



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**MAESTRIA EN ESTUDIOS DE LAS MUJERES Y DE GÉNERO**

**El amor en tiempos de redes sociales**

**Una aproximación analítica a partir de los memes en  
San Valentín (Argentina, año 2020)**

**Autora: Alvarado, Patricia Maitén**

**Lic. en Psicología- Profesora en Psicología**

**Directora de Tesis: Fanese, Marta Griselda**

**Fecha de presentación: 31/03/24**

**Este trabajo está dedicado**  
**a mi hija Luna por su ayuda a revisar mi forma de ver el mundo,**  
**a mi compañero Diego por incentivar siempre mi crecimiento,**  
**a Griselda Fanese por su apoyo y estímulo incondicional,**  
**y a todas las mujeres que allanaron mi camino para llegar a ser quien soy hoy.**

## ÍNDICE

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>4</b>
<b>POSICIONAMIENTO EPISTEMOLÓGICO</b>	<b>6</b>
<b>CONTEXTO HISTÓRICO</b>	<b>9</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo 1 Acerca de la perspectiva de género</b>	<b>15</b>
1.1 Concepto de género	15
1.2 La expresión del género en el lenguaje	16
<b>Capítulo 2 La socialización</b>	<b>18</b>
2.1 Conceptualización del término socialización	18
2.2 La socialización diferencial	19
2.2.3 Sororidad versus pacto entre varones	21
2.3 Agentes de socialización	22
2.3.1 La familia	22
2.3.2 Grupo de pares	24
2.3.3 La escuela	25
2.3.4 Los medios de comunicación	26
<b>Capítulo 3 El amor desde la perspectiva de género</b>	<b>30</b>
3.1 Desde el amor burgués al amor libre. Una aproximación histórica	30
3.2 Críticas feministas al amor romántico	32
3.3 El amor romántico y la violencia de género	36
3.4 Nuevas configuraciones de las relaciones amorosas	37
3.4.1 Identidades de género, identidades sexuales y amores disidentes	40
3.4.2 El poliamor, las parejas libres y el amor libre	42
<b>Capítulo 4 Representaciones sociales y estereotipos</b>	<b>45</b>

4.1 Las representaciones sociales	45
4.2 Los roles de género	46
4.3 Los estereotipos	46
4.3.1 Los estereotipos de género	48
4.3.2 Cambios y rupturas en los estereotipos tradicionales	52
<b>Capítulo 5 El disciplinamiento de los cuerpos de las mujeres</b>	<b>54</b>
5.1 Violencia estética	55
5.2 La juventud eterna y la gerontofobia	58
5.3 El ideal de la blancura y el racismo	59
5.4 Sexualidad femenina	60
<b>Capítulo 6 Redes sociales y comunicación</b>	<b>63</b>
6.1 Redes sociales	63
6.2 Los memes	65
<b>Capítulo 7 Estado de la cuestión</b>	<b>70</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>71</b>
<b>INTERROGANTES</b>	<b>71</b>
<b>PROPUESTA METODOLÓGICA</b>	<b>72</b>
<b>CORPUS EMPÍRICO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>76</b>
<b>ANÁLISIS</b>	<b>77</b>
<b>CONCLUSIONES PARCIALES. UN ANÁLISIS DEL CORPUS</b>	<b>99</b>
<b>CONCLUSION Y CIERRE</b>	<b>106</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>109</b>
<b>ANEXO</b>	<b>120</b>

## ***FORMULACIÓN DEL PROBLEMA<sup>1</sup>***

**“El terreno del amor es el terreno donde las mujeres seguimos más colonizadas, aún las mujeres comprometidas en cambiar el mundo y descolonizarlo”**

**Marcela Lagarde**

***(Claves feministas para la negociación en el amor)***

El problema que origina esta investigación es qué representaciones sociales de las relaciones amorosas de pareja están vigentes en nuestra cultura, entendiendo que analizar dichas representaciones sociales como construcción social puede colaborar a conocer como crear relaciones amorosas más igualitarias. Me interesó trabajar sobre el tema del amor porque en mi práctica profesional como psicóloga clínica he observado que, más allá de las conquistas en términos de derechos e igualdad de oportunidades que el movimiento de mujeres ha logrado, el amor sigue siendo un territorio en el cual las mujeres seguimos muy atravesadas por mandatos inherentes a la cultura patriarcal. Me he enfrentado con el hecho de que gran parte de las mujeres que asistí terapéuticamente alcanzaban metas personales en diversos campos rompiendo con mandatos patriarcales, pero en simultáneo encontraban más dificultad para romper con los imperativos patriarcales respecto del amor, siendo este un campo generador de mucho sufrimiento psíquico y en muchas ocasiones asociado a situaciones de violencia de género. Esto me llevó a pensar en la importancia de desentrañar las representaciones y sentidos que circulan respecto al amor, considerando que el tema requiere un abordaje que trascienda el análisis de caso individual. Considero, al igual que lo plantearon las feministas de la segunda ola, que “lo personal es político”, y que es necesario tensionar epistemológicamente este enunciado con la afirmación, que subyace a diversas líneas teóricas de la psicología, de que “lo político es personal”, para así poder acceder a una comprensión más acabada de la realidad que viven las mujeres. Considero que el conocimiento puede ser una puerta para desnaturalizar y modificar prácticas y concepciones

---

<sup>1</sup> Para la redacción de la presente Tesis se utilizó el formato de citación de las normas APA 7° Edición.

arraigadas en la cultura y en este sentido el aporte de la investigación sobre el amor de pareja desde la perspectiva de género es fundamental para potenciar un cambio que permita relaciones amorosas más igualitarias. Como plantean Esteban Galarza y Távora (2008) “sigue habiendo una relación estrecha entre la organización del amor y el ordenamiento desigual del mundo, que es preciso poner en evidencia” (p. 61).

Elegí como campo de investigación las redes sociales, debido a su relevancia en la vida cotidiana de las personas y a su alcance no restringido a un solo grupo etario y/o social. Según datos de julio de 2020 el sitio Hootsuite estableció que 3.960 millones de personas emplean redes sociales en todo el mundo. Esto quiere decir que la penetración de uso de las redes (porcentaje de personas que las emplean con respecto al total de la población mundial) era en ese momento del 51%. Teniendo en cuenta esta cifra tan significativa surge el interrogante: ¿Cuáles son las representaciones que circulan en las redes sociales respecto a las relaciones amorosas de pareja? Para dar respuesta al mismo abordaré en esta investigación el análisis de uno de los géneros que circulan con mayor velocidad y en mayor número: los memes. Entre otras razones que luego desarrollaré en profundidad, la elección se basa en su potencialidad comunicativa y en su capacidad de transmitir representaciones sociales.

Mediante la presente investigación analizaré, desde la perspectiva de género, memes que circularon en internet el día de San Valentín (el 14 de Febrero) de 2020. La elección de la fecha no es azarosa, ya que en diversos países (entre ellos, Argentina) ese día es reconocido como “el día de los enamorados”, convirtiéndose en una fecha clave para registrar las representaciones que circulan respecto a las relaciones amorosas de pareja.

## POSICIONAMIENTO EPISTEMOLÓGICO

Siguiendo a De Berrios y Briceño de Gómez (2009), para precisar la orientación epistemológica necesitamos referirnos a sus dos aspectos centrales: la *distinción gnoseológica*, que implica exaltar la fuente del conocimiento que da sustento a la investigación y la *orientación ontológica* de los trabajos científicos en la cual se exalta la relación entre el sujeto que investiga y el objeto investigado o realidad abordada.

A partir de los años ´70 del siglo pasado surgen críticas al feminismo tradicional por parte de las feministas chicanas, negras y lesbianas, ya que ese feminismo no contemplaba las diferentes opresiones y estos colectivos no se sentían representados en un feminismo centrado en la mujer blanca, occidental, heterosexual y de clase media. De allí que empieza a cuestionarse el universal mujeres para comenzar a incluir la diversidad por raza, clase, preferencia sexual, etc. Como plantea Audre Lorde (1982):

Estar juntas las mujeres no era suficiente, éramos distintas. Estar juntas las mujeres gay no era suficiente, éramos distintas. Estar juntas las mujeres negras no era suficiente, éramos distintas. Estar juntas las mujeres lesbianas negras no era suficiente, éramos distintas. Cada una de nosotras tenía sus propias necesidades y sus objetivos y alianzas muy diversas. La supervivencia nos advertía a algunas de nosotras que no nos podíamos permitir definirnos fácilmente, ni tampoco encerrarnos en una definición estrecha... Ha hecho falta cierto tiempo para darnos cuenta de que nuestro lugar era precisamente la casa de la diferencia, más que la seguridad de una diferencia particular. (p. 67)

Cuando hablo de “las mujeres”, me estoy refiriendo a esta complejidad a la que se refiere Lorde, y la idea subyacente es la necesidad de desarticular la categoría “mujer” como el equivalente al universal masculino (blanca, heterosexual, burguesa, de mediana edad, sin discapacidad).

Es en el devenir entre lo particular y lo diferente, que podemos encontrar los puntos de convergencia en la teoría:

Aunque las posiciones feministas pueden ser muy heterogéneas, hay dos puntos en los que se tiene consenso, el primero es que el género, en interacción con muchas otras categorías como raza, etnia, clase, edad y preferencia sexual, es un organizador clave de la vida social y, el segundo, que no es suficiente entender cómo funciona y cómo

está organizada la vida social, también es necesaria la acción para hacer equitativo ese mundo social (Blázquez Graf et al, 2010, p. 21)

Por otra parte, considero fundamental la participación de mujeres feministas en la producción del conocimiento, por la posibilidad de cuestionar e introducir modificaciones en la construcción de conocimiento. Como sostienen Blázquez Graf et al (2010) “la ciencia se ha distorsionado con supuestos sexistas en sus conceptos, teorías y aproximaciones metodológicas, por lo que es importante describir y considerar el contexto social, histórico, político y cultural en que se realiza la actividad científica” (p. 22).

La autora plantea como temas centrales de la epistemología feminista:

la crítica a los marcos de interpretación de la observación; la descripción e influencia de roles y valores sociales y políticos en la investigación; la crítica a los ideales de objetividad, racionalidad, neutralidad y universalidad, así como las propuestas de reformulación de las estructuras de autoridad epistémica. (Blázquez Graf et al, 2010, p. 23)

Respecto a los marcos de interpretación de la observación, la epistemología tradicional de las Cs. Naturales y Sociales se basó en un punto de vista masculino, observando solo lo que era de interés para los hombres con una perspectiva androcéntrica y distante, con apariencia de objetividad absoluta. Mi posicionamiento, coherente con una epistemología feminista situada, es rescatar el contexto social en el que suceden los hechos, considerando, complementariamente, la impronta de la experiencia subjetiva.

La epistemología feminista va a plantear que el conocimiento situado “refleja las perspectivas particulares de la persona que genera conocimiento, mostrando cómo es que el género sitúa a las personas que conocen.” (Blázquez Graf et al, 2010, p. 28)

Cuando hablo de rescatar la experiencia subjetiva, no me refiero solamente al análisis de lo que sucede en las personas sobre las que investigamos y su género, sino que también implica reconocer mi propia subjetividad como investigadora y reconocer que el modo en el que se hace ciencia está atravesado también por mi pertenencia a una cultura, época y contexto histórico, por mis valores sociales y políticos, e incluso por mi pertenencia de clase, raza y etnia. Pertenencias y experiencias múltiples que en algunos casos pueden resultar en desventajas y opresiones mientras en otros me sitúan en franco privilegio.

Con los aportes de la epistemología feminista se critican los ideales de objetividad, racionalidad, neutralidad y universalidad, porque se entiende que la ciencia se desarrolla en un contexto social e histórico patriarcal y esto condiciona la producción de conocimiento. Como sostienen Blázquez Graf et al (2010), el hecho de que “las comunidades científicas han estado



integradas tradicional y principalmente por hombres de clases privilegiadas ha tenido un profundo impacto en cómo se ha desarrollado la práctica y el entendimiento científico de la objetividad” (p. 26).

## CONTEXTO HISTÓRICO

**“Uno de los factores determinantes de la puesta en crisis de las subjetividades, femeninas y masculinas, se debe al fenómeno de la globalización y de su impacto sobre nuestras vidas cotidianas, sobre nuestros modos de amar y de trabajar”.**

**Burin (2007, p. 1)**

Como fue planteado en el apartado anterior, para poder efectuar un análisis profundo de un fenómeno social es necesario considerar el contexto en el que se despliega. Inicialmente me referiré al proceso de globalización.

Podemos definir a la globalización desde los diversos factores que interactúan y complejizan el campo de análisis. Asistimos a la crisis del sistema capitalista pero también del proyecto alternativo a este. Asimismo, observamos el avance global del neoliberalismo, con la concomitante caída del estado de bienestar. Los medios de comunicación han ganado protagonismo influyendo en la construcción de nuevas subjetividades y potenciando ciertos modos de relación social.

El fenómeno de la globalización ha sido abordado por diversos/as autores/as que han enfocado su análisis desde diferentes perspectivas. Me centraré en algunas/os de ellas/os que considero pueden aportar al desarrollo del tema.

Lamarca Lapuente (2004) plantea que la globalización “no es ni más ni menos que la extensión del capitalismo a escala global.” (Lamarca Lapuente, p. 1) Sostiene que “a pesar de los logros en la lucha de las mujeres, las reglas del juego siguen siendo masculinas y a esto se suma que la globalización es en sí misma androcéntrica. Sus valores son la competencia, el egoísmo, el individualismo, la compraventa, el beneficio por encima de todo, la razón instrumental y la ausencia de ética. La globalización obedece a la lógica de un solo género, induce a pensar, sentir y funcionar en clave típicamente masculina”. (Lamarca Lapuente, p. 1) Esta autora entiende a la globalización como un proceso extensivo (que busca abarcar todo el planeta) e intensivo (afecta a todas las actividades humanas), cuyo único objetivo es la obtención de mayor poder económico por parte de las grandes transnacionales y los mercados financieros. “Este globalitarismo pretende abarcar todos los territorios y ámbitos de relación humana para integrarlos en el mercado y cimentarlos en relaciones monetarias.” (Lamarca Lapuente, p. 2). Sostiene que “El capitalismo globalizante convierte todo lo que toca en mercancía.” (Lamarca Lapuente, p. 6).

Federici (2016) plantea que el capitalismo ha generado efectos en las relaciones humanas, reclusándonos en el aislamiento y el temor hacia los otros, empobreciendo las

relaciones con los demás. Hemos perdido nuestra relación con nuestro cuerpo y con los demás. Sin embargo, esta autora posiciona a las mujeres de forma particular:

Las mujeres han defendido un uso no comercial de la riqueza natural porque tienen una concepción distinta de qué es lo valioso ¿Qué te da la seguridad? No tienen confianza en el dinero, sino en la seguridad de tener animales, vacas, árboles. Hay violencia en contra de ellas porque son las protagonistas de tantas luchas (Parr. 7)

Federici (2016) hace hincapié en recuperar el valor de las relaciones interpersonales, desarrollar la capacidad de empatía, de compasión y comprensión. Plantea que es necesario un cambio subjetivo que reivindique la solidaridad.

Boron (2002) por su parte, considera la globalización como la *fase actual del imperialismo*. Así se refiere, entre otros aspectos, a la *macdonaldización cultural*, como uno de los efectos de la globalización. Llama “*macdonaldización*” a la

uniformización cultural resultante de este fenómeno, por cuanto el mismo implica la imposición o consentida adopción de valores, estilos culturales, íconos e imágenes proyectadas planetariamente a partir de la singularidad de la experiencia norteamericana y de un modelo de consumo completamente estandarizado, descontextualizado, fetichísticamente igualitario, barato y de baja calidad, cuya representación paradigmática está dada por la cadena de ventas de hamburguesas. (p. 6)

El imperialismo, según este autor, avanzaría imponiendo la cultura norteamericana en todo el mundo.

Bauman (2015) caracteriza a los tiempos actuales como una *modernidad líquida*. Plantea que nada dure mucho tiempo, y que lo nuevo devalúe a lo existente. Esto sucede con lo material y con las relaciones interpersonales. En consonancia con esta idea el autor desarrolla el concepto de *amor líquido* para hacer referencia a un fenómeno de nuestro tiempo: la fragilidad de las relaciones sentimentales.

Por su parte, Han (2012) sostiene que la sociedad positiva no admite sentimientos negativos, ni sufrimiento ni dolor. Es por ello que “el amor se aplana para convertirse en un arreglo de sentimientos agradables y de excitaciones sin complejidad ni consecuencias (...) el amor se domestica y positiva como fórmula de consumo y confort” (p. 19).

Por su parte, Schreiner (2006) hace foco en las comunicaciones y la circulación de la información. Plantea que, en el mundo global, signado por la urgencia, las distancias físicas precisan disminuir. Dice la autora: “Las telecomunicaciones, donde Internet y televisión por cable/satélite, son las principales fuentes/receptoras, ocupan un rol central en la sociedad

global” (Schreiner, 2006, p. 2). Agrega luego: “Vivimos en una realidad fluida, fragmentada, con fragilidad o hasta desaparición de las instituciones tradicionales y conocidas de pertinencia y referencia [...] en definitiva la pérdida de los marcos integradores del sentido y la identidad” (Schreiner, 2006, p. 5).

Todo esto tiene, según la autora, influencia en las subjetividades. Se van absorbiendo sin elección imágenes e informaciones, generando cierta uniformización. Para Han (2012) “la comunicación se realiza hoy como contagio, desahogo o reflejo” (p.31).

Según Díez Gutiérrez (2015) la globalización neoliberal no agota su influencia en los aspectos económicos y comunicacionales, también impone nuevas formas de ser a las personas, instala nuevas subjetividades. La subjetividad neoliberal potencia el egoísmo individual, frente a la solidaridad colectiva. Transforma la responsabilidad social y estatal, en responsabilidad individual. Estimula la competencia y el interés personal. Se genera una erosión de los vínculos sociales, el cuestionamiento de todo aquello que implique reciprocidad social y simbólica: la generosidad, las fidelidades, las lealtades, las solidaridades. El individuo en solitario es el responsable de desarrollar su potencial, y si no tiene éxito será su exclusiva responsabilidad. El sujeto neoliberal es un sujeto que ha aprendido a vivir en la incertidumbre y el riesgo, expuesto siempre al fracaso, un fracaso que dependería solo de él mismo.

Mbembe (2011), retomando el concepto de biopoder desarrollado por Foucault, desarrolla el concepto de necropoder y necropolítica para describir los mecanismos por los que los estados modernos establecen y mantienen un control sobre quién puede vivir y quién debe morir. La violencia económica, según este autor, ya no se expresa en la explotación del trabajador, sino en hacer superflua una parte importante de la población mundial. Se trata de un momento en que la distinción entre el ser humano, la cosa y la mercancía tiende a desaparecer.

Cuando hablamos del contexto histórico, es fundamental hacer referencia a los cambios instalados por los movimientos feministas. Nos encontramos asistiendo a la Cuarta ola del feminismo, con la globalización del mismo, activismo en todos los países del mundo y el ingreso de muchas jóvenes, produciendo un fenómeno intergeneracional en el que además se interesan otros actores sociales. Como dice Cobo Bedía (2019):

Cuando un movimiento social tiene tal capacidad de convocatoria es porque recoge simpatía de sectores significativos de la población. Y también porque ha sido capaz de colocar en el centro simbólico de la sociedad un significante, la necesidad de justicia

para las mujeres, compartido por amplios sectores sociales. (Cobo Bedía, 2019, p. 134)

En Argentina, el movimiento de mujeres ha profundizado su organización mediante el Encuentro Plurinacional de mujeres, lesbianas, travestis y trans (antes llamado Encuentro Nacional de mujeres), el cual se realiza anualmente en distintas ciudades del país desde el año 1986. Para la selección de las ciudades donde se realiza, si bien se elige mediante votación, se prioriza postularlas de forma estratégica según la problemática política y social más urgente. En los primeros años asistían a dichos encuentros entre 1000 y 5000 mujeres, llegando en los últimos encuentros a aproximadamente 70.000 asistentes. No existe otra experiencia similar en el mundo, que implique la autogestión, que sea tan amplia en su convocatoria y sin una organización que sostenga y financie. Sin embargo, y más allá de la magnitud y alcance que estos encuentros tienen, por lo general no ocupan demasiado espacio (si es que han llegado a ocuparlo) en los medios de comunicación oficiales. (Alma, 2018)

Se observa una mayor visibilización del movimiento de mujeres a partir del *Ni una menos*. El 3 de junio del año 2015, como respuesta a una serie de femicidios ocurridos en el país, se lanza una convocatoria a través de las redes sociales bajo la consigna “Ni Una Menos”. Esta originó una movilización de alrededor de 500 mil personas en diferentes localidades de la Argentina. Según Nijensohn, citada por Faigón (2021)

a partir de allí, y específicamente en las asambleas abiertas y democráticas a las que se convoca para los siguientes 3 junio, para el 19 de octubre de 2016, los 8M y sus Paros Nacionales e Internacionales de Mujeres, Lesbianas, Travestis y Trans, aparece una articulación de espacios heterogéneos para conformar movilizaciones unificadas con producción de documentos consensuados y constituir lo que en algún momento se da en llamar un feminismo anti-neoliberal y popular. (Faigón, 2021, Párr. 8)

Como plantea Cobo Bedía (2019) muchas personas que no se definían como feministas, se han visto representadas por las demandas del movimiento feminista, dándole legitimidad política al movimiento, propiciando la inclusión en la agenda de los gobiernos y en las propuestas electorales de los partidos de algunas demandas (sirva como ejemplo la inclusión del tema aborto en las campañas electorales para las elecciones presidenciales del año 2019 en Argentina). Dentro de esta Cuarta ola han jugado un papel importante las manifestaciones públicas, pero también las redes sociales han tenido un rol fundamental en la difusión y organización. El 8 de agosto de 2018, en Argentina, cientos de miles de mujeres se apostaban afuera del Congreso de la Nación mientras se debatía el Proyecto de ley de interrupción voluntaria del embarazo. Había antecedido a esta jornada histórica otra similar en

junio de ese mismo año, cuando el Proyecto de ley se debatía en la Cámara de diputados. Si bien los resultados no fueron favorables, se instalaba el tema públicamente, y la masiva movilización, denominada *marea verde*, hacía pensar que las demandas feministas iban a tener que ser consideradas más seriamente por el Poder Legislativo y el Poder Ejecutivo. Ya lo decía la Senadora Cristina Fernández, quien anteriormente se había pronunciado en contra del aborto: “*Las que me hicieron cambiar de opinión fueron las miles y miles de chicas que se volcaron a la calle*” y lo anticipaba el Senador Pino Solanas cuando en su discurso arengaba: “*¡Bravo chicas! Esta noche es sólo un pequeño descanso. Será ley, nadie podrá parar a la oleada de la nueva generación*”. Una marea caracterizada por la participación de muchas generaciones, pero en la cual se podía distinguir claramente la multitudinaria presencia de jóvenes.

La Cuarta ola viene a interpelar la *reacción patriarcal*, surgida luego de la Tercera ola a fines de los años ochenta que, con un aparente carácter no político, intentó persuadir a las sociedades de que el lugar de las mujeres era el de la subordinación. Según Cobo Bedía (2019) las mujeres pasaron de estar a la defensiva a una actitud ofensiva, que impide que se recorten derechos pero que también están dispuestas a conceptualizar y politizar la realidad naturalizada: “los cuidados, el amor romántico, la maternidad, la sexualidad, la prostitución o la pornografía, de la misma forma que está politizando fenómenos patriarcales nuevos, como los vientres de alquiler.” (Cobo, 2019, p. 135).

La autora asocia el surgimiento de la Cuarta ola, también, a los estudios que aparecen a partir de los años ochenta, en los cuales se pasa de centrar el foco en la opresión patriarcal para empezar a visibilizar las múltiples opresiones que sufren las mujeres, incluyendo la categoría de raza, etnia, clase, orientación sexual, etc., cuestionando así el sujeto político del feminismo y en simultáneo el concepto de ‘mujeres’. Sostiene que “a partir de esa década se configurará otro discurso y otra estrategia política mucho más centrados en la complejidad, tensiones e incluso contradicciones del feminismo con otros pensamientos relativos a otras desigualdades.” (Cobo, 2019, p. 137). Se hace evidente, para amplios sectores del feminismo, que el capitalismo neoliberal articula y sostiene el patriarcado, y que la estrategia de desarticulación de estos sistemas debe abordarse sin desconocer su alianza.

Esta cuarta ola también es resistida desde sectores más conservadores, de derecha y asociados a fundamentalismos religiosos. Como dice Russo (2020), “trae de nuevo a la familia tradicional-el provee, ella procrea- como lo normal, y hace de ella uno de los pilares de su batalla cultural” (p. 117). El movimiento autodenominado “*Pro-vida*”, las manifestaciones de padres y madres en contra de la ESI (Educación Sexual Integral), con el

lema “*Con mis hijos no te metas*”; las proclamas públicas en contra de lo que denomina “ideología de género”, entre otras, vienen a mostrar que nuevamente los feminismos encuentran resistencia frente a sus avances.

## MARCO TEÓRICO

### Capítulo 1

#### Acerca de la perspectiva de género

##### 1.1. Concepto de género

Entendemos por género al “conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que se elaboran a partir de la diferencia anatómica entre los sexos” (Lamas, s/f, párr. 1). Siguiendo a esta autora, “el género es más que un poderoso principio de diferenciación social: es un brutal productor de discriminaciones y desigualdades. Las ideas y las prácticas de género jerarquizan social, económica y jurídicamente a los seres humanos.” (Lamas, s/f, Párr. 1).

Entre las nociones con potencial explicativo sobre el género, Faur (2008) señala:

El género es una categoría construida, no natural, que atraviesa tanto la esfera individual como la social (...) influye de forma crítica en la división sexual del trabajo, la distribución de los recursos y la definición de jerarquías entre hombres y mujeres en cada sociedad. En suma, la construcción social y cultural de las identidades y relaciones sociales de género redundan en el modo diferencial en que hombres y mujeres pueden desarrollarse en el marco de las sociedades de pertenencia, a través de su participación en la esfera familiar, laboral, comunitaria y política. De este modo, la configuración de la organización social de relaciones de género incide sustantivamente en el ejercicio pleno de los derechos humanos de mujeres y varones. (Faur, 2008, p. 23)

Oliva Portolés (2005), por su parte, sostiene que el sistema de sexo-género “pone en relación el sexo con determinados contenidos culturales según los valores y jerarquías sociales” (Oliva Portolés, 2005, p. 35). En este sentido, tiende a perpetuar un orden social determinado, con las desigualdades que esto conlleva.

El concepto de género permite cuestionar las asignaciones culturales y las jerarquías que supone el sistema patriarcal. Siguiendo a Cobo Bedía (2005), “el género es una de las



construcciones humanas básicas para la reproducción del orden social patriarcal”. (Cobo Bedía, 2005, p. 254). Esta autora plantea que “el concepto de género se refiere a la existencia de una normatividad femenina edificada sobre el sexo como hecho anatómico. En segundo lugar, esta normatividad femenina reposa sobre un sistema social en el que el género es un principio de jerarquización que asigna espacios y distribuye recursos a varones y mujeres.” (Cobo Bedía, 2005, p. 250). Al respecto agrega que “se pone de manifiesto que el sistema género-sexo alude a que en el corazón de la sociedad existe un mecanismo que distribuye los recursos (políticos, económicos, culturales o de autoridad, entre otros) en función del género. Y que ese mecanismo sobrecarga de recursos a los varones y priva a las mujeres de aquellos que les corresponden” (Cobo Bedía, 2005, p. 253).

Morgade (2012) realiza una crítica al sexismo ya que “utiliza al sexo como criterio de atribución de capacidades, valoraciones y significados creados en la vida social, ordenando a la realidad” (Morgade, 2012, p. 2), considerándolo otra forma de discriminación ya que encorseta a la gente en parámetros impuestos según lo masculino o lo femenino. Pero el sexismo, para esta autora, también supone una jerarquización y una desigualdad entre los géneros, en el cual lo femenino aparece subordinado a lo masculino en el campo del poder político, el económico y el social.

Con el surgimiento de las teorías Queer y los estudios culturales, las oposiciones binarias comienzan a ser criticadas, lo que trae aparejado el debate y cuestionamiento de la clásica distinción sexo/género.

## **1.2 La expresión del género en el lenguaje**

Esta tesis es redactada usando un lenguaje inclusivo que contemple la marca de género de femenino y la de masculino –“os/as”-, a fin de no dificultar la lectura con marcas que pueden tener un margen más amplio de referencia –como la “x”, la “e” u otras-, y sin utilizar el masculino genérico, que considero que invisibiliza a las mujeres y a otros sujetos por vía de omitirlos en el discurso. Sin embargo, es claro que este tipo de redacción no resuelve la representación lingüística de las identidades no binarias.

Como plantean Valenzuela y Alonso (2020), “si entendemos que la lengua no es una herramienta estanca, sino que nos permite decir lo que queremos decir, y que además no ha de expulsar a nadie, podremos entender que las personas no binarias se sientan excluidas lingüísticamente si nos dirigimos a ellas usando la “a” o la “o”, para identificarlas” (Valenzuela y Alonso, 2020, p. 17). Es por ello que en el capítulo 3.4.1 utilizo el asterisco (\*) para designar el género, en acuerdo con lo planteado por Cabral (2009) en su texto *\*Por qué*

*el asterisco:* El asterisco no multiplica la lengua por uno; no divide la lengua en dos ni en tres; a diferencia de la arroba, no termina siendo la conjunción de una “a” y una “o”; tampoco es una tachadura o una anulación como la “x”. Con esta elección procuro honrar la diversidad del universo social que puede expresar esta forma de referir el género en el discurso.

## Capítulo 2

### La socialización

#### 2.1. Conceptualización del término socialización

Varios autores definen el concepto de socialización como el proceso en el cual los individuos incorporan normas, roles, valores, actitudes y creencias, a partir del contexto socio-histórico en el que se encuentran insertos y a través de diversos agentes de socialización tales como los medios de comunicación, la familia, los grupos de pares y las instituciones educativas, religiosas y recreacionales, entre otras. (Arnett, 1995, Maccoby, 2007, Grusec y Hastings, 2007, como se citó en Simkin y Becerra, 2013).

Berger y Luckman (2003), citados por Simkin y Becerra (2013) desarrollaron la diferenciación entre socialización primaria y socialización secundaria. Si bien el proceso de socialización se produce a lo largo de toda la vida, la diferenciación entre estas dos etapas sigue vigente. La socialización Primaria sería según Berger Y Luckman (2003) la primera que atraviesa un individuo en su niñez, implica su introducción en la sociedad, la internalización del mundo social objetivo construido por "otros" significativos encargados de su socialización. Todo individuo nace dentro de una estructura social objetiva en la cual encuentra a los "otros" significantes que están encargados de su socialización y que le son impuestos. Los "otros" significantes, que mediatizan el mundo para él, no efectúan un calco idéntico del mundo, sino que lo modifican en el curso de esa mediatización. Generalmente suele ser la familia quien se encarga de la socialización primaria. Se seleccionan aspectos del mundo de acuerdo a su propia posición dentro de la estructura social (clase, género, etnia, etc.) y también a través de su propia subjetividad e historia personal. De allí resulta un efecto de filtrado del mundo social. Por ejemplo, un niño de clase baja puede percibir su situación económica con resignación, con rebeldía, con tristeza, con satisfacción, etc. según como efectuaron sus padres u otros significantes ese filtrado. Y así su percepción de la realidad puede ser completamente distinta a la de otro/a niño/a de su misma clase social.

La socialización Secundaria se produce mediante los procesos que introducen a las personas en nuevos roles y contextos sociales, incluyendo su inserción en las instituciones (escuela, iglesia, clubes, etc.). El mundo de la socialización primaria sería más difícil de desarticular que el de la socialización secundaria, por implicar una mayor carga afectiva y porque su desarticulación implica un mayor impacto identitario.

La descripción secuencial de las etapas de socialización ha recibido diversas críticas. Lahire (2007) como se citó en Simkin y Becerra (2013) plantea que en la sociedad moderna las socializaciones son múltiples y complejas, y se suelen generar influencias conjuntas de diversos agentes. Por ejemplo, observamos que muchos/as niños/as logran la adquisición del lenguaje a través de los dibujos animados, e incorporan palabras utilizadas en otros países, e incluso utilizan el castellano neutro que aparece en ciertas producciones televisivas. (Corsaro, Qvortrup, James y otros) como se citó en Simkin y Becerra (2013) critican el rol pasivo con que se ha considerado a las/los niñas/os, y exploran el rol activo que esta/os tienen en el proceso de socialización. Actualmente se plantea que la socialización no es unidireccional, existiendo mecanismos de mutua influencia entre los/las progenitores/as y sus hijos/as, así como entre los distintos actores y participantes del proceso de socialización.

## **2.2. La socialización diferencial**

Más allá de que puedan pensarse aspectos generales para conceptualizar la socialización, es claro que se trata de un proceso que adquiere características particulares en relación al sistema sexo-género. Es por ello que recurrimos a la Teoría de la socialización diferencial para explicar este proceso:

las personas, en su proceso de iniciación a la vida social y cultural, y a partir de la influencia de los agentes socializadores, adquieren identidades diferenciadas de género que conllevan estilos cognitivos, actitudinales y conductuales, códigos axiológicos y morales y normas estereotípicas de la conducta asignada a cada género. (Walker y Barton, 1983) la socialización diferencial establece, por ejemplo, “una psicología de la prepotencia para los hombres y una psicología de la debilidad y la derrota para las mujeres”. (Esteban Galarza y Távora, 2008, p. 63).

En concordancia, la Teoría del rol social entiende el género como “el resultado de un conjunto de prácticas, actividades y experiencias organizadas en torno a un sistema social determinado, que presenta ideales distintos para hombres y mujeres” (Yubero Jiménez y Navarro Olivas, 2010, p. 3). Estos autores plantean que “Analizar el género como una construcción social implica entenderlo como el resultado de un conjunto de prácticas, actividades y experiencias organizadas en torno a un sistema social determinado, que presenta ideales distintos para hombres y mujeres” (Yubero Jiménez y Navarro Olivas, 2010, p. 3). Sin embargo, lejos de ser unidireccional, este planteo incluye la consideración de que el individuo

no es receptor pasivo de normas o expectativas sociales, sino que interviene activamente en el desarrollo de su género.

Leaper y Friedman (2007), como se citó en Yubero Jiménez y Navarro Olivas (2010), distinguen diferentes procesos en la socialización de género. Los *procesos socioestructurales* que implican la “utilización del sistema patriarcal y la división del trabajo, como criterio para estructurar la sociedad, así como para repartir de forma desigual el poder y el estatus” (Yubero Jiménez y Navarro Olivas, 2010, p. 7); los *procesos socio-interactivos* que suponen diferentes oportunidades y experiencias para cada sexo, desde la infancia hasta la adolescencia; los *procesos cognitivo-motivacionales*: esquemas de género con los que las personas se desenvuelven y a través de los cuales infieren el significado y las consecuencias de los comportamientos relacionados con el género.

Para estos autores la adquisición de los roles de género se basa en la representación tradicional de los géneros:

Para el hombre: la dureza, el egoísmo, la agresividad y la fuerza. Para la mujer: la sensibilidad, la compasión, la ternura y la sumisión (...) Mientras el hombre ha sido representado como el que debe aportar los recursos económicos y encargarse de la protección familiar, la mujer ha sido caracterizada por la maternidad y la dedicación a la casa. (Yubero Jiménez y Navarro Olivas, 2010, p. 5)

Morgade (2012) presenta un enfoque más complejo y propone analizar las imágenes asociadas a lo femenino y a lo masculino rompiendo con el dualismo y la generalización esencialista de lo masculino y lo femenino. Esta autora propone

pensar el género no tanto como dos polos sino como un conjunto de relaciones en las que hay imágenes predominantes e imágenes silenciadas. Inclusive no hay coherencia total entre las dominantes (¿Cómo compatibilizar los mandatos de ‘madre’, ‘prostituta’ y ‘casta’, por ejemplo, que en el sentido común conforman ‘lo deseable’ para las mujeres?). Para decirlo de otro modo, podemos pensar que coexisten en construcción permanente algunas ‘masculinidades’ que no se corresponden totalmente con el modelo del ‘macho’; o que mientras las ‘femineidades aceptables” son promovidas desde las instituciones educativas o los medios de comunicación, existen otras femineidades, silenciadas y subterráneas, que solo recientemente están saliendo a la luz (Morgade, 2012, p.13-14).

