68. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v18n1/07.pdf>
- Galindo, A. (2017). *Clasificación de las ciencias sociales* [Material de aula]. Universidad de Cundinamarca, Facatativá, Colombia.
- Gamba, S. (marzo de 2019). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? *MR: Mujeres en Red: El Periódico Feminista*. Recuperado de <http://www.mujaresenred.net/spip.php?article1395>
- García, M., Hoyo, M, y Fernández, C. (2014). Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa. *Revista Científica de Educomunicación*, 22(43), 35-43.
- García, N. (2018). *Pinceladas con nombre de mujer: el humor gráfico y sus ilustradoras* (Trabajo de grado). De la base de datos de Dialnet. (ISSN-e 2253-7937).

- García, P. (2016). *Estereotipos de género en Colombia: una mirada desde lo jurídico* (Trabajo de grado). Recuperado de http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/7632/Estereotipos_genero_colombia.pdf?sequence=1
- Gebrea, T., y Washington, O. (2008). La netnografía: Un método de investigación en Internet. *Revista Educar*, 42, 81-93. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3421/342130831006.pdf>
- Gergen, K. (1985). The social constructionist movement in modern psychology. *American Psychologist*, 40(3), 266-275. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/302871718_The_Social_Constructivist_Movement_in_Modern_Psychology
- Gergen, K. (2007). *Construccionismo social: aportes para el debate y la práctica* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de https://www.taosinstitute.net/websites/taos/images/publicationsfreebooks/gergen_construccionismo_social.pdf
- Gergen, K. 1996. *Realidades y relaciones*. Aproximaciones a la construcción social. Barcelona: Paidós.
- Gómez, A. (2013). Rostrosdemujer.org: análisis de estereotipos de géneros en los medios de comunicación: Construcción y validación de un website. *Encuentros*, (1): 91-103. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/259457899>
- Gómez, K., y Marín, J. (2017) *Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://www.monserrat.proed.unc.edu.ar/login/index.php>

González, F. (2013). La subjetividad en una perspectiva cultural-histórica: avanzando sobre un legado inconcluso. *CS*, (11), 19-42. Recuperado de

<http://www.scielo.org.co/pdf/recs/n11/n11a02.pdf>

González, K. (2013). *Glosario de 50 términos de Social Media & Marketing Digital*. Recuperado de <https://mktlovers.files.wordpress.com/2013/10/glosario-social-media-y-marketing-digital.pdf>

González, R. (2009). Estudios de género en educación: una rápida mirada. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 14(42), 681-699. Recuperado de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v14n42/v14n42a2.pdf>

Gosende, E. (2001). Entre construccionismo social y realismo ¿Atrapado sin salida? *UCES: Subjetividad y Procesos cognitivos*, 1, 104-127. Recuperado de

http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/534/Entre_construccionismo_social_Gosende.pdf?sequence=1

Guamán, L. (2013). Poder masculino, derechos de las mujeres e imagen femenina en la publicidad. *Punto Cero*, 27: 53-60. Recuperado de

<http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v18n27/v18n27a07.pdf>

Guerrero, P. (2002). *La cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito, Ecuador: Abya Yala.

Guzmán, C., León, C., y Vélez, D. (2015). Construcción de identidad de los y las jóvenes en las redes virtuales. *Universidad Piloto de Colombia*, 1, 14-27. Recuperado de http://www.contextos-revista.com.co/Revista%2012/A2_1construccion%20de%20identidad%20de%20los%20y%20las%20jovenes%20en%20las%20redes%20virtuales.pdf

Henao, L. (2019). *Construcción De Significados Desde La Interacción Social En Escenarios Virtuales Frente A La Violencia Política Y La Condición De Los Migrantes Venezolanos*

