



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

Violencia de género y presentación del cuerpo en
Facebook: Un análisis del discurso visual de
mujeres estudiantes de la UNAM

QUE POR MEDIO DEL TRABAJO DE TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA

ALICIA VALENTINA TOLENTINO SANJUAN

ASESORA: RAQUEL GÜERCA TORRES

NOVIEMBRE 2015

Naucalpan, Edo. de Mex.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

Violencia de género y presentación del cuerpo en
Facebook: Un análisis del discurso visual de
mujeres estudiantes de la UNAM

QUE POR MEDIO DEL TRABAJO DE TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA

ALICIA VALENTINA TOLENTINO SANJUAN

ASESORA: RAQUEL GÜERCA TORRES

NOVIEMBRE 2015

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I. Sujetos de investigación: Las estudiantes universitarias y su relación con las TIC

- 1.1. Descripción del contexto del grupo de mujeres universitarias.18
- 1.2. Los estudiantes de la carrera de Administración de la UNAM. 27

CAPÍTULO II. Internet y el auge de Facebook en México

- 2.1. Historia de Internet en México.30
- 2.2. Descripción del auge de las redes sociales virtuales en México: estadísticas, afluencia y perfil de usuarios. 32
- 2.3. Surgimiento y evolución del Facebook. 34

CAPÍTULO III. Metodología

- 3.1. Triangulación.39
- 3.2. Características de las técnicas: el cuestionario de sondeo, el análisis semántico basado en imágenes (ASBI), la entrevista y el análisis del discurso. 43

CAPÍTULO IV. La exclusión tecnológica y violencia histórica hacia las mujeres

- 4.1. Sociedad de la Información y Tecnologías de la información. 76
- 4.2. Teoría de género. 81
 - 4.2.1. Pertinencia de la Teoría de Género. 86
 - 4.2.2. La organización patriarcal del mundo.89

4.3. La moda, el erotismo y el cuerpo de las mujeres: la representación social y la violencia.	93
4.3.1. Teoría de las Representaciones Sociales y violencia de género.	99
4.3.2. Identidad de género: las mujeres educadas como seres para el erotismo y el amor.	107
4.4. Género y tecnología.	113
4.4.1. La construcción social de la tecnología.	113
4.4.2. Las mujeres frente al Internet.	121

CAPÍTULO V. Análisis del discurso visual: violencia de género en la virtualidad

5.1. El cuerpo hipererotizado.	125
5.3 La percepción de las estudiantes sobre la violencia.	137
5.4 Discriminación en la red.	139
5.5 Discurso de las fotografías de las estudiantes.	145

Conclusiones

Conclusiones.	149
-----------------------	-----

Anexos

Anexos.	154
-----------------	-----

Bibliografía

Bibliografía.	166
-----------------------	-----

INTRODUCCIÓN

El problema que se analiza en este trabajo es la forma en que las estudiantes del quinto semestre de la carrera de Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) trasladan la violencia de género interiorizada/aprendida a las redes sociales virtuales en la utilización de Internet y los medios que esta herramienta comprende para socializar. Esta violencia ocurre cuando se intercambian imágenes que obedecen a un estereotipo de belleza específico y de orden patriarcal dentro de las nuevas formas de socialización que surgen con el auge de las Tecnologías de la Información y Conocimiento (TIC).

Los contenidos que comparten las estudiantes en la red no son carentes de significación social, sino que se trata de una modalidad de comunicación que posee rasgos de violencia de género, misma que ellas han interiorizado como para que la aprecien como un referente de normalidad. Esto, a niveles más generales, deriva en la producción de una violencia psicológica que encuentra acogida en la representación social del cuerpo de las mujeres, que provoca su cosificación –con base en la exigencia de patrones de belleza específicos (hiperdelgadez, tez blanca, senos y nalgas prominentes, estatura alta, entre otras.)- y en determinado momento, conduce hacia la expropiación de su sexualidad (Marcela Lagarde, 1999).

En este caso, la normalidad de la que se habla y que forma una representación social, consiste en percibir al cuerpo de las mujeres como objeto sexual y difundir imágenes con un alto énfasis en el erotismo, en apariencia inofensivo, pero que las constriñe como objetos. Esto se encuentra arraigado en la estructura social, permanece invisible en ella y se reproduce constantemente mediante los actos cotidianos.

Por tanto, este trabajo versa sobre el análisis de la violencia de género en la red virtual de Internet Facebook, violencia que se encuentra implícita en las imágenes sobre las mujeres y su cuerpo.

El objetivo general de esta investigación es:

Analizar la dinámica social generada en Facebook respecto de la exposición e intercambio de fotografías por parte de mujeres estudiantes en relación con su cuerpo, en las cuales éste adquiere un significado vinculado a la violencia de género; por lo que se reproduce de forma invisible en nuevas modalidades de relación social y además se interioriza.

El grupo de estudiantes aquí analizado está conformado por mujeres de un rango de edad de 19 a 24 años, que cursa sus estudios universitarios en la licenciatura de

administración, en un sistema que es mixto, en el que reciben clases hombres y mujeres.

Se eligió a este grupo de mujeres debido al supuesto de que, al estudiar una licenciatura que no tiene que ver con los análisis de índole social ni cultural, ellas tendrían mayor propensión a reproducir lo que se acostumbra y no hacer mayores análisis o cuestionamientos; como se supone que sí lo harían mujeres de estudios en sociología, historia o filosofía por ejemplo, pues es de esperarse que éstas sí tendrían mayores conocimientos en cuestiones de género y por tanto no reproducirían en sus redes contenidos sexistas. Sin embargo, este supuesto se constatará a lo largo de la investigación.

De acuerdo con el cuestionario de sondeo aplicado a al grupo de quinto semestre de la carrera de administración compuesto por 107 alumnos/as (detallado en el capítulo metodológico), se detectó que éstos utilizan de manera cotidiana elementos que integran a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): computadora, smartphones, tablets, laptop, etc., por medio de los cuales se pueden conectar a Internet para realizar diferentes labores en las que también ocurre la socialización.

Las personas del grupo indicaron que poseen al menos una computadora en su casa, mientras que todos tienen una cuenta en Facebook; por lo que es clara la relación de las personas a las que se aplicará las herramientas metodológicas¹ respecto al uso de las TIC². El uso de las computadoras de este grupo se debe en parte a que las carreras de contaduría y administración requieren de esta herramienta para la elaboración de prácticas o tareas.

Además, en el caso de las estudiantes, existe una práctica común que realizan en Facebook y es la de subir sus fotografías; algunas sólo abarcan el rostro, otras el cuerpo completo, pero todas ellas hacen alguna alusión a su aspecto físico (esto se encontró en los perfiles de las cinco primeras usuarias a los que se tuvo acceso, mediante el cuestionario de sondeo)³. Ello cobra importancia si se le suma el hecho de que estadísticamente los usuarios de Facebook son en su mayoría jóvenes de 20 a 24 años (Pixeldigital, 2012), lo cual quiere decir que las estudiantes que aquí se investigan son parte de dicho registro al compartir aquel espacio para interactuar.

¹ Cuestionarios, entrevista y Análisis Semántico Basado en Imágenes –ASBI-.

² Aunque las características que ahondan en esta relación se puntualizarán en el capítulo metodológico.

³ Recientemente se ha denominado a esta práctica realizada por hombres y mujeres como *Selfie*, y se refiere al hecho recurrente de subir fotos al Facebook que son tomadas por sí mismos, práctica que lleva en sí una alta dosis de narcisismo y de afán por ser vistos por el resto de usuarios, en especial de aquellos que tienen como contactos.

La principal alusión de las imágenes que comparten las estudiantes es hacia una determinada estética de la belleza, por lo que otro eje de la investigación gira en torno a la construcción de este concepto; ya que la belleza es una representación que se construye en sociedad y es compartido y difundido por las personas mediante representaciones sociales; en el caso de la del cuerpo de las mujeres ésta aloja en su interior elementos de violencia de género, cuyo significado es importante para tener en cuenta en todo momento a lo largo de esta investigación⁴. También en esa representación hay elementos como la moda, que se combinan para dar forma a los hábitos y consumos culturales de un contexto definido (capítulo histórico-contextual).

Argumento central (hipótesis):

La autorrepresentación del cuerpo de las estudiantes de quinto semestre de Administración de la UNAM muestra una aceptación de los estereotipos de belleza femenina que violentan a las mujeres al asumirlas como objetos sexuales. Este fenómeno está a su vez cruzado por el uso de las TIC, ya que mediante el uso de Internet y de la red social Facebook las estudiantes logran compartir sus imágenes.

Justificación:

Igual que en otras disciplinas, en sociología también existe una escasa difusión de las posturas teóricas propuestas por mujeres. Sin embargo, debido a esta problemática y gracias al avance de la teoría y crítica feminista en las últimas décadas, diversos autores y autoras se han dado a la tarea de exponer los trabajos antes no publicados a causa de la misma marginación androcéntrica⁵.

En este sentido, la importancia de esta investigación para la sociología radica en hilvanar la reflexión resultante de la identificación de una violencia de género arraigada en la estructura social, y que al mismo tiempo deriva en su legitimación invisible, transmitida en el flujo de relaciones sociales en el espacio virtual, mismas que corresponden completamente al campo de estudio de las ciencias sociales.

El tratamiento sociológico de este tema evidencia que tal violencia encierra el hecho de que mujeres y hombres estén acostumbrados a la percepción generalizada y generizada de que las primeras adquieran valor a partir de una representación

⁴ En la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, la violencia de género se nombra como violencia contra las mujeres, y se refiere a: "Cualquier acción u omisión basada en su género [de las mujeres], que les cause daño o sufrimiento psicológico, físico, patrimonial, económico, sexual, o la muerte tanto en el ámbito privado como en el público". (Artículo 5, párrafo 1, fracción IV).

⁵ La marginación androcéntrica se refiere, concretamente en el caso de las ciencias, al hecho histórico por el que se ha hecho destacar al hombre y su quehacer científico, marginando las aportaciones que las mujeres han realizado en el mismo ámbito y por ende invisibilizando a este género (Ritzer, 2005).

hipererotizada de su cuerpo, que aluda sobremanera a su sexualidad; es decir, la idea de que el prestigio y el valor como persona en la sociedad mexicana radique en la exhibición del cuerpo para el caso de las mujeres, implica un acto de violencia, porque entonces se dejan de lado las capacidades de índole profesional, intelectual y otras, que en cambio los hombres sí desenvuelven, sin que se les catalogue o juzgue en función de su cuerpo.

Así, el tema de este trabajo no radica en que las mujeres aludan en su vestimenta o imagen corporal al erotismo y a la sexualidad, sino que se cuestiona que esto se persiga como anhelo para saciar las expectativas de la sociedad -respecto de cómo debe de ser toda mujer-, y que se originen consecuencias negativas que obstaculicen el desarrollo pleno de las mujeres, causando así frustración, falta de valoración y de aceptación de sí mismas.

Por otro lado, este trabajo contribuye a la sociología y a los estudios de género, debido a que se analizan las fuerzas que intervienen en la producción de nuevas dinámicas sociales, originadas en la interacción de las personas desde su concepción de género, además de las repercusiones que tienen éstas para la formación de la sociedad en general.

Para explicar lo anterior se utiliza la teoría de género, ya que ésta permite abordar un problema de violencia estructural que orienta ciertos comportamientos de los individuos al momento de tejer las relaciones sociales, y que por tanto, se vuelve un enfoque utilizable en términos metodológicos por la sociología: sirve como herramienta de análisis en el tratamiento de fenómenos sociales de índole científico, que a su vez implica una progresiva transformación en el paradigma androcéntrico de las ciencias sociales. Se trata entonces de una visión/aportación científica de inclusión de las mujeres en los estudios sociales.

Se debe considerar que la violencia de género es una cuestión que subsiste hasta nuestros días y continúa reproduciéndose en nuevas formas de relaciones de la esfera social, razón que remite el tratamiento teórico-práctico del problema directamente a la disciplina sociológica, debido a que uno de los objetivos importantes de ésta es dar cuenta de los fenómenos que ocurren en la sociedad, con el uso de categorías científico-sociales.

Por otro lado, existe la necesidad de seguir forjando la compatibilidad entre teoría y práctica, ya que muchas veces se observa un desfase entre ambos: la realidad social y el quehacer científico; lo cual provoca una carencia de sugerencias y de análisis que orienten a los individuos con posibilidad de influir en los procesos sociales (Raúl Rojas Soriano, 1991).

Respecto a la práctica de la investigación, ésta recae en el estudio del Facebook como medio para socializar, para entablar mediante espacios generados dentro de Internet relaciones en donde se intercambia una serie de representaciones que se utilizan en la vida cotidiana, propias de la dinámica social, y que derivan en la creación-reproducción de una cultura virtual.

Gloria Bonder hace énfasis en las aseveraciones de David Silver (Gloria Bonder, 2002) acerca de que la cibercultura es: "...la colección de culturas que existen en Internet y/o son accesibles a través de ella, así como las historias contadas acerca de las mismas". De igual modo, se refiere a la acepción de Heidi J. Figueroa (Gloria Bonder, 2002), describiéndola como:

Los modos de vida, las formas de construcción del self y del otro, así como las formas en las que confluyen las dimensiones política y económica (también social) en la espiral de dominación/resistencia dentro de este nuevo y escurridizo escenario también llamado ciberespacio. (P. 64)

Lo anterior quiere decir que a través de la tecnología se puede alcanzar una realidad tecno-virtual que se entreteje con la vida cotidiana hasta dar un orden distinto de la realidad (Gloria Bonder, 2002).

Esto sucede también en el campo de las representaciones sociales del sector de personas que tienen acceso constante a Internet, y que usan con frecuencia las redes sociales virtuales.

En otro aspecto, es preciso señalar que la necesidad de realizar esta investigación surge de la carencia en sociedad de una conciencia crítica y de género, y que en lugar de ello existen elementos –en este caso imágenes- que subsumen a las mujeres a una relación caracterizada por la violencia de género.

Si se parte de la consideración de que la sociología es en gran medida promotora de cambios sociales, el problema expuesto se convierte en susceptible de enfrentar, y por tanto, de modificar. Por lo que el análisis teórico-metodológico apoyado en la perspectiva de género se vuelve necesario para dilucidar cuestiones que implican dicha violencia al tratarse de un factor que, a largo plazo, mediante los roles sexualmente asignados y la discriminación generada por los mismos patrones de socialización, encasilla a la mujer de manera rígida (Gisela Quiterio B., 1994).

Por tanto, el campo de las ciencias sociales, en este caso de la sociología y su relación con la perspectiva de género, abre un espacio para la igualdad de género

mediante el análisis científico de la cultura y su intervención en la transmisión de valores (Belén Martín Lucas, 2010).

Planteamiento del problema:

Respecto de las nuevas dinámicas sociales, este estudio se realiza en el contexto de una era en que los medios de comunicación y la **tecnología** ocupan un lugar muy importante para el desempeño de las actividades cotidianas dentro de diversos sectores: en el campo laboral, académico, de esparcimiento y socialización.

La segunda mitad del siglo XX fue testigo de la incorporación masiva de las mujeres al ámbito laboral, profesional y universitario (Judy Wacjman, 2006). Lo anterior, tiene origen en la lucha histórica que las mujeres han emprendido a favor de su inclusión en la esfera pública, no solamente en la privada –esta última se representa en el cuidado del hogar y de los hijos.

La reciente independencia económica de las mujeres a la que hace referencia Judy Wacjman (2006) como fruto de la feminización de la mano de obra remunerada también se ha dado en México, en conjunto con una profunda transformación cultural y un discurso público generalizado sobre **equidad de género**. En este sentido, la autora afirma que en las sociedades occidentales actuales está ampliamente aceptado el compromiso con la igualdad de oportunidades de los sexos en la esfera pública, plasmado muchas veces en las leyes, aunque en la práctica las desigualdades continúen reproduciéndose.

El contexto histórico tiene que ver con que la violencia de género se sitúa en un espacio caracterizado por el uso frecuente de las TIC; en especial, de una herramienta que ha cobrado gran auge y cuyo uso incita a pensar en una transformación social: Internet.

El desarrollo de estas tecnologías ha sido acelerado en las últimas tres décadas, por lo que en la actualidad se conoce a todos los productos que se han generado en este ámbito como tecnologías de la información y comunicación, mismas que tienen una gran relevancia para las actividades de la urbe en su vida cotidiana.

Desde una postura crítica a la evolución, Román Gubern (2006) explica cómo ha sido el proceso del desarrollo tecnológico del modo en que se conoce hoy en día, desde la llegada de la humanidad hasta la primera mitad de la década del año 2000, describiendo así las formas en que se han generado las tecnologías que han ayudado a las personas a adaptarse a su determinado entorno. Román Gubern (2006) explica cómo en la era actual se ha llegado a un apego tal de la **tecnología informática**, en el que asegura:

También llega la información, que alimenta nuestro relativamente gran cerebro, nuestro procesador supremo en el seno de la sociedad postindustrial, llamada también 'sociedad del conocimiento' (...) una sociedad en la que las modernas tecnologías de comunicación e información están modificando nuestras vidas, afectándolas en el plano físico, intelectual y emocional. (P. 12).

La cuestión de la tecnología en el ámbito de la información es un asunto que llama notablemente la atención de teóricos y científicos de las ciencias sociales, pues todos los cambios que con celeridad surgen en el terreno de las comunicaciones, son elementos que no sólo cambian las formas y modelos en cuanto a éstas, sino que han dado origen incluso a un tipo de sociedad, el cual Manuel Castells (1999) ha llamado la sociedad de la información (SI).

Así, el autor sostiene que al final del siglo XX se inició la transformación de una "cultura material" para entrar a un nuevo paradigma organizado en torno a las tecnologías de la información, por lo que alude el concepto de tecnología, propuesto por Harvey Brooks y Daniel Bell (Manuel Castells, 1999) en el que se define como "los usos del conocimiento para elucubrar formas definidas de hacer las cosas de una manera reproducible" (P. 83).

Asimismo, Manuel Castells equipara a la revolución tecnológica digital como en su momento fue la Revolución Industrial, al inducir «un patrón de discontinuidad⁶ en la base material de la economía, la sociedad y la cultura» (P. 84). Con la diferencia de que la tecnología digital encierra en su núcleo a las tecnologías del procesamiento y comunicación de la información, cuyas herramientas son los celulares, las tabletas, las computadoras personales, los dispositivos Smartphone y otros que permiten una comunicación virtual.

El proceso por medio del cual se han creado tantas innovaciones en la tecnología, hasta llegar a las TIC, obedece según Manuel Castells (1999) a que se trata en primer lugar de un proceso social en donde la tecnología no es un elemento aislado, sino un producto de la sociedad en que aquélla se crea, mediante un proceso de retroalimentación (se crea primero el artefacto o la innovación tecnológica y al ponerse ésta en uso por parte de los individuos se detectan nuevas necesidades,

⁶ En un análisis sobre las consecuencias de la modernidad, Anthony Giddens (1993) -quien la define como un proceso complejo de transformación de los modos de vida y de la organización social dados en Europa a partir del siglo XVIII, cuyas consecuencias se identifican en manifestaciones culturales concretas en países de cultura occidental- indica por medio de un concepto dinámico: continuidad y discontinuidad, que ambos constriñen la formas de vida de las sociedades con elementos propios de la modernidad, considerando continuidades en algunos aspectos, pero también discontinuidades o cortes respecto del orden tradicional. Este concepto lo utiliza para describir procesos históricos como un entramado que toma elementos del pasado para constituir el presente y dar forma al futuro.

así el artefacto se vuelve a adaptar). Dicha retroalimentación se produce a niveles muy rápidos a causa del nuevo paradigma tecnológico.

Dentro de esta dinámica se producen y reproducen elementos de la cultura; en palabras de Manuel Castells: «se genera una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos culturales, así como la capacidad de producir y distribuir bienes y servicios, en la cual la mente humana se convierte en una fuerza productiva directa» (1999: 93). El hecho de que los usuarios redefinan las tecnologías de la información convierte a éstas en instrumentos para transmitir la cultura y reconfigurarla a través del acelerado proceso de desarrollo tecnológico. Por ello es que no es extraño observar en redes como Facebook la reproducción de elementos culturales.

Este desarrollo acelerado ha derivado en, por un lado, incrementar una dinámica comunicativa global y, por otro, contribuir a la formación de lo que deviene y permite hablar de globalización (conjugándose en ese sentido elementos de inicio económicos, pero también políticos y sociales).

Así, las herramientas de las TIC enmarcadas en una dinámica global, en conjunto con factores como la separación entre poder y política, en la que el Estado-nación se difumina al **espacio global**, se da al tiempo en que las fuerzas del mercado han ido transformando la concepción de la sociedad en una red, en lugar de una estructura; es decir, “en una matriz de conexiones y desconexiones aleatorias y de un número infinito de permutaciones posibles” (Zygmunt Bauman, 2007: 23).

Es importante inscribir el proceso social dado en las redes virtuales como Facebook dentro de una dinámica “líquida” como la llama Bauman, caracterizada por la división e individualismo, pues no se debe olvidar que si bien existe una interacción con otros/as, se dejan de lado elementos como el contacto físico, la gesticulación y expresiones que en parte otorgan sentido a la dinámica social de persona a persona; por lo que, en el uso prolongado de la computadora y el Internet, o en concreto de las redes sociales virtuales, no es extraño decir que paradójicamente se interactúa en medio de la soledad.

De esta forma Bauman (2007) marca la pauta para pensar en una sociedad “abierta” que se manifiesta en lo material y lo intelectual, y que justamente abre un espacio a través de Internet, mediante el cual se genera un acelerado intercambio de información por parte de los usuarios, que involucra entre otros, el intercambio de patrones culturales.

Logros y retrocesos de las mujeres en el uso de las TIC

La creciente dinámica del uso de Internet y redes sociales virtuales a escala mundial se ha convertido en un tema en el cual es necesario prestar suma atención. Octavio Islas (2011) señala con base en la WorldStats (IWS, por sus siglas en inglés) que en 2010 México fue el país con mayor número de usuarios de Facebook en América Latina⁷, seguido de Brasil. No obstante, también dijo que la presencia de dicha red en México es incipiente, debido a que se pagan las tarifas más elevadas entre los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para este tipo de servicios de comunicación.

Aun así, diversas fuentes hacen alusión al auge del Internet y de Facebook. El sitio dedicado a la publicidad en Internet: *Wesimplifythe Internet*, indicó que Facebook es uno de los sitios que ha cobrado mayor auge a partir de 2010, pues detalló que tan sólo al mes de enero de 2011, ya contaba con 19,744,200 usuarios, lo que colocaba a México como el país latinoamericano con más usuarios y como el segundo en el continente americano. Cabe destacar que lo anterior se da únicamente en el ámbito de usuarios registrados, pero no se refiere a los demás tipos de accesibilidad, pues es preciso recordar que la red alcanza a los que ya están inmersos en determinado contexto, pero no llega fluidamente a las personas que tienen otras formas de comunicación. Incluso Gloria Bonder (2002) propone la diferenciación entre tecno-ricos y tecno-pobres, al tratarse de **desigualdades** que son: “profundas, de compleja solución y que dependen de un conjunto de factores, como la estructura de oportunidades que involucra iniciativas públicas y privadas, que a su vez implican la disponibilidad de la educación tecnológica, la inversión en ciencia y tecnología, así como de las actitudes culturales relativas al uso de las computadoras y de la información que alberga la red” (p. 16).

Por su parte, el sitio dedicado a la mercadotecnia a través de Internet Pixeldigital, informó que debido a la rápida expansión de Facebook se ha estado incrementando la variedad de edades que lo utilizan, predominando los usuarios de 13 a 20 años.

En resumen, Facebook presenta una de las audiencias con más actividad, ya que además de mostrar cambios diarios que realizan más de 35 millones de usuarios, se ha registrado un promedio de uso de más de 55 minutos por día.

Cifras del Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información (Modutih 2012), estudio llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y

⁷ Aunque aquí habría que considerar la población de cada país de América Latina, pues hay países más pequeños que, aun suponiendo que tuvieran a todos sus ciudadanos conectados, la estadística los pondría en un lugar más bajo en relación con su menor porcentaje poblacional.

Geografía (INEGI) sobre las estadísticas de aprovechamiento de las TIC, indican que durante 2012 el porcentaje de usuarios de Internet en México fue de 49.0% mujeres, y de 51.0% hombres.

Lo anterior se podría interpretar a simple vista como un acceso a esta herramienta más equitativo en términos de género. Sin embargo, esto no ha sido así debido a otros aspectos de suma relevancia que han permitido el cimientamiento de desigualdades genéricas y que van más allá del simple acceso a Internet.