### 2.2.3 Sororidad versus pacto entre varones

Pensar la socialización diferencial desde la perspectiva de género implica también reflexionar respecto a las posibilidades vinculares que se habilitan o restringen para cada género. En este sentido considero necesario incluir el concepto de sororidad implicando el desarrollo de habilidades sociales de alianza y cooperación entre las mujeres. Según Liedo (2022) “La sororidad puede ser descrita tentativamente como una alianza afectiva y política entre mujeres. Por definición, es feminista, puesto que surge a partir de la conciencia de la opresión compartida y tiene como objetivo contribuir al fin de esa opresión” (Liedo, 2022, p. 2). Como plantea esta autora, no todas las corrientes feministas han tenido una opinión positiva respecto al concepto e implicancias políticas de la sororidad. El feminismo negro de la segunda ola desconfiaba de este concepto por la existencia de opresiones y desigualdades de poder entre las mujeres, atravesadas por los ejes de la racialización, de clase y de orientación sexual. En el polo opuesto, el feminismo de la diferencia italiano hizo hincapié en la sororidad como forma de reivindicar y reforzar los vínculos entre mujeres, especialmente el vínculo entre madre e hija.

Para Lagarde (2009), la sororidad es una forma de resistencia a la subjetividad patriarcal que puede influir en la percepción que las mujeres tienen entre sí. Para esta autora el orden patriarcal se beneficia de la división y la competencia entre mujeres. Especialmente el patriarcado nos ha enseñado a las mujeres a competir entre nosotras por el amor/reconocimiento/aceptación de los varones, y la sororidad operaría como un arma para enfrentar este mandato y para concienciar a las mujeres acerca de modos de acción pro-patriarcado que han sido interiorizados en el proceso de socialización y otros modos de acción feministas. Por su parte Liedo (2022) sostiene que “Se puede establecer un hilo que conecta el establecimiento de lazos políticamente cargados entre mujeres, lazos fundados en el reconocimiento mutuo como agentes de conocimiento válidos, y las iniciativas de restablecimiento de mecanismos de justicia con perspectiva de género” (Liedo, 2022, p.5).

La cuarta ola feminista ha estado atravesada por la lucha contra la violencia sexual. En este contexto, la sororidad tomó protagonismo para poder darle credibilidad a las denuncias de mujeres, que por la misma estructura de justicia patriarcal y de la sociedad en que vivimos, eran desacreditadas al denunciar hechos de violencia de género, desencadenando un proceso de revictimización. Esto no solo sucede en el sistema judicial, sino también en los diversos ámbitos (familiar, laboral, educativo, medios de comunicación, etc.). Es en ese contexto que surge el “hermana, yo sí te creo” como una forma de dar credibilidad a las denuncias y

acompañar sororamente a las mujeres víctimas de abuso. Asimismo, la campaña #Metoo en el 2017 buscó visibilizar a través del relato en primera persona en las redes sociales, abusos sexuales sufridos por mujeres en todo el mundo. Esta campaña permitió que las mujeres se sintieran acompañadas y validadas en sus relatos, y también incentivó las denuncias de mujeres que habían silenciado los abusos sufridos por temor a que no se les creyera e incluso que se las terminara culpabilizando.

Como contrapartida a la sororidad de las mujeres, está el pacto entre varones. Según Amorós (1994), este acuerdo entre varones es un pacto interclase, es decir entre varones que pertenecen a diferentes clases sociales, pero los une el ser varones que encarnan los mandatos de la masculinidad hegemónica. Implicaría una cierta hermandad entre varones que está implícita y que supone ciertos comportamientos de apoyo mutuo, fundamentalmente en la subordinación de las mujeres y/o en el sostenimiento de los privilegios masculinos. Los hombres son socializados para sostener esta hermandad y apoyo mutuos. Este pacto se hace evidente cuando los hombres festejan o apoyan los actos machistas de otros varones, pero también cuando callan, cuando niegan, o cuando defienden actos machistas de otros hombres, como si el solo hecho de ser varones exigiera escudarse entre sí independientemente de lo aberrante que puedan ser estos actos, garantizando por esta vía la pertenencia al grupo/género.

## **2.3 Agentes de socialización**

### **2.3.1 La familia**

Diversos autores sostienen que la familia constituye uno de los principales agentes de socialización. En la mayoría de los países la socialización está asignada legalmente a los progenitores. Como ya planteamos anteriormente, las prácticas familiares ofician de filtro y reflejo de los valores de la cultura.

Con los cambios culturales, sociales y económicos, el modelo de la familia nuclear (madre, padre e hijos) entró en crisis, dando lugar al surgimiento de modelos alternativos. Así nos encontramos, por ejemplo, con familias homoparentales, uniparentales, ensambladas, etc.

La influencia de la familia no tiene la misma trascendencia a lo largo de los sucesivos momentos evolutivos. En la infancia esta influencia es muy fuerte, y va decreciendo al llegar a la adolescencia. Sin embargo, su influjo permanece a lo largo de toda la vida.

Grusec y Davidov (2010) citados por Simkim y Becerra (2013) plantean cinco

dominios de socialización dentro de la familia:

- 1) Protección: implica generar un entorno seguro, ayuda adecuada y apoyo emocional para que el niño enfrente la angustia.
- 2) Reciprocidad mutua: supone que los progenitores o sus sustitutos, respondan adecuadamente a las solicitudes razonables del niño. Como contraparte el niño responde con buena voluntad a las directivas de estos.
- 3) Control: cuando no se da la reciprocidad mutua, especialmente cuando los niños ganan autonomía, aparecen dos estilos de control por parte de los progenitores. Control autoritario (no comparten el poder de decisión con los niños) y el control autoritativo (implica que los niños cumplan con las directivas de los padres, pero en un contexto de sensibilidad hacia las necesidades y deseos de los hijos)
- 4) Aprendizaje guiado: fomenta la autonomía del niño guiando sus aprendizajes.
- 5) Participación grupal: se incentiva a que los niños participen en los rituales y rutinas y se gestiona el medio ambiente para que sean expuestos a las influencias que los progenitores consideran adecuadas.

Leaper (2014) plantea que las expectativas estereotipadas por género de los padres y madres pueden presentarse “en términos de rasgos de personalidad (por ejemplo, “los niños son agresivos”), habilidades (por ejemplo, “las niñas son buenas para la lectura”), actividades, y roles (por ejemplo, “los hombres son científicos”)” (Leaper, 2014, p. 2). Asimismo, plantea que, en paralelo con una ampliación de la igualdad entre géneros, se observa mayor aprobación de actitudes que reflejen dicha igualdad. Igualmente, sostiene este autor que algunos padres y/o madres pueden apoyar puntos de vista igualitarios con respecto a ciertos campos (por ejemplo, habilidades) pero siguen siendo más tradicionales con respecto a otros campos (por ejemplo, personalidad).

También es relevante la influencia de la conducta de las/los progenitores como modelos en la socialización. Por ejemplo, la mayor inclusión de las mujeres como fuerza laboral ha ocasionado que más padres deban hacerse cargo de tareas de cuidado, operando como modelo para sus hijas/os.

El trato diferencial por género se observa, según Leaper (2014), fundamentalmente a través de actividades estereotipadas de género. Se promueven diferentes tipos de actividades para niñas y niños, fomentando la práctica de ciertos juegos o deportes, la utilización de ciertos juguetes o el uso de determinada vestimenta. Según este autor, también el uso de expresiones esencialistas sobre género (por ej. “los niños no lloran”), tienen influencia en la socialización. Puede suceder, por el contrario, que en la crianza se busque romper los



estereotipos y se oriente en sentido opuesto, o que coexistan ciertos estereotipos con la promoción de roles de género más flexibles. Probablemente en los tiempos que corren, observemos esta coexistencia, no despojada de conflicto.

### **2.3.2 Grupo de pares**

Siguiendo a Simkin y Becerra (2013), llamamos grupo de pares al conjunto de individuos que comparten categorías sociales comunes y ámbitos de interacción como grupo. Durante la infancia suelen ser los compañeros de escuela y en la adolescencia y juventud suelen ser las personas con quien se comparten actividades, intereses y/o un mismo estatus socioeconómico.

La socialización en el grupo de pares suele tener lugar en la escuela, pero también se da en las calles del barrio, en las plazas o en instituciones (iglesias, clubes, centros comerciales, etc.).

Los autores mencionados plantean que suele generarse la sincronía interaccional, la cual se define como “el proceso por el cual diversos miembros de un grupo tienden a asemejarse en cuanto a sus pensamientos y modos de conducta” (Simkin y Becerra, 2013, p. 131). Aquí operan refuerzos positivos o negativos que hacen que los miembros del grupo se terminen pareciendo.

Otro mecanismo es la comparación grupal. Las personas tienden a comparar sus habilidades y opiniones con las de otros y si existe discrepancia se producen cambios en la persona o en el grupo que buscan reducir esta discrepancia. (Simkin y Becerra, 2013, p.131)

Por último, la influencia normativa es el mecanismo mediante el cual “las personas tienden a adherir a determinadas normas endogrupales a efectos de evitar emociones negativas, como la vergüenza y el rechazo grupal” (Simkin y Becerra, 2013, p. 131).

Si bien la influencia del grupo de pares es evidente a lo largo de toda la existencia, es en la adolescencia que pasan a jugar un rol primordial, especialmente en la adolescencia media, incidiendo fuertemente en la construcción de la identidad.

En la actualidad, una parte significativa de la relación con los pares se realiza a través de las redes sociales. El intercambio de mensajes escritos, orales o multimodales permite el contacto permanente entre pares más allá de la distancia geográfica.

### **2.3.3 La escuela**

Tomasini (2008, p.106) sostiene que en la escolarización inicial hay “un trabajo de oposición y diferenciación, que compele a los chicos y a las chicas a manejarse de acuerdo con una lógica excluyente” (Tomasini, 2008, p. 106). Se rechazaría a quien se “feminiza” (ej. “sos un maricón”) o a quien se masculiniza (marimacho”). Por otra parte, según esta autora, en este nivel de escolarización, el género es el principio más utilizado para conformar grupos. Dicha autora plantea que “si bien nacemos y nuestro cuerpo es situado en la categoría de macho o hembra, la adquisición de un sentido de sí basado en el género es un proceso dependiente de las experiencias sociales continuadas” (Tomasini, 2008, p. 95). Según esta, la escuela es fundamental en la constitución de un sentido sí basado en el género. Observa que existen intervenciones diferenciadoras de los agentes socializadores, valorando diferencialmente los comportamientos de niñas y varones, desarrollando expectativas diferentes según el género.

Entiendo que la escuela tiene objetivos que van más allá de la enseñanza de contenidos curriculares. Como opinan Serra y Fattore (2006):

La acción de la escuela incluye, además de la alfabetización, el acceso a la cultura, la transmisión de una historia común, de normas y códigos de convivencia, el aprendizaje con pares, distintas relaciones con el cuerpo, el conocimiento y respeto de los símbolos patrios, la certificación para el acceso a un trabajo, el contacto con algunas artes y muchas otras cosas. (Serra y Fattore, 2006, p. 3)

En este sentido considero que también se aprende a naturalizar estereotipos de género y ciertos privilegios e inequidades asociadas. La escuela es el espacio de socialización donde las/os niña/os transitan la mayor parte de las horas diarias fuera del ámbito familiar y como tal considero que merece ser analizado críticamente.

Las instituciones no son sitios apolíticos y neutrales. Sabemos que la escuela puede ser un lugar de reproducción del orden hegemónico, donde las relaciones de poder que subyacen a los vínculos humanos se perpetúen indefinidamente o también puede ser un lugar en el cual nuevas formas se vayan gestando, donde se puedan cuestionar las desigualdades y las inequidades de nuestra sociedad. En este sentido “cuando las prácticas educativas tienden a conservar un orden social establecido (conocido como status quo), estamos ante fenómenos educativos que favorecen la reproducción” (Gvirtz et al, 2012, p.16). Asimismo “cuando las prácticas educativas tienden a transformar el orden establecido y a crear un nuevo orden, estamos ante prácticas educativas productivas” (Gvirtz et al, 2012, p.17).

Hernandez y Reybet (2006) plantean que:

La escuela y el aula sostienen modos de subjetivación genéricos e intragenéricos atravesados por relaciones de poder que operan de forma dinámica (...) el aula no sólo vehiculiza las representaciones sociales dominantes sobre lo masculino y lo femenino, sino que también permite la emergencia de contradiscursos que expresan conflictos, contradicciones o reinterpretaciones de la tendencia dominante. (Hernández y Reybet. 2006, p.2).

En la escuela los cuerpos se disciplinan, se moldean, aprenden posibilidades y prohibiciones. De diversas maneras, los cuerpos van siendo disciplinados. En este sentido, “los deportes han sido algunas de las prácticas que mejor han legitimado y naturalizado los mandatos sociales de la masculinidad tradicional” (Scharagrodsky, 2007, p. 11). Este autor se refiere a que el currículum oculto y/o nulo produce y reproduce procesos binarios de generización altamente jerarquizados, conservándose relaciones de dominación, derechos y privilegios partiendo del cuerpo y buscando la esencialización del mismo.

Por su parte, Hernández y Reybet (2005) plantean ciertos dispositivos de género que regulan las prácticas escolares y que operan sobre cuatro aspectos: el lenguaje; los rasgos de personalidad y expectativas de aprendizaje y conducta; los cuerpos, y el uso diferencial del espacio. Sostienen que el currículum oculto se compone de normas, creencias y valores no explicitados respecto a qué significa ser mujer y ser varón.

#### **2.3.4. Los medios de comunicación**

Existen diferencias en la cantidad de medios disponibles y el acceso a ellos en las diferentes sociedades. En las sociedades occidentales existe una amplia variedad de medios con incidencia en la socialización. La oferta mediática no deja de ser sesgada y muchas veces se encuentra parcialmente controlada por grupos de intereses (económicos y políticos fundamentalmente) con el objeto de promover conformidad, pero ese sesgo por parte de los grupos de poder también tiene diferente impronta según el medio de comunicación del que se trate.

No puede desconocerse que, como todas las construcciones sociales de la realidad, las que elaboran los medios de comunicación implican posicionamientos ideológicos y tienen consecuencias sobre la forma en que percibimos el mundo y construimos representaciones del mismo. Los medios operan como transmisores de ideales culturales, estereotipos de diversa

índole, valores, creencias, etc. Valgan como ejemplo los estereotipos de género que circulan en las publicidades respecto a las tareas domésticas y que han sido fuertemente cuestionados por basarse en prejuicios sexistas, dando lugar a nuevas publicidades en las que aparecen varones ocupándose de dichas tareas o compartiéndolas con una mujer.

Los medios pueden clasificarse de diversas formas. Tomaremos la clasificación de Pindado Pindado (2003) como se citó en Simkin y Becerra (2013), quien los divide en: 1) Medios audiovisuales: televisión, video, cine y música, sin importar sus soportes físicos (CD, formatos electrónicos, cassettes, MP3), y 2) Nuevos medios: computadoras, videojuegos e internet. Cada grupo supone usos y habilidades distintas, poniéndose en juego en el segundo grupo habilidades interactivas.

Vamos a referirnos, dentro de los nuevos medios, específicamente a internet, ya que sobre el mismo se realiza nuestra investigación. Simkin y Becerra (2013) hacen referencia a dos posiciones encontradas respecto a internet. Se encuentran los pesimistas, que resaltan cambios negativos respecto a la socialización y hacen hincapié en el riesgo de aislamiento social que supone, pudiendo impactar en las relaciones intrafamiliares debilitándolas, y generando baja autoestima en los sujetos. Por otra parte, se encuentran los optimistas, que plantean que los medios interactivos potencian la socialización y el desarrollo identitario. Según esta línea, este tipo de medios ponen a disposición nuevas esferas sociales de interacción, fomentando la autoexpresión y posibilitando nuevas comunidades de interacción que podrían derivar en mayores interacciones cara a cara.

Con una opinión más compleja de este medio de comunicación, Arab y Díaz (2015) hacen referencia a ciertos riesgos que supone el uso de internet: el *ciberbullying*, el *grooming*, la viralización de imágenes íntimas sin consentimiento y la adicción a internet. Pero igualmente resaltan los aspectos positivos, como su utilización en rehabilitación de ciertas enfermedades neurológicas; la posibilidad de creación de blogs, videos y páginas web que ayudan a desarrollar sentimientos de competencia; la oportunidad de generar de elementos educativos; el reforzamiento de relaciones creadas offline; el acceso a educación sexual; la promoción y prevención en salud, y el apoyo académico.

Del Prete y Pantoja (2020), en su investigación realizada con adolescentes, observan cómo la aceptación y el reconocimiento de los otros son los mecanismos que más condicionan a los adolescentes cuando se relacionan en la red y cómo éstos influyen de manera significativa en la (re)definición de su subjetividad. El aporte central de estas autoras es la observación de que “las redes sociales pueden dejar su promesa utópica de espacio deconstruido y neutral, y actuar como continuación de cualquier otro contexto social,

volviéndose un lugar en el cual hay que intentar afirmarse como individuo y atreverse a ir contra corriente”.

Dentro de la amplitud de posibilidades que ofrece internet, nos interesa referirnos a las redes virtuales. Avila-Toscano et al (2012) definen este tipo de redes como una organización social de interacción entre actores por medio de Internet, que brindan a los usuarios la posibilidad de comunicar, interactuar, compartir opiniones, comunicar, interactuar y establecer entidades con objetivos afines. Por otra parte, le permite al usuario crear una identidad visible y pública o restringida y también seleccionar con quiénes desea interactuar y en qué momento.

Estos autores plantean:

este medio de comunicación mediática ha conducido a que los individuos se hagan partícipes de complejos y dinámicos procesos de socialización tanto sincrónicos como asincrónicos sin la necesidad de salir de sus casas o de tener algún tipo de contacto personal o contacto cara a cara. Asimismo, ha favorecido al desarrollo de puentes relacionales entre actores sociales ubicados en posiciones geográficas apartadas, replanteando el concepto de distancia geográfica y psicosocial para el desarrollo de las relaciones vinculativas y participativas, propiciando ante todo, espacios de interacción por medio de intercambios basados en el ocio, la distracción y la búsqueda de procesos identitarios construidos a través de los denominados perfiles individuales.(Torres Narváez et al., 2012, p.67)

Un estudio que Hootsuite y We Are Social han llevado a cabo para el Digital report 2021<sup>2</sup> indica que el tiempo medio global que pasaron los usuarios al día en internet en 2020 es de 6 horas y 54 minutos (11 minutos más que el año anterior). En Argentina, este número asciende a 9 horas y 39 minutos diarios.<sup>3</sup> Asimismo, el número de usuarios en redes sociales en nuestro país durante 2020 ascendió a 32,37 millones. Este número se estima que irá aumentando año a año con proyección de llegar a 35,18 millones en 2025.<sup>4</sup> Estos datos permiten dimensionar la importancia que adquiere internet y las redes sociales en la vida diaria de las personas.

Es interesante hacer referencia al concepto de *panóptico digital* que plantea Han (2012). A diferencia del panóptico de Bentham, en el cual el control se basaba en el

---

<sup>2</sup> El Digital report es un informe anual que realizan la agencia creativa especializada en social We are social y Hootsuite, líder mundial en gestión de redes sociales en el cual analizan el uso de las redes sociales y las tendencias digitales

<sup>3</sup> Fuente: <https://es.statista.com/grafico/22701/tiempo-medio-de-uso-diario-de-internet/>

<sup>4</sup> Fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/1218855/numero-de-usuarios-de-redes-sociales-argentina/>

aislamiento de los moradores, en el panóptico digital hay una intensa comunicación entre los sujetos, y los mismos se exhiben y desnudan en un proceso de hipercomunicación permanente.

## Capítulo 3

### El amor desde la perspectiva de género

**El amor ha sido el opio de las mujeres, como la religión el de las masas.**

**Mientras nosotras amábamos, los hombres gobernaban.**

**(Kate Millet, 1984)**

#### **3.1 Desde el amor burgués al amor libre. Una aproximación histórica**

Lagarde (2001) realiza un recorrido histórico caracterizando los tipos de amor que han surgido en occidente y que se sintetizan en las experiencias amorosas de las mujeres contemporáneas. Inicia el recorrido en el *amor burgués*, vinculado al surgimiento y expansión de la cultura burguesa en Europa (Siglos XIII, XIV y XV), que viene a romper con el amor cristiano que suponía una separación entre el cuerpo y lo espiritual. El amor burgués va a unir el amor espiritual con el amor carnal. Antes de este, los matrimonios se producían por arreglos familiares, conveniencia económica o social, y el amor se dejaba para relaciones ocasionales extramatrimoniales. Con los cambios surgidos, el amor, el erotismo y la sexualidad pasan a unirse, y nace el imperativo de encontrar una persona a quien amar toda la vida con la cual formar una familia, asentada sobre la mutua comprensión. Se pone asimismo fin al amor cortés, instalándose la idea de que las mujeres pertenecen al hombre que las ama. Simultáneamente se instala una nueva moral sexual, que tiene imperativos iguales para ambos géneros pero que en la práctica es más benevolente con los hombres, encontrando su mejor expresión en la monogamia (que los hombres se encuentran habilitados a romper). También surge como norma la heterosexualidad obligatoria, pero esta solo opera para las mujeres, ya que a los hombres se les permite la homosexualidad semioculta o la homosexualidad adjunta. Se inicia la reclusión de las mujeres en el ámbito privado-hogareño, estigmatizándose a las mujeres que no eligen este ámbito y que en muchos casos lo hacían para poder garantizarse un sustento. De esta forma se instala la necesidad de encontrar un esposo que garantice el ingreso económico para poder cumplir con el estereotipo de la mujer hogareña. En simultáneo, el orden burgués fue generando mayor dependencia económica de las mujeres (Lagarde, 2001, pp. 43-48). Como plantea esta autora “El modelo del amor burgués configuró a las mujeres como auténticas pobres. Dependientes sexual, afectiva, económica, jurídica y políticamente

de los hombres” (Lagarde, 2001, p. 49). De este modelo de amor surge el modelo de madre-esposa, que opera hasta la actualidad, y que supone que una mujer solo puede ser feliz si cumple con la lealtad y obediencia hacia un cónyuge. Su contraparte es la figura de la amante, especializada para las relaciones eróticas.

Lagarde (2001) plantea que existe otra influencia en la forma de amor actual, ejercida por el *amor victoriano*, surgido en el siglo XIX. Este “consagra el amor de las madresposas obedientes, puras, abnegadas, domésticas, conservadoras y religiosas” (p. 53). Este tipo de amor sacrifica el placer sexual en pos de la maternidad. Las mujeres debieran dedicarse fundamentalmente a tener hijos.

Otra forma histórica de amor, el *amor romántico*, viene a contrarrestar el amor victoriano, planteando dar rienda suelta a las pasiones sin la necesidad de obtener la legitimación de un matrimonio para hacerlo. Por otra parte, supone la posibilidad de la tragedia como algo intrínseco a esta modalidad amorosa. El “todo sea por amor” o “el amor todo lo puede” sirve para invisibilizar y legitimar el sufrimiento. (Lagarde, 2001, pp.54-57). Herrera Gómez (2010) plantea que “gracias al impresionante desarrollo de la comunicación de masas en el siglo XX, el amor romántico ha experimentado un proceso de expansión paulatina hasta instalarse en el imaginario colectivo mundial como una meta utópica a alcanzar, cargada de promesas de felicidad” (p. 11) y a pesar de plantear la experiencia amorosa como algo puramente subjetivo, subyace a toda experiencia amorosa, según esta autora, el modelo patriarcal y cristiano, que plantea el amor en términos heterosexuales y monógamos.

El *amor libre* se origina en el siglo XX como reacción crítica a los amores tradicionales (cortes, burgués, victoriano y romántico). En este tipo de amor se busca preservar la libertad de cada integrante de la pareja como objetivo primordial y también se reconocen las diversidades sexuales. Se basa en la libertad sexual y en eliminar la tragedia en las relaciones amorosas. Asimismo, se cuestiona la fidelidad, entendida ésta como una forma de propiedad privada. (Lagarde, 2001; pp. 58-64)

Herrera Gómez (2010) plantea que “Hoy la utopía posmoderna del amor es un collage de ideologías amorosas; ha surgido una fusión entre la mitología del amor cortés y el amor romántico, por un lado, y el individualismo hedonista por otro” (Herrera Gómez, 2010, p. 28).



### 3.2 Críticas feministas al amor romántico

**“El desafío será poder inventar una nueva figura, aún existente en occidente, de las relaciones entre hombres y mujeres: el amor entre pares políticos.**

**Resistir al género para devenir sujetos”**

**(Fernández, 2000, p.135)**

Siguiendo la conceptualización trazada, podemos deducir que mujeres y hombres no vivenciamos el amor de igual forma. Y esta diferenciación no es inocente ni casual. De acuerdo con Lagarde (2001), el principal aporte feminista reside en conceptualizar el amor como un hecho histórico, que a la vez se aprende socialmente, por lo cual depende de la época y la cultura, se vincula con el poder y tiene diferentes características para cada género.

Mary Wollstonecraft había criticado en 1792 el concepto de fidelidad por asociarlo a la propiedad privada. Sin embargo, gran parte de las críticas feministas van a centrarse en cuestionar el amor romántico. Esteban Galarza y Távora (2008) plantean que “el amor romántico, tanto por su conceptualización como por la educación y experiencias amorosas que promueve, es parte intrínseca de la subordinación social de las mujeres” (p.59). Este tipo de amor se asienta sobre una serie de mitos. Estos son “creencias irracionales socialmente construidas sobre la naturaleza del amor, las cuales estipulan qué es el ‘amor verdadero’, cuáles son las características deseables al seleccionar pareja, la importancia del amor, las expectativas de futuro y el tipo de relación” (Bisquert-Bover et al, 2019, p. 9). Desde una perspectiva de género y feminista, se critica que una parte importante de estos mitos han sido impulsados “para reforzar el papel pasivo y de subordinación de la mujer al varón (sacralizando la pareja y el matrimonio, dándole carácter de destino irreductible, reforzando la pasividad y el papel de cuidadora de las mujeres, etc.)” (Ferrer Pérez y Bosch, 2013, p.113)

La idea del amor romántico se basa en la asignación de roles de acuerdo con estereotipos. Como plantea Simón Rodríguez (2009), por un lado, la hombría se asimila con la fortaleza, la razón, la actividad, la independencia, el poder, la esfera pública, la autoridad y la libertad sexual –entre otros-, generando un ser hombre para sí y para ser servido.

En contraposición, la femineidad se asocia con la inestabilidad, la afectividad, la pasividad, el cuerpo y lo natural, vinculado al dominio de los sentimientos, el ámbito privado y la capacidad de cuidar. Dándole a la mujer el poder de los afectos, se la educa en ser para los demás y servirles.

El amor es una experiencia generizada, como sostienen Ferrer Pérez y Bosch Fiol (2013):

sí para las mujeres es espera, pasividad, cuidado, renuncia, entrega, sacrificio,... para los hombres tiene mucho más que ver con ser el héroe y el conquistador, el que logra alcanzar imposibles, seducir, quebrar las normas y resistencias, el que protege, salva, domina y recibe. Por tanto, se esperará de ellas que den, que ofrezcan al amor su vida (y que encuentren al amor de su vida), serán para otro, y se deberán a ese otro, obedientes y sumisas (Ferrer Pérez y Bosch Fiol, 2013, p.114).

Según Lagarde (2001), las mujeres cuando se enamoran ponen a la persona amada en el centro de su vida orientándose a fusionarse con el otro, mientras que los hombres no pueden sostener demasiado tiempo este estado y rápidamente vuelven a ocuparse de sus cuestiones personales. Para esta autora los hombres obtienen de la experiencia amorosa una mejora en su autoestima, crecimiento personal (ej. terminan una carrera, realizan un proyecto soñado, etc.), gracias a que cuentan con el apoyo de la mujer que tienen al lado y las mujeres sacrifican su tiempo, realización personal, etc. para conservar la relación.

García Vázquez (2018) retoma la idea de Illouz (2012) que demuestra que culturalmente se enseña a las mujeres a una mayor predisposición al compromiso y al matrimonio, mientras que a los hombres se les enseña la pasividad emocional y el hedonismo sexual. Según la autora, todavía observamos la doble moral sexual que exige la pureza y virginidad para las mujeres mientras que se promueve mayor libertad y experimentación sexual para los hombres. Prosigue la autora: “Mientras que los hombres siguen siendo socializados en una mayor independencia emocional, las mujeres se ven dominadas simbólica y emocionalmente en una situación de inferioridad, reflejando mayores niveles de implicación en la pareja.” (García Vázquez, 2018, p.19). De este desencuentro surgen en las mujeres conflictos internos como la preocupación por no parecer demasiado interesadas y dependientes, de recibir reconocimiento o cariño sin poder pedirlo.

Luzón et al. (2011) distinguen hasta diecinueve creencias estereotipadas respecto al amor romántico, distribuidas en cuatro grandes grupos:

- (1) **El amor todo lo puede y estaría por encima de todo conflicto y maltrato.** Este mito justificaría “cambiar por amor” y soportar relaciones violentas en pos de que el amor triunfe.
- (2) **El amor verdadero está predestinado, siendo la única elección posible y al encontrarlo se lograría la completud (mito de la media naranja).** Asimismo, estos mitos referencian que la pasión y el enamoramiento perdurarían para siempre.

(3) **El amor es lo más fundamental para la existencia y requiere entrega a la pareja por completo**, renunciando a la intimidad y entrando en un proceso de despersonalización.

(4) **El amor es posesión y exclusividad**. Esto implica que el amor conllevaría a una unión estable y duradera: el matrimonio. Además, normalizaría los celos como muestra de amor o requisito indispensable para que el amor sea verdadero.

Por otra parte, para Lagarde (2001) la desigualdad entre los géneros en cuestiones de pareja se ve potenciada por otros factores como raza, clase, etc. Las jerarquías sociales se trasladan a la pareja y complejizan las desigualdades.

En los últimos años se han realizado una serie de estudios respecto a la interiorización de las creencias románticas en la sociedad. García et al. (2012), como se citó en Bisquert-Bover et al (2019) afirman observar diferencias entre los dos géneros, con mayor interés de las mujeres en el amor romántico y de los hombres en el amor con poca implicación emocional. Caro García y Monreal Gimeno (2017) sostienen que se observan diferencias de género en la interiorización de los mitos románticos, con una mayor romantización e idealización por parte de las mujeres, y la creencia en una dedicación y entrega total hacia la pareja. Mientras que, en los hombres, por el contrario, observan una mayor renuncia a la entrega total, pero también creen que la pareja debe efectuar dicha entrega hacia ellos. Por el contrario, Luzón et al. (2011) concluyen que, aunque los mitos románticos están interiorizados en la mayor parte de la población, son los hombres los que tienden a aceptar más creencias estereotipadas. Otros estudios, como el de Marroquí y Cervera (2014), concluyen que la gran mayoría considera que el amor lo puede todo y que las mujeres tienen más interiorizado el mito de la media naranja, mientras que los hombres tienden a creer en mayor medida que los celos son una prueba de amor y que la relación de pareja es una fuente fundamental de felicidad. Por otro lado, Ferrer Pérez et al. (2010) concluyen que la mayoría de las personas evaluadas muestran una alta interiorización de los mitos de la media naranja, pasión eterna, omnipotencia y matrimonio. Se observan, según dichos autores, diferencias por género: los hombres tienden a considerar que es necesaria una relación de pareja para ser feliz y que la ruptura supone un fracaso, mientras que las mujeres parecen aceptar más que los hombres el mito de la omnipotencia.

Ferrer Pérez y Bosch Fiol (2013) sostienen que a pesar de los cambios culturales de las últimas décadas, en las sociedades occidentales se sigue observando que las creencias y mitos del amor forman parte importante de la socialización femenina, convirtiéndose en centro de su proyecto vital. De acuerdo a las autoras

La consecución del amor y su desarrollo (el enamoramiento, la relación de pareja, el matrimonio, el cuidado del otro...) siguen siendo el eje en torno al cual gira de modo completo o casi completo la vida de muchas mujeres, mientras en la vida de los varones lo prioritario sigue siendo el reconocimiento social y, en todo caso, el amor o la relación de pareja suele ocupar un segundo plano (recuérdese la socialización prioritaria de las mujeres hacia lo privado y de los hombres hacia lo público (Ferrer Pérez y Bosch Fiol, 2013 p.108)

Según García Vázquez (2018) sigue muy vigente el imperativo de formar pareja para las mujeres, mientras que quienes no se someten a este cargan con el estigma social de “solterona”. En cambio, el soltero varón es percibido como alguien con “un sinfín de posibilidades y libertades, ‘el soltero de oro’ que ha sido inalcanzable para las mujeres” (p. 20). Russo (2020) plantea desde el paradigma de amor romántico que las mujeres, para salvar su honra deben unir deseo/genitalidad con amor, eso las ubica como buenas mujeres, que pueden ser tenidas en cuenta para una relación amorosa. Por otra parte, según García Vázquez, a las mujeres se les enseña a ser dependientes de los hombres, a temer la soledad y a conservar la relación más allá de lo que esta les genere, mientras que los hombres tienden a conservar su autonomía cuando están en una relación sin abocarse en demasía a la misma.

Fernández (2000) observaba que las transformaciones socio históricas del lugar de la mujer habían ocasionado conflictividad en los vínculos en dos campos: malestar crónico conyugal o divorcios tempranos y en las relaciones ocasionales o informales: “varones que frecuentemente entablan relaciones con mujeres pero que evitan cuidadosamente hacer ilusión con independencia de lo que esa mujer en particular pudiera despertarle. Mujeres que harán ilusión amorosa antes de registrar qué le despierta un hombre en particular” (Fernández, 2000, p.132).

Russo (2020) hace referencia a cómo la cultura de masas norteamericana ha logrado implantar un modo de amar caracterizado por el amor romántico, que debe durar el mayor tiempo posible con la intensidad del enamoramiento y plantea a Hollywood como “la gran fábrica de sentido común capitalista” (Russo, 2020, p. 58) y al amor romántico como “el icono amatorio que acompañaría el sueño americano” (Russo, 2020, p. 58). En este entrecruzamiento con el capitalismo el amor, dice la autora, se convirtió en un narcótico para enormes audiencias que ha mantenido las preocupaciones alejadas de la esfera pública, y ha asociado atracción o deseo de genitalidad con amor, especialmente para las mujeres.

### 3.3 El amor romántico y la violencia de género

**“El día en que una mujer pueda amar, no desde su debilidad sino desde su fuerza, no para escapar de sí misma sino para encontrarse, no para rebajarse sino para afirmarse, ese día será para ella, como para los hombres, una fuente de vida y no de peligro mortal”**

**(Simone de Beauvoir)**

Este punto merece un desarrollo especial, ya que una de las críticas principales de los feminismos hacia el amor romántico es la profunda conexión entre este y la violencia de género en la pareja. No es novedad que gran parte de los maltratos, abusos y femicidios no son cometidos por desconocidos, sino por varones que han mantenido o mantenían al momento de los hechos, una relación amorosa con sus víctimas. En muchos casos, se trata de mujeres que deciden no continuar el vínculo, que ganan algo de autonomía o que no se ajustan a los estereotipos que el sistema patriarcal supone para ellas.

Ferrer Pérez y Bosch Fiol (2013) sostienen que los mitos del amor romántico siguen actuando como potentes condicionantes a la hora de definir qué es el amor y qué significa amar para hombres y mujeres, justifican muchas violencias, y dificultan la salida de las relaciones violentas. Estas autoras hablan de un “amor cautivo” en el sentido que limita las expectativas vitales de la persona y a la vez la desempodera y encierra en un entramado de prejuicios, miedos y frustraciones (temor a perder la pareja, temor a que fracase, preocupación por no cubrir las expectativas puestas en él, etc.).