- Radicados En Territorio Colombiano* (Trabajo de grado Psicología). Recuperado de <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/1660>
- Hernández, L., y Sánchez, A. (2016). *Concepciones sobre el enfoque diferencial: Una mirada desde la Escuela Normal Superior de Villavicencio* (Trabajo de grado). Recuperado de <http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/2614/TE-20526.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, S. (2008). *El humor como estrategia y reflexión en la publicidad española* (Tesis de Grado). Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13232/tesis%20Silvia%20Hernandez%20Mu%C3%B1oz-.pdf?sequence=1>
- Jiménez, R. (2013). *Impacto de las redes sociales online en el bienestar subjetivo y emocional de las mujeres de zonas rurales: Educación para la e-inclusión*. Ponencia presentada en el XVI Congreso Nacional/II Internacional Modelos de Investigación Educativa de la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE). Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/66934>
- La violencia contra la mujer empeora en los últimos meses. (3 de julio de 2019). *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/cifras-de-violencia-contra-la-mujer-en-2018-y-2019/604118>
- Larraín, J. (2003). *¿América Latina moderna?: globalización e identidad* [versión Google Books]. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=sfY3bYCVVcEC&pg=PA91&lpg=PA91&dq=>
- Las del Aquelarre. (2019). *@LasdelAquelarreFeminista* [Ilustración]. Recuperado de <https://www.facebook.com/LasDelAquelarreFeminista/photos/a.471647236379116/1030748003802367/?type=3&theater>

- Lemos, A. (2006). *Ciber-cultura-remix*. Ponencia presentada en el tratado de distrito con "Digital Kinetic" en el Centro Cultural, en la mesa de "Redes: creación y reconfiguración", São Paulo, Itaú Cultural. Recuperado de <https://www.academia.edu/1771434/CIBER-CULTURA-REMIX1>
- Levin, P. (2009). *El Humor Gráfico. Un estudio preliminar* (Tesis para licenciatura). Recuperado de http://repositorio.filo.uba.ar/jspui/bitstream/filodigital/1408/3/uba_ffyl_t_2009_857206_v3.pdf
- Ley 1090 de 2006 por la cual se Reglamenta el Ejercicio de la Profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y Otras Disposiciones, 46.383, Congreso de la Republica de Colombia § (2006). Recuperado de http://colpsic.org.co/aym_image/files/LEY_1090_DE_2006.pdf
- Ley Estatutaria 1581 de 2012 por la cual se dictan Disposiciones Generales para la Protección de Datos Personales, 48.587, Congreso de la Republica de Colombia § (2012). Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html
- Lola Vendetta. (2019). *Lola.vendetta* [Ilustración]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BhljPqJF8Mr/>
- López, P. (2016). *EnREDados, del uso al abuso de las redes sociales virtuales*. Recuperado de <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/4916.pdf>
- Lumpur, K. (5 de marzo de 2019). Una adolescente se suicida tras preguntar en Instagram si debía hacerlo. *El Periódico*. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/extra/20190515/una-adolescente-se-suicida-tras-preguntar-en-instagram-si-debia-hacerlo-7455851>
- Lyona Ivanona. (2019). *Lyona_ivanona* [Ilustración]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BnofWMZHRyl/>

MacKinnon, C. (1987). *Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law* [versión Google Books].

Recuperado de

<https://books.google.com.co/books?id=rxE8FQzjpYMC&printsec=frontcover&dq=>

Mariano, D. (2003). *La Teoría De Los Signos De Charles Sanders Peirce: Semiótica Filosófica* (Tesis de Licenciatura).

Martín, L. (2003). El análisis crítico del discurso: fronteras y exclusión social de los discursos racistas. En L. Íñiguez (Ed.). *Manual para las ciencias sociales* (pp. 157-201). Recuperado de <https://www.academia.edu/541656/>

Martínez, D. (2016). Remix y apropiación: la reproductibilidad técnica llega al Gran Caribe. *Cuadernos de Literatura del Caribe e Hispanoamérica*, 23, 15-38.