Esto se debe principalmente a que los esquemas de comunicación que sustentan a las sociedades de la información no han reparado en la cuestión de género, y por el contrario han mantenido la exclusión de las mujeres en sus diversas formas (Raquel Güereca, 2013). Así, Cecilia Castaño (2008) asevera que coexisten en el mismo espacio avances y retrocesos dentro de una misma estructura organizativa, que en este caso es patriarcal. Por eso la autora encuentra que los usos dados a las TIC reproducen identidades hegemónicas, en donde también subsiste la tradicional asociación de lo masculino con la tecnología.

La brecha digital de género se define como la desigualdad basada en cuestiones como la clase, la edad, el género y el nivel socioeconómico, misma que impide la plena participación de ciertos sectores en el desarrollo y evolución de las SI y sus herramientas (Cecilia Castaño, 2008).

De ahí se desprende la segunda brecha digital (concepto utilizado para definir la desigualdad en el uso de las TIC dada por razón exclusiva del género); pues como indica Cecilia Castaño (2008) si bien las mujeres tienen acceso a Internet, no lo tienen con el proceso que involucra la creación y diseño de dichas tecnologías, además de que no están familiarizadas con la operatividad de las mismas; esto genera un uso pasivo que está directamente asociado con la discriminación respecto de las cuestiones de creación, aportación y apropiación de la tecnología.

Aunque ciertamente a partir de la segunda mitad del siglo XX se observa una presencia continuada y creciente de las mujeres en educación, salud, trabajo y otras esferas, en sintonía con el avance de estudios realizados por la diversificación de teorías feministas en la era postindustrial, y su “fuerte insistencia en la **incorporación de las mujeres respecto del cambio tecnológico**” (Judy Wacjman, 2006: 16).

Ello ha tenido importantes repercusiones, pues debido a los espacios públicos que ha abierto la lucha feminista a partir de 1970 en las sociedades occidentales, al incremento de las mujeres en las actividades profesionales (Judy Wacjman, 2006), y al mayor uso de tecnologías de la información en el desempeño de actividades cotidianas, los impactos positivos del feminismo también han permeado a sectores

de mujeres en México, en los ámbitos académico, profesional y laboral, pues utilizan diariamente la computadora para el desempeño de sus respectivos quehaceres. De acuerdo con el Modutih 2012, dentro de las actividades para las que se utilizó la computadora, destaca en primer lugar la realización de actividades escolares (51.8% del total de usuarios), seguida de actividades relativas a la comunicación (49.3%), luego de entretenimiento (39.5%) y finalmente para cuestiones laborales (30.2%)⁸.

Sin embargo, a pesar de que un importante número de mujeres en México ocupa la computadora para diversas tareas, este uso no está excluido de la reproducción de representaciones sociales dada por el orden de género; es decir, no se dejan de lado las conductas designadas socialmente.

Esta tesis pretende mostrar que la interacción en las redes sociales virtuales trae consigo la interiorización y afirmación de patrones de subordinación de las mujeres; los cuales se reproducen en este medio debido a su permanencia en la cultura y representación cotidianas. Por lo mismo, el auge de Internet no es un fenómeno que se limite únicamente a un nuevo paradigma de comunicación, sino que encierra en su dinámica diversos elementos que evidencian la persistencia de desigualdades y sectores reducidos de poder, que anteriormente han sido objeto de estudio en redes sociales de persona a persona.

Gloria Bonder (2002) alude términos como revolución tecnológica, revolución informática, era digital, sociedad de la información, en el sentido de concentraciones de poder y un imaginario idóneo para representar

(...) El gran cambio epocal que inaugura una nueva etapa que podría ser caracterizada como una profunda transformación de lo que se entiende por realidad, en donde los avances tecnológicos son los protagonistas, mismos que producen cambios acelerados en las formas de producción, el mercado de trabajo, hábitos de consumo, la economía, política y relaciones sociales, entre otras (p. 16).

De forma tal que las tecnologías de la información están constreñidas por los fenómenos sociales, tanto modeladas por ellos como desarrolladas a la par de jerarquías, núcleos de poder y conductas de género.

Sin embargo, al contrastar visiones como la de Dona Haraway (1991) -quien apuesta por una expectativa que abre la posibilidad de generar igualdad de oportunidades en el uso de esta relativamente nueva dinámica-, se encuentra que

⁸ Se debe tomar en cuenta que a pesar de que estas cifras consideran a la totalidad de usuarios de computadoras, las estadísticas del Modutih 2012 también indican que de dicho total las mujeres ocupan 49%; por lo que de igual modo realizan las actividades descritas.

al analizar cuestiones esenciales de la práctica –como la interacción virtual entre hombres y mujeres, los contenidos que comparten, los mensajes que envían, las fotografías que suben a sus cuentas sobre sí mismos-, se puede derribar ese optimismo, pues no se vislumbra el nuevo mundo que se pudiese construir en el espacio virtual y que ya no mantuviera las cadenas de la desigualdad que prevalece en el espacio físico.

Gloria Bonder (2002) afirma: “nos encontramos con que las nuevas tecnologías nos introducen en un tiempo de vértigo y de nuevas exclusiones, y que además de ser una realidad material, son también una producción discursiva con efectos en las instituciones, las políticas públicas y las personas...” (P. 17). Para esto, la cuestión de género no escapa al análisis de la reproducción de patrones contra los que se ha venido luchando en las últimas décadas, patrones que contienen violencia de género.

La violencia de género es nombrada como violencia contra las mujeres en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV, 2007) y se define como: “cualquier acción u omisión basada en su género [de las mujeres], que les cause daño o sufrimiento psicológico, físico, patrimonial, económico, sexual, o la muerte tanto en el ámbito privado como en el público”. (Artículo 5, párrafo 1, fracción IV).

A su vez, esta violencia se ha anidado en una estructura social que está ordenada en términos de género, en donde lo masculino pertenece a los hombres y lo femenino a las mujeres (Marcela Lagarde, 1997), argumentos que a su vez se cimentan en ideas de orden biológico y que van dando forma a un discurso o imagen del mundo que aloja estereotipos.

En este orden se da otro fenómeno, pues no es solamente la asignación de una caracterización social, sino que aquél está permeado por una división jerárquica. Uno de los principales elementos de este orden es el ejercicio del poder. En este sentido, históricamente ha sido el hombre quien detenta el poder, y más allá de eso, en perjuicio de las mujeres, ya que el poder ha conducido al género masculino a ejercer un dominio sobre la mujer que deriva en varios tipos de violencia, que a fin de cuentas sirven para cooptar y truncar el desarrollo pleno de aquéllas. En este análisis se trabaja específicamente sobre la violencia de género y psicológica que padecen las mujeres en este contexto.

El orden genérico de la sociedad patriarcal implica que la construcción social resultante de la interiorización de expectativas y valores por parte de hombres y mujeres prime a un género por encima del otro y esta primacía se genera mediante un proceso violento.

Así, hombres y mujeres exhiben roles e identidades que les han sido asignados bajo la etiqueta del género, de donde surgen “la prepotencia de lo masculino y la subalternidad de lo femenino” (María Luisa Maqueda, 2006: 6), y que a su vez configuran el orden social que define las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres y de donde nace la violencia psicológica.

El carácter de este tipo de violencia es lo que ayuda a su subsistencia, pues sigue una estructura invisible. Es una violencia legitimada por la cultura y que se mueve dentro del imaginario de las personas, hombres y mujeres que han asumido un rol o conductas dadas desde la construcción del género.

Por tanto, la definición ya mencionada tiene utilidad para entender el problema de la violencia de género.

En este sentido Pierre Bourdieu (1930-2002) (citado por Martha Lamas, 2000) destaca el concepto de violencia simbólica, el cual define como el: “hecho que se lleva a cabo a través de un acto de cognición y falso reconocimiento que está más allá de, o por debajo de los controles de la conciencia y la voluntad” (P. 35), mismo que se ejerce “sobre un agente social con su complicidad o consentimiento”, y no mediante la fuerza física.

Por su parte, indica Belén Martín Lucas (2010) que este tipo de violencia se ejerce a través de una visión del mundo, roles sociales, categorías cognitivas y estructuras mentales.

De tal modo que la violencia simbólica es la garantía que asegura la dominación de un determinado grupo, al tiempo que ayuda a aceptar como naturales ciertas condiciones de existencia de acuerdo con la ideología dominante, condiciones disfrazadas de un entendimiento de sentido común, pero que más allá de esto implican formas de vida frustradas y truncas en su desarrollo.

Por todo lo anterior, este estudio recurre al análisis de imágenes del cuerpo de las mujeres, que a diferencia de la violencia manifestada en golpes o maltrato físico (violencia física), ésta se inclina hacia la violencia sutil que se ejerce a través de la erotización exacerbada, modalidad que se oculta a la conciencia (violencia psicológica), pero que no por ello deja de repercutir de forma perjudicial en la relación entre mujeres y sociedad.

Asimismo, la cuestión crucial sobre el hecho de que la violencia de género se produzca en pautas culturales es la trascendente consecuencia de construir el cuerpo femenino de manera determinada: “como realidad sexuada y como depositario de principios y división sexuales, interrelacionando aspectos como la raza, el sexo, la lengua o la religión” (Belén Martín Lucas B., 2010: 18). En esta tesis

se destaca la concepción del cuerpo como una pauta cultural en que se manifiesta la violencia de género. En el caso de los hombres es evidente de igual forma un requerimiento de ciertos patrones de vestimenta que son marcados por la moda, aunque no se hará énfasis en este aspecto debido a que, de la violencia de género que implican las representaciones sociales del cuerpo, la que constriñe al de las mujeres tienen una fuerte connotación hacia la sexualidad.

Debido a la interiorización de las pautas culturales que construyen el cuerpo femenino es probable que las mujeres piensen que su cuerpo debiera de empatar con el cometido erótico y sexuado que la sociedad se ha afanado en atribuirle, marca que está presente al momento de interactuar en diferentes ámbitos de las relaciones sociales, incluyendo las virtuales. De modo que, la falta de decisión propia en este sentido y el condicionamiento o exigencia social respecto del erotismo y sexualidad que la sociedad patriarcal atribuye al cuerpo de las mujeres, podría derivar en la generación de frustración, estrés, enojo, presión hacia ellas.

De acuerdo con Gisela Quiterio B. (1994), es sobre el cuerpo y el imaginario que la sociedad cimienta una más de las ramificaciones de la violencia de género, y que además difunde en los espacios de información, siendo uno de ellos los medios de comunicación.

Olga Bustos (2011) se enfocó sobre diversos problemas a los que las mujeres se enfrentan en diferentes sectores de la sociedad mexicana. Hace referencia a los medios de comunicación impresos y electrónicos, en los que no deja de reconocer la importancia que estos tienen al fungir como la “ventana al mundo” para difundir información de todo tipo, aunque indica que: “también son grandes reproductores de estereotipos sexistas, discriminación, violencia de género y homofobia, que continúan vigentes a pesar de los avances en prevención y erradicación de estereotipos sexistas y de la violencia que México ha tenido (...)” (Olga Bustos, 2011: 7).

Por ejemplo, la firma del apartado J referido a la situación de las mujeres en los medios de comunicación, del Acuerdo de la Conferencia Mundial de la ONU sobre el Decenio de las Mujeres, realizado en Beijing, China, en 1995 y cuyos objetivos fueron principalmente los de elevar la participación y acceso de las mujeres a la libre expresión y toma de decisiones a través de los medios y tecnologías de la información, además de promover un equilibrio y un retrato no estereotipado de las mujeres en los mismos.

Pese a lo anterior, en los medios de comunicación de México se continúa observando la alusión a estereotipos de las mujeres como los que indica Olga Bustos (2011): “la típica ama de casa, estereotipo con el que se le asigna

características de ternura, sumisión, delicadeza, miedo y dependencia, entre otros; la mujer moderna e independiente, que se caracteriza por su éxito en la medida de un mayor consumo". (P. 10).

Por su parte, el estereotipo de la mujer erótica está fuertemente arraigado con el factor sexual al transmitir características de mujeres seductoras, bellas, provocativas y delgadas, que generalmente aparecen con poca ropa (Olga Bustos, 2011). En tal estereotipo se basa este trabajo, pues retrata a la mujer como objeto sexual y a su vez se caracteriza por la aceptación social dada por reunir los requisitos de mujer "deseada". La materialidad sobre la que se articula esta representación erótica descansa en el cuerpo de las mujeres, en el que, sostiene Olga Bustos (2011): «los medios de comunicación imponen cánones como "la tiranía de la belleza" o la "dictadura del cuerpo", que implica la hiperdelgadez y sensualidad necesarias para que las mujeres sean valoradas y deseadas» (P. 23).

En contraste, la autora señala que a los hombres se les representa con ideas de poder, control y autonomía, entre otras características, como si se tratara de aspectos inherentes a su género, de acuerdo con los estereotipos masculinos.

Por tanto, el cuerpo femenino no ha perdido hasta nuestros días la connotación de un erotismo sobreexplotado que da cabida a una muy buena fuente de consumo y ganancias económicas de los medios que la utilizan. Sin embargo, el problema expuesto no radica en ese hecho, sino en que las mujeres asimilen e interioricen la supuesta obligación de que deben de cumplir con determinadas características físicas para ser deseadas, y en consecuencia, para adquirir valor. Este aspecto psicológico representa un impedimento a las mujeres para concebirse de una manera equitativa al lado de los hombres, ya que para hablar de equidad, debe existir ante todo la convicción; además, es necesario considerar que dicho aspecto psicológico tiene implicaciones con lo social, pues esta interiorización es un elemento que conforma el modo en que las personas se relacionan y ven el mundo, mientras que las relaciones construidas se van caracterizando por pautas o hechos que delinearán fenómenos de estudio de orden sociológico.

La exposición anterior puede resumirse para dar cuenta de un problema de investigación en el que Facebook es la punta de lanza.

Se ha observado en diversas cuentas de Facebook, por ejemplo en *Te extraño* (sic) que la dinámica de tratar el cuerpo de la mujer como objeto erotizado se reproduce a través de imágenes; incluso, son mujeres quienes en muchas ocasiones comparten imágenes de este tipo. Ello sugiere que hombres y mujeres interactúan bajo formas que condicionan de un modo inferior a las mujeres: a través de la

difusión de la idea de que ser mujer equivale en gran medida a ser erótica, se le restan muchas otras potencialidades.

En la red se observa la interiorización del erotismo como rasgo de identidad femenina impuesto desde el exterior, desde la masculinidad. Cumplir esta exigencia equivale a aceptar la expropiación del cuerpo, de la sexualidad, y finalmente a fungir como objeto de placer, es este aspecto el que expone la inferiorización, mientras que los roles de género operan con mecanismos que hacen de tal violencia algo imperceptible.

Por todo lo antes expuesto, este estudio pretende resolver mediante su desarrollo las siguientes preguntas:

Preguntas de investigación:

a) ¿Cómo se reproducen los patrones de violencia de género en las interacciones dentro de Facebook?

b) ¿Qué elementos de las imágenes compartidas suponen la persistencia de relaciones de poder genérico?

c) ¿Cuáles son las condiciones que permiten la continuidad de la violencia de género de manera invisible?

CAPÍTULO I

Sujetos de investigación: Las estudiantes universitarias y su relación con las TIC

1.1. Descripción del contexto del grupo de mujeres universitarias

Las mujeres en quienes se centra esta investigación son estudiantes universitarias del quinto semestre de la carrera de Administración, de la Facultad de Contaduría de la Universidad Nacional Autónoma de México, que se ubica en la zona sur de la Ciudad de México.

Las estudiantes oscilan entre 20 a los 24 años de edad, son jóvenes que viven en el Distrito Federal y que a diferencia de los estudiantes de otras zonas del país, como las rurales, poseen una serie de características que las definen como un grupo cuya parte identitaria, además de la genérica, es urbana y estudiantil. Alma Rosa Sánchez (2011) define a los estudiantes universitarios de la ciudad de la siguiente manera:

Son sujetos de la educación con características heterogéneas: jóvenes o adultos, con compromisos y responsabilidades diferentes; en condiciones sociales, económicas y familiares desiguales; entre ellos existen objetivos y metas distantes (p.80).

Sin embargo, el hecho de ser estudiantes los hace compartir un rol que los dota de una orientación de su acción, en donde:

Mantienen su individualidad pero al mismo tiempo interactúan con sus pares para dar sentido a la cultura juvenil estudiantil a partir de la cual adoptan modas, prácticas, consumos, gustos, lenguajes y una gran interacción social. Así, en el imaginario social, ser estudiante confiere la posibilidad de ser alguien en la vida. (P. 80).

De acuerdo con lo anterior, el grupo de estudiantes que ocupa esta investigación se enmarca en un contexto sociocultural que ha sufrido transformaciones de relevancia en las últimas décadas, sobre todo en la educación formal, un aspecto que ha incidido como motor de cambio en relación con el género. De esta forma, la escuela es una institución que ha sido determinante en la conformación de las expectativas y de las orientaciones de vida de las estudiantes. Es importante señalar que este proceso deviene de la incorporación masiva de las mujeres a las aulas universitarias dado a partir de 1970 hasta la fecha, como lo señalan Mario Guillermo González Rubí y Sandy Magali Olvera Sánchez (2011).

Así, las estudiantes de la Ciudad de México principalmente han atravesado por un proceso que emana de la educación formal, es decir, de la universidad, que incide en su socialización, en cierta modificación de los valores dados por la familia tradicional que impactan en su concepción de género, Mario Guillermo González

Rubí y Sandy Magali Olvera Sánchez (2011) destacan que ante la modernización de valores que ha generado la socialización en la escuela, ha derivado la preferencia por parte de mujeres y hombres de postergar el matrimonio, regular la fertilidad, así como retrasar el tiempo de procrear hijos e incluso la decisión de no tenerlos. Esto hace pensar en una sociedad por un lado con hitos de modernidad, pero por otro con la posesión de fuertes y arraigados tintes de pensamiento de tradición histórica, que se mezclan en las formas de pensar de los jóvenes que habitan en la ciudad como espacio común urbano (Mario Guillermo González y Sandy Magali Olvera, 2011).

Dentro de la vida universitaria y los referentes de modernidad que en ella se encuentran hay herramientas materiales, como las computadoras y el Internet, lo cual es indicio de que la escuela es parte fundamental para la inserción de los jóvenes en la sociedad de la información y el conocimiento (SIC) (Enrique E. Mancera Cardós, 2011).

Raquel Güereca (2014) define a la SIC como un entramado histórico que implica la relación entre el desarrollo tecnológico, la desigualdad social y la relevancia que tiene la información en las relaciones sociales. Los jóvenes que utilizan los medios en este contexto para compartir información, lo hacen con las orientaciones que tienen como jóvenes y como portadores de una cultura también apprehendida en el ámbito informal, es decir, por la familia y núcleo social en que se desenvuelvan, combinando a parte de los roles sociales y de género que tienen asignados en distintos espacios (hombres, mujeres, hijas, hermanas, empleados –en los casos de quienes trabajan-, etc..) una identidad estudiantil que ejercen en la universidad, siendo la meta principal alcanzar un estatus y “ser alguien en la vida” (Alma Rosa Sánchez Olvera, 2011) a través de la profesión que han elegido estudiar.

Por lo anterior, las y los estudiantes se definen también como: “los individuos de la educación universitaria que son plurales, heterogéneos y su forma de vivir la estancia en la universidad se encuentra pautada, en gran medida, por su experiencia de vida, historia familiar, expectativas profesionales, recursos materiales y simbólicos” (Alma Rosa Sánchez Olvera, 2011: 93).

Por ello es que pese a que quienes tienen acceso a la educación universitaria son en su mayoría personas de clase media, que poseen los recursos económicos y culturales para acceder a dicha educación, en la UNAM, universidad de carácter público, convergen personas de distintos estratos y formas de vida, lo que hace de esta institución un espacio plural.

Por otra parte, uno de los elementos de esa identidad estudiantil que está muy marcada en el espacio universitario es la sexualidad, misma que reflejan los jóvenes

en diversas manifestaciones que van desde su arreglo personal hasta sus formas de interactuar.

Así, María Jesús Solís (2011) y Leticia García (2011) determinaron por medio de un estudio que la sexualidad es un aspecto aprendido, interpretado y reafirmado por los y las estudiantes con base en la interiorización de la asignación e identidad de género, en donde la mayoría de las y los estudiantes entrevistados y encuestados se refirió a la sexualidad como un hecho meramente determinado por la cuestión biológica (es decir, reproductiva) y de orden heterosexual, mientras que en otras cuestiones relacionadas, como la virginidad, la respuesta fue evidentemente distinta entre hombres y mujeres a pesar de la prevalencia de un discurso permisivo -que abandonaba ideas tradicionalistas con respecto a la carga negativa atribuida a las mujeres que la “pierden”-; en este sentido, aunque existiera mayor permisividad, la carga negativa estuvo implícita en las respuestas; lo que indicó que tal prejuicio por parte de las mujeres en el ejercicio de su sexualidad no ha desaparecido por completo (María de Jesús Solís Solís, 2011).

Esto es una muestra de cómo en esa identidad estudiantil coexisten elementos de la modernidad que se entrelazan con rasgos de una cultura tradicional que ha sido enseñada principalmente desde el ámbito familiar. De modo que, a pesar de que el espacio universitario es potenciador del cambio y motiva la igualdad entre hombres y mujeres, aún no se puede afirmar que las mujeres hayan dejado de lado las ideas transmitidas desde la organización patriarcal respecto del modo en que deben de ejercer su sexualidad y de constituir y representar su género.

En dicho estudio, señala la autora, se comprobó que dentro del espacio universitario existen múltiples alusiones a la sexualidad, pero a su vez, dentro de ésta, se encontró que:

[...] aún domina una cultura de género inequitativa que se expresa en distintas formas de relaciones desbalanceadas y asimétricas en el ejercicio de la sexualidad (Rivas, 2000: 138), lo cual sitúa a las mujeres en posición de vulnerabilidad [...] ante la inseguridad del ejercicio de su derecho como sujetas de deseo y placer sexual dado el imaginario social que aún domina tendiente a cuestionar la actividad sexual en las mujeres y a festejar la de los hombres. (María de Jesús Solís Solís, 2011: 178).

Lo anterior converge con nuevas maneras de involucrarse, que no necesariamente se encasillan entre el noviazgo y el matrimonio, sino que crean más bien relaciones sin compromiso, en donde la mayor alusión es la libertad. Ejemplo de lo anterior son las relaciones *free*, en donde ya no existe la idea del cuerpo como propiedad y hay un pleno reconocimiento de los derechos de los involucrados (María de Jesús Solís Solís, 2011); aunque en algunos casos la posesión del otro sea implícita.

Estas aportaciones permiten apreciar que la cuestión de la sexualidad es algo que está presente y se manifiesta de continuo en las relaciones mujeres y hombres de estudios universitarios. Lo anterior se expresa en el plano de interacción física, como en el terreno de las relaciones sociales virtuales, dado el contexto de los estudiantes, el cual está dentro de las sociedades de la información y conocimiento (SIC). Esta relación en la actualidad es estrecha, debido a que la experiencia escolar es una de las principales fuentes que dan la posibilidad de usar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) (Enrique Mancera, 2011). De la Encuesta Nacional de Juventud 2010, resultó que 22.2% de hombres de entre los 12 a los 29 años utilizan Internet para buscar y recibir información, mientras que el porcentaje de mujeres fue de 24.6%.

Ahora bien, en el cuestionario de sondeo aplicado a los 107 estudiantes de quinto semestre de Administración de la Facultad de Contaduría de la UNAM, 58 fueron mujeres y 49 hombres, lo cual es indicio de una notable presencia de las mujeres no sólo en esta aula y carrera, sino en general en los espacios universitarios (Véase Tabla 1), lo cual hace constar la ya mencionada feminización del sistema escolar (Mario Guillermo González Rubí, Sandy Magali Olvera Sánchez, 2011).

Sin embargo, hay enormes disparidades entre la población joven de México, pues ante la falta de oportunidades laborales, así como a la cada vez más reducida participación del Estado mexicano para incentivar la formación educativa y garantizar el acceso a la educación, paulatinamente se elevó el porcentaje de hombres y mujeres, de un rango de 14 y 29 años, que no tiene actividad remunerada y no estudia, ya que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Juventud hasta 2010, el porcentaje total en México ascendió a 22.3%; de esta cifra, fueron siete estados los que concentraron el mayor porcentaje, es decir, 53% del total de este sector se distribuyó en los estados de México, Veracruz, Nuevo León, Jalisco, Distrito Federal, Michoacán y Sinaloa. Estas entidades cuentan con mayor población de 14 a 29 años (Encuesta Nacional de Juventud 2010).