Como planteamos anteriormente, la socialización diferencial enseña, a través de múltiples agentes de socialización (con mensajes congruentes o contradictorios) qué sería esperable para cada género. Allí se naturaliza la violencia y el dominio en los varones.

Los mandatos para el género masculino incluyen la expresión de violencia para demostrar su virilidad y ser reconocido como hombre. Expresar violencia, para los varones, brinda sentido de pertenencia a su género y se convierte también en una forma de manifestar dominio respecto a sus congéneres. Mientras que el mandato para las mujeres es de pasividad y sumisión, despojándolas de recursos y herramientas para defenderse frente a la agresión. Por supuesto que estos mandatos están siendo deconstruidos e implican un trabajo permanentemente crítico para que sean erradicados de los procesos de socialización.

Herrera Gómez (2014a), por su parte, plantea ciertas características de lo que llama amor patriarcal que claramente se asocian con la violencia de género: la posesividad; la jerarquización del amor hacia la pareja como el más importante; la sumisión o dominación; la utilización de mecanismos violentos para doblegar la voluntad ajena (amenazas, chantajes,

etc.); las mentiras, las traiciones, los gritos, la violencia, las exigencias, la humillación, el chantaje, los insultos, las amenazas, el control y la vigilancia, los reproches continuos; aceptar el maltrato como parte de la relación amorosa; el egoísmo y aislamiento de la pareja de sus círculos familiares y redes afectivas; la culpabilidad; la división tradicional de roles; el uso de la violencia para resolver conflictos.

### 3.4 Nuevas configuraciones de las relaciones amorosas

**“Amamos patriarcalmente. Amamos democráticamente. Amamos como los capitalistas: con el ansia voraz de poseer al objeto de amor, con el ansia brutal del que colecciona piezas de caza. Nos conquistamos, nos endulzamos, nos fusionamos, nos separamos, nos destruimos mutuamente... nuestra forma de amar está impregnada de ideología, como cualquier fenómeno social y cultural.”**

**(Coral Herrera Gómez, 2014)**

El sistema capitalista, con su impronta mercantilizante de la experiencia humana, también ha generado efectos en los modos de vinculación amorosa. Como sostiene Rojas (2018), dentro del mercado neoliberal y global, el flujo y la vertiginosidad caracterizan el discurrir cotidiano, y en esta línea el avance de la comunicación virtual y las redes sociales generan una impronta particular en los vínculos. Los sitios de citas virtuales como Tinder o Badoo<sup>5</sup>, se propagan y logran miles de adeptos en el mundo, funcionando como un *supermercado virtual del amor*. Las potenciales parejas se presentan de forma vertiginosa, pudiéndose elegir a partir de la imagen publicada que el otro decidió mostrar, al estilo de oferta publicitaria, ofreciendo algunos datos del potencial partenaire pero basando gran parte de la oferta en la imagen.

También proliferan los espacios de “Speed dating”. Así, por ejemplo, se presenta un sitio de estas características: “Ofrecemos una primera cita perfecta. En un bar, uno tendría que romper el hielo. Nuestros socios no tienen que lidiar con eso; ellos cuentan con 10 citas de 8 minutos cada una para cruzar sus primeras palabras, mirarse, percibirse y descubrir si se quieren volver a ver; todo esto en un ambiente agradable y seguro”<sup>6</sup>. Se restringe la experiencia vincular a un periodo extremadamente corto de tiempo, y se propone una sucesión de citas que no favorece un mutuo conocimiento sino más bien juicios de valor en base a experiencias superficiales. En esta línea Rojas (2018) hace referencia a lo novedoso de las

---

<sup>5</sup> Como dato ilustrativo de la masividad de estas propuestas: el sitio Badoo posee cerca de 6,5 millones de usuarios en Argentina.

<sup>6</sup> Véase sitio web: <http://www.10en8.com/Como-funciona-el-speed-dating>

redes sociales: “lo que transforma y hace novedad subjetiva es la posibilidad del contacto múltiple, casi constante e inmediato” (Rojas, 2018, p. 87). La autora se pregunta: “¿Es compatible la conexión constante en múltiples redes, que parece ir creciendo diariamente, con la conformación de la intimidad en los vínculos próximos? ¿Habrá tiempo, interés y disposición libidinal para ello?” (Rojas, 2018, p. 88).

Para Bauman (2005) las nuevas tecnologías y la lógica del consumo influyen en el modo de unirse al otro a partir del cálculo de costos y beneficios. Se busca reducir los riesgos. Las citas por Internet, a diferencia de las negociaciones para arribar a acuerdos, cumplen casi perfectamente con los estándares de elección racional. Plantea que, de acuerdo a la lógica del consumo, “la satisfacción del consumidor debe ser instantánea, dicho en un doble sentido. Es evidente que el bien consumido debe causar una satisfacción inmediata, sin requerir la adquisición previa de destrezas ni un trabajo preparatorio prolongado; pero la satisfacción debe terminar ‘en seguida’” (Bauman, 1999, p.4). Para que esto suceda los consumidores deben ser incapaces de fijar su atención en un objeto durante largo tiempo, deben ser impacientes, impulsivos, inquietos. Subyace a esta búsqueda de satisfacción cierta promesa de felicidad que nunca llega realmente. (Bauman, 1999, p. 5). Siguiendo a este autor, la época plantea una ruptura con el ideal del amor eterno, o de la pareja para toda la vida (Bauman, 2005). Tal como planteábamos anteriormente, para Han (2012), en la sociedad positiva, existe un aplanamiento del amor en el cual se evita lo negativo, el sufrimiento, la pasión. Según este autor, todo se mide de acuerdo a su valor de exposición, las cosas adquieren valor solamente cuando son vistas. Es interesante esta perspectiva para comprender lo que sucede en relación a la publicación de los estados sentimentales en las redes sociales: el definirse como soltero en una red social se entiende como disponible en el mercado amoroso. En cambio, precisar el estado como “comprometido” o “en una relación” hace salir del mercado amoroso a esa persona e incluso le da status de seriedad a la relación que sostiene. Mientras que muchas parejas entran en conflicto por el hecho de que uno de sus miembros no incluya en sus publicaciones en redes sociales su estado sentimental, otras ganan estabilidad con la simple publicación de una foto juntos.

Lutereau (2021) define al usuario básico de la virtualidad como ansioso, con baja tolerancia a la decepción, proclive al narcisismo, más interesado en ser reconocido como deseable antes que dispuesto a vivir un deseo, con todo lo que esto último implica para la vida personal (...) mejor que el deseo y el amor no contaminen la propia seguridad, que el otro sea alguien que venga y sume a la propia

vida, pero que no imponga ningún cambio, que me deje ser quien soy, que no se meta demasiado. (Lutereau, 2021, Párr. 6)

En este sentido, el autor, plantea que con la virtualidad la seducción busca un refuerzo de la propia imagen de cualquier forma, sin empatía por el otro, sin poner el cuerpo y sin descubrirse a partir del otro.

Tenembaum (2019) se refiere a las relaciones que no llegan a ser relaciones formales y la imprecisión para nombrarlas (“salir con alguien” o “chonguear” no aplican para todas las relaciones informales posibles). Y sostiene, siguiendo a Witt, que no es casual que no encontremos palabras adecuadas para nombrarlas, y que esta dificultad obedece a que la pareja sigue siendo el horizonte de felicidad femenina, y las otras relaciones serían un “mientras tanto”. Plantea que “El paradigma de la soltera orgullosa que sale todas las noches y siempre la pasa bien está lejos de abarcar la variedad de formas en que se experimenta la soltería en el siglo XXI” y que tomarse de eso permite correrse de dos figuras que aterran a las mujeres: la solterona y la desesperada. Para la autora la soltera orgullosa

es una figura ideal para el patriarcado, porque desea lo justo y necesario para no cuestionar nada. La soltera orgullosa no cree que haya nada malo en el modo en que se tramitan las relaciones sexoafectivas contemporáneas: el maltrato, el ninguneo, la indiferencia, y hasta la violencia, todo es divertido o al menos ‘sirve para la anécdota’. No es llorona como la desesperada que se queja de que ‘no hay hombres’ ni es peligrosa como la solterona, que parece no necesitarlos. (Tenembaum, 2019, párr. 10)

Esta autora entiende que el hecho de estar o no en pareja es un criterio para clasificar mujeres, no personas. Este criterio opera fundamentalmente en las heterosexuales, las que son socialmente definidas según la relación con un varón al que pertenecen, o potencialmente con todos a los que pueden pertenecer o con todos los varones a los que en potencia podemos llegar a pertenecer. La heteronorma, visualizaría a las mujeres como ‘tomadas’ o ‘disponibles’. Por otra parte, esta autora, hace referencia al surgimiento de la mujer cool. Ser una “mina fácil” ya no sería un problema, sino por el contrario implicaría no generar complicaciones, y estar dispuesta a complacer el deseo del otro sin considerar el propio. La chica cool proviene de la chica sumisa, pero aggiornada a la lógica del mercado en el ámbito sexoafectivo, en que las mujeres aumentarían su valor siendo no la que más disfruta del sexo sino la que más complace.



Illouz (2021) según cita Tenenbaum (2019) habla de desregulación amorosa para referirse a los encuentros amorosos en la actualidad y a que los encuentros amorosos han adoptado la forma de un mercado, han adoptado esa forma.

Han (2012) plantea que el amor en la *sociedad positiva* “se aplana para convertirse en un arreglo de sentimientos agradables y de excitaciones sin complejidad ni consecuencias (...) el amor se doméstica y positiva como fórmula de consumo y confort”. Según este autor, en este tipo de sociedad, hay que evitar cualquier tipo de sufrimiento o sentimiento negativo.

Siguiendo otra línea de análisis, Burin (2007, p.1) sostiene que “La globalización actual está basada en valores específicos tales como el consumismo, el individualismo, la glorificación de los mercados, el exitismo y la mercantilización de todos los aspectos de la vida, en tanto que los vínculos intersubjetivos se desdibujan detrás de aquellos valores”.

Analizando las diversas configuraciones vinculares desde la perspectiva de género observamos que aparecen en los últimos tiempos modos de amor que podríamos llamar disidentes. Partimos de la base de que el amor patriarcal es la norma (heterosexual, basado en el binomio hombre-mujer y negador de la existencia de otros géneros) considerando que es el tipo de amor que, más allá de sus variantes, se plantea en nuestra cultura como el modelo a seguir. Asimismo, y en consonancia con su forzada impostura, se asienta en la premisa monogámica pero paradójicamente habilita las relaciones sexoafectivas bajo el modelo de la infidelidad.

Consideramos amores disidentes a aquellos que se salen de esta norma implicando una politización de dicha ruptura. Partiendo de estos tópicos podríamos pensar que la disidencia amorosa va transitar, mínimamente, por dos vías: una que hace a la identidad individual y a la autopercepción de género, al deseo y su vinculación con la elección de pareja amorosa, y otra vía que cuestionaría las relaciones amorosas entre solo dos personas como la única posibilidad de vinculación. Estas vías no necesariamente son paralelas, encontrándose en múltiples intersecciones.

### **3.4.1 Identidades de género, identidades sexuales y amores disidentes**

En este punto surgen las elecciones sexuales y amorosas que rompen con el estándar heteronormativo, así como las identidades autopercebidas no binarias que cuentan con variadas formas de activismo, dentro de la comunidad GLTTTBI (Gays, Lesbianas, Travestis, transexuales, transgénero, bisexuales e intersexuales). Si bien entendemos que no se trata de nuevas constituciones subjetivas, ya que su existencia ha sido invisibilizada por el sistema,

creemos que es durante las últimas décadas que han logrado una mayor presencia en la escena pública y en la lucha por la ciudadanía plena. Estamos pensando los géneros desde una perspectiva que cuestiona los binarismos modernos hombre-mujer y femenino-masculino. Las críticas al sistema han ido tomando diversas formas, asociadas a la inclusión de nuev\*s actor\*s, nuevos desarrollos teóricos, logros y retrocesos en materia de derechos.

El cuestionamiento de la *heterosexualidad obligatoria* (concepto introducido por Adrienne Rich en 1980), pone en crisis a la heterosexualidad como la única orientación sexual, psíquica, física y social. El sistema ha desarrollado formas de control social de lo diferente, para que quienes se ubican fuera de la heteronormatividad sufran la estigmatización, la condena social y la patologización.

En Argentina las luchas por la visibilización y el acceso a derechos han atravesado a la comunidad GLTTTBI. En muchos casos la reivindicación de la identidad ha permitido la resistencia y la visibilización pero no solo en lo referido a lo identitario, sino también de las desigualdades y violencias que se asocian al hecho de no encuadrarse dentro de la norma.

En Argentina con la sanción de la Ley de matrimonio igualitario, surge una contradicción. Mas allá de los beneficios argumentados desde lo ético y lo instrumental (Acceso a la protección social, derecho a la herencia, etc.), Pecheny (2016) plantea que aparece un argumento antipolítico por excelencia: el amor romántico. El Estado debe reconocer la unión de dos personas, porque se aman. Este razonamiento contribuyó a hacer escuchables para una gran mayoría otros argumentos de mayor peso político y mayor impacto democrático, como los de la libertad y la igualdad. Un derecho que no es heteronormativo, termina asentándose en dos bases: el amor y la familia. El matrimonio igualitario ya goza de amplia aceptación y según Pecheny, se instalaron nuevas normatividades, hoy el mandato del casamiento y los hijos abarca a tod\*s, no solo a heterosexuales, no solo a los y las cis.

El mandato heteronormativo también atraviesa a las personas trans. Así lo ejemplifica Álvarez Broz (2017) al relatar la experiencia de Facundo, quien al presentar a su novio recibe el cuestionamiento familiar “¿Para qué hiciste tu transición si ahora igual te gustan los hombres?”. Existiría la suposición que si una persona es trans masculina debería sentirse atraída por mujeres y lo opuesto si es trans femenina, impugnando el deseo de quienes rompen con este mandato.

Asociado a la heterosexualidad obligatoria, se encuentra el supuesto de la binariedad de los sexos.

Kinsman (2014) plantea que una dificultad que surge a l\*s intersexuales está vinculada a la intimidad, y con que su partenaire tome conocimiento de sus condiciones anatómicas.

Muchas veces se plantean si deben hablar sobre su condición intersexual antes de relacionarse sexual o amorosamente con otra persona, con los temores a la discriminación y al rechazo que ello conlleva.

Aquellas masculinidades encarnadas en cuerpos que rechazan o resisten el proceso de femineidad obligatoria son relegadas al silencio y al ocultamiento que provoca el castigo social como consecuencia de haberse rebelado contra el destino del género o, más propiamente, contra el género (femenino en este caso) como destino (Tron y Flores, 2013, en Álvarez Broz, p. 232).

Sobre las personas intersex recae el imperativo de la normalización a través de la intervención médica temprana, tal como nos muestra Cabral (2006) quien plantea a la intersexualidad como un término “campana” que “incluye a un conjunto muy diverso de situaciones en las que la morfología de una persona (y, en particular, su morfología genital) varía respecto del standard cultural de corporalidad masculina o femenina.” (Cabral, 2006, p. 3). Aquí nos encontramos frente a la ruptura con el standard binario, biologicista y reduccionista que implica acciones de normalización (fundamentalmente desde el campo sociomédico) que en la gran mayoría de los casos son ejercicios violentos e invasivos sobre los cuerpos disidentes tendiendo a incluirlos dentro de las categorías hombre o mujer, lo que Cabral llama *formas inhumanas de humanización*.

### **3.4.2 El poliamor, las parejas libres y el amor libre**

En los círculos anarquistas y feministas del siglo XVIII surge la propuesta del amor libre como posibilidad de vínculos sin exigencia alguna de exclusividad. La efervescencia anarquista que acompañó el surgimiento del movimiento obrero en la Argentina durante 1890 y 1930 no se limitó a discutir los métodos de la huelga y la inequidad de clases: también se generaron debates sobre la crisis del matrimonio burgués -bajo la convicción de que era una institución que implicaba grados de sometimiento - y la conveniencia de promover una sexualidad sin restricciones.

Sin embargo, las propuestas anarquistas no lograron conmover los cimientos del amor patriarcal, ni consiguieron un alcance más masivo. Aun así, podemos considerar, en nuestro país, a este movimiento como uno de los antecedentes más significativos de las variantes amorosas disidentes que surgen en la actualidad con mayor difusión y adherentes. Me referiré a algunas de ellas que están presentando al día de hoy un mayor desarrollo: el poliamor, la pareja abierta y el amor libre.

El *poliamor* es un posicionamiento político y filosófico, con bases en el feminismo y la perspectiva de género, que plantea la posibilidad tener vínculos de pareja con más de una persona en simultáneo con el consentimiento de las personas involucradas, cuestionando los estereotipos de género y la monogamia. Se priorizan tres valores: la honestidad, la equidad y el compromiso (Guerra Cristóbal y Ortega López, 2015). Se toma el concepto de igualdad como base para la transformación social que se pretende vivenciar en las relaciones poliamorosas para modificar el contexto histórico de opresión, principalmente de la mujer. Se busca rescatar el libre albedrío sobre el cuerpo, las ideas, las emociones.

El término *compersión*, utilizado por las personas que practican el poliamor, señala la utopía de una persona que no siente celos cuando su pareja está con alguien más (sexual o sentimentalmente), quedando implícito el acuerdo de poder mantener una relación con alguien más con el consentimiento y conocimiento de las personas involucradas. Esto evitaría las reacciones violentas, eliminando la infidelidad como algo incorrecto. Sin embargo, al haber sido socializadas/os en un sistema que plantea la monogamia como estándar, a quienes sostienen la perspectiva poliamorosa, el atravesamiento subjetivo suele generar contradicciones y conflictos, tal como señalan Guerra Cristóbal y Ortega López (2015). Un ejemplo de organización política es el Colectivo Poliamor en México que realiza una construcción ideológica cuestionando la pareja tradicional mexicana, sus roles de género y sus estructuras de poder, pretendiendo llevar esta ideología a la vida cotidiana como acto político y de transformación social.

La *pareja abierta* se basa en tener un código consensuado en el cual está claro que las dos personas involucradas tienen relaciones sexuales con personas por fuera de la pareja. A diferencia del poliamor, estas relaciones con otras personas no se mantienen en el tiempo, sino que, en general, es sexo casual con el afuera, pero manteniendo vínculo sexoafectivo responsable con la pareja. Se basan en el consentimiento de las personas involucradas, planteando la no posesión y el control sobre las personas y sus relaciones. (<https://relacionesabiertas.org>)

El *amor libre*, tal como se entiende en la actualidad, implica la no exigencia de exclusividad a ninguno de las/os integrantes, ya sea sexual o amorosa. Es decir, no se le exige a nadie que solo tenga relaciones o sienta algún tipo de emoción fuera o dentro de la pareja. A diferencia del poliamor no hay exclusividad amorosa de ningún tipo. En Argentina nos encontramos, por ejemplo, con ALA (Amor Libre Argentina), para quienes “el Amor Libre es una forma de relacionarse sexoafectivamente de forma honesta y consensuada en la que no se presupone la propiedad de las personas con quienes nos vinculamos, ni de sus sentimientos,

acciones o pensamientos” realizando acciones de difusión, formación, y acompañamiento. (<https://amorlibreargentina.org/>)<sup>7</sup>

Todos estos movimientos tienen en común el cuestionamiento de la unión de pareja tradicional, con sus ideales de fidelidad y de exclusividad, buscando una manera de generar vínculos más sanos y satisfactorios, basados en el respeto y la igualdad. Se aborda la necesidad de erradicar la estigmatización de estas formas de relación, mediante su visibilización pública.

Al tratarse de formas alternativas al amor patriarcal, que se visibilizan a través de la acción política de diversas agrupaciones, pero también teniendo en cuenta que son formas existentes en nuestra cultura, es que suponemos que pueden aparecer plasmadas en los memes que analizaremos.

---

<sup>7</sup> Al momento de finalizar este trabajo la página no se encuentra disponible.

## Capítulo 4

### Representaciones sociales y estereotipos

#### 4.1 Las representaciones sociales

Las desigualdades entre hombres y mujeres son socialmente construidas. Siguiendo la línea teórica previa, se torna necesario, poner en cuestión “lo natural” que aparece materializado en las representaciones sociales y los estereotipos referidos al amor y su vivencia en mujeres y hombres, para avanzar en la desarticulación de las estrategias de opresión- y entre ellas, el amor- del sistema patriarcal.

Podemos observar una triangulación entre las representaciones sociales acerca de lo femenino y lo masculino, los roles atribuidos a los sexos y los estereotipos de género, que derivan en opiniones, creencias, actitudes y fijan las relaciones asimétricas entre los distintos géneros.

Para poder acceder a conocer las formas que ha adquirido el amor en los tiempos actuales, en el marco de la presente investigación me propongo analizar las representaciones que circulan sobre el amor de pareja, entendiendo a las representaciones sociales como “imágenes (inmediatas) del mundo presentes en una comunidad lingüística cualquiera” (Raiter, 2004, p. 1). Esto es, imágenes mentales que una persona posee respecto a los distintos aspectos del mundo que le rodea, que se transmiten social y culturalmente a través de los discursos, pero que también sufren modificaciones subjetivas. Las representaciones interactúan entre sí. Todas las personas construimos representaciones, las transmitimos y las recibimos de otras personas. De esta manera, las representaciones individuales se transforman en representaciones colectivas (Raiter, 2004, p 1-4).

Los contenidos de las representaciones no son neutros. Esto significa que “tomamos decisiones, planificamos nuestra vida, elegimos objetivos, etcétera, a partir de, o teniendo en cuenta, o condicionados por, las imágenes que tenemos de los acontecimientos y hechos del mundo, las representaciones construidas. Nunca actuamos desde los hechos u objetos en sí - salvo los llamados actos reflejos.” (Raiter, 2004, p. 8) y esta ausencia de neutralidad tiene implicancias concretas en nuestra vida cotidiana.

## **4.2 Los roles de género**

El rol social se refiere al conjunto de actitudes, capacidades, expectativas y valores que se asigna a posiciones sociales o grupos. Martínez Benlloch y otro (2000) plantean que “los roles permiten confirmar expectativas y facilitan la adaptación del sujeto al medio en el que está inmerso, puesto que al ser funcionales responden a criterios de deseabilidad social” (p. 89). En otras palabras, transmiten lo esperado, lo deseado, el deber ser. Y las personas, al cumplir con el rol asignado, se garantizan cierta aceptación social y adaptación al medio.

El rol asignado implica responsabilidades y privilegios diferenciados asociados a la posición que cada sujeto y su grupo de pertenencia ocupa en la estructura social. Una vez aprendidos los roles, la sociedad continúa demandando su cumplimiento para garantizar el acceso a ciertos espacios, el reconocimiento, etc. Así, por ejemplo, un hombre debe poseer ciertos atributos para acceder a un determinado puesto laboral, y esos atributos pueden variar si quien se postula para ese puesto es una mujer. Otro ejemplo puede observarse en los grupos de varones en los cuales, para ser valorados positivamente por el grupo, deben cumplir con ciertos roles atribuidos asociados a la virilidad y si no se cumplen suponen el riesgo de ser excluidos, estigmatizados y/o violentados por el grupo.

Cuando los papeles sociales asignados se basan en el sexo biológico hablamos de roles de género. Se categorizan cualidades, rasgos, valores y conductas esperadas para cada sexo que son base de la socialización diferencial. Esta asignación de roles se observa en todos los ámbitos de la vida social (familiar, laboral, educativo, etc.).

## **4.3 Los estereotipos**

A fin de poder precisar el análisis de las representaciones resulta fundamental interrelacionar este concepto con el de estereotipos definido por Amossy y Herschberg-Pierrot (2001) como “representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno” (p. 32). En el contexto de esta noción, las imágenes que construimos de las demás personas se basan en las categorías a las que son vinculadas. Por otra parte, la imagen que cada persona se hace de sí misma está determinada por la pertenencia a determinados grupos. Al respecto, dicen las autoras, “las representaciones colectivas, necesariamente superficiales, que se relacionan a cada categoría, tienen un impacto considerable sobre la identidad social. Y lo que es más aún, influyen en las relaciones que establecen los grupos y sus miembros.” (Amossy y Herschberg-Pierrot, 2001, p. 36). Así,

muchos grupos quedan estigmatizados, o asociados a ciertos atributos y/o rasgos que se suponen propios de su grupo de pertenencia. En gran medida, construimos una visión de un grupo a partir de un aprendizaje social, basado en el contacto con representaciones enteramente construidas o bien filtradas, generalmente, por los discursos de los medios. (Amossy y Herschberg-Pierrot, 2001, p. 41). Las redes sociales, con su alcance masivo y popularidad, también cobran importancia en la construcción y filtración de las representaciones, aspecto que ampliaré en el capítulo 6.

La influencia sobre el comportamiento también es un aspecto a resaltar. “Los estereotipos nos dicen cómo deben supuestamente comportarse las personas, qué características deben o no tener dependiendo del grupo social al que pertenezcan, raza, sexo o religión. Por lo tanto, los estereotipos simplifican la realidad y están basados en ideas preconcebidas que se van transmitiendo de generación en generación.” (Quesada Jiménez, 2014, p. 92). Pero esta simplificación no es inocente y causal: Los estereotipos de género están relacionados con la cultura predominante, las formas de producción económica y la distribución del poder social en un espacio y un tiempo histórico.

Los estereotipos de género esencializan, estableciendo las características que serían esperables para cada persona según su pertenencia a determinado grupo social. Amossy y Herschberg-Pierrot sostienen que “al estereotipar a los miembros de un grupo, se perciben como una esencia inmutable rasgos que derivan de hecho de su status social o de los roles sociales que les son conferidos” (Amossy y Herschberg-Pierrot, 2001, p. 42). González Gabaldón (1999) plantea similitudes en trabajos de contextos diversos en los que se retrata a las mujeres como sensibles, cálidas, dependientes y orientadas a la gente, mientras que a los hombres se les percibe dominantes, independientes, agresivos y orientados hacia el trabajo. Según Malgesini y Giménez (2000) las personas efectúan generalizaciones ante la imposibilidad de formar una imagen o idea particular sobre cada objeto o persona con la que se relacionan y estas generalizaciones, inexactas y simplistas, fundan los estereotipos.

Según González Gabaldón (1999)

Además del valor adaptativo, simplificador y de predicción, los estereotipos tienen otra función muy importante para la socialización del individuo: facilitan la identidad social, la conciencia de pertenecer a un grupo social, ya que el aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en él. Estas actitudes de integración son realizadas en la infancia y la juventud de forma muy espontánea ya que forman parte del crecimiento en ‘grupalidad y ciudadanía’. (González Gabaldón, 1999, p.81)



Esta descripción de los atributos de los estereotipos según González Gabaldón (1999), oculta los aspectos negativos de la estereotipización. Cook y Cusack (2019) realizan una caracterización más completa, contemplando los aspectos negativos de esta acción:

Estereotipamos para definir una categoría de personas y así maximizar la facilidad de entendimiento y predictibilidad. Estereotipamos para saber a qué personas nos enfrentamos y para poder anticipar el comportamiento de personas que no conocemos. Estereotipamos para diferenciar entre subcategorías de personas y de esta forma, atribuir diferencias a los individuos, etiquetarlos y compartimentarlos en subcategorías. Algunas veces, estereotipamos para calumniar o subyugar a las personas y otras veces para protegerlas o justificar nuestra deferencia hacia ellas. Estereotipamos para crear un “guion de identidades”, para asignar normas y códigos que rijan la forma en que se espera que hombres y mujeres vivan sus vidas y la forma en que pueden preconcebirse. Es a través de la comprensión de estas y otras razones para estereotipar, que podemos descubrir y deconstruir las presunciones tácitas que existen detrás de los estereotipos.”. (Cook y Cusack, 2019, p. 16)

Sean cuales fueran los motivos que subyacen a la estereotipación, estas autoras plantean que estas reducen la capacidad de gozar de sus derechos humanos a quienes son estereotipados.

En esta misma línea Freixas Farré (2001) plantea que “es imprescindible mantener una actitud crítica hacia los estereotipos que, en la medida en que son pensamientos y creencias que se basan en ideas no comprobadas, menosprecian, devalúan, y minusvaloran a los miembros de grupos específicos” (Freixas Farré, 2001, p. 24).

#### **4.3.1 Los estereotipos de género**

A las representaciones de los roles de género y creencias respecto a las diferentes características de las personas sobre la base de la diferenciación sexual se les llama estereotipos de género. (Martínez Benlloch y otro, 2000)

De alguna forma, los estereotipos de género vienen a responder, de una forma sesgada y reduccionista, a las preguntas ¿Qué es ser una mujer? ¿Qué es ser un hombre?, pero también en sus omisiones responden a la posibilidad de existencia de otros géneros posibles y a su inclusión dentro de la trama social. Las respuestas que brindan a estos interrogantes generalizan, esencializan y asignan una serie de atributos para cada género y al mismo tiempo perpetúan las desigualdades, discriminaciones y condicionan fuertemente las libertades

individuales. Enfocar la problemática desde esta perspectiva supone pensar al estereotipo también como “guion de identidades”, entendido como los atributos, roles y comportamientos a los cuales hombres y mujeres deben adaptarse (Cooke y Cusack, 2009, p.21).

Plantea Méndez Garita (2004) que

Para entender la identidad femenina, hay que tener en cuenta que todo el pensamiento occidental está fundamentado en una serie de dicotomías: mujer versus hombre, naturaleza versus cultura, privado versus público, reproducción versus producción, intuición versus razón, cuerpo versus intelecto, etc. Esta visión dicotómica de la realidad conlleva una jerarquización de las partes implicadas y la asociación de la mujer con los términos menos prestigiosos de esa realidad dual, es decir, con la naturaleza, con el ámbito privado, con la reproducción, con la intuición y con el cuerpo, en tanto que al varón se le asocia con la cultura, con la esfera pública, con la producción y la razón.

Siguiendo a Monjas Casares (2004) en los años sesenta surgen investigaciones respecto a las características de personalidad que serían típicas de hombres y de mujeres que la autora sintetiza:

- Rasgos instrumentales considerados como masculinos: Dominante; Se siente superior; Activo; Actúa como líder; Aventurero; amante del peligro; Agresivo; Ambicioso; Competitivo; Independiente; Toma decisiones fácilmente; Abierto; Duro; Confiado en sí mismo.
- Rasgos expresivos considerados como femeninos: Sumisa; Dependiente; Apacible; Amable; Considerada; Consciente de sentimientos ajenos; Emocional; Lloro fácilmente; Necesita aprobación; Pasiva; Comprende a otros/as; Cálida en las relaciones; Se dedica a otras personas; Dedicada a la casa; Le gustan las y los niños; Limpia.

Progresivamente con el avance de los movimientos feministas, estos rasgos han sido cuestionados en su esencialidad e inmutabilidad. Sin embargo, según Monjas Casares, los rasgos instrumentales siguen asociándose a lo masculino y los rasgos expresivos a lo femenino (Monjas Casares, 2004, p.10).

Freixas Farré (2001) plantea algunas características impuestas por la cultura patriarcal a la subjetividad femenina, tales como el imperativo de belleza, la predisposición natural al amor y al ser para otros, la identidad femenina sujeta a la maternidad y el mandato de la mujer como cuidadora.

Branon y David (1976), como se citó en Bonino (2000, p. 48) caracterizaron los cuatro imperativos que definirían la masculinidad:

- I- No tener nada de mujer (*no Sissy stuff*): implica no tener ningún atributo que la cultura atribuye a las mujeres (ser para otros, pasividad, vulnerabilidad, emocionalidad, dulzura, cuidado, etc.).
- II- Ser importante (*the big tvheel*): Poseer poder y la potencia. Ser exitoso, tener status y ser superior frente a las demás personas. Supone la competitividad como conducta subyacente. Implica también la capacidad de ser proveedor, la propiedad de la razón y la admiración que se logra de los demás.
- III- Ser un hombre duro (*the sttrdy oak*): La masculinidad se sostiene en la capacidad de sentirse calmo e imparable, ser autoconfiado, resistente y autosuficiente ocultando(se) sus emociones, y estar dispuesto a soportar a otros.
- IV- Mandar a todos al demonio (*give'em hell*): la masculinidad definida por la agresividad, la audacia, la fuerza, el coraje, el comportamiento temerario, la habilidad para protegerse, hacer lo que desee y utilizar la violencia para resolver conflictos.

Bonino agrega un quinto imperativo:

- V- Respetar la jerarquía y la norma. “La masculinidad se sostiene en el no cuestionamiento de sí, de las normas y de los ideales grupales (los de la masculinidad incluidos), en el estar contenido en una estructura y en la obediencia a la autoridad o a una causa, obligándose a sacrificar lo propio con la ilusión (casi siempre incumplida) de que algún día el varón será dueño de sí (o al menos de alguien/ algo)” (Bonino, 2000, p. 49).

Fernández plantea que “en nuestra cultura las nociones de Hombre y Mujer se organizan desde una lógica binaria: activo-pasiva, fuerte-débil, racional-emocional, etc. donde la diferencia pierde su especificidad para ser inscripta en una jerarquización” (Fernández, 1993, p. 37). Asimismo, la autora sostiene que existe una esencialización de forma totalizadora de ciertas características de uno u otro género (Fernández, 1993, p. 41) que se transforma a menudo en un deber ser para cumplir con dicha esencialización.

Méndez Garita (2004) analiza los estereotipos en los cuentos infantiles:

El arquetipo de identidad femenina es el de un ser de relaciones que se constituye a partir de los roles de madre y esposa. Las virtudes que se valoran como importantes para realizar esta labor y alcanzar el reconocimiento social son: la abnegación, la sumisión, la capacidad empática, la resignación, la paciencia, y la vivencia bajo una ética de dolor y sacrificio. El concepto de mujer subyacente a estos valores es el de la mujer pasiva, dependiente y asexuada que ha sido expropiada de su cuerpo, de su sexualidad y de su energía vital y creativa.” (2004, p.131).

Esta autora, plantea la presencia de dos polos antagónicos: ángel del hogar o demonio. Cuando las mujeres no se identifican con la figura del ángel serán la mujer fatal, madrastra, bruja, prostituta o demonio.

Colás Bravo y Villaciervos (2007) diseñaron un instrumento de medición para los estereotipos sobre la base de las dimensiones: cuerpo, comportamiento social, competencias y capacidades, emociones, expresión afectiva y responsabilidad social:

-Cuerpo: “se conforma la imagen del cuerpo masculino en torno a la fuerza y el vigor y el cuerpo femenino en torno a la delicadeza y debilidad” (Colás Bravo y Villaciervos, 2007, p. 39). Según Torres (2018) el cuerpo, entonces debe ser moldeado en base a estos estereotipos y la mujer debe ser delgada, esbelta, grácil, en posturas blandas, curvadas mientras el hombre debe desarrollar musculatura, fuerza, etc. Freixas Farré (2001) plantea que el control y la opresión sobre las mujeres se centra sobre el cuerpo y la sexualidad, y esto genera que “la identidad de las mujeres se apoye en la premisa de la belleza y la aprobación ajena, colocando su autoestima e identidad en una posición muy vulnerable y constituyendo la belleza “una tercera jornada” y una nueva forma de controlar la vida de las mujeres. Esta autora enumera los imperativos que tienen relación con el cuerpo y la sexualidad de las mujeres: las mujeres como cuerpos y como objetos sexuales y de deseo; la belleza como esclavitud y tortura; el cuerpo como delito constante; el cuerpo como mercancía; la moda como sufrimiento y destrucción; el extrañamiento respecto a nuestra propia sexualidad y nuestro propio cuerpo.

Colás Bravo y Villaciervos (2007) caracterizan a los estereotipos femeninos de acuerdo a ciertas categorías:

-Comportamiento social: al género femenino se atribuye mayor competencia comunicativa (competencias verbales, fluidez del lenguaje, expresividad) y al género masculino una mayor introspección y racionalidad, evitando las manifestaciones personales. (Colás Bravo y Villaciervos, 2007, p. 39)

-Competencias y capacidades: “convencionalmente se asigna un mejor desempeño masculino en tareas técnicas, mecánicas y manuales; mientras que al género femenino se le atribuyen mayores habilidades organizativas y cooperativas” (Colás Bravo y Villaciervos, 2007, p. 39). Torres (2018) respecto al desempeño en el ámbito laboral plantea que “existen límites invisibles planteados por estereotipos que delimitan hasta dónde la mujer puede desarrollarse en puestos de poder y liderazgo y la incompatibilidad entre el ejercicio de la maternidad y cuidado de hijos y mayores con el desempeño laboral” (Torres, 2018, p.166) aspectos que aparecen ligados a la atribución de competencias relativas al cuidado para las mujeres y las competencias de liderazgo a los varones.