Martínez, J. (2011). Método de investigación cualitativo. *Silogismo*, (8), 1-33. Recuperado de <http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>

Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*, 13 (2), 243-248. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36021230010>

Medina, A. (19 de enero de 2019). *¿El humor tiene límites? 2.0- El humor feminista*. Recuperado de <https://medium.com/psicolog%C3%ADa-del-lenguaje-ugr/el-humor-tiene-l%C3%ADmites-2-0-el-humor-feminista-b12333ad6f22>

Mejía, O. (2014). Elementos para una hermenéutica crítica: una introducción al problema del método en las ciencias sociales y el derecho. *Pensamiento Jurídico*, 39, 15-53.

Méndez, S. (2015). Femenidades racializadas e imaginarios coloniales en el humor gráfico de Cuba en el s. XIX. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 12, 135-170. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33063/Femenidades%20racializadas%20e%200imaginarios.pdf;jsessionid=2527B3B0AD041663BA0257678485CA72?sequence=1>

- Mendivil, C. (2015). Equidad de género y redes sociales: Nuevas ciudadanía de las mujeres en la globalización. *Opción*, 31(6), 577-590. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31045571035.pdf>
- Mercado, A., y Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia – Revista de Ciencias Sociales*, (53), 229-251. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v17n53/v17n53a10.pdf>
- Molano, O. (2010). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Montero M. (2006). *Teoría y práctica de la Psicología Comunitaria: la tensión entre comunidad y sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. *Anuario de Psicología*, 32(2), 13-30. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/61665/96249>
- Muñoz, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social* (Trabajo de grado). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/El%20meme%20como%20evoluci%C3%B3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%C3%B3n%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, M. (2017). El humor desde las ciencias sociales - El humor como herramienta de resistencia en movimientos sociales: El caso del 15M. *Periferia*, 22(1), 51-74. Recuperado de <https://revistes.uab.cat/periferia/article/view/v22-n1-casado/513-pdf-es>
- Nayef, H., y El-Nashar, M. (2014). "Dissecting the poisoned honey" Sexist Humor in Egypt: A linguistic analysis of sexism in Colloquial Cairene Arabic jokes. *Analisi*, 50, 131-146.

- Recuperado de
https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2014m5n50/analisi_a2014m5n50p131.pdf
- Nevado, A. (2014). *"Ana" y "Mia" en las redes sociales. Una investigación sobre la anorexia basada en las artes* (Tesis doctoral). Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/285584>
- Nogueira, C., Neves, S., y Barbosa, C. (2005). Fundamentos construcionistas sociais e críticos para o estudo do género. *Psicología: Teoría, Investigacao e práctica*, 2, 1-15. Recuperado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3954/1/artigo%20fundamentos%20construcionistas.pdf>
- Núñez, F. (2012). La fenomenología: epistemología u ontológica, de Husserl a Heidegger. *Revista Universitaria de Investigación y Diálogo Académico*, 8(3), 14-23. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/284188654_LA_FENOMENOLOGIA_EPISTEMOLOGICA_U_ONTOLOGICA_DE_HUSSERL_A_HEIDEGGER
- Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos. (2013). *Orientación sexual e identidad de género en el derecho internacional de los derechos humanos*. Recuperado de <http://acnudh.org/wp-content/uploads/2013/11/orentaci%C3%B3n-sexual-e-identidad-de-g%C3%A9nero2.pdf>
- Oliveira, K. (2016) *Participación ciudadana en redes sociales: ¿Cómo es la interacción con ayuntamientos de España y Brasil en Facebook y Twitter?* (Tesis de Maestría). De la base de datos de Enap. (DNI: Y4266244-B). Recuperado de <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/3136>
- ONG Amnistía Internacional (18 de diciembre de 2018). Un estudio en Twitter realizado mediante crowdsourcing revela la espeluznante dimensión de las conductas abusivas online contra las mujeres. *Amnistia Internacional España*. Recuperado de <https://www.es.amnesty.org/en-que->

estamos/noticias/noticia/articulo/un-estudio-en-twitter-realizado-mediante-crowdsourcing-revela-la-espeluznante-dimension-de-las-cond/

Organización de las Naciones Unidas de la Mujer. (2018). *Hechos y cifras: Acabar con la violencia contra mujeres y niñas*. Recuperado de <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>