No obstante, a pesar de todas las dificultades que encuentran los jóvenes universitarios y en particular las mujeres como colectivo, es necesario destacar que paralelamente se ha dado un crecimiento de la presencia de aquéllas en las aulas universitarias en México, como se muestra a continuación y de acuerdo con el comparativo cronológico entre cinco periodos distintos:

Tabla 1. Estudiantes de licenciatura (hombres y mujeres)

	1970	1980	1990	2000	2006

TBEU	5.8%	13.6%	15%	21%	23%
Matrícula	212,881	731, 291	1,078,100	1,585,408	2,150,140
Hombres	172,873	513,344	643,388	837,101	1,089,100
Mujeres	36,071	217,947	434,803	748,307	1,061,046
Porcentaje de matrícula femenina	17%	30%	40%	47%	49%

Fuente: Mario Guillermo González Rubí, Sandy Magali Olvera Sánchez, 2011: 61.

Siguiendo la idea, Mario Guillermo González y Sandy Magali Olvera Sánchez (2011) señalan que:

La paulatina inserción de las mujeres en el ámbito académico en México se debe por un lado a la modernización de los valores familiares que han derivado en el desarrollo individual de las mismas, en donde el papel de las escuelas fue fundamental al fungir como el puente entre el ámbito privado y el público, en detrimento del estereotipo de mujer adulta que se inclinaba principalmente al cuidado del hogar y de los hijos (P. 61).

Aunque este fenómeno no es homogéneo pues actualmente muchas mujeres tienen que dividir su tiempo entre su vida académica y profesional y el cuidado del hogar y de los hijos, trabajando así dobles jornadas, en donde la labor doméstica es tomada en cuenta muchas veces como la principal, y sus vidas profesionales y labores como una actividad secundaria o a la que “no están obligadas”.

Pero ciertamente, entre las nuevas generaciones, también se ha observado, como consecuencia de la formación académica, la postergación del embarazo y del matrimonio. El censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) del 2001, determinó que el promedio de edad en el que se casan las y los jóvenes mexicanos es de 22 años, lo cual determinó fundamentalmente el grado de estudios. Además, también influye para las nuevas generaciones el hecho de que sus padres – jóvenes en los años sesenta y setenta del siglo pasado- hayan vivido y participado en los movimientos sociales de su tiempo, lo que sin duda ha influido en una pugna por una mayor preparación de sus hijos (Mario Guillermo González y Sandy Magali Olvera Sánchez 2011: 61, 62).

También sostienen Mario Guillermo González y Sandy Magali Olvera Sánchez (2011) que la socialización de la escuela universitaria se ha mostrado en mayor medida igualitaria y equitativa, educando así a las mujeres para que se

desenvuelvan de igual forma en el ámbito público, además de los efectos que inciden en su vida personal como lo descrito en el párrafo anterior.

Y aunque esto aplique o se intente aplicar en el caso de las herramientas para comunicarse, es decir, a pesar de la promoción y el uso de herramientas de las TIC, aún no se puede hablar de igualdad en términos ideológicos ni de una correspondencia estrecha entre mujeres y tecnología.

El acceso desigual a la tecnología tiene que ver directamente con la educación de las mujeres desde su infancia en el ámbito formal e informal, misma que refuerza patrones discriminatorios para ellas en sus núcleos, es decir, desde la escuela y desde la familia.

No es desconocida la recurrente enseñanza de juegos que van de acuerdo con los estereotipos de conducta que se supone son los adecuados para cada género, pues mientras existe toda una industria de videojuegos diseñados para los niños –que incluyen una gama de elementos que se supone les son asignados, como dinámicas de guerra, pelea, alcance del honor, etc.-, la industria también prepara muñecas, accesorios de belleza y de cocina, que según esto constituye el entretenimiento de las niñas (y que servirán para ir forjando las bases de su identidad de género; es decir, de su subjetividad y el modo en que ella se perciben). Y es desde aquí entonces que se empieza a fomentar un distanciamiento y desinterés de las mujeres hacia las máquinas o hacia lo que tenga que ver con “tareas y juegos de hombres” (Ana Alario y Rocío Anguita, 2001).

Ello explica esta distorsionada justificación acerca de las carreras que son exclusivas de uno u otro género, dejando en un lugar secundario a las mujeres en el ámbito científico y tecnológico.

Sin embargo, como se menciona líneas atrás, la lucha desde el feminismo sigue abriendo espacios y reivindicando este tipo de cuestiones mediante acciones prácticas y teóricas, pugnando por espacios en las carreras en donde las mujeres no son socialmente bien aceptadas (Norma Blázquez, 2005).

Para verificar lo anterior en la práctica, esta investigación se realizó con estudiantes del quinto semestre de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, incluyendo a la totalidad del grupo, es decir, hombres y mujeres.

Ahora bien, el panorama descrito es en el que están inmersos los estudiantes, que oscilan en un rango de edad de entre los 20 y 24 años, tienen las siguientes características fundamentales:

En el caso de las mujeres:

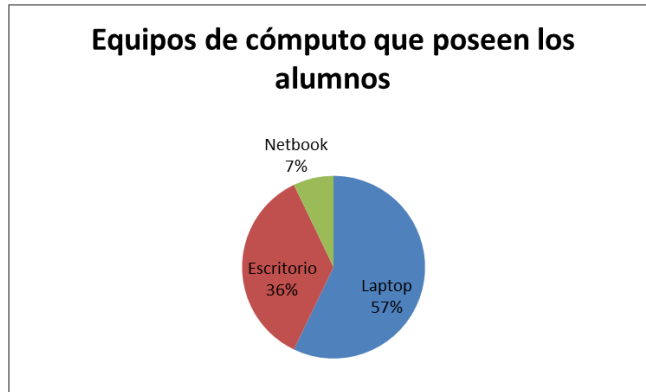
- Se trata de un grupo de mujeres estudiantes de una carrera que requiere el uso constante de la tecnología por la naturaleza de su campo de conocimiento (computadoras, calculadoras científicas y otras herramientas que son necesarias para realizar los cálculos objeto de su estudio).
- Hay que destacar su edad, la cual oscila entre los 20 a 24 años, ya que las estadísticas muestran también que el sector que más usa Facebook es el de los jóvenes.⁹
- Estas mujeres, como parte de su identidad estudiantil, hacen alusiones a su sexualidad bajo distintas formas (ver cap. Histórico-contextual), una de ellas es el espacio virtual (en Facebook) y otra el espacio físico en que se desarrollan como estudiantes, es decir, la universidad.¹⁰

En el caso del grupo en general se muestran las siguientes gráficas respecto de la proporción de hombres y mujeres, el tipo de equipo de cómputo que poseen, la frecuencia con que se conectan a Internet, el tiempo de conexión y el tipo de contenidos que suelen consultar:

Gráfica 1. Equipos de cómputo de que disponen los encuestados

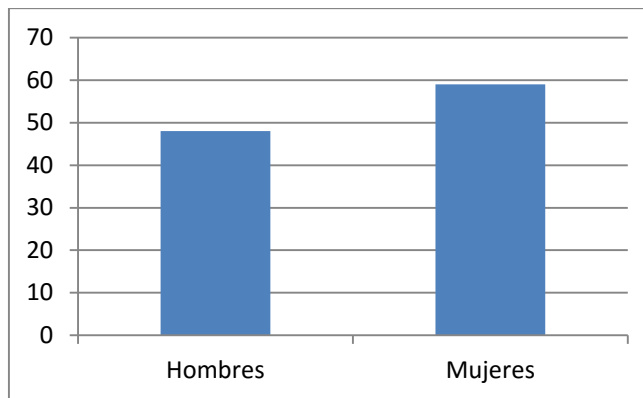
9 Ver cuestionario de sondeo grupal.

10 Ver cuestionario de sondeo grupal.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario de sondeo grupal.

Gráfica 2. Composición de género en el grupo de 107 alumnos



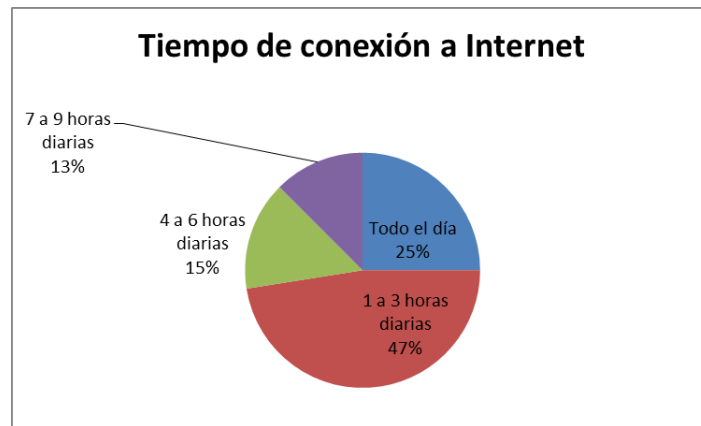
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario de sondeo grupal.

Gráfica 3. Frecuencia con la que los alumnos se conectan a Internet



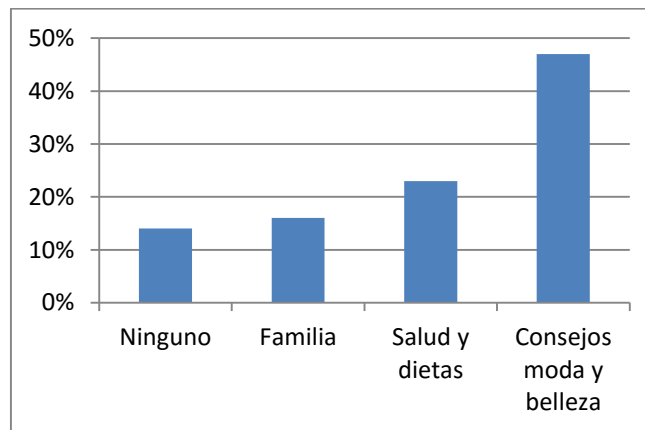
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario de sondeo grupal.

Gráfica 4. Tiempo de conexión a Internet



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario de sondeo grupal.

Gráfica 5. Tipo de contenido.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario de sondeo grupal.

La anterior exposición es muestra de, entre otras cosas, el creciente apego que tienen los alumnos respecto del Internet no nada más para cuestiones profesionales, sino también recreativas pues esta última tabla indica que la mayoría consulta con mucha frecuencia contenidos de índole personal.

A pesar de que la mayoría de alumnos dijo que se conecta a Internet de una a tres horas diarias, es importante destacar que con los dispositivos móviles es posible estar permanentemente conectado (ya sea con el dinero que se le suministra a la

línea o donde hay sitios con Wifi, que cada vez son más) e incluso muchos de ellos ya traen como aplicaciones instaladas algunas redes sociales, principalmente Facebook y aplicaciones de mensajería instantánea.

Esto se traduce en la creciente familiaridad y apego de los jóvenes y las herramientas de las TIC.

1.2. Los estudiantes de la carrera de Administración de la UNAM

El rumbo de la presente investigación fue marcando la pauta para saber qué personas eran las idóneas de indagar respecto de la utilización que dan a las tecnologías de la información (TIC). De esta manera y conforme al apartado anterior, se encontró en el cuestionario de sondeo que los jóvenes estudiantes universitarios hacen uso de las herramientas de las TIC, tanto en su vida cotidiana como en las labores que implican su desarrollo académico. En este sentido, se eligió un grupo de estudiantes de la carrera de Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México, para conocer más a fondo su relación con las TIC.

Así, luego de constatar, de igual forma mediante el cuestionario de sondeo, que los 107 alumnos del 5to. Semestre de Administración cuentan con por lo menos una computadora con Internet en su casa, y la mayoría, es decir 98%, con un dispositivo móvil desde el cual se pueden comunicar vía inalámbrica por Internet, se optó por pasar al siguiente nivel de la investigación: entrevistar a las alumnas, ya teniendo como antecedente que ellas utilizan de manera frecuente Facebook y comparten fotografías en esta aplicación¹¹.

Es importante destacar que estas alumnas (se eligió a cuatro mujeres) y el grupo en general, en efecto tienen una estrecha relación con las herramientas de las TIC¹²:

- Todos cuentan con al menos una computadora: 36% dijeron tener computadora de escritorio, mientras que 57% tienen computadora portátil o laptop.
- 98% alumnos cuentan con dispositivo móvil para conectarse a Internet y mantenerse comunicados (ya sea desde Smartphone, tablets, celulares, Iphone, Ipad. Hay alumnos que cuentan con las diversas modalidades).
- Todos los alumnos tienen conexión de Internet en su hogar, desde donde se conectan. Algunos otros, lo hacen también desde la biblioteca de su escuela o en su trabajo, pero todos desde su hogar.

¹¹ Los resultados de esta entrevista se encuentran desarrollados en el capítulo teórico, en el apartado Análisis del discurso visual: violencia de género en las imágenes de Facebook de las estudiantes.

¹² Ver gráficas del apartado 2.1 de este mismo capítulo.

- Los alumnos de este grupo están familiarizados con el acceso a Internet, ya que 90% alumnos se conectan diario, mientras que 5% lo hacen de 3 a 4 veces por semana, y en el mismo porcentaje de 1 a 2 veces por semana. Esto quiere decir que la frecuencia de conexión es alta.
- El tiempo de conexión resultó variable: 25% dijo estar conectado todo el tiempo a Internet, mientras que la mayoría, es decir, 47% se conecta de 1 a 3 horas diarias; 15% se conecta de 4 a 6 horas diarias, y 13% de 7 a 9 horas diarias.
- Acerca del tipo de información consultada en la red, las mujeres contestaron que consultan principalmente páginas de moda y belleza, en segundo lugar información sobre salud y dietas. Los hombres por su parte respondieron que consultan información sobre familia.

El dato sobre la consulta del tipo de información al que recurren las mujeres, marca la pauta para saber que están al pendiente de su imagen física, e incluso más que eso, de la información que consideran –conscientemente o no- que las mujeres “debieran” de saber como parte de su género.

- Para labores escolares, la mayoría de los alumnos ubicaron a la página de consulta Wikipedia como principal herramienta de información. En segundo lugar se ubicaron los libros y revistas de divulgación. En último lugar los grupos o sitios escolares y las estadísticas.
- Respecto de los sitios que visitan para fines de entretenimiento, todos los alumnos colocaron en primer lugar la música, en segundo las películas, en tercero videos de todo tipo, mientras que los hombres prefirieron también los sitios deportivos, los juegos, y sólo dos de ellos dijeron ver pornografía.

Los puntos anteriormente expuestos indican el conocimiento y la familiaridad de los alumnos con la computadora, el Internet y los dispositivos móviles. Pero asimismo abren la pauta para indagar en los rasgos que tienen de acuerdo con el contexto histórico en el que viven, la forma en que comparten su cultura y la retroalimentan, el tipo de comunicación que entablan, la forma en que se relacionan y ven el mundo.

Para esta investigación se requiere conocer más a fondo a las mujeres que hacen uso de las TIC, como posible muestra del modo en que se perciben a sí mismas en la sociedad y las posibles implicaciones de violencia de género que pudiera tener su dinámica social. Para ello, en el siguiente apartado se hace una descripción más puntual sobre las mujeres de este espacio, del espacio universitario.

CAPÍTULO II

Internet y el auge de Facebook en México

2.1 Historia de Internet en México

Internet fue concebido como una red de comunicaciones para uso militar, nace en Estados Unidos en los años sesenta del siglo pasado, y por tanto el uso de esta herramienta se quedó en dicho país en sus primeras dos décadas de existencia (años setenta y ochenta del siglo pasado), pero también influye sobremanera que este servicio se subsidie con los impuestos de sus ciudadanos, lo que impedía en cierto modo su exportación (Blanca Gayosso, 2003).

En México, el incipiente interés por el uso de Internet se concretó hacia 1980, pero fue en 1991 cuando las universidades se convirtieron en las pioneras por traer al país este servicio: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), y consecuentemente el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología estableciendo el Comité llamado Red Académica Mexicana (RAM) para canalizar las labores de mantenimiento entre diversas instituciones educativas.

Blanca Gayosso (2003) explica que la UNAM durante las décadas de 1960 y 1970 ya había iniciado la etapa de telecomunicación, por lo que ya para 1980 se presentó la necesidad de intercambiar datos hacia otros territorios (NIC UNAM, 2000).

Pero fue la RedMex –que en 1992 se convertiría en MEXNET- la que integraría a diversas instituciones educativas para dar forma al proyecto de Internet en México. Así, tales instituciones fueron: el ITESM, las universidades de Guadalajara, Iberoamericana, de las Américas, de Guanajuato, Veracruzana, y los institutos de Ecología, Tecnológico de Mexicali, así como el Laboratorio Nacional de Informática Avanzada, en Veracruz, y el Centro de Investigación en Química Aplicada (Blanca Gayosso, 2003).

Durante los dos años siguientes, los esfuerzos y por tanto las redes de Internet que existían en México pertenecían a instituciones educativas y de investigación, aunque poseyeran diferentes arquitecturas y aspectos técnicos. Ante tal diferencia, la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) fue la primera en fungir como administrador de tráfico o NAP, con el fin de intercambiar información entre diferentes redes (Blanca Gayosso, 2003).

Sin embargo, a partir de 1994 las universidades dejaron de ser las únicas proveedoras de Internet, la red se diversificó y entonces el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología se unió a MEXNET, formando con ello la Red Tecnológica Nacional (RTN). La empresa que se encargó de administrar esta red fue Infotec, misma que ofreció líneas para conexión además de la renta del servicio.

Respecto de la velocidad de redes, fue Telmex (antes Teléfonos de México), la primera empresa que logró una considerable velocidad de red (enlaces de 64 Kbps) ya que también fue pionera en el uso de fibra óptica en poblaciones urbanas (Blanca Gayosso, 2003). Posteriormente y con la creciente demanda de Internet por parte de la sociedad mayoritariamente urbana, otras empresas se dedicaron a ofrecer el servicio, muchas de ellas en conjunto con servicios telefónicos y televisión de paga, ya sea satelital o de cable (Sky, Cablevisión, Yoo y otras más recientes).

Incluso Telmex ofreció paquetes relativamente accesibles a partir de la década de 2010, que incluyó el servicio telefónico local, el de cierto número de llamadas de larga distancia, es decir, al interior de México, y el servicio de Internet inalámbrico, por medio del cual no sería necesario conectar el cable de Internet al teléfono y en adelante se podrían usar ambos servicios simultáneamente.

Por su parte, el Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2012 (Modutih 2012) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), que se dedica a recabar información sobre el aprovechamiento de las TIC (Internet, dispositivos móviles, computadoras), señaló que de 2001 a 2012 las tecnologías que presentaron una mayor penetración en los hogares fueron la computadora, la televisión de paga (tres veces en comparación del periodo de inicio) y el Internet (cuatro veces más que en el periodo de inicio).

En lo relativo a la telefonía fija, ésta presentó un ligero aumento (de 40.3 a 42% en el mismo periodo), en el cual también se registró un desbordado crecimiento de la telefonía celular para llegar a 83.6% (Modutih, 2012); lo cual podría deberse a la diversidad de la comunicación que ofrecen los nuevos dispositivos, además de comunicación oral, pues ahora muchos de ellos integran el acceso a Internet y a redes sociales virtuales.

2.2. Descripción del auge de las redes sociales virtuales en la Ciudad de México (Estadísticas, afluencia y perfil de los usuarios)

La historia de las redes sociales virtuales tiene su origen dada la masificación de Internet. Se calcula que la primera red virtual nació alrededor de 1995, año en que Randy Conrads creó el sitio web *Classmates*, buscando acercar mediante la comunicación a personas ubicadas en distintos lugares geográficos, con alguna relación afectiva-amorosa o vínculo emocional o laboral en el plano físico; por lo que

esta red social serviría esencialmente para mantener en contacto a la gente con las personas de su preferencia, lo cual se logró gracias a la web 2.0, plataforma de interacción orientada a lo social (Historia de las redes sociales, 2012).

De este modo, a partir del año 2000 las redes sociales virtuales comenzaron a tener una pronta difusión y uso por parte de los cibernautas, por lo que ya para 2003 se elucubraban diversos espacios que pronto se volverían por demás populares, como MySpace, Xing y más tarde Hi5, todos ellos con posibilidad de intercambiar imágenes, texto y audio de manera directa con las personas que accedieran a esos sitios; paralelamente, a partir de 1997, AOL Instant Messenger era utilizado como canal de comunicación instantáneo, mismo que sería reemplazado en popularidad por MSN Messenger, que nació en 1999, pero que sería descontinuado en 2007 para dar origen a Windows Live Messenger. En la actualidad, este mensajero en línea –al ser fusionado con Skype–, se convirtió en un sistema de comunicación que permite hacer llamadas virtuales con personas que posean una cuenta en Skype, ubicadas en cualquier parte del mundo (Historia de las redes sociales, 2012).

Y aunque cada red de las mencionadas y algunas otras que figuraron en Internet pero que perecieron por no ser tan usadas, aún con propuestas novedosas para los usuarios –como el caso de Second Life, que emulaba una vida virtual a través de un avatar–, tuvieron gran auge, una de las que más ha cooptado usuarios a nivel mundial y se ha mantenido como una de las favoritas es Facebook¹³.

En este sentido, México es un país que se ha insertado en la dinámica de comunicación característica de las sociedades de información, lo cual convierte a su población en parte de las estadísticas de usuarios de redes sociales y de Internet a nivel mundial.

No obstante lo anterior, en México todavía no se puede hablar de un acceso a las TIC homogéneo, pues sólo uno de cada tres hogares cuentan con computadora y televisión de paga, mientras que únicamente uno de cada cuatro tiene acceso a Internet, de donde destaca que el 18% de hogares que sí tiene computadora no cuenta con dicho acceso (Modutih, 2012). Así, los hogares que tienen las tres herramientas de las TIC de manera simultánea a nivel nacional, apenas alcanzaba un porcentaje de 16.7% hasta 2012. La principal razón por la que dichas tecnologías no han penetrado de manera más profunda en los hogares, indicaron los habitantes, se debió a la falta de recursos económicos para adquirirlas.

Sin embargo, de las personas que sí tienen acceso y familiaridad con las TIC, destacaron los jóvenes, ya que la población usuaria de computadoras, Internet y celulares, es predominantemente de personas que van de los 12 a 24 años de edad,

¹³ Ver siguiente apartado (2.3. Surgimiento y evolución de Facebook)

con casi 50% del total de los usuarios. En contraste con la población mayor de 40 años, ya que sólo una de cada diez personas ocupa este tipo de tecnología (Modutih, 2012); esto quiere decir que son las nuevas generaciones las que están siendo permeadas por un constante uso de las TIC, y en consecuencia forman parte de la sociedad de la información y conocimiento (SIC).

En términos generales, se puede constatar que el creciente fenómeno de socialización a través de las TIC se da sobre todo en ciudades, en donde la economía y las labores académicas y profesionales requieren el uso de la computadora. En este aspecto, se informó que en entidades como el Distrito Federal, Nuevo León, Sonora y Baja California, cuatro de cada diez hogares cuentan con una computadora, lo que significa un promedio de 43.4%; mientras que en Chiapas, Guerrero y Oaxaca, sólo uno de cada diez hogares tiene acceso a una computadora, un promedio de 14% (Pixeldigital).

La mayor concentración de usuarios de redes sociales y de Facebook en especial, se encuentra en las principales ciudades del territorio nacional, como lo demuestra la siguiente gráfica, según Pixeldigital:

Gráfica 6. Uso de Facebook por entidades federativas



Fuente: <http://www.pixeldigital.com.mx/blog/estadisticas-de-facebook-en-mexico/>

Por otro lado, a pesar de que las cifras no muestran disparidad respecto del indicador de género, ya que del total de usuarios la mitad corresponde a hombres y la otra a mujeres (Motudith, 2012), se sabe que la desventaja de aquéllas reside principalmente en el fenómeno conocido como la segunda brecha digital, es decir, en el nivel de apropiación de las TIC y en la creación y diseño de las mismas, en donde las mujeres ocupan un lugar secundario y pasivo (Cecilia Castaño, 2008), además de la violencia de género que en dichos medios se difunde y lo que contribuye a devaluar el concepto de las mujeres en relación con los medios.

De acuerdo con ello, en esta investigación se indaga acerca de la representación social del cuerpo intervenido por la violencia de género y psicológica que se proyectan en Facebook, lo que hace necesario saber si las estudiantes en las que se centra este estudio (de la licenciatura en Administración de la UNAM) reproducen también la dinámica de violencia en este medio; al estar altamente relacionadas con el uso de las TIC, pues según el Modutih 2012, las personas que más utilizan este tipo de tecnologías tienen un nivel educativo superior o de posgrado (89.8% del total de usuarios).