En este punto, también se puede incluir las competencias intelectuales y cognitivas, atribuyéndose a los varones una capacidad mayor para las actividades intelectuales que implican uso del razonamiento.

-Emociones: se atribuye una mayor afectividad y emotividad al género femenino y un mayor control emocional y menor expresividad de las emociones al género masculino. Asimismo las mujeres “también deben cumplir con una expresión afectiva que refleje dependencia, calidez, emocionalidad, delicadeza, paciencia, complacencia” (Torres, 2018, p. 170).

-Responsabilidad social: los ámbitos de trabajo se dividen en público para el género masculino y privado para el género femenino. En el ámbito privado se desarrollan las tareas de reproducción y en el ámbito público las de producción. Para Facio (2012)

el patriarcado distingue dos esferas de acción y producción simbólica totalmente separadas e independientes entre sí. Una, la pública, es reservada a los varones para el ejercicio del poder político, social, del saber, económico, etc.; y la otra es para las mujeres quienes asumen subordinadamente el rol de esposas y madres. Por supuesto esta distinción sólo es aplicable a las mujeres, puesto que los hombres transitan y en definitiva gobiernan ambas esferas. (Facio, 2012, p.8)

Según Anzorena (2008)

Desde el mercado laboral parece considerarse a las mujeres como portadoras ‘naturales’ de un ‘capital humano’ que sólo las habilita a ser trabajadoras de segunda categoría, dando por supuesto que sus capacidades están orientadas a la reproducción y al cuidado de la vida (Anzorena, 2008, Párr. 4)

Por otra parte, y en consonancia con lo planteado por esta autora “con la institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres y los hijos, los hombres ostentan el poder en todas las instituciones relevantes para la sociedad.” (Torres, 2018, p. 165).

#### **4.3.2 Cambios y rupturas en los estereotipos tradicionales**

Ninguna construcción social es estática e inamovible. La forma en que se representa a los géneros y los estereotipos tradicionales son cuestionados permanentemente desde diversos sectores generando nuevas posibilidades de representación. En nuestra cultura, este proceso está claramente asociado, entre otros, a los movimientos feministas y a las fuertes críticas que han planteado al respecto, así como a la mayor inserción de las mujeres en el ámbito público. “Las relaciones de género son relaciones históricas y como tales han ido mutando, producto de las luchas, las alianzas, las confrontaciones. Aquello que se considera

perteneciente a lo público o a lo privado y las consecuentes divisiones sociales del trabajo y de los saberes por sexo, se ha ido modificando.” (Anzorena, 2008, Párr. 35.)

Fernández (1993) sostiene que asociados a los cambios culturales se provocaron cambios en los acuerdos que regían las relaciones entre hombres y mujeres. Respecto a las mujeres implicó varios tránsitos y redefiniciones, que considero aún se encuentran en proceso:

- De la heteronomía a la autonomía económica, con redistribución de las tareas domésticas y cambios en los modelos de éxito, la circulación del dinero y el poder dentro de la pareja
- De la heteronomía a la autonomía erótica, redefiniendo los lugares de pasividad y actividad, objetos y sujetos de deseo, y fidelidad conyugal.
- De la maternidad como eje central en el proyecto de vida a una maternidad acotada.

## Capítulo 5

### El disciplinamiento de los cuerpos de las mujeres

Cuando hablo de cuerpo me estoy refiriendo a un concepto social, no biológico, entendiendo que es la cultura la que le otorga un significado, y que es más precisamente la cultura patriarcal la que opera en este sentido provocando efectos de disciplinamiento. Como plantea Sojo Mora(2019), “El significado que adquiere el cuerpo depende de la cultura, usos, valores, creencias, cánones estéticos, incluso las clases sociales influyen en la diversificación de sus significados” (Sojo, 2019, p. 182).

Lagarde (1996) afirma que “el cuerpo es el máspreciado objeto de poder” (Lagarde, 1996, p. 56). Esta autora plantea que las instituciones disciplinan, controlan y recrean los cuerpos a través de diversos procesos enseñando cómo debe ser el cuerpo de los hombres y de las mujeres, según ciertas normas corporales de género. Los cuerpos se disciplinan, se moldean, aprenden posibilidades y prohibiciones. Como plantea Scharagrodsky, “El cuerpo es el primer efecto del poder” (2007, p.5). El objetivo sería según Foucault (parafraseado por Sojo Mora 2019, p. 18) "lograr cuerpos dóciles, que puedan ser sometidos, utilizados, transformados y perfeccionados".

Martínez (2001) como se citó en Sojo Mora (2019), sostiene que existe una “estrategia de normalización, que busca la producción de cuerpos dóciles, capaces de autocontrol y de autodisciplina, dispuestos a transformarse y a mejorarse al servicio de las normas sociales” (Sojo, 2019, p. 55). La autora plantea que el poder no solo usa la violencia física, sino que muchas veces alcanza con la capacidad de la mirada para que cada individuo se controle a sí mismo. En este sentido, las disciplinas de la dieta y el ejercicio aparecen como prácticas normativas de la femineidad y son vivenciadas por las mujeres como fuente de poder y control ya que les permiten acceder a la aceptación social, la belleza y la posibilidad de influir en otros. Asociado a estas prácticas de control social y autocontrol derivado de éstas, aparece la gordofobia o lipofobia, definiendo a ésta como “todas aquellas prácticas, discursos y acciones que burlan, marginan, estereotipan, prejuzgan, rechazan e implican la obstaculización o vulneración de los derechos de las personas bajo el pretexto de la gordura, el sobrepeso, de sus cuerpos” (Mancuso et al, 2021, p. 13). Sojo Mora (2019) realiza una pormenorizada revisión de diferentes investigaciones que evalúan la satisfacción respecto a la propia imagen corporal en distintos ámbitos, observándose como punto recurrente mayor insatisfacción en las mujeres, percepción de delgadez como indicador de belleza y acciones

tendientes a bajar de peso (mediante actividad física y dieta). Cobo Bedía (2015) plantea que “el cuerpo del varón está construido para el poder y el cuerpo de las mujeres está construido para el no-poder. Las mujeres reciben el mandato de que sus cuerpos deben crearse en función de la mirada masculina y, precisamente por ello, la sexualidad debe ocupar un lugar central en las representaciones de lo femenino” (Cobo Bedía, 2015, p. 14). Terminan convirtiéndose en su propio verdugo mediante el uso de la balanza, el espejo, el ejercicio, el control de la ingesta. Si bien los varones no quedan totalmente por fuera de los mandatos en relación al cuerpo, en ellos el imperativo de la delgadez no es tan fuerte, como el de ganar masa muscular.

Si extrapolamos estos imperativos al ámbito de la salud, la situación se complejiza, ya que como plantean Mancuso et al (2021) la perspectiva pesocentrista, al concebir al peso como un indicador suficiente para segregar entre personas “sanas” y “enfermas”, termina considerando la gordura como una enfermedad en sí misma y no como un factor de riesgo, generando falsas separaciones entre personas sanas y enfermas a partir de su peso corporal. Es entonces cuando muchas mujeres terminan siendo consideradas sanas solo por el hecho de estar delgadas. ALUBA (Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia) cita los resultados de una investigación realizada por Mervat Nasser-especialista en psiquiatría- en los cuales resalta que Argentina ocupa el segundo lugar en el mundo, detrás de Japón, en el que las presiones estéticas resultan agobiantes. Coherente con esto, en Argentina la anorexia afecta a una de cada cien mujeres. El mandato de la delgadez extrema incide en la forma en que las mujeres visualizamos nuestro cuerpo, nos autopercebimos como valiosas o dignas de ser amadas, e incide en las acciones que desplegamos para acceder a ese ideal, pero también incide en la forma en que se percibe nuestra salud/enfermedad.

## **5.1 Violencia estética**

Magda Piñeyro, citada por Martín (2021, p.25), define la violencia estética como aquellos comportamientos que hacen (o intentan hacer) daño a otras personas a nivel psicológico, simbólico o físico por su aspecto.

Considero la violencia estética como una forma de violencia patriarcal, a menudo invisibilizada y naturalizada. Se trata de “un conjunto de narrativas, representaciones, prácticas e instituciones que ejercen una presión perjudicial y formas de discriminación sobre las mujeres para obligarlas a responder al canon de belleza imperante” (Pineda, 2012), en la



cual se ejerce una «presión social que tiene consecuencias físicas y psicológicas en las mujeres y que se fundamenta sobre la base de cuatro premisas: el sexismo, la gerontofobia, el racismo y la gordofobia» (Pineda, 2012). Esta autora plantea que desde la más temprana infancia se nos socializa en la idea de belleza como exigencia y requisito para demostrar la femineidad.

La imposición de ser bellas es algo fundamentalmente orientado hacia las mujeres y, si bien se observa un avance de mandatos estéticos hacia los varones también, estos mandatos no poseen la fuerza suficiente para operar con el mismo éxito con que operan sobre las mujeres. Como plantea Torres (2018), “si bien la belleza no es una categoría exclusivamente femenina, como imposición moral sí lo es. La mujer debe ser bella, porque es necesario para el éxito social, para ser aceptada por sus pares, para pertenecer, para conquistar al varón complementario que le ofrezca sostén y reconocimiento.” (Torres, 2018, p. 194). Esta autora hace referencia a un estereotipo de belleza femenina caracterizado por medidas corporales de 90-60-90 en el torso, altura entre 1.70 y 1.75 metros; la piel debe estar libre de celulitis, estrías, granos, etc., y se refiere al ideal de belleza masculino más centrado en tener un cuerpo musculoso, torneado por el fitness. Asimismo, cita a Pérez Gauli (2000), quien describe al modelo de hombre que surge de las publicidades: presenta modelos representantes de los países más ricos (modelo anglosajón y germánico), cuyas características genéricas comunes serían: ser occidental, blanco, joven, mesomorfo y con cabello y ojos claros.

Pineda (2015) describe a la violencia estética a través de las siguientes características:

- 1) La subvaloración del cuerpo biológico, en la cual el cuerpo no es considerado como un todo para sentir, cuidar, respetar y valorar sino como un objeto de exhibición, modificable, intervenible, intercambiable.
- 2) La consideración del atractivo en base a la ausencia de defectos, las características de nacimiento y la eterna juventud, dejando por fuera de la representación publicitaria y la industria de la belleza a las mujeres adultas.
- 3) La exacerbación y profundización del rechazo a la “fealdad”.
- 4) La exclusión de toda belleza diferente a la europea.

Como plantea Pineda (2015), “esta violencia estética se va a concretar con la consolidación de una belleza mercantilizada, seriada, reproducible, uniforme, estandarizada, masificable y descartable, en consonancia con el proceso de racionalización, mercantilización, industrialización y tecnificación de la sociedad.” (Pineda, 2015, Párr. 3). En las cirugías estéticas más invasivas: el rediseño vulvovaginal, las liposucciones, la aplicación de botox, la

inyección de sustancias diversas (incluso algunas con efectos mortales), la depilación y hasta en la supuestamente inocente aplicación de cremas, las rutinas de ejercicio o la realización de dietas para adelgazar, subyace la exigencia de cumplir con un estereotipo de belleza que sería garante de cierta pertenencia de género y aceptación social, y a los cuales la mayoría de las veces no se accede sin cierto sufrimiento.

Por supuesto que hay industrias que se benefician y lucran con el ejercicio de esta violencia, como la industria pornográfica, la farmacéutica, la cosmética, entre otras. Y todas tienen en común que se basan en colocar a la mujer como objeto de consumo (así como ser miradas como garante de reconocimiento social si cumplen con las características debidas) y a la vez como consumidoras eternas de tratamientos y productos que prometen algo que nunca parece llegar. Asimismo, todas colaboran en profundizar el disciplinamiento y el control sobre los cuerpos de las mujeres. Como plantea Pineda (2015): “El patriarcado ha diseñado nuevas formas y mecanismos para el ejercicio de la tiranía sobre la mujer” (Pineda, 2015, Párr. 13) . Gracias a las luchas feministas las mujeres hemos logrado acceder a diversos espacios laborales y políticos, y a puestos con mayor ejercicio de poder, entre otros logros. Sin embargo, cumplir con los mandatos de belleza nos supone un alejamiento del espacio público y de la toma de decisiones políticas, ya que acceder a ese canon de belleza impuesto requiere tiempo, dedicación y dinero, pero sobre todo de un esfuerzo puesto en el propio narcisismo.

Pineda (2015) plantea que gran parte de las intervenciones estéticas a las que se someten las mujeres buscan satisfacer fantasías masculinas impuestas por la patriarcalidad: las grandes proporciones, la voluptuosidad, la exuberancia, la sexualidad o el exhibicionismo.

Esta autora realiza un detallado análisis en el que desmenuza las razones por las cuales las mujeres incorporaron la preocupación por la belleza y la necesidad de una modificación estética. Entre estas están los medios y la publicidad; las patologías de orden psicológico individual; la consolidación de la industria cosmética; la democratización de la cirugía estética; el establecimiento del canon de belleza femenino como una nueva forma de misoginia; la expectativa patriarcal de cumplir con ciertos canones de belleza; y la responsabilidad subjetiva de cada mujer que no cuestiona estos estándares y se somete a las arbitrariedades de la violencia estética. Según ella, las consecuencias de las intervenciones estéticas son diversas:

- La alteración del estado emocional, depresión, ansiedad, culpa, vergüenza, aislamiento social.

- El desarrollo natural del cuerpo se ve detenido por la realización de cirugías invasivas a temprana edad.
- La preocupación excesiva por el cuerpo y la imagen crea conductas adictivas, como los trastornos alimenticios y los trastornos dismórficos corporales.
- Procedimientos estéticos infructuosos que dan como resultados deformidades, asimetrías, perforaciones, desfiguración, mutilaciones y, en el peor de los casos, la muerte.

## 5.2 La juventud eterna y la gerontofobia

Nuestra cultura reproduce discursos respecto al ideal de la juventud eterna y en simultáneo produce discursos que ubican a la vejez como algo negativo, desagradable, a evitar.

La gerontofobia, el edadismo o ancianismo se refiere al “miedo o al temor (fobia) que un individuo o sociedad manifiesta hacia sus ancianos o viejos (gerontos).” (González Esteban, 2021, p. 95). Esta autora sostiene que las sociedades industriales y postindustriales han construido una imagen de los mayores de 65 años como desvalidos, improductivos, inactivos.

Según esta autora existen una serie de mitos y estereotipos que sostienen la gerontofobia como perspectiva legítima:

1) *El deterioro biológico impide el aprendizaje e implica la disminución de las capacidades cognitivas.* Sin embargo, existen investigaciones del campo de las neurociencias que concluyen una asociación entre el mantenimiento de las funciones cognitivas y su uso continuado y un adecuado estímulo.

2) *El envejecimiento demográfico es un mal desde el punto de vista de los sistemas de protección pública, así como para el mercado financiero.* Este mito se sostiene en gran parte basado en los imperativos del sistema capitalista neoliberal que considera un gasto la atención de la población fuera de la edad productiva.

3) *Llegar a la vejez es pasar a la vida improductiva e inactiva.* Este mito desconoce que, en ausencia de enfermedades, gran parte del cuidado de los niños está a cargo de este rango etario. Asimismo, muchas personas ancianas se dedican a tareas comunitarias y/o continúan con sus trabajos, profesiones, etc.

4) Los viejos son *personas inflexibles con poca capacidad de adaptarse a situaciones nuevas o aprender*. Este mito desconoce todos los cambios (físicos, subjetivos, sociales) que se atraviesan en la vejez y que de alguna forma vuelven más dificultosa la vida diaria.

5) Las personas que pasan a la etapa de la vejez son personas sabias y serenas, capaces de mantener el equilibrio y proporcionar la paz de la que carece el mundo de hoy en día. Como en cualquier etapa de la vida las generalizaciones corren el riesgo de ser esencializaciones que desconocen la variedad de posibilidades que una persona tiene de transitar su existencia.

Agregaría a estos mitos el mito de que en la vejez no hay actividad sexual, no existe la posibilidad de enamorarse, formar pareja, etc.

### **5.3 El ideal de la blancura y el racismo**

Dentro del discurso hegemónico, el ser blanco, descendiente de europeos, con ciertos rasgos fisonómicos asociados (ser rubio, alto, delgado) aparece valorado positivamente, genera status, acceso social y está asociado al ideal de belleza. Este discurso deja por fuera de las representaciones a las personas que no poseen estos atributos.

El movimiento Identidad Marrón surgió en Argentina como respuesta al racismo invisibilizado en el país, y a la vez como espacio de encuentro, expresión y reclamo. “La propuesta es impulsar una herramienta de lucha para reivindicar las pieles y rostros de les hijes y nietes de indígenas, campesines, migrantes internes e internacionales, algo que hasta ahora ha sido silenciado por el mito de la Argentina blanca venida de los barcos”. (Identidad Marrón, 2021, p. 8).

Este movimiento se pregunta respecto a cuáles son los colores de los empleos precarios, cuáles son los colores de las clases populares, cuáles son los colores que los algoritmos favorecen, por qué no están les marrones tomando la palabra en los medios, por qué no están hablando de marrones, por qué no están mostrando sus creaciones, pero a la vez son mostrados a través de creaciones de otros.

Según este colectivo se van generando *puertas de cristal* (en clara analogía al *techo de cristal* que analiza el límite invisible en las posibilidades de crecimiento profesional/laboral de las mujeres) como barreras racistas hacia la población marrón e indígena, que limitan su ingreso a determinados espacios e instituciones.

Plantean “la racialización como una cuestión fenotípica y directamente relacionada con la clase social a la que se pertenece. La clase cumple un rol fundamental en los procesos de racialización y en la constitución de jerarquías raciales más allá de lo marrón como categoría identitaria.” (Identidad Marrón, 2021, p. 21). Un ejemplo de esto es lo que sucede con los argentinos blancos que migran hacia Europa: “si estas personas pasan a tener un trabajo precario, una vivienda en un barrio popular, pasan a estar fuera del ideal burgués europeo. En estos casos el proceso de racialización se activa y personas que son blancas en Argentina se vuelven Latinas” (Identidad Marrón, 2021, p. 21).

De esta manera, explican que el racismo no opera solamente hacia las personas negras. “El racismo opera de manera dinámica hacia los sectores populares, hacia las comunidades indígenas, hacia les campesines y hacia las migraciones internas e internacionales, y más profundamente hacia personas fenotípicamente marronas-indígenas en contextos urbanos y rurales.” (Identidad Marrón, 2021, p. 21)

Es muy llamativo que en las producciones audiovisuales argentinas a quienes tienen un fenotipo marrón o indígena les convoquen para cumplir papeles secundarios representando a personajes victimizados, precarizados, analfabetos, y que los papeles principales en su mayoría se asignen a actores/actrices blancas/os. Lo mismo sucede en la mayor parte de los programas de televisión, donde la mayoría de las/los conductoras/es corresponden al estereotipo blanco.

#### **5.4 Sexualidad femenina**

El disciplinamiento de los cuerpos de las mujeres se encuentra atravesado por el disciplinamiento de la sexualidad. Como plantea Lagarde (2009) la mayor parte de las mujeres han sido socializadas para especializarse en la sexualidad procreadora, y el resto para la sexualidad erótica. Dice esta autora que dichas "especializaciones" “constituyen lo diferente: los fines y los contenidos de ambas sexualidades. Lo común consiste en que, tanto la sexualidad procreadora como la erótica, son para los otros” (Lagarde, 2009, p. 12).

“Uno de los objetivos del dominio patriarcal es disciplinar los cuerpos de las mujeres, tanto para la reproducción como para la disponibilidad sexual para los varones. Y para ello ha puesto en funcionamiento una variedad de dispositivos coactivos.” (Cobo Bedía, 2015, p. 15). Según esta autora, la idea de libertad sexual que se gesta en Occidente en los años 60 como revolución sexual no problematiza el lugar y el rol de las mujeres. Dice la autora: “Mientras que para los varones esa revolución significaba la posibilidad de ejercer la sexualidad fuera

del matrimonio con total libertad, para las mujeres la revolución sexual tuvo otro significado: su disponibilidad sexual para con sus compañeros.” (Cobo Bedía, 2015, p. 8).

El feminismo radical va a cuestionar la propuesta patriarcal de las mujeres como seres sexuales para los hombres, su impronta heterosexual y la concepción de que el placer erótico es un derecho masculino a desarrollar tanto en el matrimonio como en la prostitución. El sistema patriarcal arremetió con una reactivación del discurso que equiparaba la vida familiar a la felicidad de las mujeres y la maternidad como finalidad de las mujeres y, por otro lado, la vuelta a la supuesta libertad sexual de los ´60, planteando la irrefrenabilidad de la sexualidad masculina que requiere disponibilidad sexual de las mujeres. A partir de los 80 surge el mandato de que las mujeres deberán ser hogareñas, pero también sexualmente atractivas para sus compañeros. Implica considerar a las mujeres como objeto y no como sujetos.

El feminismo radical generará un contradiscurso proponiendo “que las mujeres puedan ejercer como sujetos y por tanto no se vean obligadas a construir su identidad sobre la base del matrimonio, la maternidad y la sexualidad” (Cobo Bedía, 2015, p.11). Según la autora, las mujeres en las sociedades patriarcales han soportado siempre una sobrecarga de sexualidad, que llama "hipersexualización". Se fabrican “modelos normativos femeninos articulados en torno a la sexualidad como eje de la identidad de las mujeres” (Cobo Bedía, 2015, p. 13), asignando el lugar de objeto y distribuyendo a las mujeres entre el matrimonio y la prostitución. Con el avance del neoliberalismo se mercantilizan la naturaleza, el dinero y el trabajo y también los cuerpos y la sexualidad de las mujeres y de las niñas, evidenciado en el auge de la pornografía, la prostitución y los vientres de alquiler. No alcanzó con sexualizar a las mujeres, también se hipersexualiza a las niñas.

Según Soto (2014) esta diferenciación entre mujeres aptas para la procreación y mujeres aptas para la sexualidad se sostiene en una doble moral que ubica a algunas mujeres en la categoría “puta” y de otras fuera de la misma. Dice la autora: “Putas hemos sido no solo las mujeres inmersas en el comercio sexual, sino por extensión todas las que hemos roto con los miles de prohibiciones y tabúes ligados al disfrute sexual. El temor a “ser consideradas putas” ha sido siempre (y sigue siendo) una amenaza potente para el control de las mujeres y de su sexualidad. La contrapartida es ser “princesas” y “buenas madres”: son las promesas de gloria que el modelo ofrece para las mujeres buenas que se distancian de las brujas y de las putas” (Soto, 2014, p. 6). El disfrute de la sexualidad ha quedado para las mujeres en un terreno controvertido, ya que corren el riesgo de ser estigmatizadas al quedar ligadas a la categoría de “puta”. Dentro de una crianza generizada se socializa a las mujeres para el placer de los hombres, sin que haya registro del placer de las mujeres.

En consonancia con este control de la sexualidad femenina, la masturbación aparece como un ejemplo muy ilustrativo, ya que suele ser un tema tabú, del cual se habla poco. Bardi et al. (2003) plantean que “tanto niños como niñas presentan aprendizajes diferentes respecto a la masturbación donde los hombres obtienen información dada por sus compañeros, en lecturas y otros medios de divulgación. En cambio, las mujeres llegan a través de un autodescubrimiento y muchas veces en forma accidental” (Bardi et al., 2033, p. 10).

En 2022 la marca de juguetes sexuales Womanizer realizó una investigación entrevistando a 22.315 personas de quince países y concluyó que, si bien la brecha de género se había reducido de un 62 a un 47 %, todavía se observaba una menor frecuencia en la actividad masturbatoria de las mujeres frente a la de los hombres (Dorado, 2022).

En los casos más extremos, el control de la sexualidad y el disfrute femenino, por parte del sistema patriarcal, llega a realizarse mediante mutilaciones físicas como la ablación del clítoris. De acuerdo con el secretario general de la ONU, Antonio Guterres, casi cuatro millones y medio de niñas de todo el mundo corren riesgo de sufrir mutilación genital. Un informe de este organismo también alerta sobre el aumento de prescripción médica de la mutilación genital femenina, de lo que se desprende que una de cada cuatro mujeres que se sometieron a esta práctica -alrededor de 52 millones en todo el mundo- lo hicieron con personal de salud de centros médicos legales. (Advertencia de la ONU, 2023)

Sin embargo, sin llegar al extremo que supone la mutilación física, persisten en nuestra cultura formas sutiles de control sobre los cuerpos de las mujeres y la sexualidad, que dan cuenta de la extensión y vigencia del sistema patriarcal y de sus múltiples alianzas con el capitalismo y el neoliberalismo.

Por otra parte, es llamativo que mientras se hipersexualiza a mujeres y niñas, se invisibiliza la sexualidad y el placer en la vejez de las mujeres. Inclusive se observa cierta esencialización de este grupo etario dentro de las representaciones culturales, apareciendo en general asociado a “ser abuela” como única identidad posible, vinculado directamente al estereotipo de la mujer como madre y al equivalente sexualidad-reproducción.

Un ejemplo paradigmático del control de los cuerpos de las mujeres y la represión de la sexualidad femenina es la menstruación. Su rechazo, abordaje médico y el tabú que siguen, en parte, vigentes, son símbolos de la histórica opresión hacia las mujeres. Según Tarzibachi: “Desde pequeñas el cuerpo de la mujer comienza a disciplinarse para responder al constructo social de lo femenino y ocultar los rasgos de la menstruación, como otra práctica de control sobre estos cuerpos.” (Dietrich, 2019, p. 192). Para Tarzibachi, los cuerpos menstruantes se

perciben como abyectos, siendo enmascarados mediante el *famecare*, para lograr semejanza con el ideal masculino y a-menstrual, sin lograrlo totalmente.

## Capítulo 6

### Redes sociales y comunicación

#### 6.1 Redes sociales

En el contexto actual, los medios de comunicación han ganado protagonismo e influyen en la construcción de nuevas subjetividades, al tiempo que potencian nuevos modos de relación social. En este sentido, internet ha cobrado especial relevancia ya que, como se expresó previamente, se ha convertido en un medio de circulación de información de gran alcance. Las innovaciones tecnológicas y las comunicaciones favorecen la inmediatez, el acceso a la información y las posibilidades de interacción de formas que antes eran impensadas. Si bien existen desigualdades en el acceso a internet, condicionadas por diversos factores (geográficos, económicos, etc.), es un hecho que desde 1992 el uso de internet en todo el mundo viene creciendo exponencialmente. En

2015 la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT) estimaba que el 43,3 % de la población mundial tenía acceso a internet, elevándose este porcentaje al 81,3 % en los países desarrollados.<sup>8</sup>

Según la ONTSI<sup>9</sup> existen diversas definiciones de red social, que coinciden en definirla como un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, o como una herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos.

Bold et al. (2007) definen las redes sociales como servicios dentro de las webs que permiten al usuario:

- 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado,
- 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y

---

<sup>8</sup> Fuente: <https://www.efe.com/efe/america/tecnologia/un-43-3-de-la-poblacion-mundial-tiene-acceso-a-internet/20000036-2777245>

<sup>9</sup> Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI (España)



3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema.

Según Celaya (2008), existen tres clasificaciones principales de redes sociales:

1. Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo)
2. Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Instagram, Tuenti, Hi5)
3. Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBugá, CinemaVIP).

Urueña et al (2011) inician su clasificación diferenciando las redes sociales directas de las redes sociales indirectas. Las redes sociales directas se caracterizan por ser “aquellas cuyos servicios son prestados a través de Internet en los que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten” (Urueña et al, 2011, p. 13). Este tipo de redes sociales se subdividen en distintas categorías:

- 1) Según la finalidad. Se tiene en cuenta el objetivo que persigue el usuario de la red social cuando emplea la misma (estableciendo dos subcategorías: de ocio o de uso profesional)
- 2) Según el modo de funcionamiento. Se tiene en cuenta el conjunto de procesos que estructuran las redes sociales y las orientan de forma particular hacia actividades concretas. Se subdividen en:
  - Redes sociales de contenido: en las que el usuario crea y distribuye contenido con otros usuarios a través de la red. La información suele estar disponible para todo usuario sin necesidad de tener un perfil creado.
  - Redes sociales basadas en perfiles tanto personales como profesionales. En este tipo de redes suele ser obligatoria la creación de un perfil (con datos personales y fotografía).
  - Redes sociales de microblogging o nanoblogging. Están diseñadas para compartir y comentar pequeños paquetes de información (que suelen medirse en caracteres).
- 3) Según grado de apertura (públicas o privadas)
- 4) Según nivel de integración (integración vertical o integración horizontal). En las redes sociales de integración vertical, su empleo suele estar acotado al uso por parte de un grupo de usuarios a los que aúna una misma formación, interés o pertenencia profesional. En las Redes sociales de integración horizontal su empleo no está acotado a un grupo de usuarios con intereses concretos en una materia.

Las redes sociales indirectas son aquellas cuyos servicios son prestados a través de Internet y cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible. Este tipo de redes

posee un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto. Ejemplos de este tipo de redes son los foros y los blogs.

Con la creación de las redes sociales<sup>10</sup> se genera un cambio en la comunicación de contenidos a través de internet, ya que antes aquella se generaba de forma unilateral, siendo los entes institucionalizados quienes comunicaban la información. Con las redes sociales, los usuarios pasan a ser generadores de contenido y a su vez también pueden generar modificaciones en los contenidos que circulan. En este sentido, entonces, las redes cumplen un rol como medios para la producción y reproducción de la cultura, para la “colonización” cultural que ejercen los discursos hegemónicos, pero también para ejercer resistencia a estos. Como sostienen Gonzales Espinosa et al. (2014) las redes sociales funcionan como medios para manifestar oposición y resistencia al poder, ya que, a diferencia de los medios de comunicación oficiales, en los cuales la información pasa por un filtro antes de ser divulgada, en las redes de libre acceso la información es presentada por los usuarios tal como ellos deciden.

Una de las características de la comunicación en las redes sociales es la posibilidad de que esta se genere tanto en tiempo real como asincrónicamente. Asimismo, la distancia geográfica deja de tener relevancia al momento de establecer una comunicación.

En relación a sus implicancias psíquicas, Rojas (2018) plantea que las redes constituyen una forma de apuntalamiento del psiquismo en situaciones críticas, personales o sociales. Se festejan en el conjunto acontecimientos sociales compartidos, se llora la muerte de un escritor, un político o un cantante, admirados y queridos. Se confrontan ideologías diversas ante hechos políticos, económicos y sociales; se expresan miedos, ansias y desasosiegos, que otros suelen acoger, con *likes* o comentarios contenedores (...) La red deviene dispositivo de sostén y regulación, a veces, por ende, productor de subjetividad. Ofrece reconocimiento y otro modo de existencia. (Rojas, 2018, p. 87)

## 6.2 Los memes

Siguiendo el desarrollo teórico de Dawkins (1993), los memes son las unidades mínimas de información y replicación cultural. Es decir, que tendrían una función primordial en la transmisión cultural.

Así como *gen* representa una unidad de transmisión, Dawkins (1993) consideró que se

---

<sup>10</sup> El surgimiento se sitúa en 1995 cuando Randy Conrads creó el sitio web “classmates.com” para mantener contacto con sus ex compañeros de instituto.

requería un nuevo nombre para el sustantivo que expresara la noción de un nuevo replicador o la idea de una unidad de transmisión cultural o imitación.

Para este autor, meme es el concepto en que se engloba cualquier manifestación cultural que es replicada o imitada, sin imponer restricciones:

Ejemplos de memes son: tonadas o sonos, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o de construir arcos. Al igual que los genes, se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse de imitación (Dawkins, 1993, p. 251).

Gonzales Espinosa et al (2014) definen a los memes de internet “como un conjunto de significantes que conforman un texto, un tipo de discurso enmarcado en una amplia definición que hoy conocemos como texto multimodal.” (González Espinosa, 2014, p. 75). La circulación de memes en internet puede ser global, llegando incluso a *viralizarse* extendiéndose mundialmente en lapsos de tiempo extremadamente cortos. Es a partir de este fenómeno que se recupera el término “meme” para definir cualquier fragmento de cultura popular con génesis en la Red (Stryker, 2011). La esencia digital de estos memes, su potencialidad viral y la facilidad para crear nuevos contenidos o remezclar los ya existentes provocan una retroalimentación creativa permanente. Se trata de un nuevo lenguaje, que permite el máximo comunicativo a partir de un contenido simple.

Knobel y Lankshear (2007) identificaron tres elementos básicos comunes a los memes que analizaron: humor, rica intertextualidad y yuxtaposiciones anómalas.

La utilización del recurso humorístico es un punto común. La *Intertextualidad* se refiere a la alusión entre elementos de la cultura popular. La *Yuxtaposición anómala* hace referencia a acoplamientos incongruentes de imágenes y textos. Estos autores enfatizan la existencia de las comunidades de sentido, sugiriendo que los memes permiten comunicar significados compartidos al interior de dichas comunidades, y quienes son ajenos a éstas son incapaces de participar plenamente de este fenómeno comunicativo.

Por otra parte, la combinación de imágenes con un texto corto hace que sea fácil y rápido su procesamiento a nivel cognitivo. Los receptores no suelen detenerse a analizarlos. Cuando apelan al humor, y si logran el objetivo de hacer reír, es poco probable que se busque profundizar en su análisis. Tienen la capacidad de transmitir cultura de forma rápida y masiva.

Para el psicoanálisis el chiste es una expresión del inconsciente, es decir, permite que accedan a la consciencia ciertos contenidos inconscientes: “Aquellos de los cuales el Yo prefiere no enterarse o no poner de manifiesto en aras de la convivencia social o de los reproches morales busca, sin embargo, un modo de expresión. Los contenidos habituales del chiste, sexuales u hostiles, siempre prohibidos, son los que deben callarse, pero también los que claman por ser expresados, por ser reconocidos.” (Staude, 2017 p. 165). A diferencia de otras producciones del inconsciente (sueños, actos fallidos, síntomas) el chiste necesita de un interlocutor. Cuando un chiste logra hacer reír es porque tiene la sanción del inconsciente de quien lee/escucha, es decir que algo del contenido inconsciente propio se ve reflejado en él. También al contar un chiste/compartir un meme, estamos reflejando algo de nuestros contenidos inconscientes.

Otra de las particularidades del meme de internet es que no necesariamente puede conocerse la autoría del mismo, ya que en su gran mayoría circulan sin firma de autoría y se viralizan<sup>11</sup> siendo imposible determinar quién los creó, e incluso si se pudiera conocer el sitio (virtual) en el que fueron publicados inicialmente (Wiggins y Bowers, 2015), tampoco tendríamos garantías de conocer a ciencia cierta la identidad de quien lo creó, su grupo etario, clase, etnia, localización geográfica, etc. Actualmente, cualquier persona con acceso a internet y a un dispositivo adecuado (Tablet, PC, teléfono móvil, etc.) puede elaborar un meme o replicarlo. Asimismo, existen diversas aplicaciones, plantillas y páginas web que brindan las herramientas para hacerlo sin requerir conocimientos tecnológicos complejos.

A esto se suma la cuestión de la identidad digital, entendiendo ésta como “la representación virtual de uno mismo en el espacio de Internet, construida a partir de la propia actividad en la red” (Baym, 1998, citado por Urueña et. al.), que no siempre coincide con la identidad real o analógica de las personas, por lo cual se tornaría aún más complejo determinar la autoría real de un meme. Por otra parte, algunos estudios (Martín Holgado, 2009; Sánchez Martínez, 2010 y Muros, 2011) hacen referencia a la temporalidad y fragilidad de las identidades virtuales, debido a la facilidad con que pueden eliminarse sin generar consecuencias significativas.