Pardo, N (2007). *Poder, discurso y sociedad, II: Cómo hacer análisis crítico del discurso* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/10250/1/C%C3%B3mo%20hacer%20ACD.pdf>

Portillo, C. (2014). *Relación entre identidad, conducta virtual, bienestar subjetivo y rupturas afectivas en jóvenes universitarios* (Tesis de Magister). Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/46357/1/458700.2014.pdf>

Rajan, B. (2018). Una imagen vale más que mil palabras. Estudio sobre la auto curación de las mujeres millenials en las imágenes de perfil de Facebook. *Revista Científicas Complutenses*, 1 (2): 173-191.

Recéndez, E. (2016). Publicidad y estereotipos femeninos: la prensa zacatecana (1917-1931). *Debate Feminista*, 52, 50-71. Recuperado de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0188947816300615?token=>

Revilla, J. (2006). Los anclajes de la identidad personal. *Athenea Digital*, (4), 54-67.

Reyes, M. (2010). Reseña de “Psicología del humor: un enfoque integrador” de Martin, R.A. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (2), 320-334. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/805/80515381014.pdf>

Ricoeur, P. (1985). *Hermenéutica y Acción*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Docencia.

- Rocha, Freitas, Rosendo y Souza (2013). Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 34(2), 62-69.
<https://dx.doi.org/10.1590/S1983-14472013000200008>
- Rocha, T. (2009). Desarrollo de la identidad de género desde una perspectiva psico-social-cultural: un recorrido conceptual. *Revista Interamericana de Psicología*, 43(2), 250-259. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v43n2/v43n2a06.pdf>
- Rodríguez, C. (2017). *Cartografías del cuerpo de la mujer/es en el humor gráfico: una mirada feminista* (Trabajo de grado de Maestría). Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/57051/1/39659284.2017.pdf>
- Rodríguez, D., y Velásquez, A. (2011). Análisis crítico del discurso multimodal en la caricatura internacional del periódico The Washington Post. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (17): 39-52. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322227523004>
- Rodríguez, L. (2015). *La perspectiva de género como aporte del feminismo para el análisis del derecho y su reconstrucción: el caso de la violencia de género* (Tesis doctoral). Recuperado de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22326/lupe_rodriguez_tesis.pdf
- Rodríguez, M. (2005). *La Construcción de la Identidad Femenina Adolescente: una encrucijada entre el culto mariano y el mundo público* (Trabajo de grado magister). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/105955>
- Romanos, E. (2013). The strategic of humor in the Spanish indignados/ 15M movement. *DRAFT*, (1), 1-19. Recuperado de https://pdfs.semanticscholar.org/f334/a01afa6732fa79f1bcb652f4fdce36070f90.pdf?_ga=2.62995239.98500320.1561650784-502304815.1561650784
- Roncancio, M. (2012). Humor gráfico y comprensión de deseos. *Revista Diversitas – Perspectivas en Psicología*, 8(2), 345-360. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/679/67925837010.pdf>

- Ruiz, P. (24 de septiembre de 2019). Epidemia feminicida en México. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/20190824/464198229232/feminicidio-violencia-mujer-mexico-violaciones-acoso-asesinatos.html>
- Ruiz, S. (2008). Aprender a desaprender: Identificar estereotipos y discriminaciones, clave para una comunicación más igualitaria. En Instituto Andaluz de la Mujer (Ed.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 5-18). Sevilla: Junta de Andaluz.
- Salido, E. (2017). Ciberfeminsimo: disidencias corporales y género itinerante. *Revell: Revista de Estudios Literarios da UEMS*, 3 (17): 48-75. Recuperado de <https://periodicosonline.uems.br/index.php/REV/article/view/2030/pdf>
- Sánchez, W. y Ortiz, P. (2016) La netnografía, un modelo etnográfico en la era digital. *Revista Espacios*, 38(13), 1-14. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n13/a17v38n13p28.pdf>
- Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de https://www.academia.edu/15022941/Investigaci%C3%B3n_Cualitativa_-_Carlos_A._Sandoval_Casilimas
- Sandoval, J. (2010). Construccinismo, conocimiento y realidad: una lectura crítica desde la Psicología Social. *Revista Mad: Revista del Magíster en Análisis Sistemico Aplicado a la Sociedad*, (23), 31-37. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311224771005>
- Santana L., y Cordeiro, R. (2007). Psicología Social, construccionismo y abordajes feministas: diálogos desconcertantes. *Fermentum: Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(50), 599-616. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/705/70505008.pdf>