De este modo, es necesario conocer más detalles sobre Facebook, aplicación que se mantiene en la actualidad como la red social de preferencia a nivel mundial.

2.3 Surgimiento y evolución del Facebook

Facebook es un sitio creado en la web como una red social, cuya autoría fue del estadounidense Mark Zuckerberg cuando éste tenía 20 años de edad y era estudiante de la Universidad de Harvard. Se concibió como una red interna para uso del alumnado, en donde todos podían acceder a información privada y profesional de sus compañeros estudiantes (Juan Faerman, 2011).

Con el tiempo esta red social se abrió al público en general, encontrando usuarios en todo el mundo y un rotundo éxito que incluso hizo que a partir de mayo de 2012 Facebook comenzara a cotizar en la bolsa Nasdaq Wall Street New York.

Pero existe una razón por la que se considera que Facebook ha encontrado su éxito en el mundo entero, y es que todas sus funciones estén diseñadas con la premisa de que hay personas alrededor de los usuarios con las que estos pretenden interactuar y estar en contacto (Juan Faerman, 2011).

Aunque previamente ya había redes de socialización virtual, fue Facebook la página que logró permanecer en el gusto de los usuarios de todo el mundo, además de que sigue en expansión.

Volviendo a los orígenes de esta red, según el filme *The Social Network* (David Fincher, 2010), Mark Zuckerberg, estudiante de informática en la Universidad de Harvard, en un intento por vengarse de la última chica que conformaba su lista de decepciones amorosas, creó una red universitaria en Internet, con la finalidad de exponer a las alumnas de dicha institución para ser calificadas por los demás según su belleza. Una de las fotografías correspondía a la protagonista de la entonces decepción amorosa de Zuckerberg, por lo que él no dudó en lanzar en la red una serie de insultos y ofensas sobre la imagen de la chica. De este modo, la red interna

de Harvard comenzó a captar la atención de todos los alumnos en pocas horas, el motivo: calificar la “belleza” o bien el “infortunio” físico de las estudiantes.

Hay un aspecto que hay que destacar y que ha sido el principal factor de que esta red sea la favorita de millones: se trata de un medio en el que se puede compartir todo tipo de material (visual, audio, escrito) con las personas que se conoce y se tiene cerca, sobre un sinnúmero de situaciones que ocurren en la vida cotidiana.

Pero además, es preciso destacar que esta red tiene un origen sexista, pues la idea que concibe Marck Zuckerberg es ante todo exponer la imagen de sus compañeras de universidad, esencialmente para calificarlas en términos de belleza, en donde los cuerpos se encuentran implicados.

La concepción de esta red, más allá de estar en contacto con las personas más cercanas, tiene también la intención de “calificar” las imágenes que suben los usuarios, y esta calificación está basada en los parámetros de la organización patriarcal, que en este caso es lo relativo a la belleza. Si bien ya en la práctica Facebook se ha convertido en un espacio que alberga opiniones disidentes a la organización patriarcal, también se encuentran en la aplicación páginas de alto contenido sexista y machista. Por ejemplo, la antropóloga y bloguera Gabriela Montiel (2013) denunció mediante un artículo en línea, la práctica que atenta contra mujeres adolescentes llevada a cabo por un grupo de Facebook que se llama “Jovencitas muy jovencitas” con 2321 seguidores, en donde se exhiben fotografías de niñas que no pasan de los 12 años de edad, mismas que hombres comentan con frases sexistas, machistas, denigrantes y misóginas: “*Que rica pendeja te chuparía toda*”; “*hermoso triángulo*”; “*Nada mejor que una zorra joven para coger*”. Y comentarios en ese mismo tono son los que dejan los usuarios de esa comunidad.

Gabriela Montiel (2013) denuncia que a pesar de que ha pedido el cierre de este grupo que fomenta la violencia de género, el sexismo, el machismo y la cosificación de las niñas (quienes incluso desconocen que esas fotografías son usadas en dicha comunidad), ha recibido negativas por parte de la administración de Facebook, la cual –paradójicamente- tiene como política la censura de cuerpos desnudos.

Este suceso cobra importancia si se considera que muchas de las fotografías ni siquiera sugieren un tono sexual, sino que ha sido la misma página la que hace que los usuarios infieran (de acuerdo con la representación social del cuerpo, impregnada de violencia) que las mujeres que aparecerán en dicho grupo son mujeres que provocarán su deseo sexual.

Fotografía 1. Blog “Cuerpos que se comentan, cuerpos que se postean”.



Fotografía 2. Blog “Cuerpos que se comentan, cuerpos que se se postean”.



Fuente: http://gabrielakame.blogspot.com.es/2013/10/cuerpos-que-se-comentan-cuerpos-que-se_6795.html

En Facebook abundan páginas de ese tipo, es decir, de una práctica de violencia de género explícita, mientras que la forma implícita o psicológica se observa en anuncios publicitarios o en la propia dinámica de los usuarios. Lo cual quiere decir que Facebook se ha vuelto en parte en una aplicación donde se confirma la representación social del cuerpo de la mujer con contenido de violencia de género.

Por otro lado, a partir del nacimiento de Facebook, en 2004, el sitio cuenta con 1,150 millones de usuarios al mes, provenientes de todas partes del mundo (El Universal, 2013) (que tienen en primer lugar con acceso a Internet), además de sumar diariamente a cada vez más personas. Aunque a medida de que no sólo personas, sino instituciones, comercios de todo tipo, organizaciones culturales, bandas musicales, sitios de descanso, educativos, intelectuales, etc., abren sus espacios en Facebook, el tipo de interacción no es únicamente con las personas que se conocen en el plano físico, sino que ahora también se puede conocer a gente a partir de intereses en común. Por lo que ya se puede ver en cada aplicación mucho de los intereses personales de los usuarios, desde amistades hasta lugares que frecuentan, relaciones amorosas, rupturas, etc., gracias a lo cual se ha trasladado parte de la vida de los “facebookeros” a la red. En términos generales, pareciera

que Facebook ha sido el detonante que dará lugar a la coexistencia social de las personas entre la realidad física y la virtual, a medida que se incremente su uso.

Con base en el Gráfico 1 y en la información del sitio de mercadotecnia por Internet Pixeldigital (que sostiene que Facebook es la red con más crecimiento de 2010 a 2012) este estudio está centrado particularmente en las mujeres del grupo de quinto semestre de la carrera de Administración, de la Facultad de Contaduría de la UNAM, en la Ciudad de México; toda vez que aplicado el cuestionario de sondeo¹⁴ se comprobó que todas las estudiantes del grupo tienen una cuenta en Facebook.

Es cierto que en tal grado Facebook ha servido para agilizar procesos en las relaciones laborales, encontrar material de interés y fomentar causas de una consciencia cívica, derechos humanos, laborales, acortar distancias y estrechar relaciones con personas conocidas, etc., pero también se puede ver en él un aspecto casi enajenador, que hace que los usuarios se conecten de forma asidua y hasta muchas veces adictiva. Basta caminar por las calles o pasar por restaurantes para ver una importante cantidad de gente con los ojos clavados en la pantalla de su dispositivo, subiendo e informando a sus contactos sobre lo que en ese momento están haciendo (estar en el restaurante, leyendo, etc.).

Por lo mismo, en todos los contenidos que comparten las personas en Facebook dada la presunción de que se puede ser como se es en la vida cotidiana, así también se pueden apreciar ciertos fenómenos sociales: a través de la promoción de ideologías, posturas, valores, formas de pensamiento en general que se conocen por medio de la opinión de los usuarios o de sus mismos sitios de interés.

Además de representaciones sociales que se leen también a partir de comentarios, imágenes o videos.

De esta forma, enlazando un aspecto sociológico, como es el hecho de vivir en un contexto propio de las sociedades de la información (en estrecho desarrollo con las tecnologías de la comunicación), es como se esgrime un problema de violencia de género en la red social virtual, que a su vez ha cobrado la forma de representación social. La cuestión de representar el cuerpo de las mujeres con características definidas en la red social es un hecho que comparten hombres y mujeres de distintas poblaciones y edades, aunque en este caso la representación es la que comparten estudiantes localizadas en un ambiente urbano, con un determinado grado de familiaridad con la tecnología y con Facebook.

Así, la alta recurrencia en el uso de esta aplicación por los y las estudiantes se muestra por medio del cuestionario de sondeo realizado al grupo del quinto

¹⁴ Ver capítulo metodológico.

semestre de contaduría de la UNAM, el cual arrojó que los 107 alumnos encuestados poseen una aplicación personal de Facebook. Esto concuerda con lo registrado por Modutih 2012, donde se asegura que son sobre todo jóvenes de 12 a 29 años de edad quienes más usan la red; al tiempo que sustenta que el estudio esté dirigido a mujeres jóvenes y estudiantes universitarias de la Ciudad de México.

En poco más de una década, las redes sociales virtuales se han colocado como uno de los medios favoritos de comunicación en Internet, incluyendo a México, ya que en el caso de Facebook, para 2013 95% de quienes tuvieron acceso a la red poseían una cuenta en dicha aplicación. Hasta agosto del mismo año, Facebook alcanzaba en el país a los 47 millones de usuarios mensuales; de los cuales 35 millones accedieron por medio de dispositivos móviles (El Universal, 2013).

Concluyendo, los acontecimientos y formaciones sociales pueden apreciarse ahora también en la red, en la medida en que las personas entran a esta dinámica virtual, que se puede estudiar a través del género y las representaciones sociales, para así descifrar ideas y significados de las mujeres jóvenes habitantes de un espacio urbano dentro de la Ciudad de México.

CAPÍTULO III

Metodología

3.1. Triangulación

El espacio de Internet Facebook, dentro del que interactúan las usuarias estudiantes de la carrera de Administración de la Facultad de Contaduría de la Universidad Nacional Autónoma de México, grupo de quinto semestre en el que se basa este estudio, se remite a las representaciones sociales, no es tangible y dada su naturaleza de “conectar” a individuos con todo tipo de características, se vuelve un espacio de difícil estandarización respecto de su población, si es que se pretendiera realizar un estudio únicamente con metodología cuantitativa, toda vez que existe un registro de alrededor de 20 millones de usuarios de todo el mundo, además de que

cualquier persona que posea una computadora con Internet puede registrarse en Facebook, lo cual hace incalificable a la población de manera precisa.

Sin embargo, tampoco sería válido prescindir de las herramientas cuantitativas que permiten dar un primer acercamiento a las mujeres sobre quienes se pretende integrar la información de los significados que interesan a este trabajo.

Por tanto, las técnicas aquí utilizables provienen de un método de triangulación, a fin de usar de forma complementaria herramientas cualitativas y cuantitativas (José Ignacio Ruiz, 1996). En este sentido, José Ignacio Ruiz indica que existen elementos que hacen inevitable la integración de las dos técnicas: La inseparabilidad de los métodos de investigación y el ámbito de comprensión que va haciéndose cada vez más amplio. En su trabajo, Ruiz afirma que se cae en un gran error al considerar a la estadística simplemente como un método neutral.

Asimismo, la triangulación es una herramienta heurística que no sólo amplía y enriquece la investigación, sino que la fortalece y consolida; además de que se utiliza cuando se aplican varias técnicas para un solo trabajo (José Ignacio Ruiz, 1996). Es importante aclarar que, debido a la necesidad de encontrar los significados dentro de las representaciones sociales del espacio virtual en el que las estudiantes comparten sus fotografías, se ha pensado en utilizar principalmente este método, el cual posee determinado grado de flexibilidad y posibilita encontrar los elementos de la violencia de género a través del estudio de los significados.

Según José Ignacio Ruiz (1996), la triangulación posee las siguientes características principales:

- *El marco natural*: La investigación se desarrolla principalmente fuera del laboratorio, en contacto directo con los fenómenos objeto de estudio y sin ningún tipo de asilamiento orientado a su control. Por lo que, en este caso, las estudiantes se entrevistaron en la escuela a la que asisten, con la finalidad de no incidir de alguna forma en los resultados, sino buscando que brindaran las respuestas de acuerdo con el entendimiento de su entorno y de forma “natural”.

- *El diseño emergente*: Está siempre abierto a nuevos enfoques, planteamientos, conceptos e interpretaciones, lo cual impide la fijación a priori de esquemas rígidos de comportamientos. En este caso, se plantea una problemática que está implícita en las fotografías que comparten las estudiantes; sin embargo, a través de las entrevistas, ASBI y cuestionarios, lo anterior se retroalimenta, por lo que se abandona la imposición de esquemas.

- *La flexibilidad técnica*: Paralelamente, las técnicas aplicadas deben de ser acomodaticias y adaptables a las realidades múltiples, conflictivas, desagregadas,

que intenta explicar, y sensitivas a la interacción e intercambio constante que se da entre investigador e investigado. Debido a ello se optó por la triangulación, que brinda la flexibilidad de acoger toda la información posible desde distintas técnicas y aristas para el enriquecimiento de la investigación desde una lógica de intercambio informativo (José Ignacio Ruiz, 1996: 112).

- *El muestreo intencional*: Más que representar a modo de réplica todos los casos existentes en el universo objeto de investigación, se busca comprender el máximo de algunos casos selectos, sin pretender generalizar los resultados a todo el colectivo (José Ignacio Ruiz, 1996: 116). Por ello es que en esta investigación se descartó la idea de utilizar una muestra representativa de “todos los casos”, pues tratándose de un universo ilimitado de mujeres que interactúan en Internet, sería absurdo e incluso imposible realizar un muestreo de todas las mujeres usuarias de Facebook en el mundo, y localizar en él los patrones de violencia de género detectados en la exhibición de algunas fotografías acerca de su imagen corporal, que además presentarían variaciones dadas por su nacionalidad, edad, rasgos culturales, entre otros.

También señala José Ignacio Ruiz (1996) que hay aspectos por los que es importante utilizar la triangulación, en este caso se consideró el siguiente: “Se trata de la evidencia circunstancial (Kellaher, 1990), que no contradice ni apoya conocimientos previos, sino que abre nuevas vías de interpretación que necesitan ser valoradas y contrastadas antes de su aceptación definitiva” (P. 28), y que en esta investigación se refiere al contenido de las fotografías sobre el cuerpo de las mujeres que se intercambian en Facebook, toda vez que la violencia de género a la que hacen alusión implícita, debe ser interpretada desde un enfoque de género, impidiendo que se dé la aceptación *per se* de este tipo de imágenes.

Por tanto, es de mayor confiabilidad y alcance comprender el máximo de algunos casos de las mujeres estudiantes de Administración, mexicanas, cuya edad oscila entre los 20 a 24 años, y que muestran su cuerpo a través de las fotografías que comparten. Esto adecuándolo a su contexto, sin tratar de generalizar los hechos a todas las usuarias.

Al respecto, José Ignacio Ruiz (1996) sostiene que:

La interpretación ideográfica, es opuesta a la interpretación que busca generalizar de lo particular a lo universal, la interpretación está siempre condicionada por, y referida al contexto concreto en el que se recoge y se analiza la información. Mientras que la aplicación tentativa, lejos de presumir una rápida generalización de los datos concretos a situaciones universales, supuestamente semejantes, la investigación cualitativa investiga el

significado de casos dentro de un contexto único, más bien que formular leyes generales. (P. 126)

Asimismo, la investigación con un método triangulado requiere en un primer momento de iniciativas orientadas al conocimiento general del campo y a la confección de un examen piloto –realizado ya mediante la aplicación de un cuestionario de sondeo-, además de que se trata de una estrategia metodológica que también funge como un tipo de control de calidad, y que para este trabajo, tiene como objetivo lograr el enriquecimiento por medio de la apertura de las vías de información y de los modos de interpretación. En este caso, el cuestionario es el que abrirá dichas vías, mientras que la entrevista y el ASBI brindarán lo relativo a los modos de interpretación.

Ahora bien, la necesidad de utilizar esta metodología no es fortuita, sino que obedece al tipo de espacio en donde se da la interacción a estudiar: Internet. Como ya se ha mencionado, dicho espacio es un universo en que se dan todo tipo de relaciones y en el que se intercambia un sinnúmero de significados por personas de todo el mundo y con diferentes situaciones estructurales, lo cual vuelve imposible la aplicación de una metodología estática o unilateral.

Las técnicas de investigación que se utilizarán buscan responder las siguientes preguntas de investigación:

- a) **¿Cómo se reproducen los patrones de violencia de género en las interacciones dentro de Facebook?**
- b) **¿Qué elementos de las imágenes compartidas suponen la persistencia de relaciones de poder genérico?**
- c) **¿Cuáles son las condiciones que permiten la continuidad de la violencia de género de manera invisible?**

Por todo lo anterior, esta investigación obedecerá al siguiente proceso, cuyos elementos se definen más adelante:

- **Realización de cuestionarios de sondeo:** Esta es la primera etapa de la investigación, en la que se aplicará una serie de cuestionarios a un grupo de estudiantes (hombres y mujeres) de Administración de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Nacional Autónoma de México, únicamente con la finalidad de localizar a las mujeres que serán el centro de la información y que sustentan al estudio; es decir, para identificar a aquellas que comparten fotografías en Facebook, cuya característica sea la alusión al cuerpo. En este sentido, se utiliza el muestreo intencional, cuyo

objetivo es comprender el máximo de algunos casos seleccionados (José Ignacio Ruiz, 1996); a su vez, esta selección se logrará mediante la aplicación de los cuestionarios.

- **Aplicación del ASBI.** Si bien es cierto que la aplicación de determinados métodos conlleva a la obtención de información respecto de temas específicos, dados por los sujetos estudiados, también es cierto que la información que se puede obtener allegada por personas que interactúan en el mismo contexto, resulta muy valiosa por el hecho de que permite conocer en una mayor dimensión el fenómeno estudiado. Por tanto, el Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI) que se aplica en la investigación, tiene la finalidad de saber lo que piensa el grupo de estudiantes respecto de imágenes que se elegirán del portal Facebook, y que hacen alusión al cuerpo de las mujeres en un sentido de erotismo exacerbado, pues finalmente dichas imágenes circulan por la aplicación y son compartidas por las personas usuarias. También se mostrarán imágenes sexistas y de estereotipos de género. El objetivo entonces es saber lo que el grupo piensa acerca de lo que se les proyectará.
- **Aplicación de las entrevistas.** Una vez identificadas a las personas sujetos de estudio –las estudiantes que comparten fotografías alusivas a su cuerpo en Facebook- de entre el grupo de Administración, se aplicará una entrevista grupal, bajo el entendido de que ésta (al ser más profunda y cercana al entrevistado, a diferencia del cuestionario) proporcione la información de contenido, que a su vez permitirá saber lo que las estudiantes piensan sobre las imágenes que comparten, y más que eso, el significado de las representaciones que conciben, comparten y reproducen en el marco social.

Por tanto, las técnicas más adaptables a este trabajo son: el cuestionario de sondeo, el análisis semántico basado en imágenes y la entrevista, mismas que a continuación se detallan.

3.2. Características de las técnicas: el cuestionario de sondeo, el análisis semántico basado en imágenes (ASBI), la entrevista y el análisis del discurso

Cuestionario de sondeo:

Esta herramienta es utilizada con la intención de un primer acercamiento a la dinámica de interés, y ante la imposibilidad de observar a todos los escenarios y actores sociales que intervienen en la misma.

El cuestionario se define como una serie de preguntas escritas u orales sobre un tema para averiguar las opiniones de quien responde al respecto (Sommer y Sommer, 2001), y del que se necesita antes de aplicarlo, poseer un panorama

general sobre lo que se va a preguntar.

En este sentido, se aplicó un cuestionario de sondeo a un grupo de estudiantes del 5to. Semestre de la licenciatura de Administración en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, el cual buscó principalmente conocer el panorama de estudio e identificar el uso de las redes sociales virtuales, pero principalmente saber si las mujeres sondeadas comparten en Facebook fotografías de sí mismas.

Dicho cuestionario de sondeo sirvió para confeccionar las preguntas con las que, posteriormente, se identificó a las estudiantes para realizar la entrevista y el análisis semántico basado en imágenes (ASBI), lo cual a su vez facilitó la herramienta para que aquéllas brindaran la información acerca de los supuestos significados que se traducen en una violencia de género implícita, y de aquellos que conciernen a las representaciones sociales.

Las categorías, variables e indicadores que se utilizaron en la elaboración del cuestionario de sondeo son los siguientes.

Tabla 1. Esquema del cuestionario de sondeo

CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
Acceso a Internet	Computadoras	Laptop
		Netbook
		Computadora de escritorio
	Dispositivos móviles	Celular
		Smartphone
		Tablet
		Iphone
		Ipad
	Lugares de acceso	Hogar
		Café Internet
		Bibliotecas
		Trabajo
		Plazas comerciales
		Escuelas (RIU)
	Tipos de conexión	Red alámbrica (Imposibilidad de usar el teléfono cuando se usa Internet)
		Modem
		Red inalámbrica
		Cable TV (fibra óptica)
		Wifi
Usos	Intensidad	Frecuencia
		Tiempo de conexión a Internet
	Información consultada	Personal
		Educativo
		Entretenimiento

	Comunicación (contactos con los que se interactúa y medios en Internet)	Lazos sociales
		Plataformas de comunicación

Fuente: elaboración propia.

Conforme lo anterior, el cuestionario de sondeo que se aplicó quedó de la siguiente manera:



CUESTIONARIO DE SONDEO GRUPAL

Nombre (opcional):

Carrera:

Edad (obligatorio):

Semestre:

Facebook (obligatorio):

Sexo (masculino/femenino)

- 1. ¿Con cuál(es) de estas computadoras cuentas? (Puedes elegir más de una opción)**
 - a) Laptop
 - b) Escritorio
 - c) Netbook

- 2. ¿Con cuál de estos dispositivos móviles cuentas para acceder a Internet? (Puedes elegir más de una opción)**
 - a) Celular
 - b) Smartphone
 - c) Tablet
 - d) Iphone
 - e) Ipad

- 3. ¿Desde dónde acostumbras conectarte a Internet? (Puedes elegir más de una opción)**
 - a) Hogar
 - b) Café Internet
 - c) Biblioteca pública
 - d) Trabajo
 - e) Plazas comerciales
 - f) Escuela (RIU)

- 4. ¿Qué tipo de conexión a Internet tienes? (Puedes elegir más de una opción)**
 - a) Red alámbrica (imposibilidad de usar el teléfono cuando se usa Internet)
 - b) Modem
 - c) Red inalámbrica Cable TV (fibra óptica)
 - d) WIFI

- 5. ¿Con qué frecuencia te conectas a Internet?**

- a) Diario
- b) 3 a 4 veces por semana.
- c) 1 a 2 veces por semana.

6. ¿Cuánto tiempo te mantienes conectado a la red?

- a) 1 a 3 horas diarias.
- b) 4 a 6 horas diarias.
- c) 7 a 9 horas diarias.
- d) Me mantengo conectado todo el día.

7. ¿Qué tipo de información personal consultas en Internet? (Puedes elegir más de una opción)

- a) Consejos para la familia.
- b) Consejos para tener novio.
- c) Consejos de salud y dietas.
- d) Consejos de moda/belleza

8. ¿Qué tipo de información y sitios visitas en Internet para labores escolares? (Puedes elegir más de una opción)

- a) Revistas arbitradas.
- b) Wikipedia.
- c) Libros digitales.
- d) Grupos o sitios escolares.
- e) Revistas periodísticas.
- f) Periódicos.
- g) Fuentes estadísticas.

9. ¿Qué tipo de información consultas para fines de entretenimiento? (Puedes elegir más de una opción)

- a) Música
- b) Películas
- c) Chistes
- d) Videos
- e) Juegos en línea
- f) Astrología/horóscopos
- g) Sitios deportivos
- h) Lecturas (periódicos y revistas)
- i) Sitios para hacer amigos o pareja
- j) Pornografía

A partir de los resultados del cuestionario de sondeo referido, se seleccionaron las respuestas de las mujeres que conformaron los siguientes grupos:

1. Mujeres para el análisis del discurso visual. Para analizar únicamente las imágenes que subían a sus cuentas de Facebook, 22 de las 58 mujeres proporcionaron su dirección para ser localizadas en dicho sitio¹⁵; mientras que de las 22, se ubicó a 17 que compartieron en sus respectivas páginas de Facebook fotografías referentes a su imagen personal, cabe aclarar que la alusión al cuerpo en las imágenes fue el único criterio de selección para el análisis del discurso visual de las fotografías, así como de la aplicación de la entrevista grupal. Algunas de las imágenes de las 17 usuarias se muestran a continuación.
2. Mujeres para la entrevista grupal. Se seleccionó a cuatro mujeres, que fueron de quienes se detectó en sus cuentas de Facebook que subían imágenes y fotografías personales.