Según Nelson-Field et al (2011) citadas por Rodríguez (2013, p. 61), “son las cosas que nos hacen reír (no solo sonreír), nos hacen sentir eufóricos (no solo felices), nos hacen sentir verdaderamente inspirados (no solo calmados) y nos hacen sentir enfado (no solo

---

<sup>11</sup> La viralización es el proceso mediante el cual un contenido se difunde de forma multitudinaria en Internet, ya sea a través de redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, etc.

infelicidad), las que más probablemente desencadenan un comportamiento de reenvío”. De acuerdo con Rodríguez (2013), “una vez sembrado un meme, su comportamiento es imprevisible, y parece que lo será siempre, porque esa imposibilidad de hacer predicciones, ese factor misterioso, es una característica inherente al sistema.” (Rodríguez, 2013, p.69). Esta autora plantea que no existe una fórmula que garantice la viralización de un contenido. Sin embargo, considera que hay algunos elementos que pueden controlarse:

- Elementos de uno mismo, es decir, de la unión de un sinnúmero de factores físicos y psicológicos conscientes e inconscientes, controlables e incontrolables como el carácter, la excitación física, la atención, el sexo y edad, los memes ya presentes, los sesgos, etc.
- De los demás, lo que implica ampliar todos los factores anteriores a los otros miembros del grupo.
- De la red y su «ambiente memético», como los memeplex en circulación, si están cerca de su tipping point, la estructura de esa red y la posición que se ocupa en ella, el número de memes compitiendo entre sí, el momento social, el inconsciente colectivo, etc.
- Del meme en sí y cualidades como ser pegadizo, emotivo, contener una historia, ser repetido suficientes veces, si está en el punto adecuado de su ciclo de vida o si ha sido perfeccionado por pruebas previas, por ejemplo.
- De los agentes distorsionadores (medios de comunicación y famosos) y de aquellos que intentan manipular o sembrar sus memes (lo que en internet quiere decir casi todo el mundo).
- Del factor misterioso, emocional y aleatorio que implican los procesos de contagio humano” (Rodríguez, 2013, p. 80).

Rodríguez (2013 pp. 126-127) desarrolla el concepto de “memecracia” para explicar el sistema en que estamos inmersos:

Es el sistema de información social, político y económico caracterizado por el aumento exponencial de la propagación de memes sucedido tras el rápido desarrollo de internet y la desaparición de los filtros de los medios de comunicación. En la Memecracia, los memes (virus mentales) convierten a los ciudadanos en sus portadores y transmisores automáticos, lo que en muchas ocasiones acaba convirtiéndolos en sus justificadores desinformados o víctimas. Lo que caracteriza a la Memecracia es que la gran mayoría ignora su existencia, mientras que quienes sí conocen profundamente su mecanismo (algunas empresas,

políticos, publicistas, famosos, medios, activistas), explotan y controlan con eficacia la siembra de memes premeditados, redirigiendo las corrientes de consumo, opinión o ideológicas con el objetivo de ampliar su poder económico y sociopolítico. Pero, por suerte, una parte de la vida de los memes es impredecible y aleatoria. (...) Los ciudadanos de la Memocracia actuamos según decisiones tomadas de forma emocional, no racional, siendo utilizados por memes que cada vez son menos espontáneos y más premeditados. Los más sumisos se dejan llevar por ellos, en lugar de desarrollar un sistema inmunológico en forma de pensamiento crítico. Los más creativos intentan aprender a sembrar sus propios memes para sus intereses, su promoción personal o para las industrias en las que trabajan, pero pocas veces se llega a cuestionar el funcionamiento íntegro del sistema. (Rodríguez, 2013 pp. 126-127)

## **Capítulo 7 Estado de la cuestión**

Nos encontramos con diversas investigaciones que proponen el análisis multimodal de memes como puede ser el estudio de Dancygier y Vandelanotte (2017), la investigación de González Espinosa et al (2014), o el de Fuica González (2013). Sin embargo, no hallamos tantas investigaciones desde la perspectiva de género que analicen memes.

Piñero-Otero y Martínez-Rolan (2016) investigaron las tendencias de uso, así como las tipologías de los memes más habituales en la acción en línea contra la desigualdad de género, la violencia contra las mujeres o el sexismo mediático. Ballesteros (2016) explora un repertorio de memes capturados durante seis meses en un grupo de WhatsApp, formado por mujeres asalariadas con edades comprendidas entre 50 y 55 años.

No se encuentran investigaciones desde la perspectiva de género que analicen memes respecto al amor de pareja.

## OBJETIVOS

### **Objetivo general:**

Analizar desde la perspectiva de género las representaciones del amor de pareja en los memes de internet a fin de poder determinar si persiste el modelo del amor romántico o si se observa un cambio de modelo.

### **Objetivos específicos:**

- Relevar qué aspectos del mito del amor romántico se observan en los memes seleccionados.
- Identificar si aparecen modelos alternativos al amor romántico.
- Precisar la presencia de estereotipos de género o la ruptura de los mismos en los memes seleccionados

## INTERROGANTES

- ¿Persiste el modelo del amor romántico en las relaciones amorosas de pareja?
- ¿Coexiste el modelo del amor romántico con otro/s modelo/s alternativo/s?
- ¿Existen mayores condiciones de igualdad entre mujeres y hombres en el/los modelos existentes?



## PROPUESTA METODOLÓGICA

La presente se trata de una investigación descriptiva de tipo cualitativo. Vasilachis de Gialdino (2006) entiende que existen diversos enfoques en la investigación cualitativa, pero retoma a Mason (1996) con quien encuentra algunos puntos en común:

- a) Está fundada en una posición filosófica que es ampliamente interpretativa en el sentido de que se interesa en las formas en las que el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido,
- b) Se basa en métodos de generación de datos flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen, y
- c) Se sostiene en métodos de análisis y explicación que abarcan la comprensión de la complejidad, el detalle y el contexto. (Vasilachis de Gialdino, 2006, p.4)

Vasilachis de Gialdino (2006) define las características de la investigación cualitativa según se refieran: a quién y qué se estudia (a), a las particularidades del método (b), y a la meta de la investigación (c):

- a) las características que se refieren a quién y qué se estudia: la investigación cualitativa se interesa, en especial, por la forma en la que el mundo es comprendido, experimentado, producido; por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de los participantes, por sus sentidos, por sus significados, por su experiencia, por su conocimiento, por sus relatos.
- b) las características que aluden a las particularidades del método: la investigación cualitativa es interpretativa, inductiva, multimetódica y reflexiva. Emplea métodos de análisis y de explicación flexibles y sensibles al contexto social en el que los datos son producidos. Se centra en la práctica real, situada, y se basa en un proceso interactivo en el que intervienen el investigador y los participantes.
- c) las características que se vinculan con la meta, con la finalidad de la investigación: la investigación cualitativa busca descubrir lo nuevo y desarrollar teorías fundamentadas empíricamente, y es su relación con la teoría, con su creación, con su ampliación, con su modificación y con su superación, lo que la hace relevante. Intenta comprender, hacer al caso individual significativo en el contexto de la teoría, y provee nuevas perspectivas sobre lo que se conoce, describe, explica, elucida, construye y descubre. (Vasilachis de Gialdino, 2006, p. 29)

Silverman (2000, p. 8) como se citó en Vasilachis de Gialdino (2006), sostiene que quien realiza una investigación cualitativa, prefiere: a) los datos cualitativos (el análisis de las palabras y de las imágenes antes que el de los números); b) los datos que tienen lugar naturalmente: la observación más que el experimento; c) la inducción de hipótesis a partir de los datos antes que la verificación de hipótesis. Asimismo, d) otorga relevancia a los significados antes que el comportamiento; y e) rechaza como modelo de investigación al de las ciencias naturales.

Tal como se expresó previamente se tomará como unidades de análisis memes gráficos que circularon el 14 de Febrero (día de San Valentín) en el año 2020, compilados a partir de la utilización del motor de búsqueda en Google “meme San Valentín año 2020”, especificando en las Preferencias: Búsqueda avanzada y en la Configuración de región Argentina.

Para la selección de los memes a analizar, el criterio general de selección es que sean imágenes (fotografía o dibujo) acompañadas por texto en los cuales se haga referencia al amor de pareja. Se eligen imágenes ya que este tipo de meme es el más popular y el que circula más habitualmente.

La selección de la muestra se realizará mediante un Muestreo probabilístico aleatorio simple. De acuerdo a López (2004) este tipo de muestreo requiere de ciertos pasos:

- 1) Identificar y definir la población.
- 2) Realizar el listado de cada una de las unidades de la población.
- 3) Proceder a calcular la muestra.
- 4) Asignar un número a cada uno de los componentes de la población anotando en una ficha, cartón o bolillo; luego colóquelos en una bolsa o cajón.
- 5) Extraer una por una las unidades correspondientes de acuerdo a la cantidad total del tamaño de la muestra.

Se eligió este tipo de muestreo ya que garantiza que todos los elementos de la población (en este caso, los memes sobre el amor de pareja que circularon el 14 de Febrero de 2020) tengan la misma oportunidad de ser seleccionados e incluidos en la muestra, garantizando de esta forma que sea representativa. (Otzen y Manterola, 2017).

Luego de seleccionar la muestra, se procederá al análisis de cada uno de los memes que la componen. La herramienta de análisis principal será el análisis de discurso (AD). Siguiendo a Santander (2011, p 154), “la noción de discurso y, por consiguiente, el AD,

examinan la generación de significado –la semiosis– en términos generales y consideran que signos de diversa naturaleza (oral, escrita, gestual, audiovisual, espacial, etc.) pueden ser leídos –no sólo los lingüísticos.”. De acuerdo con este autor, no existe un único modelo de análisis, sino que los modelos varían según los intereses que motiven la investigación, según las hipótesis que se formulen o los objetivos que se planteen. (Op. Cit. p. 222).

Se recurrirá al Análisis Crítico del Discurso ACD como recurso metodológico de esta investigación debido a que nos permitirá abordar la implicancia del uso del lenguaje en un fenómeno social para evidenciar las relaciones de poder que subyacen. Como lo afirma Van Dijk (2003), citado por Espinosa (2015): “El Análisis Crítico del Discurso se centra en los problemas sociales, y en especial en el papel del discurso en la producción y en la reproducción del abuso de poder o de la dominación”.

Fairclough y Wodak (1997) describen, entre los principios constitutivos del ACD los siguientes:

- el análisis crítico del discurso estudia problemas sociales; las relaciones de poder son discursivas;
- el discurso constituye la sociedad y la cultura;
- el discurso hace trabajo ideológico;
- el discurso es histórico;
- la relación entre texto y sociedad está mediada;
- el análisis del discurso es interpretativo y explicativo;
- el discurso es una forma de acción social.

Posteriormente Wodak (2004) plantea como intereses del ACD además, la necesidad de una investigación interdisciplinaria y la búsqueda de una teoría crítica del lenguaje que contemple la construcción social de los significados y la concepción del discurso como acción social. De acuerdo a estos autores se pueden distinguir tres aspectos de los efectos constructivos del discurso:

- el discurso contribuye a la construcción de identidades sociales y de “posiciones de sujeto” para los sujetos sociales;
- ayuda a construir las relaciones sociales entre la gente;
- contribuye a la construcción de sistemas de conocimiento y creencias.

En este sentido la práctica discursiva opera para reproducir identidades sociales, relaciones sociales, sistemas de conocimiento y creencias, pero también para transformarlas.

Entendiendo que “todo evento comunicativo es de naturaleza multimodal o multisemiótica” (Carcamo, 2018, p. 147) y que por lo tanto se requieren herramientas metodológicas adecuadas para su análisis, es que recurrimos al Análisis de discurso multimodal (ADM). Los estudios del discurso multimodal han permitido abordar la comunicación de una manera más completa que las visiones de la comunicación centradas exclusivamente en el sistema verbal.

De acuerdo a Gonzales Espinosa et al (2014) los cambios culturales y la evolución tecnológica han provocado el desplazamiento del libro por la pantalla digital, y de la palabra escrita por la imagen. Según estos autores:

nos encontramos ahora con un complejo conjunto multimodal de signos que constituyen la composición del discurso, y que se deben tener en cuenta al momento de abordarlo. En él intervienen distintos recursos semióticos que obedecen a distintos modos de construir el significado. En otras palabras, abordar el discurso debe dar cuenta de este fenómeno que nos presenta los textos como unidades de sentido que articulan signos compuestos de diversos modos.” (Gonzales Espinosa, 2014, p. 76).

Se tomará como referencia la propuesta de análisis de Kress y van Leeuwen (2001) quienes han propuesto cuatro estratos analíticos para el análisis de un corpus multimodal:

En primer lugar, se debe identificar el estrato del discurso entendido como saber social. Es decir, se determinan el o los discursos que se utilizarán en el acto comunicativo, respondiendo a preguntas de quién, cómo, dónde, cuándo y qué, a la luz de los recursos semióticos utilizados.

Luego, se estudia el estrato del diseño. En este nivel, se integran los discursos y se estudian desde el plano ideativo (ideas que se desean comunicar) y del material (recursos semióticos para la transmisión del mensaje).

En tercer lugar, se analiza el estrato de la producción, nivel en el que se vinculan los discursos con los recursos utilizados que permitieron materializar el diseño.

Finalmente, se considera el estrato de la distribución. Allí se genera conciencia respecto a la fuente de difusión del mensaje y cómo este puede condicionar la diseminación del mensaje.” (Cárcamo Morales, 2018, p. 157)

Para seleccionar la muestra, luego de realizar la búsqueda del motor de búsqueda en Google “meme San Valentín año 2020”, especificando en las Preferencias: Búsqueda avanzada y en la Configuración de región Argentina, nos encontramos con una dificultad: el buscador incluyó memes que habían sido compartidos en otras regiones, así como videos y memes que correspondían a otros años (2014, 2016, 2019, 2021, 2022). Por lo cual inicialmente debió efectuarse una revisión exhaustiva, con el objetivo de identificar los memes que cumplían con los criterios de la investigación y descartar de esta selección a los que se encontraban repetidos. La selección arrojó un resultado de 60 memes gráficos. Para identificar los elementos de la muestra estos fueron enumerados según su orden de aparición en la búsqueda.

En este caso se calculó la muestra usando los siguientes valores: población total 60; nivel de confianza 0.95; margen de error 0.05; probabilidad 0.50. Resultando el tamaño de la muestra de 53. Calculado a través de la página <http://www.berrie.dds.nl/calcss.htm>.

Luego de efectuar el sorteo y a fines prácticos se enumeraron los elementos de la muestra del 1 al 53, los cuales constan en el Anexo.

## ANÁLISIS

### Fase descriptiva

Trabajaré sobre la muestra obtenida compuesta por 53 memes gráficos, que incluyen imagen gráfica y texto.

Sistematicé este corpus, haciendo foco en las recurrencias temáticas. Observando la muestra ciertos temas se repiten:

- ✓ Estar sin pareja en San Valentín (1,7,12,16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 30, 35, 47, 48, 49, 50,51);
- ✓ Malestar por la celebración del día (10,13,14,15,25);
- ✓ Regalos (3,8,11,24,29,33,34,36,38,39,40, 45,46, 51);
- ✓ Sexualidad (41,43);
- ✓ Burla/denostación/enojo hacia la fecha y lo que representa (4,17, 28,32, 37,44, 53);
- ✓ Fraternidad entre hombres (memes 31 y 52);
- ✓ La menstruación (2, 9);
- ✓ La infidelidad (42, 52).

### Fase analítica

Para el análisis utilizaré el modelo formulado por Gunther Kress y van Leeuwen (2001, pp. 1-23), en el que se proponen cuatro estratos analíticos: discurso, diseño, producción y distribución.

El *primer estrato implica la identificación del discurso* o serie de discursos que los/as emisores van a utilizar para el diseño de su acto comunicativo. Aquí busco dar respuesta a las preguntas: quién (personaje/s del meme), qué es lo que sucede (tema), dónde y cuándo, así como un cómo (describe el hecho en sí), de acuerdo con los recursos semióticos que los autores presentan (imagen y texto).

En el *segundo estrato*, luego que se identificaron el o los discursos se procede a integrarlos en un acto comunicativo a través del *diseño*. Éste comprende un aspecto ideativo (ideas que el emisor desea comunicar en contexto), y otro material (los recursos semióticos que tiene a su disposición para transmitir el mensaje). En este estrato se conceptualiza un nuevo discurso. Luego se establecen las relaciones que existen entre ellos para determinar qué idea quiere transmitir el creador del meme, así como los recursos semióticos que emplea para materializarla.

Siguiendo a Londoño entendemos al modo como un conjunto de recursos semióticos organizados socialmente para crear significado. Estos recursos se articulan dentro de un espacio textual específico y desempeñan funciones complementarias de coordinación, refuerzo y contraste. (Kress, 2003). Por consiguiente, el modo se refiere, en un sentido amplio, a cualquier elemento que produzca significado en un contexto social, como el habla, la escritura, la narrativa, la imagen, el color, la música, el gesto, el gusto o el tacto, entre otros. Esto implica que los modos no son categorías inmutables, sino que evolucionan y se adaptan a medida que las comunidades que los utilizan se desarrollan y cambian” (Londoño, 2023, p.52)

No existe una sola manera de definir a los modos e incluso los investigadores redefinen a menudo las clasificaciones que proponen. (Londoño, 2023, p. 54). Retomo para este análisis la clasificación planteada por Kress y van Leeuwen (2001) la cual incluye: lenguaje, imagen, música, sonido y gesto, utilizando de esta clasificación únicamente a lenguaje, imagen y gesto por ser estos modos pertinentes al género discursivo abordado (los memes gráficos).

Con el *modo imagen* me refiero la representación visual de algo real o imaginario mediante foto, ilustración y/o captura de pantalla, con el *modo lenguaje* a la representación de la lengua por medio del sistema de escritura español y con el *modo gesto* a el/los movimiento/s del rostro, de las manos o de otras partes del cuerpo que expresan estados afectivos y/o transmiten mensajes.

Kress y van Leeuwen (2001) definen la multimodalidad como el “uso de varios modos semióticos en el diseño de un evento o producto semiótico, así como la forma particular en la que estos modos se combinan - pueden reforzarse mutuamente (...) cumplir roles complementarios (...) o estar jerárquicamente ordenados” (Kress y van Leeuwen, 2001, p. 12). Es entonces que en este análisis los recursos semióticos de cada modo serán analizados no de forma aislada sino en relación al resto de los recursos presentes en cada meme, intentando destacar el sentido que construyen en sus combinaciones, refuerzos mutuos, complementariedad o jerarquía.

Los recursos semióticos que se consideraran en el análisis para cada modo son: para el modo lenguaje (utilización de la ironía, comparación, metáfora, antítesis, etc.), para el modo imagen (utilización de encuadre, figura y fondo, disposición de los elementos, intertextualidad) y para el modo gesto (lenguaje corporal, gesto, postura, distancia física,

contacto entre personajes). Esta caracterización de los recursos para cada modo fue efectuada tomando como referencia diversos análisis que utilizan la teoría de Kress y van Leeuwen.

El *tercer estrato se refiere a la producción*, la materialización del producto comunicativo. Para realizar la interpretación, se establecerá una relación entre los discursos identificados y los recursos semióticos descritos en el estrato del diseño, que se materializaron en el meme, poniendo en consideración los aspectos conceptuales trabajados en el marco teórico. Se tiene en cuenta que el meme utiliza el recurso humorístico y a veces también crítico, y que recurre a la intertextualidad para poder darle fuerza al discurso. Como plantea De Jorge, en la entrevista realizada por Lazcano (2022):

los memes son artefactos letrados y tenés que estar alfabetizado no solo para producirlos, sino también para decodificarlos. Si bien a veces es algo sencillo, simplemente una imagen con alguna edición, es un objeto semióticamente complejo. Hay algo en la naturaleza del meme que es eminentemente intertextual. Siempre está haciendo referencia a otra cosa y tiene una particularidad, que es que está mezclando contextos constantemente (...) Hay una operación, y hay una habilidad intelectual de lectura, de la que es necesario que el receptor disponga, porque si no se queda completamente afuera y no termina de entender. Es como si le presentaras un objeto que está en otro idioma. No sabe si es un chiste, si es ofensivo; percibe que hay algo raro, pero no sabe qué es, lo toma en forma literal o piensa que alguien dijo eso de verdad, o que esa persona existe. (Lazcano, 2022, párr. 27)

El *estrato número cuatro se refiere a la distribución*. Respecto a este punto es necesario precisar algunas características de la muestra analizada. Como se expuso anteriormente, la selección de la muestra se construyó a partir de memes que encontramos en Google utilizando un motor de búsqueda específico. Esta metodología arrojó como resultado los memes que habían sido publicados en páginas web (periodísticas o de otra índole). Cabe suponer que existió previamente una selección de lo circulante en redes sociales, y que esta selección seguramente estuvo sesgada por la subjetividad de quien/es la efectuó/aron, así como también por los discursos que circulan respecto al tema. Más allá de ello, entiendo que los memes no fueron producidos con el fin de ser publicados en determinadas páginas, sino que justamente se trata de un producto cultural que circula habitualmente en redes sociales. Esto, junto al anonimato de quien produce el meme, permite cierta libertad en la creación del mensaje, que no observamos en las producciones que se realizan para algún medio en particular (ej. una viñeta humorística que se produce para determinado diario, un flyer que se



crea para una página de internet en particular, etc.). Por otra parte, la viralización, y la velocidad con que circulan en las redes hace que sea imposible delimitar de antemano el alcance de la distribución.

A continuación, realizaré el análisis propiamente dicho de cada uno de los elementos de la muestra, haciendo referencia a la intertextualidad presente en algunos memes y utilizando la clasificación por temática especificada en la fase descriptiva. Las categorías de análisis son el modelo del amor romántico, los modelos alternativos al amor romántico y los estereotipos de género:

**Modelo del amor romántico:** es un modelo que implica la relación amorosa monogámica y heterosexual entre dos personas y que se asienta sobre una serie de mitos (Luzón et al. 2011) concentrados en cuatro grandes grupos:

- **El amor todo lo puede y estaría por encima de todo conflicto y maltrato.** Este mito justificaría “cambiar por amor” y soportar relaciones violentas en pos de que el amor triunfe.
- **El amor verdadero está predestinado, siendo la única elección posible y al encontrarlo se lograría la completud (mito de la media naranja).** Asimismo, estos mitos referencian que la pasión y el enamoramiento perdurarían para siempre.
- **El amor es lo más fundamental para la existencia y requiere entrega a la pareja por completo,** renunciando a la intimidad y entrando en un proceso de despersonalización.
- **El amor es posesión y exclusividad.** Implica que el amor conllevaría a una unión estable y duradera: el matrimonio y por otra parte normalizaría los celos como muestra de amor o requisito indispensable para que el amor sea verdadero.

### **Modelos alternativos al amor romántico:**

En esta categoría considero a los modelos que en la actualidad se proponen como alternativas al modelo del amor romántico (Poliamor, la pareja libre y el amor libre), asimismo a la expresión de relaciones amorosas que no se encuadran dentro de la heterosexualidad normativa.

El Poliamor plantea la posibilidad tener vínculos de pareja con más de una persona en simultáneo con el consentimiento de las personas involucradas.

La Pareja libre se basa en tener un código consensuado en el cual está claro que las dos personas involucradas tienen relaciones sexuales casuales con personas por fuera de la pareja.

El Amor libre implica la no exigencia de exclusividad a ninguno de las/os integrantes, ya sea sexual o amorosa. En este modelo no hay exclusividad amorosa de ningún tipo.

### **Estereotipos de género:**

Son las representaciones de los roles de género y creencias respecto a las diferentes características de las personas sobre la base de la diferenciación sexual (Martínez Benlloch y otro, 2000). En esta categoría abordaremos dos subcategorías: el estereotipo masculino y el estereotipo femenino.

**El estereotipo masculino** se caracteriza por las tareas de producción y el ámbito público (Mendez Garita, 2004). El hombre debe ser fuerte y vigoroso (Colás Bravo y Villaciervos, 2007) y se le supone una mayor introspección y racionalidad, evitando las manifestaciones personales. (Colás Bravo y Villaciervos, 2007.). Se supone un mejor desempeño masculino en tareas técnicas, mecánicas y manuales (Colás Bravo y Villaciervos, 2007, p. 39). La hombría se asimila con la fortaleza, la razón, la actividad, la independencia, el poder, la esfera pública, la autoridad y la libertad sexual –entre otros-, generando un ser hombre para sí y para ser servido. (Simón Rodríguez, 2009). Ciertos rasgos instrumentales son considerados como masculinos: Dominante; Se siente superior; Activo; Actúa como líder; Aventurero; amante del peligro; Agresivo; Ambicioso; Competitivo; Independiente; Toma decisiones fácilmente; Abierto; Duro; Confiado en sí mismo. (Monjas Casares, 2004). Responden a los cuatro imperativos que definirían la masculinidad que plantean Branon y David (Bonino, 2000): No tener nada de mujer (implicaría no poseer ningún atributo que la cultura atribuye a las mujeres como ser para otros, pasividad, vulnerabilidad, emocionalidad, dulzura, cuidado, etc.); Ser importante (Poseer poder y la potencia. Ser exitoso, tener status y ser superior frente a las demás personas. Supone la competitividad como conducta subyacente. Implica también la capacidad de ser proveedor, la propiedad de la razón y la admiración que se logra de los demás); Ser un hombre duro (sentirse calmo e impenetrable, ser autoconfiado, resistente y autosuficiente ocultando(se) sus emociones, y estar dispuesto a soportar a otros; Mandar a todos al demonio (agresividad, audacia, fuerza, coraje, el comportamiento temerario, la habilidad para protegerse, hacer lo que desee y utilizar la violencia para resolver conflictos; y el quinto imperativo que agrega Bonino (2000) Respetar la jerarquía y la norma.

En relación al amor se espera que el hombre sea el héroe y el conquistador, el que logra alcanzar imposibles, seducir, quebrar las normas y resistencias, el que protege, salva, domina y recibe. (Ferrer Pérez y Bosch Fiol, 2013).

**El estereotipo femenino** se caracteriza por las tareas de reproducción y el ámbito privado (Mendez Garita 2004), el imperativo de belleza, la predisposición natural al amor y al ser para otros, la identidad femenina sujeta a la maternidad y el mandato de la mujer como cuidadora (Freixas Farré, 2001). La mujer debe ser delicada y débil (Colás Bravo y

Villaciervos, 2007). Ciertos rasgos se considerarían femeninos: Sumisa; Dependiente; Apacible; Amable; Considerada; Consciente de sentimientos ajenos; Emocional; Lloro fácilmente; Necesita aprobación; Pasiva; Comprende a otros/as; Cálida en las relaciones; Se dedica a otras personas; Dedicada a la casa; Le gustan las y los niños; Limpia. (Monjas Casares, 2004). En relación al comportamiento social se atribuye al género femenino mayor competencia comunicativa (competencias verbales, fluidez del lenguaje, expresividad) (Colás Bravo y Villaciervos, 2007.). También se le atribuyen mayores habilidades organizativas y cooperativas (Colás Bravo y Villaciervos, 2007, p. 39).

En relación al amor se considera atributos de las mujeres la espera, pasividad, cuidado, renuncia, entrega, sacrificio. Se esperará de ellas que den, que ofrezcan al amor su vida (y que encuentren al amor de su vida), sean para otro, y se deberán a ese otro, obedientes y sumisas (Ferrer Pérez y Bosch Fiol, 2013, p.114).

**Estar sin pareja en San Valentín** (1,4,7,12,13,15,16,18,19,20,21,22,26,30,35, 37,47,48,49,50,51)

- Respecto al modo imagen del meme 1 aparece en primer plano Homero Simpson, como personaje principal, con gesto angustiado, junto a otra persona ubicada su lado que lo mira de reojo (recurso gestual). En el modo lenguaje observamos un texto escrito en sector superior: “Yo no pienso que voy a estar solo el 14, sino que alguien va a estar sin mí”. La imagen utiliza un recurso intertextual: la figura de un personaje muy popular, que se caracteriza, entre otros atributos, por ser un padre y esposo disfuncionales, con diversas actitudes machistas y evidente inmadurez emocional. Entre el componente textual y el gestual del personaje principal se observa una contradicción, la cual genera el efecto humorístico: por un lado, quiere mostrarse orgulloso de quien es (en la escena que da origen al meme es así), pero a través de su rostro evidencia tristeza. Este meme produce humor en referencia al varón que se muestra seguro de su soltería pero que internamente sigue necesitando una pareja para ser feliz. Refuerza la idea de la importancia de la pareja para obtener la felicidad e, indirectamente, el valor social que tiene el 14 de Febrero como fecha fundamental representativa del amor romántico.

Por otra parte, en relación al modo gesto se observa al sujeto que lo mira de reojo quién también tiene un gesto triste, y es pasivo frente a la angustia de Homero. Esta

disposición entre los personajes, junto a su lenguaje corporal muestra una interacción bastante habitual entre los varones, en la que no se habla de sentimientos. Refuerza el estereotipo de que los hombres se muestran seguros de sí mismos, sin sentimientos, pero al mismo tiempo rompe con la idea de que no sufren por amor, o que no necesitan de una pareja para sentirse completos. Este meme tiene una marca de agua que identifica a su autor (El chico meme), da cuenta de que es un varón que a través de este mensaje muestra el malestar por el hecho de estar sin pareja.

- En el meme 4 hay dos imágenes en secuencia que muestran a un pingüino con gesto de enojo realizando una manualidad con un corazón. En relación al modo lenguaje, en el sector superior dice: “yo ayudando a mis amigos enamorados con sus detalles y sorpresas para el 14 de Febrero”. El encuadre permite que la mayor importancia esté en el rostro del pingüino y en el lenguaje corporal, que es el que expresa enojo (utiliza el recurso de la expresión facial de enojo mediante el ceño fruncido y la mandíbula adelantada) así como en la tarea manual que está realizando. El corazón rosado es un elemento que funciona para reforzar la idea de que se trata del día de los enamorados. Hay una contradicción entre los modos imagen y gesto (que sugieren malestar por la actividad) y el modo lenguaje (que expresa la tarea que realiza sin ninguna connotación emocional). Esta contradicción permite que se complementen los tres modos para lograr el efecto de humor. Como se observa en el meme anterior el malestar estaría asociado a que otros estén acompañados y el no, sin expresar mediante la palabra dicho malestar.
- En el meme 7, titulado “mi 14 de Febrero”, la imagen es una foto de una escena situada en un bar. El lenguaje se encuentra en el texto ubicado en el sector superior: “Todo el mundo//Yo”. Este texto sirve para situar una comparación que la imagen desarrolla: aparece en primer plano una chica joven con una leve sonrisa y haciendo gesto de aprobación con su dedo pulgar y en el fondo se observa una pareja besándose. La pareja se ubica a la izquierda y el personaje principal está a la derecha, en primer plano y mirando hacia la cámara. Esta disposición se complementa con el texto para dar a entender que ella es la que habla. Utiliza el gesto del pulgar hacia arriba para indicar que todo está bien, pero en simultáneo el lenguaje corporal evidencia cierto malestar. Usar el pulgar hacia arriba para simular que algo está bien cuando en realidad genera malestar es un gesto muy utilizado por los jóvenes en las redes

sociales. Podemos observar que los modos se complementan para que observemos que el personaje principal del meme estaría fingiendo estar bien mientras otros están en pareja, cuando en realidad le afecta emocionalmente. Al contextualizar en la fecha 14 de Febrero, al igual que observamos en otros memes, da por sobreentendido que es una fecha en la cual la pareja tiene relevancia cultural.

- En el meme 12 la imagen es una captura de pantalla de una conversación de whatsapp en la cual alguien le pregunta a otra persona: “salimos?”, esta le responde “tengo novia y voy a salir con ella”, a lo cual repregunta “puedo ir con ustedes?”. En letras más grandes y en el sector superior dice “yo este 14 de Febrero”. En este meme el modo lenguaje es el que predomina, siendo la imagen un complemento para contextualizar que se trata de una conversación de whatsapp. Como sucede en el meme anterior, se contextualiza la conversación en el 14 de Febrero. El efecto de humor se basa en que quien envía el primer mensaje termina solicitando sumarse a la pareja. Hace suponer que lo importante es no estar solo en San Valentín. Si no se considera el contexto del diálogo se podría pensar que está avalando una relación poliamorosa, pero justamente que el recorte del diálogo hace pensar en que se trataría de un pedido desesperado por no estar solo.
- El meme 13 está compuesto por dos imágenes. La imagen del sector superior es la foto de una pareja en un parque besándose con la leyenda “expectativa para el día de San Valentín”, y la imagen inferior es la ilustración de Rafa Gorgori (personaje de Los Simpsons) con una expresión facial triste (el gesto se compone de inclinación descendente de las comisuras de la boca, mirada baja y decaimiento general de las facciones), sentado frente a un pupitre escolar con su caja de San Valentín vacía. Esta última imagen se acompaña de la leyenda “realidad”. Aquí en el modo imagen se utiliza el recurso de la intertextualidad para hacer referencia a un episodio de Los Simpsons (titulado "Yo amo a Lisa"), en el cual por el día de San Valentín la docente realiza buzones de papel para que los/as alumnos/as se intercambien tarjetas alusivas al día. Todos/as sus compañeros/as reciben tarjetas, pero Rafa no recibe ninguna, se angustia y llora por eso. Es una imagen muy popular que encontramos en otros memes también. En este meme el lenguaje se utiliza para diferenciar lo que pertenece a la expectativa de lo que pertenece a la realidad, mientras las imágenes con su disposición

y contenido permiten efectuar la comparación. Observamos nuevamente en este meme la tristeza asociada a no recibir demostración de amor en esta fecha y a un varón manifestando esta reacción.

- En el meme 15 la imagen es una ilustración de un superhéroe, Spiderman (Hombre araña). El personaje está ubicado en cuclillas con la cabeza hacia abajo y un brazo sobre la pierna (lenguaje corporal que indica abatimiento) bajo la lluvia. Se encuentra en el sector derecho, orientado de perfil hacia la izquierda (orientación hacia el pasado). Los colores utilizados son tonos del negro y el gris. Todos estos elementos se complementan para comunicar la tristeza y el abatimiento al personaje. En el modo lenguaje el texto escrito dice: “Hye gente, ¿Qué tal San Valentín? Yo lo he pasado con mi actual novia. Se llama Soledad”. En este meme, los modos imagen y gesto se complementan para brindar una idea de abatimiento y tristeza y el modo lenguaje refuerza la idea de que el personaje está solo al nombrar a su novia “Soledad, lo cual nos lleva a entender que esta triste y abatido por estar solo. Muestra a un superhéroe, que responde al estereotipo del hombre fuerte, que resuelve mediante la acción (en muchos casos violenta) abatido por la soledad en el día de San Valentín. El mensaje que subyace es que hasta un superhéroe sufre la soledad en San Valentín. Rompe con el estereotipo del hombre fuerte, que no tiene sentimientos, que no requiere de la pareja para ser feliz.
- En el 16 la imagen está compuesta por la foto de Han Solo (personaje de la saga Starwars), orientado hacia la derecha, pero mirando al frente, con un arma en la mano. Su lenguaje corporal indica seguridad (hombros hacia atrás y cabeza en alto). La mirada fija hacia la cámara es coherente con el lenguaje corporal. La utilización del arma como accesorio suma a la composición de la imagen, siendo esta un símbolo fálico que puede utilizarse para reforzar la idea de virilidad y agresividad. El texto dice “YO CELEBRE EL DIA DE SAN VALENTIN AL ESTILO DE HAN...SOLO”. Este texto está superpuesto en su mayoría en el sector superior de la imagen y la palabra solo en el sector inferior. En el modo lenguaje se observa el juego con la doble acepción de la palabra “solo”, utilizando en el texto esta palabra en un tamaño mayor y en el sector inferior de la imagen para resaltarla, darle mayor relevancia y a la vez diferenciarla del nombre del personaje. Los tres modos se complementan para darle

sentido al mensaje. Se utiliza un personaje de una saga popular, que responde al estereotipo de hombre fuerte y que aplica la violencia para resolver las situaciones conflictivas, pero en este caso a diferencia del meme anterior, no hay abatimiento ni tristeza sino una actitud agresiva. Refuerza el estereotipo de la masculinidad hegemónica, en el cual los hombres no sufren por amor y muestran una actitud agresiva frente al mundo.