- Santos, E. (2018). Construcción de la identidad digital, a través del yo-objeto: proceso de auto-objetivación y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura*, 15(2), 301-309. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/59724>
- Schongut, N. (2012). La construcción social de la masculinidad: poder, hegemonía y violencia. *Psicología, conocimiento y sociedad*, 2(2), 27-65. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4758/475847408003.pdf>
- Shara Limone. (2019). *Sharalimone* [Ilustración]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BrKwAc6hNah/>
- Shifman, L. (2011). An anatomy of a YouTube meme. *Sage Publications Ltd*, 14 (2), 1-30. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/eb90/3acf8ee5107d442219e3bafecb995cad5452.pdf>
- Sierra, L. (2009). Reseña de "Cibercultura: La cultura de la sociedad digital" de Pierre Lévy". *Signo y Pensamiento*, 23(54), 386-388. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/860/86011409029.pdf>
- Skaf, E. (2019). "Instagram Stories", todo lo que necesitas saber para sacar el máximo provecho de esta funcionalidad. Recuperado de <https://postcron.com/es/blog/instagram-stories/>
- Strain, M., Saucier, D., y Martens, A. (2015). Sexist Humor in Facebook Profiles: Perceptions of Humor Targeting Women and Men. *International Journal of Humor Research*, 28(1), 119-141. Recuperado de <https://www.degruyter.com/view/j/humr.2015.28.issue-1/humor-2014-0137/humor-2014-0137.xml>
- Suárez, M. (2015). El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas del país. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 12, 227-255. Recuperado de <https://ipena44.files.wordpress.com/2016/01/suarez.pdf>

- Toro, E., Ospina, D., Archbold, G., y González, E. (2019). Relaciones entre el construccionismo social y la terapia familiar narrativa. *Tempus Psicológico*, 2(2), 79-98.
- Tortajada, I., Arana, N., y Martínez, I. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 21 (41): 177-186. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15828675019.pdf>
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de <https://danielcastellar.files.wordpress.com/2014/05/turkle-sherry-la-vida-en-la-pantalla.pdf>
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., y Valdecasa, E. (2011). *Las redes sociales en internet* [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf
- Valkenburg, P. y Peter (2009). Social consequences of the internet for adolescents. *Current Directions in Psychological Science*, 18 (1), 1-5.
- Valle, P. (2014). *La cuestión femenina en el peronismo: sufragio femenino, hijos ilegítimos y divorcio* [versión Google Books]. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=xxUPCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=>
- Van-Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso* [Versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf>
- Vasco, C. (1990). *Tres estilos de trabajo en las ciencias sociales: comentarios a propósito del artículo "Conocimiento e Interés" de Jurgen Habermas*. Bogotá, Colombia: Centro de Investigación y Educación Popular.

- Vera, J., y Valenzuela, J. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicología & Sociedades*, 24(2), 272-282. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v24n2/03.pdf>
- Villa, M., Herrera, J., y Bautista, J. (2017). Análisis del contenido de las imágenes publicadas en Facebook por la audiencia del programa radial Boyacá Noticias durante el Paro Nacional Agrario en Colombia. *AdComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (13), 111-134. Recuperado de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/370/343>
- Vite, O. (2018). El cuerpo como capital social en Instagram: el caso de @adri_vainilla. *Ulima*, (29), 201-225. Recuperado de <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1553/2070>
- Zárate, J. (2015). La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor. *EIDOS*, (23), 117-134. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eidos/n23/n23a07.pdf>