Fotografía 3. Estudiante usuaria de Facebook



¹⁵Algunas de las cuentas de Facebook poseen una configuración de privacidad, por lo que hay usuarios que muestran su información únicamente a las personas que tienen agregadas como amigos en sus aplicaciones, mientras que las que no poseen tal configuración, pueden mostrar su información a toda persona que cuente con Facebook, sin tener restricción alguna.

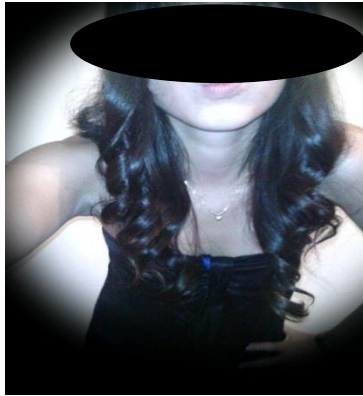
Fotografía 4. Estudiante usuaria de Facebook



Fotografía 5. Estudiante usuaria de Facebook



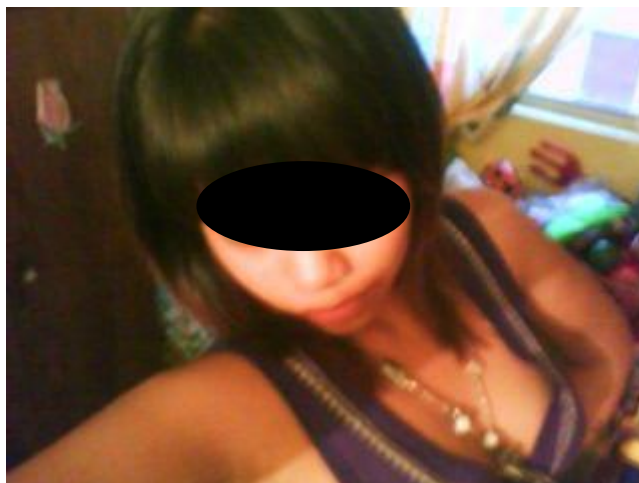
Fotografía 6. Estudiante usuaria de Facebook



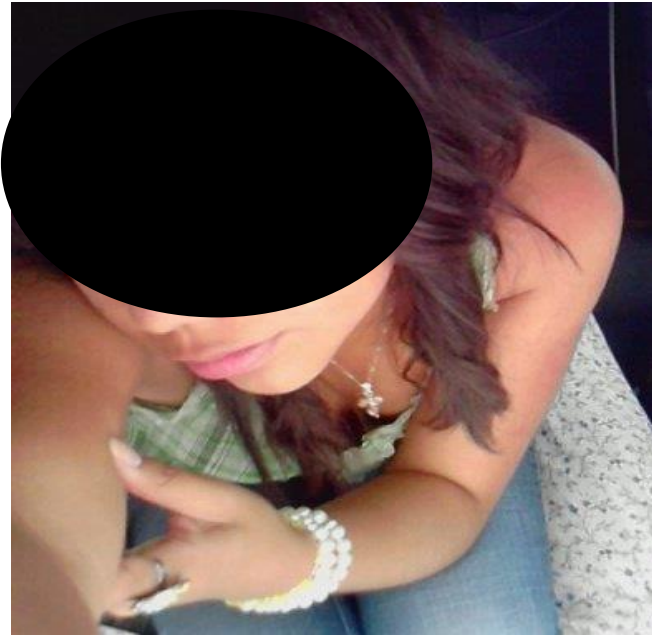
Fotografía 7. Estudiante usuaria de Facebook



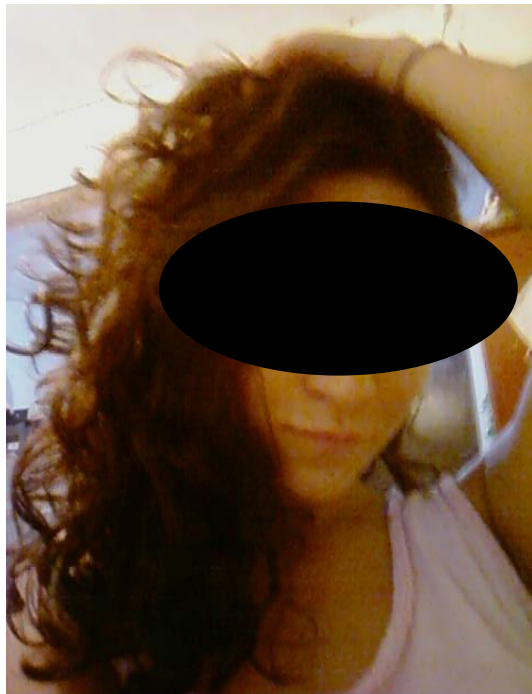
Fotografía 8. Estudiante usuaria de Facebook



Fotografía 9. Estudiante usuaria de Facebook



Fotografía 10. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 11. Estudiante usuaria de Facebook.



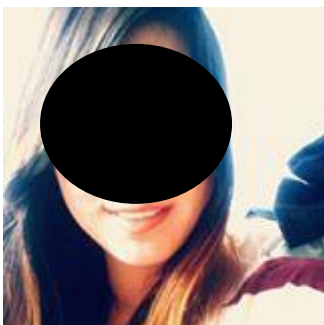
Fotografía 12. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 13. Estudiante usuaria de Facebook.



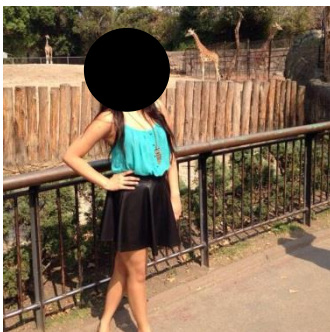
Fotografía 14. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 15. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 16. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 17. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 18. Estudiante usuaria de Facebook.



Fotografía 19. Estudiante usuaria de Facebook.



Estas fotografías, como ya se indicó, se obtuvieron de la aplicación del cuestionario de sondeo y son un ejemplo de la difusión de imágenes a través de Facebook por parte de las estudiantes, que hacen alguna alusión a su cuerpo.

De acuerdo con lo dicho por José Ignacio Ruiz (1996) sobre de que la selección a realizar –que en este caso se hizo con base en la aplicación del cuestionario de sondeo-, se realizó sobre las estudiantes que:

- a) Facilitaran el acceso a los núcleos de la acción social¹⁶ misma.
- b) Tengan proximidad al núcleo de la acción¹⁷, de tal manera que no se precisen los otros intermediarios (de información) ni intérpretes (de sentido).
- c) Prometan más riqueza de contenido por su experiencia personal.

¹⁶La acción social es definida por MAX Weber (1920) como el comportamiento en el que existe un componente de significación subjetiva, que se explica de acuerdo con las intenciones que la inspiran y con las consecuencias esperadas, elementos que serán dilucidados mediante la aplicación de las entrevistas a las estudiantes seleccionadas.

¹⁷En este caso, se entiende que los sujetos de estudio a seleccionar son quienes interiorizan y reproducen la violencia de género que se refleja en las representaciones sociales, mediante la acción consistente en difundir a través de su página Facebook fotografías que aluden a su cuerpo.

Por lo que, más que centrarse en el número de alumnas que muestran fotografías relacionadas con su cuerpo e imagen, la información por la que se podrá obtener la riqueza de contenido y significado de esta investigación, es de aquellas que potencialmente pueden brindar la información sobre la violencia de género alojada en la representación social del cuerpo, y a su vez, los elementos que podrán aportar esta significación son tanto esos patrones estéticos (hiperdelgadez, tez clara, curvatura del cuerpo, senos y nalgas ya sea prominentes o lo suficientemente visibles en la imagen), como la insistencia de mostrar la imagen de lo corpóreo sujeta a la expropiación de la sexualidad por los otros, ofrecida para que miren los otros.

Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI)

El análisis semántico icónico es la combinación de cuatro diferentes enfoques implícitos de la fenomenología social (Jesús Galindo Cáceres, 1998): La etnometodología, la teoría del medio (Marshall McLuhan, 2002), el análisis semántico y el análisis crítico.

De tal forma que, el análisis semántico basado en imágenes (ASBI) está arraigado en la etnometodología¹⁸ y comparte esa orientación en general, se trata de una herramienta de índole cualitativa, que únicamente presupone un fenómeno, pero que procura que la organización de la herramienta conserve la voz del sujeto estudiado bajo su propia perspectiva.

Por tanto, al recurrir a una técnica vinculada a la etnometodología, se pretende que las aportaciones teóricas se construyan también a partir de los fenómenos mismos, justamente con la finalidad de nutrir la teoría de género ya existente en relación con la sociología.

Las imágenes que comparten las estudiantes en Facebook son la herramienta que fungirá como el señuelo para encontrar los significados del mundo de las entrevistadas, y en todo caso, para encontrar que en su concepción social hay patrones de violencia de género que ya se encuentran profundamente interiorizados.

En este sentido, se puede definir el ASBI como una etnometodología práctica que posee dos elementos fundamentales de acuerdo con lo propuesto por Clifford Geertz (Jesús Galindo Cáceres, 1998: 392): acción física y acción aparente, lo cual quiere decir que se tiene que interpretar el significado de determinado gesto, por ejemplo, en función de su contexto y de su dinámica.

¹⁸ La etnometodología se construye a partir de la interacción social, por lo cual, cualquier teoría que desarrolle, se genera por el mismo conjunto de fenómenos sociales, de hechos que ocurren en la vida cotidiana.

En otro aspecto, Harold Garfinkel (en Leiter, 1980) indica que una fuente importante del poder coercitivo de hechos sociales es que las personas mantengan las formas de proceder como verdaderas, lo cual se cumple en el caso de la violencia simbólica y psicológica, sobre todo respecto a la forma en que se muestra el cuerpo, con el entendido de que se está a la altura de las expectativas de los demás, mientras que las estructuras que son derivadas, también se convierten en realidad.

De tal modo que el ASBI y las investigaciones etnometodológicas son útiles para explorar la relación entre la organización simbólica y las formas de organización social (Jesús Galindo Cáceres, 1998).

La relación que tiene la Teoría del Medio¹⁹ con el ASBI radica en que la primera se puede aplicar para promover cierta determinación: En el análisis final, el medio no es sólo el mensaje (Marshall McLuhan, 2002), sino el agente principal para ciertas formas de desarrollo social. Ciertamente Internet es el medio en el que se creó Facebook, una aplicación de interacción virtual entre los usuarios, aunque en este caso no es apreciado como agente causal primario, pues la violencia de género es un hecho dado en la dinámica de persona a persona; sin embargo, sí es un multimedia importante para apreciar dicha violencia en un ámbito más bien de representación social con consecuencias psicológicas, como asumir ciertos patrones estéticos.

De acuerdo con lo anterior, es posible utilizar a los medios como herramientas de análisis social e interpretativas, en lugar de apreciarlos como elementos que tienen que ser descubiertos *per se*.

La importancia de esta técnica radica en la gran cantidad de información que provee acerca del ambiente de la sociedad y la cultura.

Sin embargo, hay un factor de suma importancia para enmarcar también la aplicación del ASBI como una herramienta cualitativa, utilizado en el estudio de las representaciones sociales cuyo origen proviene de la teoría acuñada por Sergei Moscovici (1973), que inscribe al estudio de la vida cotidiana como fuente principal de conocimiento de lo que las personas consideran al interactuar en la sociedad; es decir, se trata de una teoría que no abandona el enfoque sociológico, pero tampoco

¹⁹La teoría del Medio es una de las principales aportaciones de Marshall Macluhan en el ámbito del estudio de las tecnologías de la información. En este caso, sostiene esencialmente que “el medio es el mensaje”; es decir, en una diferente y relevante acepción del medio, define a éste como la prolongación de nuestro propio ser debido a cada nueva técnica, mientras que indica que el mensaje es todo cambio que el medio provoca en las sociedades o culturas, por lo que no es viable apreciarse únicamente como contenido. De este modo, el medio tiene entonces el poder de modificar el curso y el funcionamiento de las relaciones y de las actividades humanas.

el de la acción individual.

Es pertinente aludir al ASBI como un posible método de la investigación de la teoría de la representación social (TRS) –además de la entrevista-, toda vez que esta última se sostiene en los elementos de análisis de la realidad en su acepción de construcción social, y que supone que el saber es una construcción del sujeto que no está separada de la inscripción social (Sergei Moscovici, 1973).

Además, es conveniente también por el hecho de que se genera conocimiento a partir de las características de lo estudiado con la teoría adaptada, lo que conforma una metodología creativa (Ángela Arruda, 2012).

Sin embargo, el principal factor que hace necesaria la referencia a la TRS, es el puente que se puede crear entre ésta y las teorías feministas; pues con ello se logran manifestar dimensiones subjetivas, afectivas y culturales en la dimensión del saber y en las acciones de las personas, considerando la construcción del conocimiento en la labor científica, y estableciendo necesariamente la relación entre el tema/objeto y su contexto, y por tanto, de la subjetividad de las/los estudiadas/os (Ángela Arruda, 2012).

Lo anterior no puede aludirse sin antes ahondar en el concepto de las representaciones sociales citado Denise Jodelet (2002): Las representaciones sociales son “una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, con un objeto práctico que contribuye a la construcción de una realidad común a un conjunto social” (P. 329). Entonces, se entiende que las fotografías que las mujeres muestran en Facebook acerca de ellas mismas; es decir, de su aspecto físico, serán las herramientas para analizar dicha forma de conocimiento, que a su vez es la referencia de la construcción de su realidad en ese sentido y que retroalimenta al conjunto con representaciones sociales de las que es preciso averiguar su significado.

Este significado, debe ser abordado en la articulación de los elementos que darán cuenta de la posible existencia de la violencia de género, para lo cual servirá tanto la entrevista grupal como el ASBI. Además, también se integrará el lenguaje y la comunicación, las realidades sociales que afectan a las representaciones y la realidad material, social e ideal; elementos que serán analizados y referidos en el estudio al tratarse de una dinámica inscrita en las redes sociales virtuales, que poseen un lenguaje y comunicación propios.

Precisando, el significado implica el estudio del contenido de la representación social –en este caso el cuerpo de las mujeres como objeto de la violencia de género-, cuya base es el lenguaje utilizado, los discursos e imágenes involucrados, para dilucidar los valores, creencias y significaciones de dicho espacio: Las fotografías

muestran características atribuidas socialmente al cuerpo, como son la sexualidad, el erotismo y la belleza principalmente; asumidas e interiorizadas en el comportamiento de las mujeres.

Selección de imágenes para aplicación ASBI

La metodología para seleccionar las imágenes se realizó en Facebook, cuyo diseño corresponde al de un hipertexto; es decir, a un tipo de texto electrónico que presenta información relacionada con otra, y a la cual se puede acceder dentro de la misma pantalla, pasando de una a otra en el orden en el que se desee. De esta forma, en la página de Facebook “Del monte la Ley”, cuyo contenido principal son imágenes relativas a la cultura urbana de la Ciudad de México, muchas de ellas con una connotación de humor, también posee una considerable cantidad de imágenes de mujeres autofotografiadas, con una alusión principal a la sexualidad.

En dicho hipertexto, se encontró que la información sugerida en las ligas era de páginas con contenido único de mujeres en diversas posiciones corporales y con poca ropa, con la misma alusión sexual que de la página principal; de este modo, además de la página “Del monte la Ley”, se seleccionaron también imágenes de la página “Chicas calientes”, que cuenta con 117, 467 seguidores.

Realización del ASBI

Todas las fotografías seleccionadas se mostraron en un proyector a los alumnos y alumnas del 5to. Semestre de Administración de la Facultad de Contaduría de la UNAM, para que, en una hoja de papel, escribieran las ideas que les llegaran a la mente, inmediatamente después de ver la imagen.

Es preciso aclarar que la aplicación del ASBI tiene como objetivo obtener la información sobre lo que piensan tanto mujeres como hombres de las imágenes compartidas por las primeras.

Imágenes proyectadas:

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



12.



13.



14.



15.



16.



17.



18.



19.



20.



21.



22.



23.



24.





Las imágenes mostradas son para la aplicación del Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI), el cual, como se indicó, dio las respuestas de lo primero que pensaron los integrantes del grupo al que se aplicó.

En este sentido, las respuestas son el referente de análisis de la representación social del cuerpo de las mujeres pero también de los estereotipos que se construyen en torno a ellas, que a su vez encierran violencia de género, pues hombres y mujeres comparten dichas representaciones y las reproducen en sus interacciones sociales. En concreto, la proyección de estas imágenes obtenidas de la red y las respuestas instantáneas develan el sexismo circulante.

Ahora bien, con base en la obtención del material, los resultados se sistematizaron de acuerdo con las respuestas más recurrentes, haciendo una interpretación de las respuestas en general del grupo, para tratar de dirigirlas hacia la explicación del fenómeno estudiado. Pues como se dijo anteriormente, esta prueba (ASBI) y la aplicación de la entrevista dieron un resultado respecto de la existencia de la violencia de género y sexismo que circula en la red a través del cuerpo como representación social²⁰.

Entrevista

Según José Ignacio Ruiz (1996), la entrevista es una conversación controlada por el arte de saber formular preguntas y saber escucharlas, creando con ello una situación social, en donde cobran sentido las respuestas obtenidas y en el que éstas deben ser interpretadas como episodios de interacción. Resalta que no es una herramienta mecánica, sino que está profundamente influenciada por el entrevistador y sus características, y por las del entrevistado y su contexto. Es decir, se crea una situación en la que se da lugar a ciertos significados que sólo pueden

²⁰ Ver apartado de Análisis e interpretación de los resultados.

entenderse en el mismo marco de interacción mutua, no sin dejar de lado que la entrevista comprende un desarrollo de interacción en el que influyen las características personales, ya sea biológicas, culturales o sociales del entrevistador y del entrevistado. Al respecto, la presente investigación se centra principalmente en el contenido de los significados, por lo que conviene el uso de la entrevista.

Por su parte Sommer (2001) indica que dicha herramienta sirve sobre todo para explorar temas más complejos y emocionalmente estimulantes o bien para indagar en creencias, opiniones y características de personalidad.

En este sentido, cabe recordar que se pretende indagar acerca de las representaciones sociales, que corresponden a actos del pensamiento en los que las usuarias (sujeto) se relacionan con la computadora y las redes sociales (objeto) -. Según Petracci y Kornblit (2004), dicho proceso de relación no consiste en una producción automática del objeto sino en su representación.

Por tanto, la entrevista se trata de una técnica para conseguir que las personas transmitan oralmente al entrevistador su definición personal de la situación, al tiempo que comprende un proceso de colaboración con el entrevistador. Existe también determinado grado de familiaridad que justifica dicha colaboración. En este sentido, la entrevista posee las siguientes características:

- “- Toma la forma de relato en suceso, narrado por la misma persona que lo ha experimentado y desde su punto de vista.
- La entrevista en sí es el contexto en el cual se elabora este relato, y crea una situación social para que pueda tener lugar. En este relato el entrevistador desempeña el papel de facilitador.” (José Ignacio Ruiz, 1996: 167).

Por lo anterior, José Ignacio Ruiz retoma la definición de S.J. Taylor y R. Bogan (1981) y define la entrevista como encuentros reiterados, “cara a cara”, entre la o el investigador y las informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen estas últimas respecto de sus vidas, experiencias o situaciones.

Para ello, es indispensable contar con un guión para la entrevista, pues siempre es preciso tener una dirección de la conversación para evitar llegar a momentos en que ésta se desvíe del cometido principal, o no conduzca a ninguna parte, lo cual podría causar la pérdida de las mejores oportunidades para captar lo que se busca (Ruiz, 1996), pero sin abandonar el grado de libertad que se le puede dar a las entrevistadas, ya sea al preguntar o al responder (Marrodi, 2010).

Cabe aclarar que el guión de la entrevista no implica rigidez en el contenido o en la forma de desarrollar la conversación-entrevista, únicamente funge como el

orientador de la misma, ya que puede darse el caso de que en el transcurso se encuentren las respuestas que han sido buscadas y que no han sido generadas por alguna pregunta contenida en el gui3n.

Siguiendo este eje, la o el entrevistador debe interesarse m3s que por los hechos por los significados, pues en lugar de pretender escuchar lo que se busca en la investigaci3n –muchas veces provocado por el af3n de “encontrar” lo que supone el problema de la investigaci3n-, es preciso lograr que las entrevistadas coincidan con su propio mundo individual, ya que s3lo buscando en ese mundo subjetivo es como se podr3 profundizar en la riqueza de su contenido.

En este trabajo, la entrevista que se aplic3 se hizo grupal, con base en las mujeres que el cuestionario de sondeo permiti3 seleccionar, y en la que se procur3 crear una relaci3n estrecha, que facilitara la comunicaci3n y permitiera encontrar los elementos de importancia y significativos en la mente de las informantes, as3 como sus perspectivas e interpretaciones, el modo en que ellas ven, clasifican y experimentan su propio mundo (Jos3 Ignacio Ruiz, 1996). La informaci3n que se busca en este trabajo no requiere necesariamente de respuestas aisladas entre cada sujeto de estudio, por lo que la entrevista se elabor3 en grupo, lo cual propici3 un buen escenario para que las informantes se sintieran en primer lugar en confianza, y en segundo lugar para que se enrolaran en la din3mica de conversaci3n cuando consideraron conveniente aportar sus experiencias, en lugar de “forzar a alguna” –mediante entrevista individual- a responder preguntas de las que no tienen experiencia o conocimiento.

La entrevista que se aplic3 pretendi3 generar un proceso comunicativo por medio del cual la investigadora obtuvo la informaci3n de una o varias personas, pero no cualquier tipo de informaci3n, sino aquella que se contiene en la vida de las entrevistadas, refiri3ndose al conjunto de representaciones de acontecimientos que han vivido, y que deriva en el hecho de que la informaci3n que interesa, ha sido interpretada o experimentada por las investigadas; “3sta forma parte de su mundo de vida -antes t3cito, dado por descontado- y que ahora pasa a ocupar el centro de reflexi3n, siendo problematizado y narrado” (Jos3 Ignacio Ruiz, 1996).

La entrevista por tanto, se puede juzgar por “la riqueza heur3stica de las producciones discursivas obtenidas en ella” (Alonso, 1998).

Realizaci3n de la entrevista

Del cuestionario de sondeo aplicado al grupo de 5to. semestre de la carrera de Administraci3n mencionado anteriormente, las mujeres afirmaron contar con una computadora en casa y con Internet; asimismo, todas dijeron poseer una cuenta en Facebook.

Por tanto, con el objetivo de conocer acerca de la reproducción de la violencia de género y el sexismo en la red, se diseñó un guión de entrevista que recuperó el análisis de las siguientes categorías de análisis:

Tabla 2. Esquema de la entrevista.

CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
Violencia física	Lesiones/daños físicos	Memes de mujeres golpeadas, memes o fotos de mujeres golpeadas por sus parejas.
		Memes de mujeres golpeadas o maltratadas en conflictos políticos (Como los de Medio Oriente, Venezuela)
Violencia sexual	Degradación, amenazas, sostenimiento de relaciones sexuales por la fuerza.	Memes en doble sentido que utilizan frases sobre la violación.
		Memes que utilizan imágenes alusivas a violaciones.
	Celos	Discusiones por tener fotografías en tu FB con ex novios o amigos.
		No dar la contraseña del FB al novio Enojo del novio por tener en FB a ciertos amigos.
Violencia simbólica	Subordinación implícita	Memes que resalten y digan que las diferencias de género son naturales.
		Memes que indiquen que las mujeres no pertenecen al mundo de los negocios, o no saben manejar.
		Memes que digan que los hombres no son aptos para cuidar de los hijos o hacer de comer.
		Memes o frases que digan que las mujeres debemos recurrir a los consejos de los hombres para triunfar.
		Prácticas que posiblemente hayan observado:

CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
Discriminación	Trato diferenciado	En las redes sociales hay imágenes que inferiorizan las capacidades de las mujeres.
		Discriminación por ser mujeres en grupos de FB.
		Pocas imágenes de mujeres realizando actividades profesionales.
		Imágenes de mujeres realizando actividades de cuidado de bebés.
		Imágenes de mujeres realizando actividades de belleza.
Sexismo	Devaluación de las mujeres	Imágenes de mujeres consumistas.
		Memes de mujeres obesas en contraposición con delgadas
		Memes de mujeres llorando
	Objetualización sexual de mujeres.	Mujeres hipererotizadas para vender productos ajenos a lo sexual.
		Uso unilateral de mujeres hipererotizadas para vender productos relacionados con lo sexual.
	Lenguaje violento	Refranes sobre mujeres.
		Chistes sobre las mujeres que se dedican al hogar.
Piropos.		
Facebook	Imágenes manipuladas tecnológicamente	Imágenes tomadas espontáneamente.
		Imágenes retocadas, para que luzcas mejor.
		Imágenes de reuniones y fiestas a las que asistes.
		Memes que construyes.
	Representación social	Erotismo.

CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
Cuerpo de las mujeres	(elementos)	Patrones de belleza impuestos.

Fuente: elaboración propia.

Con base en las categorías e indicadores de la tabla, se elaboraron las siguientes

preguntas para la entrevista. El guión quedó de la siguiente manera:



USOS DE FACEBOOK Y REDES SOCIALES. ENTREVISTA

1. Indica si has publicado o has recibido en tu cuenta de FB alguna de las siguientes imágenes:

- a) Memes de mujeres golpeadas
- b) Memes o fotos de mujeres golpeadas por sus parejas.
- c) Memes de mujeres golpeadas o maltratadas en conflictos políticos (Como los de Medio Oriente, Venezuela)

2. Indica si has observado imágenes como las siguientes

- a) Memes en doble sentido que utilizan frases sobre la violación.
- b) Memes que utilizan imágenes alusivas a violaciones.
- c) Imágenes alusivas a violaciones

1. ¿Qué opinas de las imágenes alusivas a violaciones en FB?

4. ¿Qué opinas cuando en las relaciones de pareja se dan los siguientes casos?

- a) Discusiones por tener fotografías en tu FB con ex novios o amigos.
- b) No dar la contraseña del FB al novio
- c) Enojo del novio por tener en FB a ciertos amigos

5. ¿Has visto memes en FB que se refieran a lo siguiente?:

- a) Es natural que las mujeres piensen en ropa y los hombres en fútbol
- b) Las mujeres no pertenecemos al mundo de los negocios, o no sabemos manejar.
- c) Los hombres no son aptos para cuidar de los hijos o hacer de comer.
- d) Las mujeres debemos de recurrir a los consejos de los hombres para triunfar.

6. *¿Qué opinas sobre esos memes?*

7. *¿Has visto en FB imágenes que describan lo que sigue o has visto tales prácticas? (Puedes elegir más de una opción)*

a) *En las redes sociales hay imágenes que inferiorizan las capacidades de las mujeres.*

b) *Discriminación por ser mujeres en grupos de FB*

c) *Pocas imágenes de mujeres realizando actividades profesionales*

d) *Imágenes de mujeres realizando actividades de cuidado del hogar.*

e) *Imágenes de mujeres realizando actividades de belleza.*

8. *¿Te has percatado de que circulen por FB memes con las siguientes características? (Puedes elegir más de una opción)*

a) *Memes de mujeres a las que les encanta ir de compras.*

b) *Memes de mujeres obesas en contraposición con delgadas.*

c) *Memes de chistes sobre hombres y sobre mujeres.*

d) *Memes de mujeres llorando por banalidades.*

e) *Mujeres en ropa interior que promocionan viajes, servicios automotrices, perfumes, otros.*

f) *Mujeres en ropa interior que promocionan condones, anticonceptivos, lencería*

9. *¿Qué opinas de esos memes?*

10. *¿Qué piensas de las mujeres que se ofenden por ver imágenes en FB con las siguientes características?*

a) *Refranes sobre mujeres*

b) *Chistes sobre las mujeres que se dedican al hogar*

c) *Piropos*

11. *Señala el tipo de imágenes que compartes en tu FB*

a) *Imágenes tomadas espontáneamente.*

b) *Imágenes retocadas, para que luzcas mejor.*

c) Imágenes de reuniones y fiestas a las que asistes.

d) Memes que construyes.

12. ¿Qué requisitos crees que tenga que cubrir una foto tuya para que la subas a Facebook?

13. ¿Qué opinas de los memes que circulan por FB de mujeres en lencería o con escotes?

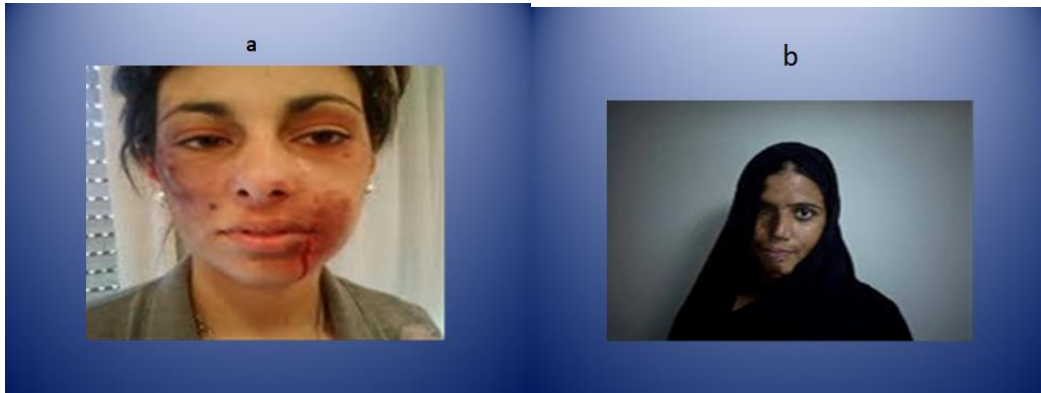
14. ¿Qué opinas de las fotografías que las mujeres suben en donde están con poca ropa?

15. ¿Qué opinas de las imágenes que comparten las mujeres en donde aparecen con poses sexuales?

16. ¿Qué opinas acerca de la imagen de las mujeres que salen en anuncios publicitarios o medios de comunicación?

17. ¿Qué opinas acerca de que muchas imágenes que se comparten en FB señalen que las mujeres bellas son las que son delgadas, tienen senos y nalgas prominentes, tez blanca, etc.?

Además del guión realizado para hacer la entrevista, en ésta se incluyeron algunas imágenes para ejemplificar preguntas que versan sobre memes y fotografías que se comparten en Facebook. El criterio para seleccionar las imágenes fue el sexismo que circula en forma de chistes, bromas y burlas; otras que aludieran la violencia física y unas más sobre estereotipos de la organización patriarcal, como la jerarquización y división de actividades para cada género. Asimismo se incluyeron fotografías de mujeres que sirvieron como ejemplo de los cánones de belleza actuales.



g



h



i



j



k



l



m



n



ñ



o



p



q



Con las herramientas metodológicas expuestas se pretende investigar si la cuestión teórica planteada en este trabajo se corresponde con la práctica. Esto permitirá a su vez abrir paso al conocimiento de cómo se entrelaza la tecnología y el género, el grado de interiorización que tienen los estudiantes acerca de la violencia de género y cómo esos referentes son parte de las representaciones sociales con los que se orientan y se relacionan con la producción y uso de la tecnología de nuestros tiempos.

Análisis del discurso

Como esta investigación se cimenta en las imágenes que las estudiantes comparten en sus cuentas de Facebook sobre sí mismas, es necesario hacer un análisis, en la medida de lo posible, con las herramientas del discurso.

De este modo, Andrea Valente (2015) señala que hay que ser cuidadosos a la hora de equiparar la retórica del discurso con la posible existencia de una retórica visual, pues para empezar el concepto de retórica aristotélica parte del supuesto de que existe un argumento y una proposición que tienen un valor oratorio, esto lo indica con base en J. Anthony Blair. Por ello la duda es ¿Es posible que las imágenes

Otro elemento que hay que tomar en cuenta para saber si existe una retórica visual es el hecho de indagar sobre si las fotografías que suben las estudiantes son espontáneas o no, ya que esta diferencia estriba en que si son espontáneas posiblemente no haya una intencionalidad o retórica definida, caso contrario de lo que sucedería si tienen retoques o son detalladas de manera que sí tengan un mensaje hacia los usuarios que las puedan ver.

El hallazgo que se encuentre una vez aplicadas a las estudiantes estas herramientas, se expondrá en el capítulo V.

IV. La exclusión tecnológica y violencia histórica hacia las mujeres

4.1. Sociedad de la Información y Tecnologías de la Información

La sociedad de la información y del conocimiento (SIC) se caracteriza por un enorme flujo de información (Manuel Castells, 1999); en ella ocurren importantes fenómenos sociales.

Esta fase tecnológica es compartida por casi la mayor parte del globo; integrando con ello a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para intercambiar el enorme cúmulo de información.

Armand Mattelart (2007) señala que en 1948, Norbert Wiener predijo el camino hacia una sociedad de la información como tal, incluida la que podría ser la principal amenaza de la misma: la entropía, que básicamente consiste en “la tendencia de la naturaleza a destruir lo ordenado y a precipitar la degradación biológica” (Armand Mattelart, 2007: 43).

Debido a que Wiener propone un esquema comunicativo que se sale del modelo lineal, teóricos que dan un enfoque más crítico y menos lineal a la comunicación, como Gregory Bateson, Hall, Goffman, Paul Watzlawick, adoptan su aportación para cimentar sobre este modelo las bases para una disertación de la comunicación en correspondencia con las humanidades, en donde el emisor y el receptor son altamente importantes. De esta forma, uno de los principios básicos de la comunicación es que: “todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo”, lo cual quiere decir que en el ámbito de las relaciones sociales todos los elementos forman un enorme y complejo sistema de comunicación, mismo que es valorado como un proceso social permanente en donde coexisten formas como la palabra, el gesto, la mirada, el espacio interindividual (Michelle y Armand Mattelart, 2007).

Pero lo que resalta del análisis de Armand Mattelart (2007) es que las sociedades occidentales, dentro del paradigma de progreso y civilización, fueron encausando el proceso y la transformación de la comunicación. Raquel Güereca explica que dicha transformación devino en sociedades de la información y el conocimiento (SIC), las cuales forman parte del proyecto de modernidad y se desarrollan plenamente en el capitalismo (Raquel Güereca, 2014).

Ahora bien, conforme al desarrollo de la tecnología, vale decir que teóricos como Manuel Castells (1999) han dado vasta producción sobre la transformación de la cultura en términos materiales para entrar a un nuevo paradigma caracterizado por la invención y continua innovación en las tecnologías de la información, a partir del siglo XX. Es decir, las herramientas, artefactos, lenguaje y demás elementos que

dieron lugar al entendimiento de lo que era la tecnología durante la revolución industrial, han dado un espacio a otro tipo de tecnología que se caracteriza por procesar la información y manejar los medios por los que ésta se distribuye, en un cambio que se ha llevado a cabo a su vez como un proceso sociotécnico; es decir, que se retroalimenta de forma directa con los cambios y orientaciones sociales.

Y es justamente en este proceso sociotécnico donde se deja ver más que en otros tiempos cómo las relaciones sociales y sus características y representaciones se reflejan en el ámbito de la tecnología y su continua renovación. En este aspecto, la cultura se ha trasladado junto con la interacción de los usuarios al ámbito virtual, mediante el uso de las redes sociales. Aunque a simple vista pareciera que se trata sólo de un aspecto comunicativo, esta interacción no deja de tener una organización patriarcal de género que se muestra en la red a través de representaciones sociales.

Así, la objetualización de las mujeres se observa fácilmente en la red, mientras que en la práctica es excluida de los procesos creativos y de diseño de las tecnologías de la información, como asevera Cecilia Castaño (2008) de acuerdo con su concepto de la segunda brecha digital²¹, que indica que si bien la tecnología de la información tiene que ver en su aspecto social con la cuestión de acceso, también tiene incidencia respecto de quiénes crean la tecnología y con qué parámetros, ante lo cual se ha encontrado que la mujer nuevamente tiene una posición inferior al respecto.

Las TIC y la reproducción de la violencia contra las mujeres

En los siglos XX y principios del XXI las mujeres han destacado en educación, salud, trabajo y otras esferas. Hecho que vino acompañado de los estudios realizados por la diversificación de teorías feministas en la era postindustrial y su fuerte insistencia en la incorporación de las mujeres respecto del cambio tecnológico (Judy Wacjman, 2006), aunque esto aún no se vea del todo reflejado en la sociedad mexicana.

En México está presente el problema de eficiencia que atañe a la innovación tecnológica y a la toma de decisiones sociales relevantes, lo cual es principalmente considerado como **“la segunda brecha digital”**.

Como ya se dijo, la división digital o brecha digital (*digital divide o digital gap*) se define como la existencia de colectivos de población incluidos o excluidos de la sociedad de la información en función del acceso a computadoras y a Internet. Por

²¹ Como se indicó en la introducción y en el capítulo teórico, la primera brecha digital se refiere a la desigualdad respecto del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), una desigualdad que se debe a la clase social, el nivel socioeconómico, la edad y el género. La segunda brecha digital se centra únicamente en la desigualdad en el uso de las TIC basada en el género.

ello, en México todavía no se puede hablar de un acceso a las TIC homogéneo, pues sólo uno de cada tres hogares cuentan con computadora y televisión de paga, mientras que únicamente uno de cada cuatro tiene acceso a Internet, de donde destaca que el 18% de hogares que sí tiene computadora, no cuenta con dicho acceso (Modutih, 2012).

Aunque se ha hablado de un aumento en dicho acceso²², cabe recordar que en la mayoría de entidades de la República continúa la problemática de acceso a la tecnología, ya que a febrero de 2012 se registraba un 60% de la población sin acceso debido a la falta de recursos económicos, y 40% por analfabetismo tecnológico. Por tanto, se infiere que si no se ha abatido primero el problema del acceso a la tecnología por parte de las mayorías, no se puede pensar en una aparente superación del problema de la segunda brecha digital.

Es decir, en el caso de las TIC y de Internet específicamente, aún no se puede hablar de un uso homogéneo por parte de las mujeres, pero sí de que el creciente sector que lo hace es el de las mujeres jóvenes: de las personas que sí tienen acceso y familiaridad con las TIC, destacaron los jóvenes, ya que la población usuaria de computadoras, Internet y celulares, es predominantemente de personas que van de los 12 a 24 años de edad, con casi el 50% del total de los usuarios. En contraste con la población mayor de 40 años, ya que sólo una de cada diez personas ocupa este tipo de tecnología (Modutih, 2012); esto quiere decir que son las nuevas generaciones las que están siendo permeadas por un constante uso de las TIC, y en consecuencia forman parte de la sociedad de la información.

Por su parte, la segunda brecha digital refiere que aunque las mujeres sí tengan acceso a la tecnología, no necesariamente están involucradas con la creación de software o de contenidos y toma de decisiones. Así, existen indicadores que están relacionados con el nivel de apropiación de la tecnología, como el uso, es decir, las capacidades y habilidades para usar las computadoras e Internet (Raquel Güereca, 2013), que refiera más que un problema de acceso, un obstáculo para que las mujeres se sitúen en un lugar estratégico respecto del uso y creación con este tipo de tecnología.

La brecha digital está compuesta por los usos y apropiaciones que dan cuenta del aprovechamiento individual de la tecnología. Pero además, se deben considerar las convergencias que derivan en más problemas de la relación género-tecnología, como son: el analfabetismo tecnológico e informático (lo que implica el consumo y a su vez la reafirmación de la división por motivos de género), el desarrollo de contenidos reproductores de la ideología sexista, la disponibilidad de tiempo libre, y

²² Según la revista electrónica Animal Político, 2012, en varios países, incluyendo a México, aumentó el acceso a las computadoras, principalmente en las ciudades.

las ideas que reproducen la creencia de un repudio por parte de las mujeres hacia la tecnología (Raquel Güereca, 2013).

De modo que, por un lado, como indica Beatriz Fainholc (2004), las TIC están produciendo una recomposición tecno-industrial-gerencial en el ámbito de la cultura con repercusiones relevantes dentro de una dinámica de socialización, con la que se reproducen o alteran valores y representaciones sociales, pero también se afirman, y su estructuración y funcionamiento son del tipo socio-emocional-cognitivo (p. 110), lo que en este caso específico se remite a una reproducción del sexismo.

Esto quiere decir que las personas que utilizan las TIC para diversas actividades no están exentas (y de hecho al contrario) de percibir, reproducir y con ello reafirmar conductas y valores que circulan por Internet, siendo muchas veces perjudiciales y excluyentes para ciertos grupos. Se exceptúa aquí el caso de las redes usadas por mujeres que luchan por una construcción igualitaria de este espacio, que intenta derrumbar las fuertes edificaciones del pensamiento patriarcal que circulan en forma de frases, chistes, imágenes y demás, en detrimento de su género.

Sobre la presencia de las mujeres en Internet y sobre todo, de la influencia del pensamiento patriarcal con el que son vistas en este espacio, pensadoras como Judy Wacjman se han esforzado por reivindicar la cuestión en el terreno teórico y práctico.

Por su parte, Donna Haraway (1991) propone que existe una similitud entre el espacio virtual al que ha dado origen el Internet y la percepción de las mujeres, que puede viajar hacia múltiples direcciones al mismo tiempo al tratarse de la utilización de la computadora y por ende de un multimedio; por lo que, a pesar de que la tecnología de las sociedades de la información nació en el seno de una sociedad patriarcal, señala que la red ha trascendido su propio esquema de origen para dar potencial oportunidad de desarrollo y desenvolvimiento a las mujeres, quienes poseen una estructura multidireccional, igual que las redes virtuales de Internet.

No obstante y como explica Beatriz Fainholc (2004), la presencia positiva de las mujeres en términos de igualdad y el derribo de violencia de género y psicológica no es algo fácil de lograr, pues en la práctica se puede observar en la información que circula una preponderancia por la competencia con parámetros de orden masculino, de estatus y de éxito que van de la mano con el poder que ostentan los hombres, con énfasis en lo profesional, y que al tiempo de promover una competencia acérrima, no considera las dobles o triples jornadas de las mujeres ni tampoco los lugares en que ellas desarrollan su cotidianidad, y por el contrario, se les sigue percibiendo con los estereotipos tradicionales patriarcales (esposa, prostituta, ama de casa, o bien, erótica en extremo y en deber para ser mujer en lo

que el patriarcado entiende como tal), siempre en un esquema de sumisión (Olga Bustos, 2001).

De hecho Judy Wacjman (2006), desde su postura tecnofeminista, un poco menos utópica que la de Donna Haraway, indica que antes de lanzarse a afirmar que Internet representa un espacio que liberará a las mujeres de la opresión, debe tomarse en cuenta la variabilidad de la asignación del género en función del lugar, la nacionalidad, la clase, la raza, la etnia, la sexualidad y la edad, lo cual da diferentes matices a la relación de determinados grupos con la tecnología. Asimismo, asevera que las revoluciones tecnológicas no crean sociedades nuevas, sino que cambian los términos en que se producen las relaciones sociales, políticas y económicas, y por el contrario, existe una tendencia de los desarrollos tecnológicos a consolidar jerarquías de género que las perspectivas de cambio que estos brindan.

En el caso de las mujeres estudiantes que cursan Administración en la UNAM, a quienes se aplicó la entrevista, es claro que ellas tienen características definidas y que no solamente se definen por ser usuarias activas de Facebook, sino que son mexicanas, habitantes de la Ciudad de México y con una cultura situada en la urbe, jóvenes estudiantes que tienen acceso a la educación media superior, cuya identidad se conforma también por su condición de estudiantes.

Respecto de esto, Raquel Güereca (2013) señala que no hay que perder de vista que la sociedad de la información ha sido creada en el seno de un sistema capitalista, siendo una de sus principales características las democracias liberales, esto lo indica con el objetivo de dar cuenta de que las TIC se han desarrollado justamente en la medida en que lo ha hecho la sociedad de la información, con aras del renombrado progreso; lo que a su vez ha derivado en la nueva clasificación entre “conectados” y “desconectados”, dado el nivel de acceso de los usuarios y usuarias –o en todo caso el nulo acceso-.

Asimismo, sostiene Raquel Güereca (2014), esta clasificación es más bien una consecuencia de factores interrelacionados, como son el nivel socioeconómico, los conocimientos y habilidades informáticas, además del acceso a Internet; elementos que luego dieron como consecuencia la llamada brecha digital, y que más que en el acceso, ponía énfasis en la desigualdad dada por los niveles de usos y apropiación de las TIC (hecho conocido como la segunda brecha digital).

Atendiendo a esto último, es necesario describir la situación del contexto de las mujeres a quienes se aplicará la metodología correspondiente, las cuales pertenecen al grupo de quinto semestre de Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Esto porque, a nivel particular es necesario conocer

el uso práctico que les dan a las redes sociales virtuales por un lado, y por otro permitirá conocer el grado de interiorización de la violencia de género –si es que la hay- que indicaría la reproducción del pensamiento patriarcal tejida en la dinámica social de las estudiantes, vista a través del uso que les dan a las herramientas de las TIC y el Internet, concretamente respecto de la concepción que ellas tienen de sus propios cuerpos, abordados en el plano teórico como representación social.

4.2. Teoría de género

El presente capítulo tiene como objetivo presentar a manera de síntesis la teoría que enmarca a la presente investigación, para lo cual se hará la enumeración de algunos aspectos del feminismo en términos históricos que dieron lugar a la gestación de la teoría de género, la cual posibilita la formulación de conocimientos científicos con base en la cuestión de género. De esta manera se conocerá el paradigma científico-social que permite la convergencia entre la cotidianidad de la sociedad y la científicidad de la misma.

Historia del feminismo

El feminismo es el movimiento de las mujeres en diferentes momentos y países, cuya característica principal ha sido la protesta ante la opresión vivida por su condición de género, imbricada con elementos y demandas específicos (Virginia Maquieira, 2001). El feminismo refleja con lo anterior la historia de las sociedades modernas, y a su vez ha dado los elementos para conformar una teoría de género.

El movimiento feminista ha pasado por diversos momentos, los cuales se pueden describir de la siguiente manera, dada su repercusión, características y logros:

El feminismo sufragista o de la primera ola:

Se dio en la etapa de la Ilustración en Europa, principalmente en Francia e Inglaterra y después se extendió a colonias inglesas de Estados Unidos. La manifestación de la inconformidad de las mujeres se dio en esta época en que se enaltecía a la razón y a la educación para la integración de la república y el refuerzo de un nacionalismo que a su vez tendría que ser logrado por medio de la libertad. Estos conceptos, elucubrados por Rosseau, principal exponente de la Ilustración, sólo eran dirigidos a los hombres, ya que a las mujeres, el pensador las remitía al ámbito doméstico para dar respaldo moral a la familia, cuidar a los hijos y ser el soporte de sus maridos. Esta situación las excluía de ser consideradas ciudadanas legítimas; es decir, las dejaba fuera del ámbito político (Virginia Maquieira, 2001).

Por ello hubo mujeres que protestaron por la exclusión y pugnaron por el derecho al voto. La inglesa Mary Wollstonecraft fue de las principales propulsoras de esta lucha y junto con Condorcet condujo la llamada Ilustración consecuente, que tenía

como objetivo principal extender los ideales de igualdad a toda la especie humana.

En ese escenario la activista francesa Olympe de Gouges escribió la Declaración de los Derechos de la Mujer y la Ciudadanía, también en 1791, en donde establecía la afirmación política de las mujeres, además de la extensión a éstas de los derechos de los que gozaría la ciudadanía francesa; ello como una reacción a la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789 (Virginia Maquieira, 2001). Asimismo, la Declaración de Gouges pondría los cimientos de crítica de la llamada universalidad sustitutoria.

Montesquieu, Diderot, D'Alambert, y el más reacio, Condorcet, apoyaron desde sus trincheras la defensa de los derechos de las mujeres y su igualdad frente a los hombres, lo que aludía directamente el derecho al voto y a ser elegidas como representantes.

Por lo anterior, el feminismo ilustrado es definido por Amelia Varcárcel como una teoría igualitarista (Virginia Maquieira, 2001).

Esta primera ola también se conformó por la lucha sufragista en Estados Unidos durante el siglo XIX, aunque tiene su origen en la lucha abolicionista -de donde destacan las sufragistas: Lucretia Mott, Elizabeth Cady Stanton, Lucy Stone, entre otras, que las colocarían también como líderes abolicionistas- (Virginia Maquieira, 2001), asemejaba la situación de los esclavos negros con la de las mujeres en términos de esclavitud moral, colocando a ambos en una situación de servidumbre (Virginia Maquieira, 2001). Por ello es que la cuestión de la igualdad sería también buscada por el feminismo sufragista en Estados Unidos, además de la justicia. Esta etapa del feminismo es considerada por historiadores de la época, como Richard Evans o Alice Rossi (Virginia Maquieira, 2001) como liberal o moderado, que tiempo después concebiría al llamado feminismo radical.

Las mujeres obreras en Estados Unidos también lucharon, entre otras cosas, por la igualdad salarial, en discrepancia con las sufragistas, y como ejemplo el lema de la estadounidense Susan Anthony: "La mujer quiere el pan, no el voto". Esto porque las mujeres obreras pusieron de relieve la cuestión de la consciencia de clase, de acuerdo con los principios marxistas, a diferencia de las sufragistas quienes por lo general eran mujeres de clase media y blancas, y por ende no denunciaban la cuestión de la igualdad salarial.