- En el 18 la imagen es una foto del cantante Julio Iglesias que señala con su dedo índice a la cámara. El texto escrito superpuesto a la imagen dice “O días estar soltera en San Valentín, pero te encanta estarlo en Carnavales. Y lo sabes!”. La utilización del femenino “soltera” indica hacia quien va dirigido el meme: mujeres. “Y lo sabes” está escrito en el sector inferior con un tamaño más grande y en negrita. El gesto de señalar a la cámara, señalando a quien mira el meme, funciona como un gesto de acusación, sin embargo, como está sonriendo esos elementos de la semiótica corporal y gestual sugieren complicidad, lo cual colabora al efecto humorístico. Observamos que se utiliza la imagen de un varón hegemónico, en este caso es un artista musical que en muchas de sus canciones ha reproducido estereotipos machistas y relativos al amor romántico. El mensaje que deja entrever es la ambivalencia que las mujeres pueden sentir respecto a estar solteras: en San Valentín esta condición es odiada, pero en carnavales (momento festivo del año) se disfruta. Este meme reconoce que las mujeres están habilitadas a disfrutar la soltería cuando es permitido culturalmente, y que sienten odio (que no es lo mismo que estar tristes como observamos en otros memes) por no poder cumplir con el mandato de estar en pareja.
- En el meme19 la imagen es la foto de una foto del personaje William Lumbergh, de los cortos Milton. Este personaje aparece en primer plano vestido con camisa, corbata y tiradores (vestimenta asociada a un trabajo de oficina), en el fondo se puede ver lo que parece ser una oficina con una persona que se aleja caminando, la cual no tiene relevancia en el meme. En el modo gesto observamos que tiene una mano en la cintura y en la otra sostiene una taza, la expresión facial indica que está hablando y el brazo en la cintura sugiere autoridad y seguridad. Vemos nuevamente otro varón hegemónico como personaje principal del meme. En relación al recurso intertextual William Lumbergh se caracteriza por ser la antítesis del líder motivacional en el trabajo, que les plantea a sus empleados tareas que a los empleados suelen

disgustarles. En el modo lenguaje se encuentra superpuesto a la imagen: “las estadísticas dicen que en San Valentin estarás solooooo”. Por el uso del masculino se deduce que el meme está dirigido a los varones. La utilización de la palabra “estadística” agrega un sentido de racionalidad y formalidad al mensaje coincidente con el contexto de la imagen. En este meme los tres modos se complementan para comunicar que el varón debe afrontar la soledad, aunque esto no sea motivante ni agradable.

- En el modo imagen del meme 20 se observa en primer plano al cantante Ricardo Arjona. En el modo gesto la semiótica corporal indica abatimiento/tristeza (se encuentra inclinado hacia adelante, apoyando la cabeza sobre su mano, la mirada se dirige hacia abajo y las comisuras de los labios están descendidas). En relación al recurso intertextual se trata de un varón hegemónico, cantante que se ha hecho famoso por interpretar canciones románticas, varias de ellas cuestionadas por su contenido machista. En el modo lenguaje aparece un texto superpuesto a la imagen: “El problema no es el 14 de Febrero. El problema es que no hay novia”. La primera parte del texto está en el sector superior y la siguiente en el inferior, permitiendo articular texto con imagen. Este texto modifica una parte de la canción “El problema”, jugando con la intertextualidad para reforzar el efecto de humor. En este meme se observa que los tres modos se complementan para comunicar el problema que supone no tener novia en esta fecha, generando abatimiento/tristeza. A la vez se refuerza el mandato de estar en pareja como un ideal. No cuestiona la celebración en sí misma, sino que el problema sería estar soltero.
- La imagen del meme 21 es la foto de un camión recolector de basura con cientos de corazones de papel pegados y una cartulina de la cual no se alcanza a ver su contenido. El encuadre ubica al lector del meme como un testigo de la escena. En el modo lenguaje el texto que acompaña al meme se encuentra superpuesto y dividido en dos partes: “qué se siente que al de la basura lo quieran más que a ti”. La expresión “lo quieran más que a ti” está en un tamaño más grande otorgándole más relevancia. Esta disposición y características del texto articula para darle sentido a la imagen y construir el mensaje. Se deduce que se trata de una pregunta a pesar de no incluir el signo de interrogación. Se deriva a partir del texto que los papeles pegados en el



camión expresan amor ya que no puede leerse su contenido, complementándose la imagen y el lenguaje para dar sentido al meme. No se registra modo gesto en este meme. En este meme los modos lenguaje e imagen se complementan para comunicar una valoración positiva del hecho de ser querido y recibir demostraciones de afecto de tipo romántico. También subyace una subestimación y discriminación hacia las personas que trabajan recogiendo basura.

- En el meme 22 el modo incluye la foto de una mano sosteniendo un cartel escrito manuscrito que dice “el 14 de Febrero me compraré un helado y me sentaré al sol para ver cómo se derrite por mí”. En este meme el modo gesto está presente en la mano que sostiene el cartel, suponiendo la autoría del escrito. Juega con el uso de la palabra “derretirse”, remitiendo a la expresión de “derretirse de amor” por alguien, que significa estar enamorado de alguien en el sentido más romántico y pasional. Que la imagen sea la foto de un manuscrito refuerza la idea de testimonio directo, completándose el sentido con la mano que sostiene el cartel lo cual hace suponer a la persona que escribió este mensaje y lo sostiene frente a la cámara. Hay una complementariedad de los modos para comunicar que se estará solo/a para el 14 de Febrero, que se canalizará el malestar a través de otra actividad sin relación directa (comer), dando todo esto por supuesto que es una fecha en que se debe estar acompañado/a e incluyendo la valoración de ser amado al estilo romántico.
- El meme 23 en el modo imagen incluye la foto de Pennywise, el payaso de la película "It", en medio de un pastizal. Del personaje solo se ve de la cintura hacia arriba. La imagen es de colores y está sobre un fondo negro. La intertextualidad de la imagen nos remite a la película que origina la imagen: Pennywise es un payaso que vive en las alcantarillas y se dedica a asesinar niños. Respecto al modo lenguaje, el texto escrito está superpuesto a la imagen y dividido en dos, tal como observamos en otros memes. La ubicación del mismo tanto en sector superior e inferior permite establecer una relación de continuidad con la imagen. Dice “yo, viendo a los demás celebrar amor y amistad”. En relación al modo gesto el personaje se encuentra orientado hacia el frente, mirando hacia un punto fijo que no es la cámara. La semiótica gestual indica enojo, colaborando en esta interpretación el maquillaje que lleva el personaje. En este sentido los modos se complementan para comunicar el malestar, que podría derivar en

impulsos agresivos, al ser testigo de la celebración de amor y amistad. Asimismo, en redes sociales es popular el uso del emoji/imagen de payaso para señalar de forma despectiva que una persona es muy tonta o ridícula, e incluso para burlarse de sí mismo cuando alguien se encuentra en alguna situación vergonzosa. Por lo cual también interpretarse que la persona se siente una tonta/ridícula al ver a los demás celebrar. Este meme incluye la celebración de la amistad, sumando otra forma de amor posible, rompiendo con la asociación de amor-pareja como única asociación posible para el día.

- La imagen del meme 26 está compuesta por dos fotos del Chavo del 8 y Don Ramón (personajes del programa de TV "El Chavo del 8"). Las fotos junto al texto forman dos viñetas que relatan la historia. Ambos personajes están sentados frente a una mesa, leyendo un papel. En la primera viñeta se observa que el Chavo es quien lee y se acompaña del texto "Dice que para este 14 de Febrero quiere estar conmigo". En la segunda viñeta Don Ramón también está tomando con su mano el papel y el texto que acompaña es: "Dice que solo te quiere como amigo". Respecto al modo gesto la semiótica gestual de los personajes permite deducir quien está hablando en cada caso (inclinación hacia el papel, boca abierta, postura expectante de quien escucha). Respecto al intertextualidad de la imagen, recurre a un recurso humorístico habitual en el programa: las dificultades del Chavo en la lectura. Los tres modos semióticos se conjugan para comunicar el mandato/deseo de estar acompañado este día, siendo en este caso un varón el que refleja esta expectativa.
- En el meme 30 el modo imagen recurre a la ilustración de una mujer junto a una figura amorfa (que tiene escrita en su espalda la palabra Hambre). Ambos están abrazados y de espaldas contemplando el atardecer. Utiliza colores cálidos. El lenguaje aparece a través del texto para nominar a la figura amorfa como Hambre, así como en un globo de diálogo que dice "yo siempre estaré contigo, siempre". La imagen completa se acompaña con la frase #feliz día de San Valentín para todos!. Esta imagen recurre intertextualmente a una escena romántica bastante común en las producciones gráficas y cinematográficas: la pareja enamorada contemplando el atardecer/amanecer. Pero en este caso es una mujer acompañada del hambre (se deduce que aquí el texto juega con la similitud entre las palabras hambre/hombre). En relación al modo gesto, la posición

de los personajes: abrazados y de espaldas contemplando el horizonte, los ubica como ajenos a los demás, como si estuvieran aislados de lo que sucede alrededor. Nuevamente aparece el humor para referirse al mandato de estar acompañada/o por pareja en esta fecha, pero enfocado en las mujeres. Es llamativo que se refiera a función biológica como la compañía incondicional, negando la necesidad de compañía de humana/masculina.

- En el 35, el modo lenguaje aparece a través del texto “Mi día de San Valentín”, que acompaña la imagen, una ilustración de Bart Simpson en la cocina de su casa. El mismo aparece abrazándose a sí mismo, de espaldas a la mesa donde hay un plato de comida y una bebida (modo gesto). La semiótica gestual en complementariedad con el texto y la imagen indican que el personaje va a celebrar ese día solo. Sin embargo, el contexto ofrece otra posible interpretación, ya que se trata de un tweet de un sujeto llamado Kent Brockman (otro personaje de los Simpsons), que dice “Mi día de San Valentín #SolterosPeroConAguila#SanValentín#14deFebrero”. Respecto al hashtag #SolterosPeroConAguila se refiere a una promoción de la Cervecería Peñón del Águila llamada “Santo Match. Una semana para likear”. En la misma, entre el 7 y el 14 de febrero del 2020 invitaban a los solteros/as a sus cervecerías para participar de juegos y actividades con la finalidad de encontrar a su “alma gemela”. El texto que aporta este hashtag le da un nuevo sentido a la imagen de Bart, ya que estaría expresando implícitamente que a pesar de estar soltero y mostrarse festejando en soledad ese día, desearía encontrar a su “alma gemela”.
- En el 37, bajo el texto “Llega el día de los enamorados”, está la imagen compuesta por la foto de un/a gato/a acostado mirando hacia la cámara. Respecto al modo gestual este personaje evidencia enojo (ceño fruncido, comisuras de los labios hacia abajo) y mira desafiante a la cámara. En relación al modo lenguaje, se acompaña del texto “a mí ni te acerques”, sugiriendo una amenaza. Los modos confluyen para comunicar el rechazo a estar acompañado/a en esta fecha y el deseo de que nadie se acerque. No clarifica los motivos de dicho rechazo.
- En el 38 la imagen está compuesta por la foto de dos pies (uno con una media naranja y el otro descalzo) y dice “Disfrutando San Valentín con mi media naranja”. La fotografía, por el ángulo en que está tomada se complementa con el texto dando a

entender que la persona que toma la foto es la misma que escribe el texto. El texto está en color naranja superpuesto a la foto reforzando el texto y en concordancia con el color de la media. La combinación de los dos modos se utiliza para resignificar la expresión del amor romántico “media naranja” que originalmente se refiere a la pareja como quien viene a completarnos, ironizando sobre este aspecto del mito del amor romántico.

- En el 47 el modo imagen se compone por una foto en un jardín maternal. En primer plano se observa a una niña besando a un niño. En segundo plano un niño en el fondo es testigo de esta situación mientras come. El resto del fondo está desenfocado colaborando a que la mirada se centre en estos tres personajes. El texto se divide en dos partes y se ubica superpuesto a la foto en sector superior e inferior respectivamente. “Yo, el 14 de Febrero soy el del fondo”. Esta disposición del texto se complementa con la imagen, logrando asociar al niño del fondo con el emisor del mensaje y tornándolo el personaje principal del meme. La semiótica gestual del personaje principal (la expresión de su rostro es neutral y continúa comiendo) da cuenta de cierta indiferencia frente a la escena del beso que transcurre en primer plano. Como se visualiza en otros memes plantea cierta indiferencia frente a las expresiones de afecto y la posibilidad de estar haciendo otra cosa (en este caso comer) mientras otros se demuestran amor. No se observa malestar en quien está solo.
- En la imagen del meme 48 nuevamente aparece la ilustración de Rafa Gorgori del meme 13. Como explicité previamente la ilustración de Rafa tiene una expresión facial triste (el gesto se compone de inclinación descendente de las comisuras de la boca, mirada baja y decaimiento general de las facciones), y está sentado frente a un pupitre escolar con su caja de San Valentín vacía. La imagen usa el recurso de la intertextualidad para remitir al episodio ya relatado en el análisis del meme 13. El modo lenguaje se compone por el texto “Los Simpsons también predijeron mi día de San Valentín” jugando también con la intertextualidad al referirse a una creencia bastante extendida que sostiene la capacidad de Los Simpsons para predecir el futuro. Los modos se combinan para comunicar en tono de humor la tristeza asociada a no tener pareja o alguien que te exprese amor en esta fecha.

- En el meme 49 la imagen se compone por una ilustración de Bart Simpson sujetando del cuello a un ganso (modo gestual). En el modo lenguaje el texto se encuentra sobre la imagen, titulándola, pero en un tamaño pequeño: “los Simpsons predicen tu #14defebrero#felizSanValentin”. Como observe en un análisis previo, el texto recurre a la intertextualidad remitiendo a la creencia del poder predictivo de Los Simpsons. No hay utilización de la intertextualidad en relación a la imagen. Utiliza el doble sentido de la imagen al remitir a una frase popular argentina: “acogotar el ganso” que se utiliza como sinónimo de la masturbación masculina. En este meme la articulación de los modos no comunica una connotación negativa al hecho de estar sin pareja, sino que plantea la posibilidad de la autosatisfacción. No es un dato menor que se use la imagen de un varón y de la frase popular masculina, ya que hace presente la posibilidad de la autosatisfacción en los varones y no así en las mujeres.
- En el meme 50 la imagen está compuesta por dos ilustraciones, ubicadas una junto a la otra. En la primera están El cíclope y Jean Grey (personajes de Xmen) en primer plano, besándose apasionadamente (modo gestual). Este plano cercano de los dos personajes le otorga relevancia a esta interacción. En la segunda ilustración la relevancia pasa a otro personaje de la saga, Wolverine, quien está en primer plano y en el fondo se divisa a la pareja besándose. En relación al modo gesto, su expresión facial es de seriedad, su posición corporal lo ubica de espaldas y muy alejado espacialmente de la pareja que está en el fondo (que es la misma de la primera ilustración). El modo lenguaje se presenta mediante el texto: “Yo en este día de San Valentin ...soy Wolverine.#felizSanValentin”, el cual titula a la imagen en el sector superior pero en tamaño pequeño. En este meme los modos confluyen para identificar al emisor, quien se identifica con Wolverine, el personaje que está solo. La semiótica corporal manifiesta cierto malestar al respecto. Lo particular de este meme es el recurso intertextual de la imagen, ya que el personaje principal, es un superhéroe caracterizado por su arrogancia, impulsividad y potencia agresiva. Estas características lo situarían dentro del estereotipo de la masculinidad hegemónica, pero el meme al mismo tiempo vez lo ubica en la misma línea de los que sienten malestar por estar solos.

Esta categoría “Estar sin pareja en San Valentín” está compuesta por 22 memes. Este número habla de la importancia que tiene este aspecto en los discursos circulantes. La frecuencia con que observamos sentimientos y expresiones negativas respecto a estar solo o no tener quien te quiera/ame en San Valentín da cuenta de la relevancia de esta fecha y todo

lo que representa y por ende cierta vigencia del ideal del amor romántico (fundamentalmente la asociación entre pareja y felicidad). Asimismo, el hecho de que quienes no tienen pareja decidan comunicar públicamente su soltería, su decisión respecto a cómo transitar ese día (comiendo, mirando, masturbándose, llorando) y su estado de ánimo (sea este positivo o negativo) opera como un refuerzo de lo que simboliza la fecha y lo que esta representa: la celebración del amor romántico.

Observamos que el efecto emocional que genera la ausencia de pareja es bastante frecuente, si bien, como explicaré luego, se observan diferencias de género. En todos los memes (excepto el 37) se refuerza la idea de que el 14 de Febrero se debe estar acompañado/a (sea por pareja o por amigos como en el 23 y el 25), y que si eso no sucede hay un costo emocional. Sin embargo, aparecen formas diferentes de tramitar esta angustia según el género. Un dato observable es que son más comunes las imágenes de hombres que de mujeres, esto hace suponer que la ausencia de pareja sería más relevante para los hombres que para las mujeres.

En los varones observamos indiferencia, llanto, tristeza, enojo, sentirse tonto o ridículo. También aparece la masturbación como una conducta posible frente a la soledad (meme 49). Independientemente si se trata de un superhéroe o un hombre típico (como el caso de Homero) hay una consecuencia emocional, excepto en el 16 que la soledad es aceptada mostrándose rudo y en el 19, que muestra el imperativo de afrontar la situación, aunque no se quiera. También se observa en algunos memes la necesidad de mostrar una fachada de indiferencia ocultando la infelicidad. Observando tan variable manifestación de reacciones, se pone en cuestión lo planteado por Bonino (2000) respecto a la identidad masculina, que implicaría entre otros rasgos ser un hombre duro (*the stttrdy oak*). Para este autor, la masculinidad se sostiene en la capacidad de sentirse calmo e impasible, ser autoconfiado, resistente y autosuficiente ocultando(se) sus emociones, y estar dispuesto a soportar a otros. Contrasta con la emocionalidad y sensibilidad que se suponen características de las mujeres de acuerdo a los estereotipos. Lo observado en esta categoría también nos hace repensar el planteo de Esteban Galarza y Távora (2008, p. 63), según las cuales la socialización diferencial establece “una psicología de la prepotencia para los hombres y una psicología de la debilidad y la derrota para las mujeres” (Esteban Galarza y Távora, 2008, p. 63).

Hay un meme que utiliza un/a gato/a (37) que manifiesta rechazo a esta estar acompañado/a. Sin embargo, por la imposibilidad de establecer el género no puede incluirse en ninguno de los dos.

En las mujeres aparecen dos efectos de la soledad: fingir que se está bien y el hambre. Las mujeres no se muestran angustiadas o tristes por la ausencia de pareja. O fingen que están bien (rasgo que sería más esperable de los hombres de acuerdo al estereotipo que les exige mostrarse insensibles o duros) o canalizan mediante una actividad que podría considerarse vital (comer).

Para García Vázquez (2018), sigue muy vigente el imperativo de formar pareja para las mujeres, mientras que quienes no se someten a ese imperativo cargan con el estigma social de ser “solterona”. Sin embargo, es llamativa la escasa cantidad de memes en esta categoría que incluyen a mujeres. ¿Será que la pareja ha dejado de ser un imperativo fundamental para las mujeres? ¿Será que el estigma de la solterona ya no tiene tanta importancia para ellas? ¿Implicará que las mujeres saben tramitar mejor la soltería? Son interrogantes que se imponen al analizar esta categoría. Para García Vázquez, el soltero varón es percibido como alguien con “un sinfín de posibilidades y libertades: ‘el soltero de oro’ que ha sido inalcanzable para las mujeres” (García Vázquez, 2018, p. 20) mientras que a las mujeres se les enseña a ser dependientes de los hombres, a temer la soledad y a conservar la relación más allá de lo que esta les genere. Estas apreciaciones no coinciden con lo observado en esta categoría. Pareciera que los hombres sufren más que las mujeres el no tener pareja, y dependen más de la pareja para ser felices.

También hay contradicción con el planteo de Marroquí y Cervera (2014), de que las mujeres tienen más interiorizado el mito de la media naranja. Hay coincidencia con lo que los autores observan en los hombres: la relación de pareja es para ellos una fuente fundamental de felicidad.

Ferrer Pérez et al. (2010) plantean la presencia de una alta interiorización de los mitos de la media naranja, pasión eterna, omnipotencia y matrimonio, observando diferencias por género. Los hombres tienden a considerar que es necesaria una relación de pareja para ser feliz y que la ruptura supone un fracaso. Esto coincide con lo analizado en esta categoría.

No se observan discursos alternativos a la pareja heterosexual monogámica, con ausencia de representación de otras parejas posibles (amor libre, poliamor, etc.) así como tampoco se observa la presencia de otros géneros además del binarismo mujer-hombre. Se presenta la posibilidad de celebrar no solo el amor, sino también la amistad, como sucede en otros países para esta fecha.

**Malestar por la celebración del día (9,14);**

- La imagen del meme 9 está compuesta por una historieta ilustrada de cuatro viñetas. El personaje es un varón, quién aparece sentado utilizando una laptop, de la cual sale un cuadro de dialogo con el texto “el amor no existe”. En la segunda viñeta aparece cupido quien le dice “el amor si existe”. En la tercera viñeta está solo cupido en primer plano con cuadro de dialogo diciendo “...lo que no existe es alguien que te soporte, maldito amargado”. La historieta cierra con el texto “¡feliz día de San Valentín (amargados)” acompañado de muchos corazones.

El uso del fondo rosa y los rasgos suaves de cupido, contrastan con la imagen más ruda del personaje principal, quien usa una remera negra con una calavera y una gorra. En relación al gesto, la semiótica corporal del personaje principal es de enojo en la primera viñeta y en la segunda es neutral. En cambio, cupido aparece con postura corporal de acercamiento, sugiriendo movimientos suaves. También existe un contraste entre los colores (más asociados a la celebración del amor) y el texto, que resulta ser ofensivo (usa la expresión amargados para referirse a quienes no cree en el amor y le plantea al personaje principal que nadie lo soporta). Este meme comunica mediante un cierto contraste entre el modo texto y los modos lenguaje y gesto que quienes no creen en el amor es porque nadie los soporta por ser amargados. Reivindica al amor romántico mediante la utilización de la imagen de Cupido, y retoma para la construcción semántica el prejuicio de que quienes no tienen pareja es porque tienen algún problema (en este caso ser amargados). El mandato de tener pareja aparece nuevamente.

- La imagen del meme 14 aparece es la foto en primer plano del rostro de una chica joven, Esta imagen utiliza el recurso de la intertextualidad, ya que es el personaje femenino de la serie televisiva “You”, una serie retrata relaciones amorosas enfermizas, apoyadas en el acoso y el amor con rasgos obsesivos. En la escena original la protagonista, quien tiene secuestrado a su ex novio, lo está convenciendo de que no la mate. En el modo gesto observamos la expresión facial de angustia (elevación y contracción de las cejas, elevación del parpado superior y estiramiento horizontal de los labios) junto con la inclinación de la cabeza (que refuerza el tono de súplica). El modo lenguaje se presenta con el texto superpuesto “Wey ya” que indicaría por su ubicación en la imagen un pedido del personaje. Esta expresión significa “ya basta” y se complementa con el texto que acompaña a la imagen en el sector superior en letra más pequeña: “Yo viendo las fotos y dedicatorias súper



melosas de San Valentín en las redes”. Este meme fue muy popular en redes sociales durante el 2020 para expresar que algo genera hartazgo. Si bien podemos observar que los tres modos se complementan para expresar el hartazgo y la angustia que genera ser testigo del amor que otras personas se expresan, considero relevante el recurso intertextual al que apela. Justamente utiliza una imagen de una pareja atravesada por situaciones de violencia, que refuerza varios aspectos del mito del amor romántico (la exclusividad, los celos, el amor es fundamental para la existencia y el amor todo lo perdona).

Esta categoría aparece asociada a la anterior. Deja en claro que la fecha genera efectos emocionales, y que es un día especial a nivel emocional. Por otra parte, también refuerza la asociación con el mandato de estar en pareja, sin distinción de género. En el meme 10, que pareciera incluir un discurso alternativo al amor romántico, en realidad es un discurso que lo refuerza.

Respecto a los estereotipos de género observo que el varón sostiene el estereotipo del hombre duro, racional, seguro de sí mismo, que no necesitaría del amor. Sin embargo, esta fachada es cuestionada y ridiculizada en el mismo meme. Se repite algo observado previamente: los hombres también sufren por la ausencia de amor, solo que lo manifiestan de manera menos abierta que las mujeres, ya que deben mostrarse duros e insensibles, y sus aspiraciones deberían estar por fuera del mandato de tener pareja.

En el meme 14, la mujer expresa más abiertamente su malestar por ser testigo de las expresiones de amor que otros se profesan, reforzando en apariencia el estereotipo de las mujeres como seres sensibles y emocionales. Sin embargo, por el recurso intertextual que utiliza, el personaje que origina el meme es una chica fría, manipuladora y que es capaz de realizar cualquier cosa para conservar la pareja a su lado.

En esta categoría tampoco observamos discursos alternativos que cuestionen la monogamia ni la pareja heterosexual, así como tampoco la expresión de otros géneros diferentes que rompan con el binarismo hombre-mujer.

### **Burla/denostación/enojo hacia la fecha y lo que representa (8, 17, 25, 28, 32, 44, 53);**

- La imagen del meme 8 está compuesta por una ilustración del personaje Bugs Bunny en primer plano, y de fondo se observa un paisaje con palmeras y otros árboles, en lo que pareciera ser una playa. La imagen se conjuga con el modo lenguaje ya que en el sector superior figura el texto “Cuando te piden que le des like a la foto de una pareja que ni conoces, para que vayan a tragar sushi gratis el 14”. En relación al modo gesto

el personaje mira hacia el frente y la semiótica gestual indica indiferencia. Aquí hay un personaje masculino, aunque no se trate de un humano. No comunica malestar, como en la categoría previa, sino indiferencia como reacción. Hace referencia a una actividad común a la fecha: que las parejas salgan a cenar para celebrar.

- En el meme 17 la imagen está compuesta por una ilustración de Cupido con un arco sentado mirando una ciudad desde lo alto. La imagen de cupido es la de un niño rubio alado y con cabello enrulado contrasta con el tamaño y tipo de arco que porta, el cual es muy grande y sofisticado. Cupido no tiene los ojos tapados como la imagen pictórica original. Esto se relaciona con el texto que acompaña, el cual está dividido entre sector superior e inferior, con mayor tamaño y por ende relevancia a la primera parte y dice: “A ver...a ver...¿a quién le jodo la vida hoy?”. Cupido de espaldas, mira hacia abajo (lenguaje corporal que anticipa sus acciones futuras) y el texto explicita su intencionalidad. Hay una contradicción entre el aspecto inocente de cupido y el arma que porta. Los tres modos se combinan para comunicar en este meme. Al utilizar la imagen de Cupido (dios del amor que con sus flechas generaría que las personas se enamoren), implícitamente refuerza la idea del amor romántico, pero también comunica una valoración negativa al hecho de enamorarse.
- La imagen del meme 25 se compone de una ilustración tomada de la serie animada Futurama. En primer plano está el robot Bender y en el fondo otra robot. Bender está señalando con su dedo índice y por la semiótica gestual se deduce que está enojado. El texto se divide entre sector superior e inferior y dice: “Amor y amistad? Crearé mi propio día de solteros”, texto que contextualiza y complementa el enojo que observamos en lo gestual. Este meme incorpora a la amistad como parte de la celebración del día, pero también comunica el enojo/malestar frente al mandato de celebración que implica, así como una reivindicación de la soltería.
- La foto que compone la imagen del meme 28 pertenece a Sheldon Cooper, personaje de la serie "Big Bang Theory". Se encuentra en la cocina de su departamento, con su remera tapándole la nariz y arrojando el contenido de un aerosol con la mano derecha. El texto dice “Feliz día de San Valentin. El amor está en el aire”. En el modo gesto se observa que la mirada del personaje ese encuentra fija comunicando la concentración

en su tarea y en el objetivo de lo que está realizando, y la nariz tapada indica la necesidad de protegerse. El texto hace referencia a una frase de uso común que proviene de una canción “Love is in the air” y viene a completar el sentido de la imagen, entendiendo que lo que ataca Sheldon con este aerosol es al amor. Respecto al recurso intertextual de la imagen el personaje utilizado se caracteriza por tener serias dificultades para vincularse afectivamente con otras personas. La combinación entre los modos expresa el rechazo frente al amor que podría entenderse como asqueroso o algo de lo cual debe protegerse (por eso se tapa la nariz).

- El modo imagen del meme 32 está compuesto por una fotografía de una llama recostada en una cama de hospital (los elementos dan cuenta de esto: cama, artefactos hospitalarios, vestimenta de la enfermera). A su lado se encuentra de pie una enfermera que la está asistiendo. La imagen tiene tonos del gris y el azul, hace que resalte el color blanco de la llama y aporta a la contextualización hospitalaria. En relación al modo gesto la llama mira a la cámara mientras que la enfermera está en posición de asistirla. La composición de la foto hace que la mirada se pose primero en la llama, quien sería la protagonista del meme y luego en la enfermera, que tiene un tamaño más pequeño. En el modo lenguaje dice “El día de los enamorados lo importante es mantener VIVA LA LLAMA”. Los modos se complementan para el efecto humorístico. El texto aporta a través del significado de la palabra llama (como animal y en relación a la expectativa romántica de mantener viva la pasión/la llama en la pareja). Es interesante observar que la mujer aparece en un rol de cuidado y ella aparece como la responsable de garantizar que la llama/pasión continúe viva.
- La imagen del meme 44 está compuesta por la ilustración de un corazón con heridas, un gancho y un clavo (elementos que aportan al sentido de corazón herido). Esta ilustración posee un contorno con trazado de recorte y está pegado sobre un fondo de papel madera marrón. El color del fondo colabora en que el centro de la imagen sea el texto y la ilustración. En el sector derecho de la imagen se superpone el texto: “14 de Febrero día internacional de las cardiopatías congénitas”. La disposición de ambos modos (lenguaje e imagen), genera que inicialmente la atención se centre en el texto y luego este se dirija hacia la imagen. Utiliza el recurso del corazón, imagen asociada al amor romántico y a los sentimientos, acompañada de la expresión “cardiopatías

congénitas” (enfermedades del corazón que se traen desde el nacimiento). Los dos modos se complementan para comunicar la asociación entre amor y enfermedad, entendiendo a la vez, el sufrimiento por amor como algo innato (al utilizar la palabra congénitas).

- En el meme 53 el modo imagen está compuesto por un fotograma de la película “Al diablo con el diablo”. El recurso intertextual que utiliza este modo es la escena original de la que se deriva. En esta se observa al personaje, Elliot Richards, cuando el diablo lo convierte en un hombre sensible (él le había pedido ser una persona empática, con sentimientos y dulce a fin de poder conquistar a una mujer que le gusta). Mientras está mirando el amanecer con ella, él se conmueve por lo que está observando. Luego aparece un grupo de varones, con apariencia hegemónica (blancos, musculosos, bulliciosos, en barra) que lo agreden y finalmente la mujer lo deja para irse con este grupo, aduciendo que Elliot es muy sensible y que ella prefiere un hombre fuerte, que la ignore y que le preste atención solo cuando quiera tener sexo. En relación al modo gesto se observa al personaje principal con gesto de rechazo, angustiado, dándole la espalda al atardecer y con su mano intentando tapar el mismo. En relación al modo lenguaje, el texto que acompaña la imagen es “Cuando ves demasiado amor en las redes”, que funciona como la antítesis de lo que surge del recurso intertextual de la imagen. Si recurrimos al origen de la imagen se observa a la mujer corrida del estereotipo (sensible y emocional), pero también se refuerza el estereotipo del varón hegemónico, siendo este el que finalmente tendría éxito con las mujeres. Si nos atenemos solamente al contenido del meme, este comunica la angustia/rechazo del varón por ver tanto amor en las redes.

En esta serie se observa que los varones despliegan reacciones negativas: indiferencia, rechazo, asco.

En esta categoría, la única representación de una mujer es la enfermera que está en el rol de cuidado, rol tradicionalmente asociado a las mujeres de acuerdo a los estereotipos de género. Si bien también en el 25 es de aspecto femenino el robot detrás del personaje principal, y está en una posición pasiva, expectante. Por otra parte, de acuerdo a la intertextualidad del meme 53, podríamos deducir que el discurso subyacente es que las

mujeres prefieren a varones que encarnan el estereotipo masculino tradicional frente a los que se muestran sensibles y atentos (atributos asociados al estereotipo femenino tradicional).

En el meme 44 y en el 17 se establece la asociación entre amor y sufrimiento, representando la idea del amor romántico que implica tragedia y sufrimiento como parte de la experiencia amorosa.

Al igual que en las categorías anteriores, no observamos referencias a discursos alternativos que cuestionen la monogamia, la heterosexualidad normativa, así como tampoco un cuestionamiento del binarismo.

### **Regalos (3,11,24,27,29,33,34,36,39,40, 45,46, 51);**

- En el meme 3 la imagen se compone por la fotografía de la actriz Emma Stone, comiendo un pote de helado junto a otra mujer de la cual se ve solo una parte. El recurso intertextual de la imagen es un sketch del programa Saturday Night Live, en el cual ella llora mientras escucha cantar a Adele una canción romántica. El modo gesto nos indica que mientras ella está comiendo siente angustia. En relación al lenguaje el texto que acompaña es: “Aquí esperando mi regalo de San Valentín”. Los modos convergen para comunicar varios aspectos: la idea de que las mujeres lloran por amor (en este caso por la ausencia de éste), la valoración positiva de tener una pareja, la creencia de que las mujeres deben estar en pareja y la asociación entre la fecha y los regalos.
- La imagen del meme 11 es la fotografía de una mano sosteniendo un Compact disc. Este compact disc tiene en su tapa la fotografía de una chica junto al texto "Música pa'planchar 2" y los nombres de los músicos. El texto viene a completar el sentido titulado: “Ya tengo regalo para San Valentin”. Originalmente en América latina se llama “música plancha” o “música para planchar” a la música romántica en español surgida entre los 70 y los 90. Otro significado de “planchar” es igual quedar solo, sin pareja en el baile. A través de esta combinación entre imagen y texto se incluye la temática de la soledad. Si bien este meme aborda el tema del regalo, el mensaje parece estar más vinculado al hecho de estar sola o en pareja, en este caso usando la imagen de una mujer. Por otra parte, refuerza el romanticismo asociado a la fecha por la elección de la música que figura en el CD y el regalo como forma de expresar amor.

- En la imagen del meme 24 hay una chica y un varón jóvenes en lo que parece ser un parque. Respecto a lo gestual la mujer se encuentra con los brazos cruzados y orientada hacia el varón y él con su cuerpo orientado adelante e inclinado hacia adelante. Ambos se están mirando uno al otro, pero la semiótica gestual de ella remite a cierto enojo y la de él a incertidumbre. La postura corporal da cuenta que él no se siente a gusto con la situación (posición cerrada) y ella tampoco (brazos cruzados). El modo lenguaje se presenta en la forma de un diálogo: “...ni una rosa???” “mija, cobro el 15!”. La disposición en la imagen, y la utilización de “mija” en el dialogo (expresión para referirse a una mujer) colaboran para comprender que dice cada uno de los protagonistas de la imagen. En este meme observamos al hombre como proveedor (es quien regala) y a la mujer pasiva (receptora del regalo) que demanda al hombre que cumpla su rol.
- En el meme 27 la imagen fotográfica pertenece al actor Robert Downey Junior en la calle. Respecto al gesto, aparece con los ojos cerrados, tocándose el pecho y el estómago. El texto está dividido en sector superior e inferior: “Cuando se te olvida comprar el regalo de San Valentín y recuerdas que estás soltero”. Este texto permite completar el sentido de la semiótica gestual que se observa en el personaje, comunicando que este hombre se alivia al descubrir que no tiene la obligación de hacer un regalo. Nuevamente observamos el mandato hacia los hombres de realizar un obsequio a la pareja.
- La fotografía que compone el meme 29 es un primer plano del rostro del actor Will Smith. Este fotograma pertenece a la película “En busca de la felicidad”. En relación a la semiótica gestual se observa que el personaje tiene lágrimas en los ojos. La imagen se acompaña de un diálogo: “-que cuestan los Ferrero Rocher? - \$380 – Deme un cremino”. Las golosinas que señala difieren en su valor económico, siendo los Ferrero Rocher más costosos. Deducimos por el contexto que quien inicia el dialogo es el personaje del meme. La imagen conecta intertextualmente con la película, en la cual el actor representa a un hombre de clase baja, que está en situación de calle junto a su hijo, buscando representar a un varón que no tiene el poder adquisitivo suficiente para cumplir con los regalos que el día ameritaría.