Estas diferencias existieron casi hasta los años setenta (ya durante la segunda ola del feminismo), hasta que apareció el feminismo socialista en Estados Unidos, ya que en Europa la lucha de las mujeres siempre estuvo acompañada del socialismo y por tanto, de la clase trabajadora.

El feminismo ruso fue uno de los movimientos que también pugnó por la igualdad salarial, con principios ya más alejados del marxismo clásico, Alexandra Kollontai fue una de sus principales activistas (Virginia Maquieira, 2001).

Así, la lucha de las mujeres por buscar tanto igualdad como mejores oportunidades y sobre todo por terminar con la situación histórica de exclusión y subordinación, han dado forma al movimiento feminista desde la Ilustración hasta nuestros días.

Segunda ola feminista:

Históricamente se categoriza al feminismo que se dio a partir de los años sesenta del siglo pasado como el Feminismo de la segunda ola, pues la lucha de las mujeres cobró además de mayor visibilidad, un lugar dentro de la academia y por tanto ya como generadora incipiente de conocimiento científico, con lo que nacían a partir de este entonces los estudios de la mujer (Mabel Bellucci, 1992).

La lucha feminista en este momento se dio a la par de otros movimientos, como el hippie y el de los negros en contra de la discriminación, y tuvo su auge en Estados Unidos. De este modo, se cuestionaba la opresión y las figuras de autoridad, que en el caso del movimiento feminista se argumentaba que la familia y el Estado eran los principales entes encargados de asegurar la dominación y subordinación hacia las mujeres (Mabel Burin, Irene Meler, 1998).

Esta época representó una coyuntura respecto de la sexualidad de las mujeres, pues la invención de la pastilla anticonceptiva sentó la separación entre la maternidad y la sexualidad de aquéllas por primera vez. Sin duda se trató de un avance importante respecto de la pugna de las mujeres por desvincular la sexualidad y su cuerpo con el concepto de "naturaleza" y de reproducción que la sociedad patriarcal se ha afanado en atribuirles a lo largo de la historia (Mabel Burin, Irene Meler, 1998).

Aunque no sólo la sexualidad ha sido aspecto de debate en la lucha feminista, pues otros como la educación y la inclusión política han tenido gran relevancia. Pero además, la postura desde la que se han trabajado estos temas no es una misma, ya que si bien todas portan la bandera del feminismo, coexisten diversas corrientes ideológicas dentro de él.

De esta manera, dentro de la segunda ola coexisten: el feminismo de la diferencia (que propone un mundo separado de las mujeres y que enaltece valores que las diferencian de los hombres, como la sensibilidad, el abandono de extrema competencia y agresividad y la no integración al universo masculino); el feminismo radical (grupos de anarquistas y populistas que apelan a la falta de sentido de las sociedades desarrolladas y pugnan por una sociedad sin jerarquías), pero también

el feminismo de la igualdad, que busca equidad en derechos políticos, civiles y laborales respecto de los que ostentan los hombres, dentro de este feminismo se encuentran también el liberal y el socialista (Mabel Bellucci, 1992).

En este contexto nacen los *Women's Studies* o estudios de la mujer, que se valen en parte de la presencia de las mujeres en diversas áreas de estudio (Mabel Bellucci, 1992) y se encaminan hacia la producción de saberes científicos acerca de las implicaciones que tiene el hecho de ser varón o mujer en el ámbito cultural; estas implicaciones se reflejan en la configuración psíquica y social de las personas y a su vez devienen de las construcciones sociales que asignan roles y conductas a cada género (Mabel Burin e Irene Meler, 1998).

Por tanto, el género se define como: “la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, valores, conductas y actividades que diferencian a hombres y mujeres. Diferencias que producen desigualdades y jerarquías y que incluye siempre una relación permeada por el poder” (Mabel Burin e Irene Meler, 1998. P.20)

Esta relación histórica ha vejado la integridad de las mujeres, pues las ha colocado en un lugar inferior en la sociedad, remitiéndolas a la esfera doméstica, de reproducción y cuidado de los hijos, además de alejarla de la autodeterminación y autonomía de su sexualidad y de su cuerpo (Marcela Lagarde, 1998).

Desde aquel entonces y hasta la década 1980, los estudios de género se fueron ampliando, de forma tal que acogieron nuevos conocimientos de las relaciones entre hombres y mujeres, incluyendo la perspectiva de los hombres que cuestionaron la imposición opresiva de la forma de pensar y de ser dictadas por la sociedad patriarcal. Con esto se dio origen al concepto de nuevas masculinidades, y con la extensión de estos nuevos conocimientos se formaron los denominados estudios de género que se conocen a la fecha (Mabel Burin e Irene Meler, 1998).

En esta exposición, entonces, se muestra la importancia del movimiento feminista para la formación de los estudios de género, que asimismo entrañan la gestación de la teoría de género.

Pero antes de puntualizar esta teoría, es preciso destacar cinco aspectos que han estado presentes a lo largo de la historia del movimiento feminista, pues a su vez conforman la esencia de la lucha de las mujeres en contra de la opresión: la igualdad, la educación, la incorporación como sujetos políticos en la sociedad, la sexualidad libre, la cuestión del matrimonio y la familia.

Esta lucha, además, forjaría los cimientos para las reflexiones posteriores, en concreto, para los Estudios de la mujer y posteriormente los de género, estos últimos, señala Sonia Montecino, abarcan la construcción social de las diferencias

sexuales y su relación con la construcción de la identidad, pero además considera otras cruces como la raza, la clase, la edad, la etnia, entre otras (Yuliuva Hernández, 2006).

Feminismo en México

En el caso de México, el feminismo se vivió a la par de lo que sucedía en Estados Unidos, aunque de un modo menos efervescente y más disperso.

Antes de ello, el primer brote de lucha feminista se dio en Yucatán en la década de 1930, con la lucha por el acceso al voto. Una de las principales activistas fue Elvia Carrillo Puerto.

Ya para la década de 1970, de forma aislada, en México diversos sectores se unían a la lucha de las mujeres iniciada en Estados Unidos en lo que fue la segunda ola feminista.

Aunque no se puede hablar de un movimiento feminista uniforme como tal en el país, sí hubo un acercamiento e incluso participación en esta lucha, la cual ha ido creciendo a través de las décadas que siguieron hasta cristalizar los esfuerzos en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, creada en 2007 e impulsada por feministas mexicanas, con Marcela Lagarde al frente.

Lo antes dicho da cuenta de los principales objetos de estudio de la teoría de género, misma que se puede catalogar como teoría al cumplir con criterios como: un amplio campo de aplicación; el tratamiento de cuestiones sociales importantes, y la superación de la prueba del tiempo, criterios considerados por George Ritzer (2005) para la conformación y evolución de las teorías sociológicas.

Se trata también de las generalidades que han construido a la teoría de género y que asimismo son vigentes por estructurar y orientar con bases la búsqueda de libertad e igualdad, no sólo en el ámbito público sino también en el privado.

4.2.1. Pertinencia de la Teoría de Género

De esta manera quedó adoptado ya el concepto de género en el ámbito académico y de producción de conocimientos para referirse a las atribuciones, conductas, formas de ser, pensar y actuar que se asigna a hombres y mujeres desde el momento en que nacen, pero en detrimento de estas últimas; se asentó que dicha construcción social se basa en argumentos naturalistas, lo que facilita el dictado del destino de las personas y en el caso de las mujeres para ocupar un lugar subordinado, en dependencia del ser del otro, es decir, de los hombres y lo que ellos

piensen y conciban de lo que ellas deben representar y ser.

La obra de Simone de Beauvoir, *El segundo sexo* (1949) es una contribución que explica cómo los procesos de socialización son imperantes en cuanto a la conformación del género de las personas; y en el caso de las mujeres, se las prepara para vivir en función de los demás y no de sí mismas.

Así, el término género dio cabida en los campos científicos y académicos para explicar la opresión dada desde las relaciones entre hombres y mujeres en el ámbito social. Fue en las postrimerías de 1960 cuando la psicología y las ciencias sociales dieron su aceptación acerca de que el sexo constituye la referencia sobre la que se cimienta la desigualdad social entre ambos géneros. [...] Dadas las aportaciones intelectuales y políticas, además de las experiencias recogidas de los movimientos feministas, se desarrolló la teoría de género, en la que han quedado comprendidos enfoques y perspectivas que posibilitan la transformación de los fundamentos de las relaciones intra e intergenéricas (Daniel Cazés, 2000: 20).

Esta teoría, explica Célia Amorós (Virginia Maquieira, 2001), nace de la reflexión sobre la situación histórica y actual de la mujer, acerca de la discriminación que se justifica con argumentos de corte biológico y que se traduce en “la débil autoridad de las mujeres en una cultura masculina” (Luz Gabriela Arango, 2005).

El género es un concepto central de dicha teoría y se refiere a la existencia de una normatividad femenina que descansa sobre un sistema social que impone una jerarquización, y que a su vez asigna espacios y distribuye recursos a hombres y a mujeres (Rosa Cobo, 2005: 10). Además, el concepto de género ha sido el idóneo para describir, problematizar y concientizar una situación que revela una dinámica social cuyo eje principal es el poder y que ha derivado en desigualdad, lo cual ha sido reforzado con argumentos esencialistas y legitimadores de la religión, la filosofía, la política y la historia (Rosa Cobo, 2005), pero más allá de ello, de la naturaleza y de la biología.

Es decir, el hecho que ha dado lugar predominantemente a esa desigualdad y subordinación de las mujeres es en mayor medida ese factor: haber nacido con el sexo que remite inmediatamente a la construcción social de lo que se entiende por ser mujer. Construcción que, en términos de Cristine Delphy (Rosa Cobo, 2005) da origen al **sexo social**; es decir, un marcador de la división social que sirve para reconocer e identificar a las dominadas de los dominantes. Ante la cuestión biológica que sustenta la diferencia, Delphy señala que incluso lo social ha rebasado por mucho la justificación biológica, al tratarse de una construcción que se ha arraigado como conocimiento social que da sentido y orden al sexo, define rasgos

físicos, de división de trabajo, de asignación y por ende, que impone una jerarquización social.

Por ello es que, teóricamente, el concepto de género abre la explicación de la milenaria relación de dominación de los hombres sobre las mujeres, que pervive en sociedades contemporáneas, y de las que no se exenta la mexicana.

Durante el desarrollo de la teoría de género, se ha dado también la apertura a este enfoque en otras ciencias, como la sociología. George Ritzer por ejemplo, ha dado lugar a las aportaciones hechas por las feministas a la disciplina sociológica, al tiempo en que resalta el carácter androcéntrico de la ciencia (George Ritzer. 2005).

La progresiva conformación y riqueza de la teoría de género que hoy se puede constatar ha utilizado también como objeto de crítica y análisis al androcentrismo²³ que permea en los discursos teóricos dominantes, además de los estereotipos para los cuales se han hecho múltiples esfuerzos analíticos en la búsqueda de su desarticulación.

Es en este punto en donde convergen la teoría de género y la sociología, al ser la primera una perspectiva desde donde se puede hacer ciencia social, con la inclusión de las mujeres como colectivo, y por tanto, como meritorio de un análisis sociológico en la práctica, debido a que el género comprende todo en cuanto a relaciones sociales basadas en la diferencia sexual y en el poder masculino (Daniel Caséz, 2000).

La categoría **diferencia** supone una reivindicación de la identidad de las mujeres que se exime de la sumisión y de la violencia, pero con el reconocimiento de la diferencia entre hombres y mujeres (Ana de Miguel, 2007); mientras que la categoría **igualdad** lucha por la independencia de características sexuales para alcanzar espacios públicos sin que las diferencias biológicas sean consideradas.

Respecto de la teoría de género, a pesar de todo lo que ha sacado a la luz, sus momentos, posturas y vertientes, es importante destacar que no se trata de una teoría acabada, sino que sigue en constante renovación y actualización, con el propósito fundamental de modificar el modo de conocer y aprehender una realidad que por mucho tiempo ha sido excluyente y patriarcal.

Joan W. Scott (2005) indica que el saber y el conocimiento vienen dados principalmente de la cultura, involucrando en ello a las relaciones humanas; en este caso, las relaciones entre hombres y mujeres, que implican dominación y

²³ Según Marcela Lagarde (1995), el androcentrismo es la mentalidad característica de una sociedad patriarcal, que atribuye un alto valor y superioridad a lo masculino; es decir, se superpone a lo femenino y se le considera mejor, más apto, más adecuado y útil. Esta condición deriva en la legitimidad del poder y de la violencia sobre las mujeres; también genera el machismo (magnificación de ciertas características de los hombres).

subordinación. Al respecto afirma: "...El conocimiento o el saber no sólo se refiere a ideas, sino también a instituciones y estructuras, prácticas cotidianas, ritos especializados, es decir, a las relaciones sociales en general. El saber es una forma de ordenar el mundo: no es anterior a la organización social pero es inseparable de ésta..." (Luz Gabriela Arango, 2005:179).

Por tanto, aludir a la producción del saber y del conocimiento social, involucra a toda una estructura que constantemente está produciendo y reproduciendo patrones, y en el caso específico de las relaciones entre hombres y mujeres, se trata de un conocimiento social aceptado, invisibilizado y legitimado en detrimento de las mujeres.

Por todo lo anterior, se puede definir a la teoría de género como:

El conjunto de conocimientos que abarca planteamientos teóricos, metodológicos, filosóficos, éticos y políticos necesarios para comprender el complejo de relaciones de poder que determina la desigualdad entre hombres y mujeres. El dominio que los primeros ejercen sobre las segundas, la condición de preponderancia paradigmática y a la vez enajenante de ellos, y la condición de subordinación, dependencia y discriminación que ellas viven. (Daniel Caséz, 2000: 21).

Asimismo, esta teoría sirve para:

"[...] visualizar a las sociedades y a las culturas en su conjunto y por lo tanto a todos los sujetos que intervienen en sus procesos, hombres y mujeres. Es también un punto de partida para ubicarse en la perspectiva de género al emprender investigaciones y acciones de cambio. Es, pues, una teoría que no busca sólo entender el mundo de las relaciones de género, sino también transformarlo." (Daniel Caséz, 2000: 21).

En síntesis, la teoría de género estudia por medio de enfoques y categorías científicas la dominación y jerarquización que han vejado históricamente a las mujeres y enaltecido al género masculino, otorgándole a éste poder, autonomía, decisión y relevancia. Esta teoría busca no sólo ir a los orígenes de dicha dominación, sino que a través de la concientización que se realiza visibilizando la desigualdad entramada, surgen propuestas que puedan conducir a un cambio social cuya premisa es la igualdad de oportunidades en las esferas pública y privada. Tales propuestas devienen de diferentes corrientes teóricas feministas, pero a fin de cuentas todas se encaminan hacia la mejora en la calidad de vida, intelectual y emocional de las mujeres, además de contribuir al engrosamiento de la teoría de género.

Por eso es que la pertinencia de utilizar en este trabajo esta teoría es porque un

fenómeno como el uso de las tecnologías de la información (TIC), que pudiera parecer neutral o tal vez ni siquiera se repare en el tipo de manejo que le dan hombres o mujeres, merece ser abordado con los criterios y categorías que permitan encontrar que en fenómenos sociales como éste (de la vorágine informativa, instantaneidad y exceso de contenidos), hay un orden que sigue valorando más a unos que a otras y que en consecuencia, ante un supuesto fenómeno de progreso y modernidad, sigue existiendo el lastre que condena y devalúa las capacidades de las mujeres.

Por otra parte, la importancia de utilizar esta teoría relacionada con la sociología se encuentra en la estructuración que permite además de entender el problema en el ámbito de la dinámica entre ambos géneros, involucrar una cuestión actual en el estudio científico de los procesos sociales. Busca también contribuir a la transformación de las relaciones que se sustentan en el poder, y que en el caso del género es de carácter patriarcal.

4.2.2. La organización patriarcal del mundo

La organización patriarcal del mundo obedece al orden genérico establecido en los ámbitos privado y público de la vida de las personas en sociedad, cuya característica principal es el poder que ejercen los hombres sobre cuestiones decisivas en la vida del resto, y se trata de un sistema que en parte ha tenido gran auge por la expansión dada por los procesos globales, aplastando así a las sociedades no patriarcales (Marcela Lagarde, 1997).

Por ello, países como México no se eximen de prácticas discriminatorias y violentas hacia las mujeres, que aún con el paso del tiempo se siguen observando, bajo diferentes formas y adaptándose a su contexto. A decir de Marcela Lagarde, lo que cambian son las especificidades en relación con procesos históricos locales, pero en esencia los principios de dominación son los mismos (1997, P. 10).

De una manera a veces invisible y otras con manifestaciones fehacientes, la organización patriarcal de la sociedad dicta formas de ser, asigna roles y se allega de una moral que brinda beneficios a un solo género. Las conductas en las instituciones y en la vida familiar están previamente marcadas para sólo esperar a los que serán los nuevos ciudadanos; ya hay un molde preestablecido para que cada individuo se adapte a determinados requerimientos sociales; aunque, al tratarse de un proceso social, no siempre resulta de la misma forma, pues el patriarcado tiene la capacidad de entrelazarse con otras especificidades y particularidades, como la religión, la raza, la posición social, el uso de la tecnología; es decir, un sinnúmero de elementos que se combinan y que delinear procesos de

género peculiares, aunque una constante sean los rasgos de la desigualdad del pensamiento patriarcal.

En diversos momentos históricos ha habido movimientos que protestan por las manifestaciones opresoras del patriarcado, aunque en ocasiones, incluso quienes se inconforman por ciertos aspectos reproducen otros del mismo sistema de pensamiento, no deliberadamente, sino porque justamente el pensamiento patriarcal tiene la capacidad de invisibilizar algunas de sus características, las cuales luego se aprecian como parte de la normalidad. Estas combinaciones forman un sincretismo de género (Marcela Lagarde, 1997) y hacen que el pensamiento patriarcal perviva de acuerdo con su contexto, a través del tiempo.

Por ello no es extraño que los usuarios de las redes sociales virtuales de este tiempo compartan en ellas contenidos que entrañan significados de orden patriarcal.

Marcela Lagarde (1997) define al patriarcado de la siguiente manera:

[...] un orden de poder, un modo de dominación cuyo paradigma es el hombre. Y está basado en la supremacía de los hombres y de lo masculino, sobre la inferiorización de las mujeres y de lo femenino. Es asimismo un orden de dominio de unos hombres sobre otros y de enajenación entre las mujeres. Es un mundo en donde las mujeres, en distintos grados, son expropiadas y sometidas a opresión de manera predeterminedada. En este orden se preservan para los hombres poderes de servidumbre sobre las mujeres y los hijos de las mujeres y se les permite expropiarles sus creaciones y sus bienes materiales y simbólicos... (P. 11).

Así, el patriarcado se ha arraigado en diversas sociedades del mundo, no es exclusivo de una sola. El proceso social que en los últimos tiempos ha posibilitado su continua expansión es el que deviene de la globalización (proceso principalmente de índole económico) por medio de la cual se intercambian no sólo elementos del mercado, como es su primicia, sino también cuestiones culturales.

Por eso Marcela Lagarde (1997) recurre a la figura que denomina “aldea patriarcal”, formada de “la relación entre el orden internacional y los ámbitos regionales y locales. Conectada por el mercado y las comunicaciones a tal punto que se forma una unidad.” (P. 10). En esta aldea –de la que México es parte- se intercambian cuestiones culturales y principios occidentales que atentan contra la diversidad de la población que alberga, lo que implica que se intercambie y se propague el sexismo, el racismo y el clasismo, los cuales finalmente parecieran ya cuestiones normales en la cotidianidad.

Los estereotipos de belleza son dictados por la industria de consumo en el ámbito de la belleza, una industria cuya concepción es dada por la organización patriarcal, y al mismo tiempo se beneficia por las cuantiosas cantidades de productos puestos en el mercado, a la vez que violenta a hombres y mujeres por no parecerse físicamente a lo generalmente considerado bello y que es sinónimo de éxito, con lo que se conforma una sociedad que en su andamiaje va descalificando y devaluando a las personas que no poseen las características impuestas, y que además se transforman en motivo de discriminación.

Los rasgos de una sociedad con tal organización hicieron necesario elucubrar un concepto para explicar en términos teóricos lo anterior, dando origen con ello a la categoría de **patriarcado** -que tiene su origen dentro de la teoría feminista-, con el que se designa el sistema de opresión de las mujeres. Su importancia radica en que no estudia un hecho aislado o individualizado, sino que dilucida la dominación de un colectivo sobre otro; es decir, de los hombres sobre las mujeres, a manera de integración de un orden jerárquico (Marcela Lagarde, 1997).

El cuerpo de las mujeres, las características que según la organización patriarcal es ideal que posean físicamente así como su sexualidad, son elementos que han sido expropiados para servir a los hombres, para obedecer y satisfacer sus gustos y necesidades; cuestión en la que ellas asimismo participan.

En relación con lo anterior Luz Gabriela Arango (2005) explica que se ha construido todo un artífice cultural de estructura patriarcal que se basa en jerarquías establecidas universalmente en torno a los sexos, y que además se ha interiorizado por los individuos: hombres y mujeres que actúan bajo ese esquema y reproducen los roles de subordinación hacia las mujeres, que en muchas ocasiones implican violencia. Arango por su parte indica que el patriarcado consiste en: “[...] Designar el sistema de opresión de las mujeres, y tiene un sentido analítico al expresar que se trata de un sistema y no de una serie de hechos fortuitos lamentables...” (Luz Gabriela Arango, 2005).

La sexualidad atraviesa la misma circunstancia, ya que es la estructura patriarcal la que dicta el deber ser de hombres y mujeres con respecto a cómo la ejercen. No se trata de un mero acto reproductivo, sino de un acto que si bien es propio de la naturaleza de las personas, también está impregnado de convenciones sociales, muchas de estas convenciones se enmarcan dentro del erotismo.

Sin embargo, con las marcas corporales que señala la organización genérica del patriarcado, las personas se clasifican y dan sentido, valor y poder a las características físicas que poseen; con lo que se configuran cuerpos masculinos y femeninos (Marcela Lagarde, 1997: 13). Delinean comportamientos afines en torno

a la sexualidad que finalmente derivan en el control de ésta por parte de los hombres en muchos sentidos, uno de esos comportamientos o elementos con que debe de contar una mujer según este tipo de control es justamente el erotismo, que se entiende como: “el espacio vital reservado a un grupo de mujeres ubicado en el lado negativo del cosmos, en el mal, y son consideradas por su definición esencial erótica como malas mujeres, se trata de las putas...” (Marcela Lagarde, 2005: 202).

Así, lo que Marcela Lagarde dice es que el erotismo es esa elaboración social que se crea en la psique de las personas, en especial en las mujeres como un rasgo identitario que alude su sexualidad. Pero hay un doble juego: el erotismo para las mujeres que no son putas sólo se permite a la par del acto reproductivo, sólo bajo esa condición el resto de las mujeres puede ser erótico. Las demás son “malas”, “pecaminosas”.

Pero aún hay un aspecto de fondo en esa apreciación, las mujeres que son eróticas son calificadas de putas, aquellas que buscan el placer de su cuerpo. Pero también son las que dan placer a los hombres, las que se convierten en un objeto de deseo mucho más atractivo para los hombres: son las que potencialmente les pueden dar el placer sexual que los satisfará.

Es aquí donde, indica Marcela Lagarde, las mujeres encuentran su poderío: “En la opresión [la mujer] tiene las armas de su cuerpo, de su sexualidad para intercambiar y negociar con los hombres y con las otras mujeres en la sociedad. Con ese poder logra, aun en condiciones de sujeción desfavorables, la sobrevivencia, un lugar en el Estado y en la cultura, y una muy particular concepción del mundo y de sí misma...”. (Marcela Lagarde, 2005: 201).

Por eso es que no es extraño que las mismas mujeres exploten el erotismo a través del cual obtendrán poder y con ello valía, reconocimiento social, realización a través de su cuerpo vivido.

Esa representación social del cuerpo expropiado la tienen en cuenta los medios de comunicación y multimedios, saben que entre más comercialicen con el cuerpo de las mujeres, con su erotismo, más ganancias económicas obtendrán.

Mediante ese refuerzo por los medios e Internet, por la sociedad y los actos manifestados en la vida cotidiana de las mujeres, ellas suponen que ese erotismo les brindará el poder a través de la explotación del erotismo de sus cuerpos, el cual, algunas de ellas, empiezan por exhibir en redes sociales virtuales, como Facebook.