- En el meme 33 bajo el texto “aún hay hombres románticos” se observa la fotografía de una escena transcurriendo en la vereda de una casa. En el portal se encuentra saliendo una mujer y de pie frente a ella un hombre. El esconde sosteniendo con sus manos en la espalda una planta de lechuga. En relación a lo gestual la mujer sonríe expresando felicidad. Aquí el modo texto complementa el sentido irónico de la imagen en relación a la asociación entre romanticismo y el valor económico del regalo.
- El texto que titula al meme 34 dice “Uno intenta ser romántico pero ellas no colaboran...”. La imagen es una fotografía de un niño con un ramo de flores oculto en su espalda frente a una niña sentada en un banco. En relación a la semiótica gestual la niña se muestra en una actitud corporal muy relajada, está riendo (se deduce por la posición de sus ojos) y se tapa la boca. El niño está mirándola con el mentón en alto, actitud que coincide con haber hecho la pregunta que inicia el dialogo: “¿adivina que tengo atrás...?”, derivando en la respuesta de la niña: “el culo”. En este meme, a diferencia del anterior, es la mujer la que realiza el chiste. El lenguaje (dialogo en este caso) colabora para el efecto de humor, cuestionando la escena romántica de entrega del regalo.
- En la fotografía del meme 36 se observa a un hombre y una mujer en primer plano y en el fondo puede verse parte de la Torre Eiffel. Respecto al gesto la posición corporal del hombre es arrodillado frente a la mujer, con un brazo extendido en el que sostiene un trozo de asado. La mujer está parada, mirándolo y se tapa con ambas manos boca y nariz (gesto que indica sorpresa). El lenguaje acompaña la imagen con una etiqueta superpuesta: “cuando la cosa va muy en serio” junto a un emoji que representa risa. El regalo se contextualiza en el aumento del precio de la carne en Argentina, llegando el asado a ser producto de lujo, de allí el efecto de humor. La intertextualidad a la que remite la imagen es la práctica habitual de proponer casamiento frente a la torre Eiffel. En el análisis se extrae el rol activo del hombre en la propuesta, asociada al amor romántico, y en concordancia con el estereotipo de que el hombre es activo y la mujer pasiva.
- El meme 39 tiene formato de comic fotográfico, y está compuesto por seis viñetas. En ellas se contraponen la imagen de una niña en el lado izquierdo y la imagen de un niño

en el lado derecho, permitiendo establecer el dialogo entre ambos, el cual se complementa con el texto que acompaña cada viñeta. En relación al modo hay varios elementos que se complementan: el maquillaje de la niña que desaparece de la primera viñeta a la segunda, el rostro del niño que siempre es el mismo pero que se conjuga con el encuadre acercando el plano desde la primera imagen a la tercera (quedando en un primerísimo primer plano), lo cual permite darle más fuerza a lo gestual (en la sexta viñeta puede verse más claramente su rostro angustiado). El texto que acompaña es el dialogo entre ambos: en la primera viñeta la niña pregunta: “donde están las rosas?”. En la segunda el niño con gesto de temor dice “cu cu cuales ros...”, complementando el gesto, con el lenguaje que da cuenta de nerviosismo. En la tercera la niña ya no está maquillada y con una semiótica facial que indica enojo, pregunta: “y mis chocolates?”. En la cuarta el niño responde “amor es que...”. En la quinta la imagen de la niña aparece menos nítida y la pregunta “y la pinche cenaaa?”. En la última, el plano del niño que nos permite ver más claramente su estado emocional y el texto refuerza: “Padre nuestro que estas en el cielo santificado sea tu...”, dando cuenta que es testigo del enojo de la niña y está angustiado por eso. En este meme los tres modos se complementan para comunicar, en este caso una niña con el rol más activo, el varón en una actitud más sumisa y como observamos en otros memes la obligación del varón de efectuar regalos en esta fecha.

- El meme 40 está compuesto por una fotografía en primer plano del rostro de Tini Stoessel, cantante. En relación a lo gestual, la expresión facial indica angustia y con su mano acercándose al rostro parece intentar secarse las lágrimas, lo cual sugiere que se encuentra llorando. El modo lenguaje aporta sentido mediante el texto superpuesto: “Le dije que me regalara algo que dure todo el año y me regaló un calendario”, generando el efecto de humor a través del malentendido entre un obsequio que dure todo el año y el absurdo de que el regalo sea un calendario, que cumple con el pedido, pero no es un regalo que suela efectuarse en este día. Como observamos en otros memes la mujer aparece expectante del regalo.
- En el meme 45 la imagen es la fotografía de una mano con un anillo extremadamente grande y rústico. El texto superpuesto en sector superior e inferior dice: “Mi amor quiero un anillo con una piedra grande...no se hable mas...!”. Tal como pudimos



observar en otros memes el efecto de humor proviene de la diferencia entre la expectativa y lo que realmente sucede con el regalo, siendo este un regalo que si bien cumple con lo que habitualmente se regala en esta fecha su forma y tamaño resultan grotescos.

- El meme 46 se compone por la fotografía en primer plano de una persona de la zona desde las rodillas hasta la cintura, quien en una de sus manos sostiene un chupetín con forma de corazón. En el modo lenguaje, el texto en sector superior viene a complementar la imagen para comunicar que el personaje que aparece en la foto es su esposo: “Yo: ojalá mi esposo haya comprado el bolso que tanto quería para el 14 de Febrero. Mi esposo:”. Como observamos previamente el efecto de humor proviene de la diferencia entre la expectativa y la realidad del regalo, siendo este un regalo de mucho menor valor que el bolso que la mujer esperaba. Asimismo, se repite el rol del hombre como proveedor.
- En el meme 51 se observa el texto en el sector superior el cual dice: “Yo, el 14 de Febrero al ver las flores que yo misma me mandé:”. La imagen situada debajo del texto muestra la fotografía estilo selfie con el rostro de una chica en primer plano. En el modo gesto observamos a la chica tocándose la cabeza con una mano y con boca y ojos abiertos (expresión de sorpresa), sin embargo, el complemento con el modo lenguaje indica que es una pose actuada. Este meme refuerza la idea de que las mujeres deben recibir un regalo en este día, pero coloca a la mujer en un rol activo.

En este grupo de memes hay un discurso que se repite: son las mujeres quienes deberían recibir un regalo de su pareja en el día de San Valentín. El hombre aparece en su rol de proveedor económico, en rol activo. Las mujeres aparecen en rol pasivo, como receptoras de los obsequios y ofrecen/ponen en juego su cuerpo. La felicidad/satisfacción de las mujeres reside en la recepción de obsequios que se miden por su valor económico y simbólico, reaccionando con enojo o angustia si esto no sucede.

Como complemento los hombres que no pueden realizar los regalos se angustian. El estereotipo los coloca como proveedores, por lo cual, al no poder cumplir con esa expectativa de rol, muchas veces su masculinidad se pone en duda.

La asociación entre el romanticismo y los regalos evidencia la articulación entre patriarcado y capitalismo. Los regalos que se suelen considerar románticos en este día serían: flores, joyas, peluches y bombones. Una de las consignas feministas por el 8 de marzo ha sido “Ni flores ni bombones, solo dejen de matarnos”, poniendo el foco en lo absurdo de los regalos románticos cuando no se acompañan de derechos para las mujeres, y asimismo marcando la asociación entre el amor romántico y la violencia de género.

Es habitual que el capitalismo se apropie de las fechas conmemorativas, generando una necesidad ficticia de demostrar afecto a través de algo material (ej. día del niño, del padre, de la madre, etc.) y de alguna manera los regalos que el mercado propone dan cuenta del lugar simbólico de las/los destinatarias/os, así como de la conducta que se espera de ella/os (ej. un electrodoméstico para el día de la madre). Aquí vemos cómo se complementan patriarcado y capitalismo para sostenerse mutuamente.

En relación a los estereotipos, las mujeres aparecen, en su mayoría, representadas como pasivas y como receptoras de la demostración de amor por parte del hombre, dependiendo del reconocimiento que les ofrece el obsequio. Mientras que la mayor parte de los hombres aparecen en un rol activo como proveedores, midiendo su valía por el poder adquisitivo. Otro aspecto de alianza y complementariedad entre patriarcado y capitalismo.

Respecto a los discursos alternativos, observamos que, al utilizar la imagen de regalos que no serían los esperados (anillo con piedra enorme, asado, lechuga, chupetín, calendario) se cuestiona mediante la ironía las representaciones estereotipadas. Asimismo, aparece una mujer que se regala a sí misma flores (existe una representación similar que circula en temas musicales y películas como forma de simbolizar autosuficiencia femenina frente al hombre como proveedor) y una niña que se burla del niño que le trae un regalo. Estas dos últimas rompen con el estereotipo: la primera ya que se muestra independiente del amor/reconocimiento de otros y autosuficiente económicamente, y la segunda, que rompe con el mandato de ser amable/ cálida en la relación con otros y de ser consciente de los sentimientos ajenos. También la presencia de regalos que no son los que habitualmente se realizan para esta fecha (lechuga, anillo grotesco, calendario, etc.) cuestiona implícitamente la asociación entre la fecha y la obligación de los hombres de demostrar su afecto mediante lo material.

Como vemos en otras categorías de memes, no se observan parejas no hegemónicas y la representación tiende a ser binaria (hombre-mujer).

## **Sexualidad (41, 43 y 49)**

- El meme 41 está compuesto por una ilustración simulando la escritura china, y en el fondo en tonos más tenues un emoji sonriendo. El texto está superpuesto y dividido en sector superior e inferior y dice: “Aunque no hablo chino...estoy casi seguro que dice: Feliz día de San Valentín”. “Feliz día de San Valentín” está escrito en color rojo, contrastando con los colores de la imagen en la que predominan el blanco y el azul. En el rincón inferior izquierdo está el sello de agua de *Chistes geniales* (establece el origen/autoría del meme) junto a un emoji riendo. El modo gesto es el que otorga el efecto de humor ya que la supuesta escritura china se asemeja a una pareja teniendo relaciones sexuales. La postura corporal da cuenta de una persona activa y otra pasiva. No es explícito si se trata de una pareja homosexual o heterosexual. Este meme comunica la asociación entre el día y tener relaciones sexuales como forma de festejo, lo que indicaría que sea un día feliz.
- El meme 43 está formado por la fotografía de dos naranjas ombligo. Se titula SAN VALENTIN. La primera naranja tiene un ombligo muy pequeño y escrito “14 de Febrero”. La segunda naranja tiene un ombligo mucho más grande y abierto, y tiene escrito “15 de Febrero”. El efecto humorístico a través del doble sentido lo otorga el modo imagen por la similitud de los ombligos de las naranjas con la zona vaginal/anal. El modo lenguaje permite ubicar temporalmente cada elemento de la fotografía. Como en el meme anterior comunica la asociación entre la fecha y la actividad sexual, probablemente haciendo referencia a perder la virginidad. En este meme tampoco es claro si la referencia es heterosexual u homosexual.
- El 49, se compone por una ilustración de Bart Simpson sujetando del cuello a un ganso (modo gestual). En el modo lenguaje el texto se encuentra sobre la imagen, titulándola, pero en un tamaño pequeño: “los Simpsons predicen tu #14defebrero#felizSanValentin”. Como observe en un análisis previo, el texto recurre a la intertextualidad remitiendo a la creencia del poder predictivo de Los Simpsons. No hay utilización de la intertextualidad en relación a la imagen. Utiliza el doble sentido de la imagen al remitir a una frase popular argentina: “acogotar el ganso” que se utiliza como sinónimo de la masturbación masculina. En este meme la articulación

de los modos propone la posibilidad de la autosatisfacción, remitiendo a la posibilidad de la autosatisfacción en los varones y no así en las mujeres.

Si bien son pocos los memes que hacen referencia a la sexualidad (y esto es ya un dato en sí mismo), observamos que en los dos primeros no hay referencias claras a los géneros ni a si se trata de una relación heterosexual u homosexual. Lo que sí queda claro es la asociación entre esta fecha y mantener relaciones sexuales.

Solo hay un meme que habla de la masturbación masculina y no hay memes que hablen de la masturbación femenina, dando cuenta de la negación/tabú que existe respecto a este tema en nuestra cultura, siendo la autosatisfacción y el placer algo permitido solo para los hombres.

No hay referencias ni relación directa con el amor romántico. Los memes de este grupo podrían considerarse como discursos alternativos, por su clara y única referencia a la actividad sexual en esta fecha, dejando por fuera cualquier asociación con el amor.

### **Fraternidad entre hombres (31 y 52)**

- La imagen del meme 52 es una fotografía que aparenta ser casual o espontánea, de una situación en la calle. En esta se observa a una mujer parada fuera de un motel llamado París. En el modo gesto se observa que está parada de brazos cruzados y mirando hacia la puerta de ingreso del hotel, indicando la semiótica corporal que se encuentra esperando. Respecto al modo lenguaje, este nos permite saber que se trata de un motel, y también al acompañar con el texto: “Si alguno del grupo está adentro avísenle q no salga”, sitúa al meme como si se tratara de una foto enviada a un grupo de whatsapp u otra red social, advirtiendo a otros hombres de la situación. El tipo de imagen utilizada (fotografía casual) refuerza la idea del meme. En este meme los modos se conjugan para comunicar el pacto entre caballeros. Más allá del efecto de humor, el mensaje es que los hombres se cubren entre ellos. Como plantea Amorós (1994), el pacto entre caballeros implica una cierta hermandad y supone ciertos comportamientos de apoyo mutuo, fundamentalmente en la subordinación de las mujeres y/o en el sostenimiento de los privilegios masculinos. El privilegio en este caso reside en la posibilidad de ser infiel y no sufrir consecuencias negativas por ello.

- El meme 31 tiene escrito en el sector superior “El amor y la amistad en una sola imagen#felizSanValentin”. En el modo imagen observamos una fotografía tomada desde lejos de una situación en la calle. En esta se observa a un hombre sosteniendo a otro hombre para que logre alcanzar una ventana en la cual hay una adulta mayor. La actitud corporal de los hombres es de colaboración (uno sosteniendo al otro) para que uno logre acceder a la ventana. También es parte de la imagen la mujer que abraza a este hombre por el cuello mientras se besan. En el piso hay una botella y una mochila que contextualizan la escena indicando que probablemente estuvieron tomando alcohol. Si bien el meme comunica una escena amorosa y de amistad, también manifiesta el pacto entre caballeros en este apoyo que encuentra uno en el otro para cumplir su cometido (en este caso besar a una mujer). Lo llamativo de este meme es la diferencia de edades entre los varones que tienen aspecto de adultos jóvenes y la mujer que tiene aspecto de una adulta mayor. Asimismo, los varones que aparecen no son varones hegemónicos tal como nuestra cultura los presenta (blancos, altos y rubios).

Los hombres aparecen en un rol activo tanto en el 52, en el cual se supone que hay un hombre teniendo relaciones sexuales en un motel, como en el 31, en que un hombre ayuda al otro para alcanzar a la mujer en la ventana. La mujer en el meme 52 está expectante de lo que hace el hombre y en el 31 son los hombres quienes están en rol activo accediendo a la casa de la mujer que queda en el ámbito privado.

Respecto al pacto patriarcal, este implica una cierta hermandad entre varones que está implícita y que supone ciertos comportamientos de apoyo mutuo, fundamentalmente en la subordinación de las mujeres y/o en el sostenimiento de los privilegios masculinos (Amorós, 1994). Esto es observado en ambos memes.

Para Marcela Lagarde (2009), la sororidad es una forma de resistencia a la subjetividad patriarcal que puede influir en la percepción que las mujeres tienen entre sí. Para esta autora, el orden patriarcal se beneficia de la división y la competencia entre mujeres. Especialmente el patriarcado nos ha enseñado a las mujeres a competir entre nosotras por el amor/reconocimiento/aceptación de los varones, y la sororidad operaría como un arma para enfrentar este mandato. En general, no hay referencias a la sororidad en los memes analizados.

En esta categoría aparece un discurso alternativo (meme 31) al que plantea que solo los hombres tienen permitido tener parejas más jóvenes. Por otra parte, la presencia de una adulta mayor contradice la representación generalizada de las adultas mayores como abuelas

asexuadas. Existe en nuestra cultura, cierta gerontofobia atravesada por cuestiones de género. Mientras que se hipersexualiza a mujeres y niñas, es llamativa la ausencia en la representación cultural de mujeres adultas mayores deseantes tanto en producciones culturales como en académicas.

### **Menstruación (2, 10);**

- El meme 2 está compuesto, en el modo imagen, por la ilustración de la profesora Krabappel (personaje de Los Simpsons) ingresando a un cine. El modo gesto (camina sigilosamente mientras se sostiene el pañuelo con las manos, y se cubre el pecho) se complementa con la vestimenta que lleva (pañuelo en la cabeza y lentes oscuros) sugiriendo que desea ocultarse y no ser descubierta. Se acompaña del texto “Tu menstruación llegando el 13 de Febrero a las 11.59 pm:”. Este meme supone que la llegada de la menstruación tendría consecuencias para el 14 de Febrero, probablemente asociado a la imposibilidad de realizar ciertas actividades ese día (de recreación, sexuales, etc.). Pero también lleva implícito que para las mujeres la menstruación puede ser un problema, ser incómoda, ser inhabilitante y/o traer inconvenientes.
- En el meme 10 la imagen está compuesta por la foto de una mujer posando en la puerta de un baño. Esta mujer tiene accesorios rojos y un vestido de ese color, que en el frente cubriendo el torso de la mujer tiene una toallita higiénica grande. La postura corporal de la mujer indica cierta arrogancia (la frente en alto), actitud reforzada por el plano contrapicado que contribuye a engrandecer su figura. De esta toallita se continúa una tela roja hacia el vestido, simulando la menstruación. El texto titula a la imagen: “la menstruación viendo cómo estás haciendo planes para el 14”. Los modos colaboran para comunicar que la menstruación estaría por sobre cualquier plan que realizaras, impidiendo que se concreten.

Cabe preguntarse por qué la menstruación representaría un impedimento para el disfrute y las actividades habituales. Como planteé anteriormente, el abordaje de la menstruación se vincula con el control de los cuerpos de las mujeres. Tarzibachi (2017) hace referencia a los cuerpos menstruantes como abyectos, que hay que ocultar. Entiendo que es

una forma de reforzar el estereotipo de las mujeres relegadas al ámbito privado, en este caso por una condición biológica.

En esta categoría no hay referencias directas o indirectas al mito del amor romántico, así como tampoco a otras formas de relación amorosa.

### **Infidelidad (42, 52)**

- La imagen del meme 42 es una foto de un patrullero policial con un moño grande. El texto que acompaña la imagen dice: “Te regalo esta patrullera mi amor- Por qué- Porque vos sos la oficial”, dando cuenta de un diálogo. En el modo lenguaje se juega con el significado de la palabra oficial (como oficial de policía en un caso, y como la novia/pareja oficial en el otro caso). Mediante emojis (mujer, varón) se indica el género de quienes dialogan. Este meme mediante el juego entre la imagen y el lenguaje, comunica una reivindicación de la infidelidad masculina como algo natural: ser la oficial daría cuenta de que hay otra/s mujer/es que no lo son. Muestra la doble moral que el patriarcado ha sostenido históricamente, mediante la cual los hombres están habilitados para relacionarse sexo-afectivamente con muchas mujeres, mientras que para las mujeres rige el imperativo de ser monógama y "fiel". Refuerza el estereotipo del hombre que sostiene su masculinidad (es más macho) al relacionarse sexualmente con muchas mujeres.
  - El meme 52 fue analizado previamente. La imagen se compone de una fotografía que aparenta ser casual o espontánea, de una situación en la calle. En esta se observa a una mujer parada fuera de un motel llamado París. En el modo gesto se observa que está parada de brazos cruzados y mirando hacia la puerta de ingreso del hotel, indicando la semiótica corporal que se encuentra esperando. Respecto al modo lenguaje, este nos permite saber que se trata de un motel, y también al acompañar con el texto: “Si alguno del grupo está adentro avísenle q no salga”, es la foto de una mujer esperando de brazos cruzados fuera de un motel llamado Paris. El meme comunica que hay alguien siendo infiel dentro de ese motel, y naturaliza el pacto entre caballeros para cubrirse entre ellos y sostener sus privilegios.

Los hombres aparecen representados como quienes tienen habilitado el disfrute sexual con diversas mujeres. Las mujeres aparecen representadas como objetos para el placer y a disposición de los hombres o expectantes de lo que el hombre hace, en rol pasivo. Como plantea Lagarde (2009), las mujeres son socializadas tanto en la sexualidad procreadora como la erótica, siempre para los otros. García Vázquez (2018) sostiene que culturalmente se enseña a las mujeres a una mayor predisposición al compromiso y al matrimonio, mientras que a los hombres se les enseña la pasividad emocional y el hedonismo sexual. Según la autora, todavía observamos la doble moral sexual que exige la pureza y virginidad para las mujeres mientras que se promueve mayor libertad y experimentación sexual para los hombres.

Respecto al amor romántico, aparece tensionada la idea de que la pareja es la fuente de toda felicidad y satisfacción.

Las formas alternativas a la pareja monogámica no aparecen como opción. No se está planteando el poliamor o la pareja abierta, sino la infidelidad de los hombres.

Tal como se observa en otras categorías de análisis, la representación de géneros es binaria (hombre-mujer).



## CONCLUSIONES PARCIALES. UN ANÁLISIS GENERAL DEL CORPUS EMPÍRICO

El objetivo general que guió esta investigación fue analizar desde la perspectiva de género las representaciones del amor de pareja en los memes de internet a fin de poder determinar si persiste el modelo del amor romántico o si se observa un cambio de modelo. Se extrajo una muestra representativa de los memes que circularon en internet el 14/02/20 en Argentina, utilizando un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Me basaré en los interrogantes planteados a fin de poder sistematizar los resultados previos: ¿Persiste el modelo del amor romántico en las relaciones amorosas de pareja? ¿Coexiste el modelo del amor romántico con otro/s modelo/s alternativo/s? ¿Existen mayores condiciones de igualdad entre mujeres y hombres en el/los modelos existentes?

Me centré en dar respuesta a estos interrogantes teniendo en cuenta los objetivos específicos planteados:

- Relevar qué aspectos del mito del amor romántico se observan en los memes seleccionados.
- Identificar si aparecen formas alternativas al amor romántico.
- Precisar la presencia de estereotipos de género o la ruptura de los mismos en los memes seleccionados.

Me interesa particularmente dilucidar qué trabajo ideológico encubren estos memes. Es entonces que surgen interrogantes:

- ¿Cuál es la estrategia discursiva que subyace en los memes analizados?
- ¿Qué discurso/s respecto a las relaciones amorosas se desprende/n de estos?
- ¿Qué discurso emerge en relación a qué es ser un hombre y qué es ser una mujer?
- ¿Qué sucede respecto a la producción y reproducción de las desigualdades y respecto al abuso de poder y la dominación?

Wodak (2004) plantea que los discursos contribuyen a la construcción de identidades sociales y de posiciones de sujeto, a la construcción de relaciones sociales, y a la construcción de sistemas de conocimiento y creencias. Pero también pueden actuar en forma contraria, transformando y creando nuevas posibilidades. A partir de esto me pregunto:

- ¿Qué identidades están promoviendo estos discursos?
- ¿Qué tipos de relaciones sociales promueven?
- ¿Qué conocimientos y creencias reproducen?

¿En qué medida hay transformaciones/ nuevas creaciones alternativas al sentido hegemónico?

Los discursos sobre el amor de pareja son parte de los discursos respecto a las relaciones entre los géneros, conocimientos socialmente construidos respecto a quienes practican este tipo de amor, respecto a qué forma sería aceptable y entre quiénes lo sería, qué roles ocuparían quienes forman parte de una pareja, etc. También nos permiten visualizar las representaciones y estereotipos vigentes y las relaciones de poder subyacentes, y, entre éstas, las relaciones de sumisión-dominación implícitas. Como se planteó previamente, “Los discursos no solo proveen versiones sobre quién hace qué, cuándo y dónde, sino que también suman evaluaciones, interpretaciones y argumentos de estas versiones” (Kress y van Leuween, 2001, p. 9).

Los contenidos de las representaciones no son neutros. Los contenidos de las representaciones están relacionados con la cultura predominante, las formas de producción económica y la distribución del poder social en un espacio y un tiempo histórico.

### **El primer interrogante. ¿Persiste el amor romántico?**

Para poder responder, me basé en la descripción que realizan Luzón et al. (2011), quienes distinguen hasta diecinueve creencias estereotipadas respecto al amor romántico, distribuidas en cuatro grandes grupos:

- 1) **El amor todo lo puede y estaría por encima de todo conflicto y maltrato.** Este mito justificaría “cambiar por amor” -o esperar que otra persona cambie- y soportar relaciones violentas en pos de que “el amor triunfe”.
- 2) **El amor verdadero está predestinado y nos completa,** siendo la única elección posible y al encontrarlo se lograría la completud. Asimismo, estos mitos -el de la predestinación y el de la completud- refieren a que la pasión y el enamoramiento perdurarían para siempre.
- 3) **El amor es lo más fundamental para la existencia y requiere entrega a la pareja por completo,** renunciando a la intimidad y entrando en un proceso de despersonalización.
- 4) **El amor es posesión y exclusividad.** Esto implica que el amor conllevaría a una unión estable y duradera: el matrimonio. Además, normalizaría los celos como muestra de amor o requisito indispensable para que el amor sea verdadero.

En los memes analizados se observa fundamentalmente la importancia que se le otorga al hecho de tener o no tener pareja y se observa la vigencia del ideal del amor romántico, que asocia tener pareja con felicidad. Esto se relaciona con la creencia de que el amor es fundamental para la existencia y el mito de la media naranja, como fue planteado anteriormente, se relaciona con el hecho de que quienes no tienen pareja decidan publicar memes relativos a los efectos emocionales negativos que esto les genera o su decisión respecto a cómo transitar ese día (comiendo, mirando, masturbándose, llorando). Estas expresiones operan como un refuerzo de lo que simboliza la fecha y lo que esta representa: la celebración del amor romántico.

A partir de esta lectura del corpus, pareciera que no estar en pareja afecta emocionalmente con más frecuencia a los hombres que a las mujeres, ya que esto aparece representado en mayor medida. Son hombres los que observamos en su mayoría abatidos, angustiados, tristes por estar solos el 14 de febrero. Esto, como desarrollaré luego, se contrapone al estereotipo del hombre fuerte, insensible y racional. También se observan manifestaciones de indiferencia, asco, aunque en pocos casos. Las mujeres aparecen con menor frecuencia, fingiendo que están bien o elaborando la situación a través de la comida, y solo en un caso se observa angustia por no estar en pareja/ser testigo de las demostraciones de afecto de otros.

Respecto a la creencia 4 -el amor es posesión y exclusividad- hay poca referencia en los memes analizados. Solamente aparece la infidelidad como una acción permitida para los hombres. La infidelidad de los hombres tensiona la creencia de que la pareja es la fuente de toda felicidad y satisfacción.

Hay algunos memes que indican una ruptura con algunas creencias que sostienen el amor romántico. Por ej. la creencia de la media naranja (meme 38) y el mito de la pasión eterna (meme 32).

Si bien no está incluida en la clasificación de estas autoras (Luzón et al., 2011), asociada al amor romántico existe la creencia que el amor implica sufrimiento, y que sufrir por amor es esperable. En los memes analizados, si bien se observa con mayor frecuencia el sufrir por la ausencia de amor, hay también en algunos memes referencias a que el amor traería consecuencias desagradables o incluso que el amor debería evitarse (por ejemplo, los memes 44 y 28).

Existen, por otra parte, algunos memes que hacen referencia a la actividad sexual, dejando estos por fuera cualquier asociación amorosa con la fecha. Se puede concluir que éstos pueden considerarse como discursos alternativos al amor romántico.

El amor es una experiencia generizada: una construcción social atravesada por cuestiones de género. Si bien podemos observar que algunos aspectos del amor romántico siguen vigentes -la creencia de que el amor es lo más fundamental para la existencia, el mito de la media naranja, como ejemplos-, se observa más frecuentemente esa creencia asociada a los hombres. Las mujeres, en general, aparecen menos afectadas por la ausencia de pareja.

Por otra parte, la asociación entre amor y sufrimiento también está presente, pero con menor frecuencia. Estos discursos coexisten, en los memes, con discursos contrapuestos que rechazan, ironizan o cuestionan estas ideas. Asimismo, el mito de la exclusividad es tensionado, aunque superficialmente, y sólo muestra la infidelidad en los hombres, como una transgresión. También aparece la sexualidad -sin asociación directa con el amor como discurso alternativo al amor romántico-.

Podemos pensar que la ausencia (o poca presencia) de memes que cuestionen directamente el amor romántico, puede estar asociada a que es una fecha que celebra específicamente este tipo de amor. También existe la posibilidad de que aparecieran producciones que dieran lugar a formas alternativas de amor monogámico (amor libre, pareja abierta, etc.) o que cuestionaran la heterosexualidad obligatoria. Sin embargo, esto no sucede. Si consideramos que en la cultura coexisten discursos diversos y muchas veces antagónicos, respecto de un mismo tema, y que se trata de una fecha en la cual estos podrían expresarse a través de las redes, resulta llamativa esta ausencia. Asimismo, es probable que los discursos que cuestionan el amor romántico directamente no hayan sido recopilados en las páginas que aparecen en la búsqueda, como consecuencia del sesgo de quien escribe las notas. Estos discursos que cuestionan el amor romántico suelen circular de forma más generalizada en otras fechas específicas del año, por ejemplo, el 8 de Marzo (día internacional de las mujeres), el 28 de Junio (día internacional del orgullo LGBT) o el 25 de Noviembre (Día Internacional de la Eliminación de la violencia contra las Mujeres).

### **Modelos alternativos al amor romántico**

Respecto al segundo interrogante: ¿Coexiste el modelo del amor romántico con otro/s modelo/s alternativo/s?, observo en los memes analizados que la heterosexualidad obligatoria no es cuestionada. La pareja heterosexual monógama circula como el único tipo de unión amorosa legitimada, evidenciando la vigencia del modelo heteronormativo. No hay referencia a otras formas de relación amorosa como podrían ser el poliamor, el amor libre o las parejas abiertas. Si bien está presente la infidelidad masculina, no se cuestiona abiertamente la

monogamia. No se pone en tensión la unión de pareja tradicional, con sus ideales de fidelidad y de exclusividad. La infidelidad aparece solo asociada a los varones, lo que muestra la vigencia del privilegio patriarcal que les permite disfrutar de la vida sexual de manera más libre, mientras que a las mujeres se les obtura esa posibilidad.

## **Los estereotipos**

A continuación, presentaré conclusiones sobre los estereotipos presentes en los memes analizados, para poder dar respuesta al tercer interrogante: ¿Existen mayores condiciones de igualdad, en este momento histórico, entre mujeres y hombres en el/los modelos existentes?

Como se planteó anteriormente, la idea del amor romántico se basa en la asignación de roles de acuerdo con estereotipos. Como plantea Simón Rodríguez (2009), por un lado, la hombría se asimila con la fortaleza, la razón, la actividad, la independencia, el poder, la esfera pública, la autoridad y la libertad sexual –entre otros-, generando un “ser hombre para sí y para ser servido”. En contraposición, la femineidad se asocia con la inestabilidad, la afectividad, la pasividad, el cuerpo y lo natural, vinculado al dominio de los sentimientos, el ámbito privado y la capacidad de cuidar.

Los estereotipos se articulan con el amor como construcción social. El amor es una experiencia generizada, como plantean Ferrer Pérez y Bosch Fiol (2013)

si para las mujeres es espera, pasividad, cuidado, renuncia, entrega, sacrificio, (...) para los hombres tiene mucho más que ver con ser el héroe y el conquistador, el que logra alcanzar imposibles, seducir, quebrar las normas y resistencias, el que protege, salva, domina y recibe. Por tanto, se esperará de ellas que den, que ofrezcan al amor su vida (y que encuentren al amor de su vida); serán para otro, y se deberán a ese otro, obedientes y sumisas (Ferrer Pérez y Bosch Fiol, 2013, p.114).

Es importante señalar que, en los memes analizados, se observan diferencias respecto a cómo son representados hombres y mujeres. Se observan muchos memes en los cuales los hombres sufren por la ausencia de amor/pareja, en posición pasiva; incluso en algunos coexiste la imagen del superhéroe con la del hombre sensible. Se cuestiona el estereotipo del hombre racional, fuerte, insensible, independiente. Por otra parte, no se observa con tanta frecuencia sufrimiento en las mujeres respecto a la ausencia de pareja/amor, rompiendo con el estereotipo de la mujer sensible, dependiente y de “ser para otros”.

Por otra parte, observamos que, en la articulación de patriarcado y capitalismo, se sostienen los estereotipos del hombre proveedor y de la mujer pasiva. Sin embargo, estas representaciones también coexisten con discursos que buscan poner en tensión estos

estereotipos, fundamentalmente el del hombre como proveedor y su obligación de ser quien ofrece un obsequio que da cuenta de su poder adquisitivo.

Si retomamos la caracterización que realiza Fernández (1993), quien sostiene que “en nuestra cultura las nociones de Hombre y Mujer se organizan desde una lógica binaria: activo-pasiva, fuerte-débil, racional-emocional, etc.” (Fernandez, 1993, p.37) podemos pensar que no es tan lineal la presencia de esta lógica binaria en los memes analizados. ¿Significaría esto que los estereotipos considerados ya no tendrían el poder que señala Freijó?:

Freijó (2020) plantea que “la raíz de nuestras desigualdades son los estereotipos de género y cómo estos se han conformado a partir de la construcción de un conocimiento que tuvo como autores protagonistas sólo a voces masculinas: ellos definiendo nuestra naturaleza” (Freijó, 2020, p. 32). De ahí la importancia de analizar géneros discursivos como los memes, que pueden ayudarnos a leer un estado de la cultura en relación con las parejas de mujer-hombre desde la perspectiva de género.

Considero que una particularidad de los memes, sus formas de creación y circulación, es que habilitan otras voces a ser escuchadas. Las mujeres también producimos y hacemos circular memes, y podemos elegir otras formas de representarnos que rompan con los estereotipos tradicionales.

Observamos en el corpus analizado algunas referencias a la restricción de las mujeres al ámbito privado asociado a la menstruación. Y a los hombres como los únicos que tienen habilitado el disfrute sexual por fuera de la pareja.

De lo analizado se desprende que, si bien ciertas rupturas con los estereotipos podrían generar mayores condiciones de igualdad para las mujeres en las relaciones de pareja (la sensibilidad como un atributo que no depende del género, la mayor dependencia de los varones y/o su posible pasividad), aún se sostienen algunos aspectos de los estereotipos tradicionales (mujeres relegadas al ámbito privado por cuestiones biológicas, solo hombres habilitados al disfrute sexual, mujeres pasivas frente al hombre proveedor).

### **Los grandes ausentes en la representación**

Si partimos de la base de que los estereotipos de género vienen a responder, de una forma sesgada y reduccionista, a las preguntas ¿Qué es ser una mujer? ¿Qué es ser un hombre?, también cabe preguntarse quiénes quedan fuera de esta representación, ya que nos orienta respecto de los sectores y grupos relegados en los discursos circulantes. Lo mismo sucede respecto a las relaciones amorosas que aparecen representadas y cuáles no aparecen.

El análisis de los memes nos permite observar grandes ausentes en la representación. Nos encontramos con ausencia o escasa representación de ciertos grupos: adultas/os mayores (solo aparecen en el meme 31), mujeres discapacitadas/os, personas gordas, mujeres empoderadas. También hay ausencias respecto a ciertas acciones: la masturbación femenina (solo aparece referencia a la masturbación masculina en el meme 49) y la infidelidad femenina. No hay representación de formas alternativas al amor heterosexual ni representación de parejas alternativas a la tradicional: no hay poliamor, ni amor libre, así como tampoco parejas abiertas. Únicamente se representan hombres y mujeres, sin referencia explícita a otros géneros. No se observan memes que hagan referencia a la sororidad como forma de acompañamiento y empoderamiento femenino, pero sí hay memes que hacen referencia al pacto patriarcal de complicidad y apoyo entre varones.

Considero que estas ausencias no pueden entenderse como algo casual, sino que indican qué tipo de personas y qué tipo de amor pueden/deben ser representados y reproducidos y cuáles no y, por ende, nos hablan de las creencias y las expectativas del público de los memes. También nos indica qué actividades están habilitadas y legitimadas para cada género y cuáles no. Asimismo, nos interpela respecto a qué géneros gozan de reconocimiento y legitimación social, y cuáles permanecen sin ese aval. Esto nos lleva a preguntarnos respecto a los discursos mediante los cuales se producen y reproducen las desigualdades. Como plantean Fairclough y Wodak (1997), las relaciones de poder son discursivas, y, por lo tanto, podemos observar su ejercicio y sus consecuencias en los discursos circulantes, como lo hemos visto en los memes que circularon un 14 de febrero de San Valentín.

## CONCLUSIÓN Y CIERRE

En esta investigación se tomó como base el Análisis crítico de discurso (ACD) y, teniendo en cuenta que se trata de un corpus multimodal, que requiere de un abordaje metodológico específico, recurrí al modelo de análisis multimodal (AMD) planteado por Kress y van Leeuwen, compuesto de los cuatro estratos de análisis puestos en juego para abordar el corpus en la fase analítica de esta tesis.

Me centré en dar respuesta a los objetivos específicos planteados:

- ✓ Relevar qué aspectos del mito del amor romántico se observan en los memes seleccionados.
- ✓ Identificar si aparecen formas alternativas al amor romántico
- ✓ Precisar la presencia de estereotipos de género o la ruptura de los mismos en los memes seleccionados.

Ciertos interrogantes oficiaron de guía para la investigación: ¿Persiste el modelo del amor romántico en las relaciones amorosas de pareja?, ¿Coexiste el modelo del amor romántico con otro/s modelo/s alternativo/s?, ¿Existen mayores condiciones de igualdad entre mujeres y hombres en el/los modelos existentes?

Respecto del modelo del amor romántico, observamos solo algunos aspectos vigentes: la creencia de que el amor es fundamental para la existencia, el mito de la media naranja, el amor como posesión y exclusividad y el amor asociado al sufrimiento. Es posible observar también discursos alternativos que sostienen que el amor debe evitarse, provoca asco o rechazo y que la sexualidad es más importante.

No se observaron modelos alternativos al modelo del amor romántico. No se cuestiona el modelo heteronormativo. Tampoco se cuestiona la monogamia ni se observan otros tipos de uniones amorosas posibles, como podrían ser el poliamor, las parejas abiertas, etc.

Repasando el análisis de los estereotipos, concluimos en que, si bien ciertas rupturas con los estereotipos podrían generar representaciones de mayores condiciones de igualdad para las mujeres en las relaciones de pareja (la sensibilidad como un atributo que no depende del género; la mayor dependencia de los varones y/o su posible pasividad; una menor dependencia de las mujeres hacia la pareja como fuente de felicidad), aún se sostienen algunos aspectos de los estereotipos tradicionales (mujeres relegadas al ámbito privado por cuestiones biológicas; solo hombres habilitados al disfrute sexual por fuera de la pareja; mujeres pasivas frente al hombre proveedor).



También se registraron ausentes en la representación. Nos encontramos con ausencia o escasa representación de ciertos grupos: adultas/os mayores, mujeres discapacitadas/os, personas gordas, mujeres empoderadas. El análisis efectuado lleva a preguntarse respecto a quiénes tendrían permitido/habilitado el amor -y/o el goce sexual-y quiénes no y en qué forma/s. Esto queda evidenciado en las ausencias respecto de ciertas acciones: la ausencia de masturbación femenina (solo aparece referencia a la masturbación masculina en el meme 49) y de infidelidad femenina. Tampoco hay representación de formas alternativas al amor heterosexual ni representación de parejas alternativas a la tradicional: no hay poliamor ni amor libre, ni parejas abiertas. Únicamente se representan hombres y mujeres, sin referencia explícita a otros géneros. Por otro lado, no se observan memes que hagan referencia a la sororidad, como forma de acompañamiento y empoderamiento femenino, pero sí hay memes que hacen referencia al pacto patriarcal. Estas ausencias y presencias nos interrogan respecto a qué se habilita y qué posibilidades se restringen en los discursos circulantes respecto a los grupos sociales representados y a los excluidos de la representación -viejos/as, gordos/as y disidencias-, lo que reproduce opresiones y desigualdades que interseccionan con las desigualdades provocadas por el sistema patriarcal.

Entiendo que parte de las limitaciones que esta investigación presenta están referidas a la población que produce y hace circular los memes. En general se trata de personas jóvenes con conocimientos básicos en manejo de redes sociales. No es claro el rango etario de este grupo, pero este desconocimiento podría limitar las posibilidades de establecer generalizaciones respecto a quienes producen o hacen circular los memes. Sin embargo, esto no fue parte de los objetivos de la presente investigación.

Por otra parte, no se realizaron entrevistas o encuestas con las personas que consumen y/o producen estos memes, para conocer qué piensan respecto a ellos, cómo los utilizan, con qué fines, etc. Sin embargo, esto excedería los alcances de este trabajo, centrado en el análisis de las representaciones en las piezas discursivas en sí. Aun así, sería interesante abordar estos aspectos en investigaciones futuras.

Creo que es importante resaltar la relevancia cultural, social y política que han tenido y tienen en nuestro país los movimientos de mujeres. Esto me lleva a preguntarme acerca de la incidencia de los feminismos en la disputa de sentidos, en la construcción de los discursos circulantes y en las representaciones sociales vigentes respecto al amor. Creo que se trata de un campo interesante para desarrollar y que dispara interrogantes para nuevas investigaciones.

Contemplando la coyuntura histórica actual, también surgen interrogantes. Cabe preguntarse si los discursos dominantes habrán sufrido modificaciones luego de la pandemia

de Covid 19. Sabemos que en 2020 el mundo se vio conmovido por las medidas de aislamiento y prevención, generándose grandes cambios en la vida cotidiana, las relaciones interpersonales, las relaciones sexo afectivas, el uso del espacio público y privado, y se generó una mayor reclusión en el ámbito hogareño e individual/grupo conviviente, e incluso implicó un aumento en las situaciones de violencia de género. Considero que el análisis comparativo entre el antes y el después de la pandemia podría ser tema de posteriores investigaciones.

También sería relevante la investigación de los memes que circulan en otras fechas no asociadas directamente al amor romántico y que podrían habilitar la circulación de discursos contrahegemónicos de manera más abierta, como el 8 de Marzo, el 31 de Marzo, el 28 de Junio o el 25 de Noviembre, por ejemplo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Advertencia de la ONU: La mutilación de genitales femeninos es una violación (7 de febrero de 2023). *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/521654-advertencia-de-la-onu-la-mutilacion-de-genitales-femeninos-e>
- Alma, Amanda (2018). *Encuentros nacionales de mujeres en Argentina: 33 años de lucha*. Nueva Sociedad. <https://nuso.org/articulo/encuentros-nacionales-de-mujeres-33-anos-de-lucha/>
- Álvarez Broz, Mariana (2017). Las paradojas de la (in)visibilidad. Trayectorias de vida de las personas transmasculinas en la Argentina contemporánea. *Horizontes Antropológicos*, 23(47), 227-258. <http://journals.openedition.org/horizontes/1495>
- Amorós, Celia (1994). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de “lo masculino” y “lo femenino”. En *Feminismo: Igualdad y diferencia* (pp. 21-52). Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Amossy, Ruth y Herschberg Pierrot, Anne (2001). *Estereotipos y clichés*. Eudeba.
- Anzorena, Claudia (2008). Estado y división sexual del trabajo: las relaciones de género en las nuevas condiciones del mercado laboral. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 47-68. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-52162008000200003&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162008000200003&lng=es&tlng=es)
- Arab, Elías y Díaz, Alejandra (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Ballesteros Doncel, Esmeralda (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (35), 21-45. <https://doi.org/10.5944/empiria.35.2016.17167>
- Bardi, Alberto; Leyton, Carolina y Martínez, Vania (2003). Masturbación: mitos y realidades. *Revista de la Sociedad Chilena de Obstetricia y Ginecología Infantil y de la Adolescencia*, 10(1), 7-12. <https://cembra.uchile.cl/sogia/pdf/2003/X1masturbacion.pdf>
- Bauman, Zygmunt (1999). Turistas y Vagabundos. En *La Globalización. Consecuencias humanas* (Daniel Zadunaisky, Trad., pp. 103-133). Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 1998).
- Bauman, Zygmunt (2003). *Modernidad líquida* (Mirta Rosenberg y Jaime Arrameide Squirru, Trans.). Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 2000).

- Bauman, Zygmunt (2005). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* (Mirta Rosenberg y Jaime Arrameide Squirru, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 2003).
- Benassini Félix, Claudia (2020) Memes de Internet: multimodalidad, intertextualidad e interdiscursividad en tiempos de Covid-19. *Virtualis Revista de cultura digital* <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/353/389>
- Berger, Peter y Luckman, Thomas (2003). *La construcción social de la realidad* (Silvia Zuleta, Trad.). Amorrortu Editores. (Trabajo original publicado en 1968).
- Bisquert-Bover, Mar; Giménez García, Cristina; Gil-Juliá, Beatriz; Martínez-Gómez, Naiara y Gil Llario, María Dolores (2019). Mitos del amor romántico y autoestima en adolescentes. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 5(1), 507-518. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2019.n1.v5.1633>
- Blázquez Graf, Norma; Flores Palacios, Fátima y Ríos Everardo, Maribel (Coords.) (2010). *Investigación feminista: epistemología, metodología y representaciones sociales*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México. [https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/ceiich-unam/20170428032751/pdf\\_1307.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/ceiich-unam/20170428032751/pdf_1307.pdf)
- Bonino, Luis (2000). Varones, género y salud mental: Deconstruyendo la “normalidad” masculina. En Marta Segarra Montaner y Angels Carabí (Eds.), *Nuevas Masculinidades* (pp. 41-64). Icaria.
- Boron, Atilio (2002). Pensamiento único y resignación política: los límites de una falsa coartada. En Atilio A. Boron, Chusa Lamarca Lapuente, Joseph Stiglitz, Subcomandante Marcos, Julio Gambina y Pedro Brieger, *Mundo Global ¿Guerra global?* (pp. 11-36). Ediciones Continente.
- Burin, Mabel (2007). Trabajo y parejas: impacto del desempleo y de la globalización en las relaciones entre los géneros. En María Lucero Jiménez Guzmán y Olivia Tena (Coords.), *Reflexiones sobre masculinidades y empleo* (pp. 59-80). Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cabral, Mauro (2006). En estado de excepción: intersexualidad e intervenciones sociomédicas. En Carlos F. Cáceres, Gloria Careaga, Tim Frasca y Mario Pecheny (Eds.), *Sexualidad, estigma y derechos humanos. Desafíos para el acceso a la salud en América Latina* (pp. 69-90). Universidad Peruana Cayetano Heredia.

- Cabral, Mauro (Ed.). (2009). *Interdicciones. Escrituras de la intersexualidad en castellano*. Anarrés Editorial. <http://www.mulabilatino.org/Interdicciones2.pdf>
- Cárcamo Morales, Benjamín (2018). El análisis del discurso multimodal: una comparación de propuestas metodológicas. *Forma y Función*, 31(2), 145-174. <https://doi.org/10.15446/fyf.v31n2.74660>
- Caro García, Carmen y Monreal Gimeno, María Carmen (2017). Creencias del amor romántico y violencia de género. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 47-56. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2017.n1.v2.917>
- Celaya, Javier (2008). *La Empresa en la WEB 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Ediciones Gestión 2000.
- Cobo Bedía, Rosa (2005). El género en las ciencias sociales. *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 249-258. <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS0505110249A>
- Cobo Bedía, Rosa (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. *Investigaciones feministas*, 6, 7-19. [https://doi.org/10.5209/rev\\_INFE.2015.v6.51376](https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2015.v6.51376)
- Cobo Bedía, Rosa (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *Paradigma: Revista Universitaria de Cultura*, (22), 134-138. <https://hdl.handle.net/10630/17716>
- Colás Bravo, Pilar y Villaciervos Moreno, Patricia (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 35-58. <https://revistas.um.es/rie/article/view/96421>
- Cooke, Rebecca J. y Cusack, Simone (2009). *Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives*. University of Pennsylvania Press.
- Dancygier, Barbara y Vandelanotte, Lieven (2017). Internet memes as multimodal constructions. *Cognitive Linguistics*, 28(3), 565-598. <https://doi.org/10.1515/cog-2017-0074>
- Dawkins, Richard (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta* (Juana Robles Suárez, Trad.). Salvat. (Trabajo original publicado en 1976).
- De Berrios, Omaira y Briceño de Gómez, María Ysabel (2009). Enfoques epistemológicos que orientan la investigación de 4to. nivel. *Visión Gerencial*, (8), 47-54. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545882009>

- Del Prete, Annachiara y Redon Pantoja, Silvia (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Dietrich, Daniela Paola (2019). Tarzibachi, Eugenia, *Cosa de Mujeres. Menstruación, género y poder*. Bs. As., Sudamericana, 2017, 336 p. *La Aljaba: Segunda época, Revista de Estudios de la Mujer*, 22, 191-194. <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/aljaba/article/view/3108>
- Díez Gutiérrez, Enrique-Javier (2015). La educación de la nueva subjetividad neoliberal. *Revista Iberoamericana de Educación*, 68(2), 157-172. <https://doi.org/10.35362/rie682190>
- Dorado, Marina (16 de junio de 2022). *Así ha evolucionado la brecha de género en la masturbación. Más. Mujeres a Seguir*. <https://www.mujeresaseguir.com/social/noticia/1168993048615/asi-evolucionado-brecha-de-genero-masturbacion.1.html>
- Esteban Galarza, María Luz y Távora, Ana (2008). El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas. *Anuario de Psicología/ The UB Journal of psychology*, 39(1), 59-73. <https://raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/99354>
- Faigón, Miguel (8 de marzo de 2021). *A casi seis años del primer Ni una menos: el día que cambió la historia*. CONICET. <https://www.conicet.gov.ar/a-casi-seis-anos-del-primer-ni-una-menos-el-dia-que-cambio-la-historia/>
- Fairclough, Norman y Wodak, Ruth (1997). Análisis crítico del discurso. En Teun A. van Dijk (Comp.), *El discurso como interacción social* (Vol. 2, pp. 367-404). Gedisa Editorial.
- Faur, Eleonor. (2008). *Desafíos para la igualdad de género en la Argentina*. Programa Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Federici, Silvia (7 de noviembre de 2016). El cuerpo de la mujer en la última frontera del capitalismo / Entrevistada por Eliana Gilet. *Revista La Tinta*. <https://latinta.com.ar/2016/11/07/el-cuerpo-de-la-mujer-es-la-ultima-frontera-del-capitalismo/>
- Fernández, Ana María (1993). *La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Ediciones Paidós.

- Fernández, Ana María (2000). Autonomías y de-construcciones de poder. En Irene Meler y Débora Tajer (Coords.), *Psicoanálisis y género. Debates en el foro* (pp. 121-136). Lugar Editorial.
- Ferrer Pérez, Victoria Aurora, Bosch Fiol, Esperanza y Navarro, Capilla (2010). Los mitos románticos en España. *Boletín de Psicología*, (99), 7-31.  
<https://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N99-1.pdf>
- Ferrer Pérez, Victoria y Bosch Fiol, Esperanza (2013). Del amor romántico a la violencia de género. Para una coeducación emocional en la agenda educativa. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 17(1), 105-122.  
<https://revistaseug.ugr.es/index.php/profesorado/article/view/19452>
- Freixas Farré, Anna (2001). Entre el mandato y el deseo: la adquisición de la identidad sexual y de género. En Consuelo Flecha García y Marina Núñez Gil (Coords.), *La educación de las mujeres: nuevas perspectivas* (pp. 23-31). Editorial de la Universidad de Sevilla.
- Fuica González, Carlos (2013). El discurso político de resistencia en las redes sociales: el caso de los memes desde una perspectiva multimodal. *Contextos: Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales*, (30), 37-48.  
<http://revistas.umce.cl/index.php/contextos/article/view/312>
- García Vázquez, Olaya (2018). *Entendiendo el amor. Explicaciones sociológicas de la sobrevaloración del amor romántico* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Salamanca]. Repositorio Documental Gredos. <http://hdl.handle.net/10366/139604>
- González Espinosa, Francisco; Herrera Vargas, Esteban y Vargas Franco, Alfonso (2014). Análisis crítico del discurso de los “memes” alusivos al debate sobre paramilitarismo del Congreso de la República de Colombia. *Nexus*, (18), 70-93.  
<https://doi.org/10.25100/nc.v0i18.680>
- González Esteban, Elsa (2021). Gerontofobia. En Jovino Pizzi y Maximiliano Sérgio Cenci (Orgs.), *Glosario de patologías sociales* (pp. 95-103). Editora UFPel.
- González-Gabaldón, Blanca (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (12), 79-88.  
<https://doi.org/10.3916/C12-1999-12>
- Guerra Cristóbal Lorena y Ortega López, Sandra (2015). Poliamor en la vida cotidiana. Construcción ideológica y subjetividad. *Memoria del Coloquio de Investigación en Género desde el IPN*, 1(1), 373-393.

- Gvirtz, Silvia; Grimberg, Silvia y Abregú, Victoria (2012). *La educación ayer, hoy y mañana. El ABC de la Pedagogía* (1ª ed.). Aique Grupo Editor.
- Han, Byung-Chul (2013). *La sociedad de la transparencia* (Raúl Gabás, Trad.). Herder Editorial. (Trabajo original publicado en 2012).
- Hernández, Adriana y Reybet, Carmen (2005). Cuerpo y currículo. Prácticas discursivas en el campo de la educación física. *La Aljaba. Segunda Época, IX*, 91-103.  
<https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/5157>
- Hernández, Adriana y Reybet, Carmen (2006). Acerca de masculinidades, feminidades y poder en las escuelas: Género y currículum. *Anales de la Educación Común. Tercer Siglo*, 2(4), 128-135.  
<https://cendie.abc.gob.ar/revistas/index.php/revistaanales/article/view/305>
- Herrera Gómez, Coral (2010). *Los mitos del amor romántico en la cultura occidental*. Autoedición.  
<http://w390w.gipuzkoa.net/WAS/CORP/DBKVisorBibliotecaWEB/visor.do?ver&amicus=673603>
- Herrera Gómez, Coral (4 de febrero de 2014a). Como saber si mi amor es patriarcal. *Blog de Coral Herrera Gómez*. <https://haikita.blogspot.com/2014/02/como-saber-si-mi-amor-es-patriarcal.html>
- Herrera Gómez, Coral (17 de febrero de 2014b). Lo romántico es político consultado. *Pikara Magazine*. <http://www.pikaramagazine.com/2014/02/lo-romantico-es-politico/>
- Identidad Marrón (2021). *Marrones escriben. Perspectivas Antirracistas desde el Sur Global*. Identidad Marrón, Universidad Nacional de San Martín y The University of Manchester.  
[https://www.digitalexhibitions.manchester.ac.uk/files/sideload/MarronesEscriben\\_Digital.pdf](https://www.digitalexhibitions.manchester.ac.uk/files/sideload/MarronesEscriben_Digital.pdf)
- Illouz, Eva (17 de enero de 2021). Eva Illouz: “El capitalismo ha creado grandes bolsas de miseria sentimental” / Entrevistada por Xavi Ayén. *La Vanguardia*.  
<https://www.lavanguardia.com/cultura/20210117/6183807/eva-illouz-amor-libro-fin-katz.html>
- Kinsman, Kat (15 de abril de 2014). *Intersex dating: Finding love across the intersection*. CNN. <https://edition.cnn.com/2014/04/15/living/intersex-dating-relate/index.html>
- Knobel, Michele y Lankshear, Colin (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. En Colin Lankshear y Michele Knobel (Eds.), *A new literacies sampler* (pp. 199-228). Peter Lang Publishing.



- Kress, Gunther & van Leuween, Theo (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Arnold.
- Lagarde, Marcela (2001). *Claves feministas para la negociación en el amor*. Puntos de encuentro. <https://we.riseup.net/assets/119761/claves-feministas.pdf>
- Lagarde, Marcela (2009). *Enemistad y sororidad: Hacia una nueva cultura feminista*. E-mujeres.net. <https://e-mujeres.net/wpcontent/uploads/2016/08/Enemistad-y-sororidad.pdf>
- Lamarca Lapuente, Chusa (2004). Ella para él, él para el estado y los tres para el mercado: Globalización y género En Atilio A. Boron, Chusa Lamarca Lapuente, Joseph Stiglitz, Subcomandante Marcos, Julio Gambina y Pedro Brieger, *Mundo Global ¿Guerra global?* (pp. 37-50). Ediciones Continente.
- Lamas, Marta (s.f.). *El enfoque de género en las políticas públicas* [Archivo PDF]. Corte Interamericana de Derechos Humanos. <http://www.corteidh.or.cr/tablas/r23192.pdf>
- Leaper, Campbell (2014). La socialización de género en los niños por parte de los padres. En Richard E. Tremblay, Michel Boivin, Ray DeV. Peters (Eds.) y Carol L. Martin (Ed. De tema), *Enciclopedia sobre el Desarrollo de la Primera Infancia. Género: Socialización Temprana* (pp. 15-19). <https://www.encyclopedia-infantes.com/genero-socializacion-temprana>
- Liedo, Belén (2022). Juntas y revueltas: la sororidad en el feminismo contemporáneo. *RECERCA. Revista de Pensament i Anàlisi*, 27(2), 1-22. <https://doi.org/10.6035/recerca.6539>
- López, Pedro Luis (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.
- Londoño Zapata, Oscar Iván (2024) Descifrando el rompecabezas: sistemas, modos, recursos y medios en la multimodalidad. *Refracción Revista sobre lingüística materialista* (9), 45-96.
- Lutereau, Luciano (6 de junio de 2021). Amor en tiempos de virtualidad ¿O amores virtuales? *El Litoral*. [https://www.ellitoral.com/opinion/amor-tiempos-virtualidad-amores-virtuales\\_0\\_fJutyCGxxT.html](https://www.ellitoral.com/opinion/amor-tiempos-virtualidad-amores-virtuales_0_fJutyCGxxT.html)
- Luzón Encabo, José María; Recio Saboya, Patricia; Ramos Matos, Esther y de la Peña Palacios, Eva (2011). *Proyecto Detecta Andalucía. Factores de riesgo y de protección en la prevención contra la violencia de género en la pareja. Un estudio de investigación en la población adolescente de Andalucía*. Instituto Andaluz de la Mujer, Consejería para la Igualdad y Bienestar Social. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2441.7360>

- Malgesini, Graciela y Giménez Romero, Carlos (2000). *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Los Libros de la Catarata.
- Mancuso, Lucía; Longhi, Betania; Pérez, María Gabriela; Majul, Andrea y Carignani, Lorena (2021). Diversidad corporal, pesocentrismo y discriminación: la gordofobia como fenómeno discriminatorio. *Inclusive*, la revista del INADI, *II*(4), 12-16. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/03/inadi-revista-inclusive-n4.pdf>
- Marroquí, Marina y Cervera, Patricia (2014). Interiorización de los falsos mitos de amor romántico en jóvenes. *ReiDoCrea. Revista Electrónica de Investigación Docencia Creativa*, 3, 142-146. <https://doi.org/10.30827/Digibug.34152>
- Martín Holgado, Javier (2009). Internet: identidades en construcción: ¿Cómo nos reinventamos en la fábrica de sueños? *Revista Crítica*, 59(959), 23-27.
- Martín, Nadia (2021). *Violencia estética e imposición del ideal de la belleza. Recursos para la coeducación en igualdad de género*. Dirección General de Juventud del Gobierno de Canarias. <http://educagenero.org/violencia-estetica-e-imposicion-del-ideal-de-la-belleza>
- Martínez Benlloch, Isabel y Bonilla Campos, Amparo (2000). *Sistema sexo/género, identidades y construcción de la subjetividad*. Universitat de València.
- Mbembe, Achille (2011). *Necropolítica* (Elisabeth Falomir Archambault, Trad.). Melusina. (Trabajo original publicado en 2006).
- Méndez Garita, Nuria (2004). Un acercamiento al cuento infantil desde la perspectiva de género. Estereotipos en el cuento infantil. *Revista Electrónica Educare*, (7), 127-140. <https://doi.org/10.15359/ree.2004-7.7>
- Millet, Kate (21 de mayo de 1984). Kate Millet: “El amor ha sido el opio de las mujeres” / Entrevistada por Lidia Falcón. *El País*. [https://elpais.com/diario/1984/05/21/sociedad/453938405\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1984/05/21/sociedad/453938405_850215.html)
- Monjas Casares, María Inés (2004). *Ni sumisas ni dominantes. Los estilos de relación interpersonal en la infancia y en la adolescencia*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. <https://www.cuartaedad.com/sabiduria-aplicada/documentos/ni-sumisas-ni-dominantes.pdf>
- Morgade, Graciela (2012). *Aprender a ser mujer. Aprender a ser varón. Relaciones de género y educación. Esbozo de un programa de acción*. Novedades Educativas.
- Muros, Beatriz (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), 49-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4619638>

- Oliva Portolés, Asunción (2005). Debates sobre el género. En Celia Amorós y Ana de Miguel (Eds.), *Teoría Feminista: de la Ilustración a la globalización. De los debates sobre el género al multiculturalismo* (Vol. 3, pp. 13-60). Minerva Ediciones.
- Otzen, Tamara y Manterola, Carlos (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- O'Halloran, Kay (2016). Análisis del discurso multimodal. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso* 12(1):75  
[https://www.researchgate.net/publication/337507984\\_Analisis\\_del\\_discurso\\_multimodal](https://www.researchgate.net/publication/337507984_Analisis_del_discurso_multimodal)
- Pecheny, Mario (2016). El papel del amor en el discurso político reivindicativo en sexualidad. *Conversaciones del Cono Sur*, 2(1), 23-27. <https://conosurconversaciones.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/05/conversaciones-del-cono-sur-2-1-pecheny.pdf>
- Pineda, Esther (2012). *Bellas para morir. Estereotipos de género y violencia estética contra la mujer*. Prometeo Editorial.
- Pineda, Esther (2015). *Violencia estética. Una modalidad no contemplada por la legislación pero con los mismos efectos negativos*. Economía y Política. <https://www.meer.com/es/14107-violencia-estetica>
- Piñero-Otero, Teresa y Martínez-Rolán, Xabier (2016). Los memes en el activismo feminista en la Red. #ViajoSola como ejemplo de movilización transnacional. *Cuadernos.Info. Comunicación y medios en Iberoamérica*, (39), 17-37. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.1040>
- Raiter, Alejandro (2002). Representaciones sociales. En Alejandro Raiter, Julia Zullo, Karina Sánchez, Mariana Szretter Noste, Marcela Basch, Valeria Belloro, Sara Isabel Pérez, y Paula García (2002). *Representaciones sociales* (pp. 9-30) Eudeba. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Rodríguez, Delia (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan*. Ediciones Gestión 2000.
- Rojas, María Cristina (2018). Vínculos y subjetividades en la era digital. *Vínculo. Revista do NESME*, 15(1), 83-89. <https://www.redalyc.org/journal/1394/139456047009/>
- Russo, Sandra (2020). *La reinención del amor. Desafíos emocionales contemporáneos*. Debate.

- Sánchez Martínez, José Alberto (2010). La comunicación sin cuerpo: Identidad y virtualidad. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 52(209), 37-52. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2010.209.25962>
- Santander, Pedro (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta Moebio*, (41), 207-224. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2011000200006>
- Scharagrodsky, Pablo (2007). *El cuerpo en la escuela*. Subsecretaría de Calidad y Equidad del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.869/pm.869.pdf>
- Schreiner, Gabriela (2006). *El impacto de la globalización en las relaciones de género dentro de las familias* [monografía]. Seminario PRIGEPP: “Globalización y género: dimensiones económicas, políticas, culturales y sociales. Tensiones, reacciones y propuestas emergentes en América Latina”. Argentina. [https://www.conscienciasocial.net/gallery/globalizaci%C3%B3n%20g%C3%A9nero%20y%20familias\\_gabriela%20schreiner.pdf](https://www.conscienciasocial.net/gallery/globalizaci%C3%B3n%20g%C3%A9nero%20y%20familias_gabriela%20schreiner.pdf)
- Simkin, Hugo y Becerra, Gastón (2013). El proceso de socialización. Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, XXIV(47), 119-142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14529884005>
- Simón Rodríguez, Nieves (2009). Del mito del amor romántico a la construcción de relaciones amorosas entre iguales: una mirada feminista. En Alicia Gil Gómez, Gemma Escrig Gil y Águeda Forcada Martínez (Eds.), *Poder, poderes y empoderamiento... ¿Y el amor? ¡Ah, el amor! Actas 5º Congreso Estatal Isonomía sobre Igualdad entre hombres y mujeres* (pp. 51-62). Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. <http://hdl.handle.net/10234/84709>
- Sojo Mora, Bianca Luz (2019). Disciplinamiento del cuerpo de las mujeres. *Revista de Ciencias Sociales*, (164), 181-194. <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i164.38524>
- Soto, Clyde (19-20 de septiembre de 2014). *Premisas patriarcales sobre el cuerpo y la sexualidad En la trastienda del tráfico y la trata de mujeres para la explotación sexual* [ponencia]. 5º Congreso Nacional Argentina y 3º del Mercosur-Cono Sur contra la Trata y el Tráfico de Personas La cultura y la política... territorios de resistencias y disputas Acción Educativa, Santa Fe, Argentina. <https://www.cde.org.py/publicacion/premisas-patriarcales-sobre-el-cuerpo-y-la-sexualidad-en-la-trastienda-del-trafico-y-la-trata-de-mujeres-para-la-explotacion-sexual/>

- Stryker, Cole (2011). *Epic win for anonymous: How 4 chan's army conquered the web*. The Overlook Press.
- Tenenbaum, Tamara (2019). El fin del amor. No sos vos, es el mercado del deseo. *Revista Anfibia*. <http://revistaanfibia.com/ensayo/no-sos-vos-mercado-del-deseo/>
- Tomasini, Marina (2008). Categorización sexual y socialización escolar en el Nivel Inicial. En Graciela Morgade y Graciela Alonso (Comps.), *Cuerpos y sexualidades en la escuela. De la normalidad a la disidencia* (pp. 93-112). Paidós.
- Torres Narváez, Karina; Álvarez Guzmán, Leyla; Gutiérrez Vega, Bernard y Avila-Toscano, José Hernando (2012). Redes sociales en el contexto virtual. En José Hernando Ávila-Toscano (Ed.), *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual* (pp. 67-96). Corporación Universitaria Reformada.
- Torres, Leila Lorena. (2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios. Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años* [tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Docta Complutense. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/15959>
- Urueña, Alberto (Coord.); Ferrari, Annie; Blanco, David y Valdecasa, Elena (2011). *Las redes sociales en internet*. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. [https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes\\_sociales-documento\\_0.pdf](https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf)
- Valenzuela Sanz, Ana y Alonso Vinués, Carola (2020). *Guía práctica de lenguaje inclusivo*. Chrysallis. Asociación de Familias de Menores Trans. <https://salutsexual.sidastudi.org/es/registro/a53b7fb37256b87c017357fc95fd03a3>
- Vasilachis de Gialdino, Irene (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa Editorial.
- Wiggins, Bradley y Bowers, Bret (2015). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906. <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Yubero Jiménez, Santiago y Navarro Olivas, Raúl (2010). Socialización de género. En Luis V. Amador Muñoz y María del Carmen Monreal Gimeno (Coords.), *Intervención Social y Género* (pp. 43-72). Narcea Ediciones.

## ANEXO

1

Yo no pienso que voy a estar solo el 14, sino que alguien va a estar sin mi.



2

Tu menstruación llegando el 13 de Febrero a las 11:59pm:



3

AQUÍ ESPERANDO MI REGALO DE SAN VALENTÍN



4

Yo ayudando a mis amigos enamorados con sus detalles y sorpresas para el 14 de febrero.



7

Mi 14 de febrero:

Todo mundo // Yo



8

Cuando te piden que le des like a la foto de una pareja que ni conoces, para que vayan a tragar sushi gratis el 14



9



11



10

La menstruación viendo cómo estás haciendo planes para el 14



12

yo este 14 de febrero



13



14

Yo viendo las fotos y dedicatorias súper melosas de San Valentín en las redes

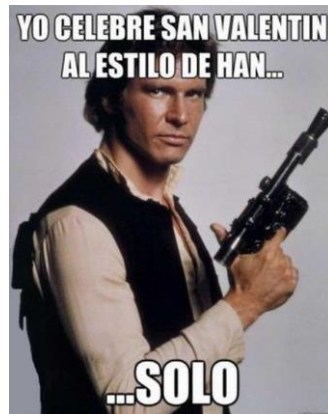


15

Hye gente, ¿qué tal San Valentín? Yo lo he pasado con mi actual novia. Se llama Soledad 😔👉



16



17



18

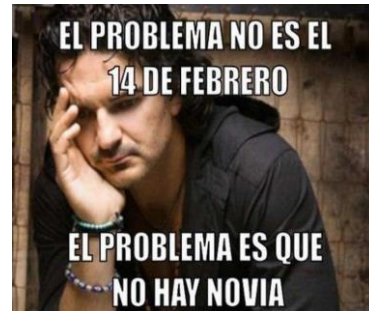




19



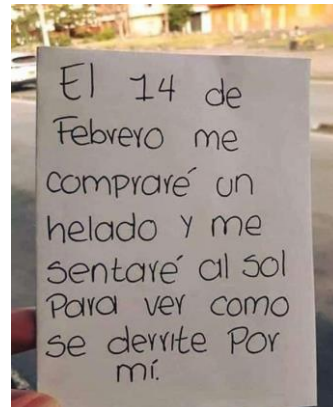
20



21



22



23



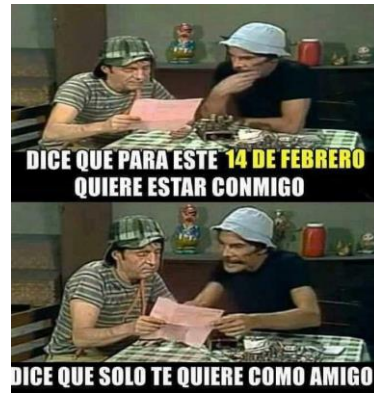
24



25



26



27



28



29



30



31



32



33



34



35



36



37



38



39



40



41



42

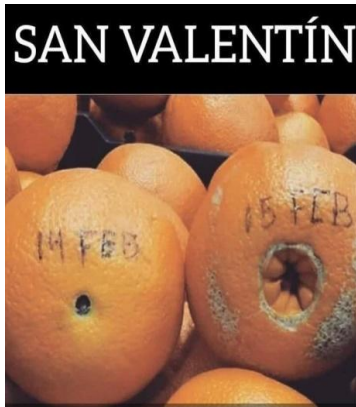


54 Me gusta

humorparaguayo - 🤔 Te regaló esta patrullera mi amor. - 🤔 Por que? - 🤔 Porque vos sos la oficial.

Ver los 2 comentarios

43



44



45



46

Yo: Ojalá mi esposo me haya comprado el bolso que tanto quería para el 14 de febrero

Mi esposo:



47



48

Ana sabe volar  
@Ana\_sabe\_volar

Los Simpsons también predijeron mi día de  
#SanValentin2020 #FelizSanValentin



6:44 a. m. · 14 feb. 2020 · Twitter for iPhone

49



50



51



52



53

Cuando ves demasiado amor en las redes



141