Debido a esta expropiación de la sexualidad se pueden imponer patrones de belleza, los cuales conforman la representación social del cuerpo, es decir, sobre cómo éste debe de ser.

Tiene que ver la concepción de la sexualidad en lo abstracto y del cuerpo en lo concreto, la forma en que las personas se perciban a sí mismas y en que desarrollan su sexualidad. También tiene que ver la concepción de su espacio, es decir, su entorno circundante, gracias a lo cual se modelan sus percepciones, pero también con otros fenómenos que imperan sobre la manera en que se presenta el cuerpo ataviado: la moda.

4.3. La moda, el erotismo y el cuerpo de las mujeres: la representación social y la violencia

Las redes sociales en la actualidad demuestran la necesidad de la continuación y retroalimentación de un análisis sociológico con perspectiva de género, al encontrar en ellas fotografías que ponen énfasis en la extrema erotización del cuerpo de las mujeres, a esa objetualización que investigadoras como Olga Bustos (2011) han puesto de manifiesto que se difunden por distintos medios.

Es importante aclarar que, a pesar de que socialmente existe un condicionamiento de patrones estéticos al momento de pensar en el cuerpo, este trabajo no se enfoca al aspecto estético o de percepción social de la belleza, sino al aspecto de la violencia de género que se esconde en el hecho de que se valore a las mujeres en función de la hipererotización de su cuerpo; es decir, la insistencia de la publicidad, la reiteración de la idealización física de las mujeres e incluso la participación de ellas cuando suben las fotografías de su cuerpo como si estuviesen ofertando algún producto. Todo ello conforma un fenómeno invisible que fluye en las relaciones sociales, y que deriva en la formación de una representación social. Esta representación se traduce en una entrega por parte de las mujeres de su sexualidad (Marcela Lagarde, 1999), la cual se pide a través de esa exigencia social de belleza y erotismo, y se cumple y cristaliza en las imágenes que las propias mujeres ofrecen en la red acerca de sí mismas.

Esas imágenes de su cuerpo son importantes debido incluso a la relevancia del cuerpo en la vida cotidiana, pues la corporeidad y sus significados están inmersos en el tejido de la misma (David Le Breton 2005).

David Le Breton (2005) pone énfasis en la construcción social que deviene del cuerpo, pues el cómo se aprecie y se atavíe depende del contexto cultural y social, además de la relación que tiene con la vida subjetiva, como los sentimientos, el sufrimiento, etc. Además, el autor indica que es del cuerpo de donde nacen las representaciones que constituyen la base de la existencia individual y colectiva, contando siempre con la mirada del otro para concretar esa representación. Asimismo, el cuerpo es atravesado por la educación recibida desde la infancia, pero consecutiva a lo largo de la vida de las personas, lo cual va determinando su propio

contexto, sus experiencias y las identificaciones que les conducen a asimilar comportamientos que hacen propios.

En este hecho está en juego el desarrollo pleno de las mujeres, el cual corre el riesgo de truncarse porque al percibirse a sí mismas como objeto erótico, se obstaculiza el potencial que tienen de canalizar aptitudes a ámbitos que pueden redituarse satisfacciones y estabilidad psicológica, como en lo profesional, deportivo, amoroso, etc.

Además, hay una insistencia y por tanto contribución por parte de los medios de comunicación y ahora los multimedios de Internet sobre el importantísimo papel que juega la representación social de la que se habla (ser una mujer joven, bella, erótica, etc.), para acceder al éxito personal y profesional.

La incompatibilidad de la diversidad fisonómica de mujeres mexicanas con el estereotipo ligado a lo erótico, podría generar un malestar en la autoestima de las mismas. La implicación negativa de esto podría estar produciendo violencia psicológica al tratar de alcanzar (conscientemente o no) esos cánones estéticos.

Entonces, al estar bajo un cierto control de los rasgos que delinean esta representación social, sale a flote el hecho de que la mujer queda subsumida a órdenes implícitas que le imposibilitan poseer –conscientemente- una elección que deje de lado la imagen erótica que “debiera” de exhibir por ser mujer.

La moda está relacionada a esta representación social, de la que Alfred Kroeber define como la serie de pautas culturales adoptadas en contextos determinados, con base en la vestimenta, y que poseen ciertos elementos de atractivo erótico, muchas veces sublimado por la búsqueda de la belleza (Begonya Enguix, 2013).

Asimismo, continúa Alfred Kroeber, la ropa que se utiliza en ese atavío del cuerpo marcado por la moda, cumple en principio la función de cubrir el cuerpo dependiendo de las necesidades surgidas del ambiente, pero no se debe olvidar que también existe el factor de la novedad, ligado a la clase, el género, el grupo étnico y la edad (Begonya Enguix, 2013).

Por su parte Joanne Entwistle (2002) hace un interesante análisis de la relación entre el cuerpo y la moda, y de su conexión con la sexualidad y el género. Sostiene en primer lugar que “los cuerpos humanos son cuerpos vestidos” (P. 19), por lo que la práctica del vestir se ha convertido en una cuestión básica de la sociedad, presente en todas las culturas, incluidos adornos como aretes, tatuajes, perforaciones, etc., todo ello como parte de manifestaciones culturales y con el fin de mostrar ya sea embellecimiento, estatus social, poder, etc., a la vez que se teje con ello un aspecto más de la identidad de las personas. La afirmación y

retroalimentación de las diferentes identidades es lo que da forma a la representación social del cuerpo, que en el caso específico de las mujeres involucra ciertos niveles de violencia psicológica y simbólica.

La ropa y los accesorios no son una cuestión aislada o ajena al entorno social, sino que aportan significados para constituir una identidad, que a su vez es observada por los demás respecto de lo que se es, mientras que el ser está en permanente relación con el hecho de pertenecer a una identidad.

En cuanto a las mujeres, cuando han interiorizado las pautas culturales que inciden en su identidad –debido a procesos psicológicos individuales y colectivos–, se contribuye a la formación de una representación social, que encuentra su materialidad en el atavío del cuerpo.

Concretamente, la moda y el vestir, a decir de Joanne Entwistle (2002), forman parte de la identidad y de lo que se desea expresar sin necesidad de hablar, pero que viene de alguna forma impuesto por el significado que le atribuye la sociedad y por ende, se trata de un aspecto que atraviesan tanto la moralidad y la aceptación de la norma. El concepto de “las tecnologías del yo”, aportado por Michel Foucault y al que Joanne Entwistle (2002) hace referencia, indica que hay diferentes estilos impuestos en formas específicas históricas en las que se requiere de las personas que se conviertan en determinados tipos de seres humanos. Así, con la moda y el vestir se pretende hacer saber a qué posición económica, clase social, raza o género se pertenece.

Para hacer el análisis que conecta a la moda con el género, es preciso definir a la moda como:

Un sistema de distintivo para la provisión de prendas. La moda es comprendida como un sistema histórico y geográfico de la producción y organización del vestir, que surgió en el siglo XIV en las cortes europeas, especialmente en la corte francesa de Luis XIV, y que se desarrolló con el auge del capitalismo mercantilista [...] La explicación de Wilson, por ejemplo, sitúa a la moda como una característica en el surgimiento y el desarrollo de la modernidad occidental. (Joanne Entwistle, 2002: 63).

Históricamente, junto con el proceso capitalista, se ha ligado particularmente a las mujeres con la moda, aunque no precisamente en un aspecto positivo, sino frívolo, vanidoso y carente de valor en el ámbito público. Además, desde entonces se ha dado la relación tan estrecha entre género y moda: “La moda está obsesionada con el género, define una y otra vez las fronteras del género” (Joanne Entwistle, 2002: 173). Es la forma en que las personas anuncian su sexo a la sociedad, por lo que en nuestra cultura no es extraño ver el color rosa asignado a las mujeres y sobre

todo a las niñas desde su etapa lactante hasta la edad adulta. Aunque en la etapa de la niñez es cuando aún no se puede diferenciar la apariencia de acuerdo con la concepción “masculina o femenina” -siempre con la imposición heterosexual de por medio-. Así, los bebés varones son vestidos con ropa de color azul (Joanne Entwistle, 2002):

Las prácticas del vestir evocan a los cuerpos sexuados, llaman la atención hacia las diferencias entre los hombres y las mujeres, que de otro modo podrían estar ocultas. El cuerpo se invoca tantas veces a través de la indumentaria, que tendemos a dar por sentado que la chaqueta que lleva un hombre exagera sus anchos hombros y el escote realza el cuello y el pecho de la mujer. (P. 174).

La forma de vestir señala en primer lugar el género al que se pertenece, de maneras particulares y específicas, se convierte en signos que dan sentido a los cuerpos, con lo que se genera una percepción naturalizada de los mismos (Joanne Entwistle, 2002). Por ello es que, al igual que el concepto de género, la concepción del cuerpo se basa en un argumento biológico, pero no es la representación social de aquél una cuestión natural, sino que ésta ha sido una construcción social más.

La forma en que las mujeres vistan aludirá a su “feminidad”, la cual lleva en su identidad pero que asimismo se ha formado socialmente, con la debida reafirmación de heterosexualidad (Joanne Entwistle, 2002). Esta feminidad que debiera de mostrarse en el atavío tiene una carga fuerte hacia la sexualidad; es como una especie de ecuación en donde la feminidad tiene que ser compatible con la sexualidad, así como la mujer compatible con la idea de cuerpo: “La indumentaria es un aspecto de la cultura, un rasgo vital en la creación de la masculinidad y la feminidad: transforma la naturaleza en cultura al imponer los significados culturales sobre el cuerpo” (P. 177). Y aunque la moda sea pasajera, la constante es que siempre se transmiten signos sobre si se es hombre o mujer.

Además, indica Joanne Entwistle que la relación entre las mujeres, su cuerpo y su sexualidad tienen una muy fuerte conexión, por lo que en todos los ámbitos, aunque cambie el tipo de indumentaria, siempre se observan por medio del vestir características que la aluden.

Por eso Joanne Entwistle cita a Tsëelson (Joanne Entwsitle, 2002), el hecho de que la moda –y el cuerpo- esté fuertemente asociada con las mujeres y con la sexualidad, tiene su origen en los antiguos mitos de occidente, lo cual tiene impacto hasta nuestros días:

Desde las enseñanzas transmitidas por la religión judeo-cristiana basadas en el Antiguo Testamento hasta las cartas apostólicas a San Pablo, se hablaba de una relación de las mujeres con las tentaciones de la carne y

los adornos que portaban, pues en su cuerpo alojaban el deseo de los hombres y por tanto, su corrupción y distanciamiento del camino del bien y de Dios. (Joanne Entwistle, 2002: 182, 183).

De este modo se originó una moralidad que evitara que las mujeres pudieran causar la perdición del hombre al mostrar su cuerpo, por lo que nació una forma específica, normativa y ante todo represiva sobre cómo debían de vestir para evitar incitar a los hombres al pecado, imponiendo con ello la falta de adornos y la modestia en su vestuario.

Sin embargo, hay un doble aspecto en ello, ya que por más que las mujeres se vistieran con sumo recato, la relación entre su cuerpo y su sexualidad no se erradicó. Por lo que aún con su total recubrimiento, siempre estuvo presente la mirada que intentaba desnudar e “imaginar” la carne que se ocultaba bajo sus prendas:

La ropa, a través de su proximidad con el cuerpo, encierra el juego de la modestia y de la explicitud sexual, la negación y la celebración del placer (Tsëëlon, 1997: 14), de modo que, mientras la ropa vela el cuerpo y oculta su desnudez, también puede realzarlo y conseguir desviar la tentadora mirada que se dirige a la carne. Este juego de modestia y exhibicionismo es bastante normal en la cultura occidental. (Joanne Entwistle, 2002: P. 183).

Por todo esto, Tsëëlon dice que ante los esfuerzos de la iglesia católica y en general de la cultura emanada de las tradiciones judeo-cristianas, alrededor de las mujeres y su atavío, se ha generado la asociación de esta relación con la moral, el pecado, la incitación al deseo, pero sobre todo ha provocado que la mujer interiorice el impacto que genera su aspecto hacia los demás, al grado de integrarlo como parte de su identidad (Joanne Entwistle, 2002).

Y ésta fue la manera en la que se ramificaron las distinciones en el vestir que aludían -y lo siguen haciendo- a una condición social, económica, de clase, raza, etc., para indicar si se es una mujer rica, recatada, buena, pero que generalmente y dado el doble juego, representa a su género y por ende y casi siempre a su sexualidad.

Así, la identidad de las mujeres guarda en sí el aspecto de la feminidad que debieran representar debido a esta histórica relación, sea para tratar de exacerbar el deseo de los hombres en el cumplimiento de los mandatos sociales y como persona encaminada a conseguir el éxito amoroso, o bien para complacer a su pareja cuando ya la tiene. Además de que su apariencia y atavío –así como la disimulada y otras veces hipervisibilizada alusión de su sexualidad- tienen gran impacto en la

valoración social en función de su apego por la norma que dicta que debe de “ser femenina” por ser mujer.

Por su parte la antropóloga social Begonya Enguix (2013), hace un interesante análisis respecto del papel de la moda en las sociedades urbanas contemporáneas, en el que sostiene que en mayor medida, en la actualidad existe una mezcla entre la imagen, el cuerpo y la moda, que se ha convertido en un importante aspecto para las personas. Por tanto, sostiene la antropóloga, el cuerpo es la representación social ante el mundo, que posee un lenguaje propio y una identidad; convirtiéndose así en una forma de comunicar, en esta época de creciente tendencia de un culto al cuerpo a través de su exaltada representación en los medios de comunicación.

Pero esa construcción del cuerpo no es neutral, sino que está cargada de valores, ideas, principios estéticos, etc., que a fin de cuentas caracteriza las representaciones sociales delineadas por las mismas personas. El cuerpo de las mujeres ha sido construido en una cultura patriarcal, y en la actualidad no deja de tener esos elementos y significados que lo subsumen en una esfera de subordinación corpórea, que se ha enseñado a las mujeres a practicar y a cumplir como requisito de su femineidad, y que conforma a su identidad y por medio de lo cual se le asigna un lugar en la sociedad.

Estar inmersa dentro de dicho control deriva de la imposibilidad de saberse eficiente en campos que no involucran la sexualidad como criterio de definición, y que por el contrario, facultan a la mujer del poder de elección consciente sobre sí misma, al tiempo que desconfiguran la dominación de la relación hombre-mujer, en la que la organización social que colocó al hombre en la esfera de la vida pública, dio lugar a una historia caracterizada por la violencia (Elena Caramazza y Mino Vianello, 2002).

Con lo expuesto no se pretende decir que se abandonen prácticas culturales relativas al ámbito estético o incluso al mismo erotismo: se trata simplemente de cambiar el mensaje, desligar la representación social unilateral del cuerpo femenino con la relación exacerbada erótica y sexual que se le ha dado y que ha hecho posible el dominio de los hombres sobre las mujeres. Se trata más bien de integrar el cuerpo a otra esfera, a otra concepción en donde se libere de la subordinación, y ello puede lograrse si aquél se deja de percibir como objeto sexual en las nuevas formas de socializar.

Martha Lamas (2000) explica la idea de Judith Butler acerca de que, a diferencia de las mujeres, los hombres pueden disponer de sus cuerpos y hacerse distintos de estos, lo cual hace que los hombres trasciendan y se conviertan prácticamente en el sustento de la conciencia patriarcal occidental; mientras que la mujer, al reafirmarse solamente como cuerpo, se atrapa a sí misma dentro de él, limitándose

a ser partícipe de la trascendencia. Este hecho no es algo consciente, pero es donde se apoya la violencia de género para seguir existiendo y perdurando en la sociedad, no sólo por parte de los hombres, ya que la mujer ha sido socializada para soportar este tipo de violencia mediante factores culturales que estimulan sus comportamientos, pues se trata de una violencia que se soporta en silencio y se legitima en costumbres, y que se justifica en “tradicción” cultural (Quiterior B, Gisela, 1994). Es ya sabido que históricamente las mujeres y sus cuerpos han sido objeto de deseo y control por parte de los hombres.

La violencia de género al ser un elemento de la estructura social que permanece intacto e invisible, se convierte entonces en un factor que debe ser descubierto, develado y exteriorizado; en este caso, se ha hecho por medio de la representación social del cuerpo el cual en parte se difunde en un multimedio, Internet, y concretamente en Facebook, mismo que utilizan las mujeres de estudio de esta investigación en sus prácticas cotidianas. Con ello, se logra establecer la relación del análisis de la representación social del cuerpo con la teoría de género.

Por otro lado, respecto de la necesidad de analizar el comportamiento y la producción del conocimiento social en contextos y grupos específicos, han surgido teorías como la de la representación social (TRS) que acuña el estudio de fenómenos concretos y su desenvolvimiento en la percepción de las personas en el seno de lo social, lo cual opera bajo la forma de representaciones sociales.

4.3.1. Teoría de las Representaciones Sociales y violencia de género

Para explicar el fenómeno de la violencia que está inmiscuida en la forma en que se percibe el cuerpo de las mujeres y en términos de las ciencias sociales, es preciso servirse de la teoría de las representaciones sociales, gracias a la cual esa percepción puede desentramarse, y así entender que aquello que en la vida cotidiana se piensa que significa el cuerpo de las mujeres no es ni normal ni natural.

La teoría de las representaciones sociales (TRS), acuñada por Sergei Moscovici (1963) y luego profundizada por Denise Jodelet (2012) es considerada una teoría que recoge la importancia del sentido común en la construcción del conocimiento de las personas. Esta teoría tiene sus bases en la reacción dada hacia la psicología y sociología tradicionales hasta antes de 1960 aproximadamente, que suponía una producción de conocimiento apartada de la sociedad; es decir, como si el conocimiento científico se generara percibiendo a las personas como meros objetos dentro de un laboratorio.

La teoría de las representaciones sociales surge como la contraparte de la producción de conocimiento por un solo sector, y apuesta por aquel que se genera desde las prácticas cotidianas de las personas. Metodológicamente opera con

elementos del imaginario colectivo –llamadas representaciones sociales- para poder dilucidar aquello que los orienta y dirige en sus acciones. Por ello es que esta teoría considera los modos en que los grupos, personas, instituciones, construyen su conocimiento a partir de las dinámicas sociales en que participan, pero también considera “cómo la sociedad se da a conocer y construye ese conocimiento con los individuos” (Ángela Arruda 2012: 318).

Así, se puede construir conocimiento lejos de generalizar situaciones como acostumbraba la ciencia tradicional, pues con categorías científicas la teoría de las representaciones sociales elabora el conocimiento con base en la experiencia de las vidas cotidianas y prácticas de las personas, lo que la hace además de vigente, inclusiva de diversos sectores no abordados por la ciencia tradicional.

En una dinámica de teorías emergentes, el feminismo se ha servido también de la TRS para elaborar científicamente problemas que atañen a la construcción social del género; justamente porque la TRS estudia aspectos contrapuestos como: “naturaleza a cultura; razón a emoción; objetivo a subjetivo; pensamiento a acción; ciencia a sentido común” (Ángela Arruda, 2012: 323). Y es que la primacía del raciocinio que la ciencia occidental ha tomado como estandarte ha sido duramente cuestionada por la TRS y su convergencia con el feminismo, pues la razón es un elemento más que ha legitimado la organización patriarcal.

La TRS es también útil para esta investigación, pues por medio de ella es factible abordar a las violencias psicológica y de género, toda vez que permite reflexionar sobre la construcción del conocimiento en torno al género, que hace que las mujeres se guíen, muchas de forma no consciente, por medio de orientaciones de la organización patriarcal y que por lo mismo reproduzcan acciones que son violentas para ellas, como contribuir a la exhibición erótica de sus propios cuerpos, lo que finalmente se convierte en una representación social más arraigada en el imaginario colectivo.

En este sentido, la TRS permite develar información acerca de cómo la sociedad se da a conocer y cómo se construye tal conocimiento con las personas. Esto se traduce en el análisis de la interacción entre personas y sociedad para construir la realidad, proceso que, forzosamente, es atravesado por la comunicación (Ángela Arruda; 2012: 324).

Esta teoría involucra también a la comunicación como herramienta esencial del análisis de la dinámica social dentro de la que se intercambian representaciones, ideas y formas de ver el mundo, en un proceso complejo no sólo de reproducción, sino de retroalimentación. En este caso, Internet es la herramienta de comunicación que, a través de Facebook, porta el contenido de los significados del cuerpo como

representación social; siendo uno de ellos la exhibición del erotismo, no como elemento aislado o erótico en sí mismo, sino que conlleva en su intencionalidad diversos elementos en que se materializa la violencia de género.

Denise Jodelet (Ángela Arruda, 2012) indica que la TRS parte del supuesto de que existen diversos modos de conocer y de comunicarse, dentro de los cuales enmarca al consensual y al científico. El primero de ellos alberga a la conversación informal en la vida cotidiana y generalmente, las representaciones sociales se dan dentro de esta esfera, aunque ello no quiere decir que ambos modos estén incomunicados.

De tal forma, se enfatiza que esta teoría se sitúa dentro del conocimiento de sentido común y del saber popular, los cuales también son considerados por Harold Garfinkel (Galindo, 1998) en el ámbito de la sociología para cimentar sus aportaciones.

Las representaciones sociales se van formando de acuerdo con los significados que se le atribuyen a determinado fenómeno, lo que se sepa de él (que es un conocimiento construido socialmente y de la vida cotidiana).

Por ello, la cuestión de cómo se perciban las mujeres como género implica este conocimiento que previamente se ha formado en sus vidas cotidianas: lo que entienden por ser mujer, las referencias culturales aportadas desde la convivencia en sus núcleos inmediatos, como familia, escuela, y también por los medios de comunicación.

Además, la TRS involucra el estudio práctico de determinados fenómenos y su relación con los aspectos teóricos. En este sentido, indica Denise Jodelet, la representación social es una forma de conocimiento típica de sociedades vertiginosas de la información (Ángela Arruda, 2012) en la que no se pueden generalizar los hechos debido a la celeridad de cambios sociales que se reflejan en la comunicación, observados en conjunto con las TIC. Esto es lo que reflejan las fotografías de Facebook: los usuarios y los contenidos que ahí se publican se hacen en un tiempo fugaz y altamente dinámico, que hace imposible plantear generalizaciones respecto de los usuarios o los contenidos; pero con la TRS sí se pueden identificar las representaciones sociales que existen en ese espacio a través de imágenes.

Por ello es que mediante su relación con el enfoque de género, la TRS permite analizar la representación social del cuerpo de las mujeres, para finalmente develar un fenómeno implícito: la violencia de género.

Violencia de género

La violencia de género es un fenómeno que ocurre en diversos países, por ello, no es extraño que las personas y organismos que han hecho consciencia sobre el tema, hayan intervenido y colaborado para generar instrumentos en el ámbito internacional que luchen en contra del fenómeno. Por ejemplo, los acuerdos emanados de la convención realizada en Belém Do Pará, Brasil, el 9 de junio de 1994, y que exhortaron a las autoridades a tomar medidas para erradicar la violencia, en este caso en los medios de comunicación; además de incentivar debates en torno a la violencia de género para reeducar a la sociedad.

Por su parte, la Declaración de la IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres, en Beijing (1995), define a la violencia contra las mujeres como:

La manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres, que han conducido a la dominación de la mujer por el hombre, la discriminación contra la mujer y a la interposición de obstáculos contra su pleno desarrollo. La violencia contra la mujer a lo largo de su ciclo vital dimana esencialmente de pautas culturales, en particular de los efectos perjudiciales de algunas prácticas tradicionales o consuetudinarias y de todos los actos de extremismo relacionados con la raza, el sexo, el idioma o la religión que perpetúan la condición inferior que se asigna a la mujer en la familia, el lugar de trabajo, la comunidad y la sociedad. La violencia contra la mujer se ve agravada por presiones sociales, como la vergüenza de denunciar ciertos actos; la falta de acceso de la mujer a la información, asistencia letrada o protección jurídica [...] las imágenes de violencia contra la mujer que aparecen en los medios de difusión, en particular las representaciones de la violación o la esclavitud sexual, así como la utilización de mujeres y niñas como objetos sexuales, y la pornografía, son factores que contribuyen a que se perpetúe esa violencia, que perjudica a la comunidad en general, y en particular a los niños y jóvenes (Apartado D, cláusula 118).

Esta definición se creó apegada al marco histórico en que se ha generado la desigualdad, que es esencialmente en el contexto de sociedades patriarcales y a través de pautas culturales que convergen con categorías como la raza, el idioma, la religión y otras.

Por lo anterior, la violencia de género se traduce en una manifestación de poder que no sólo es física, sino que es más compleja y que se articula con relaciones de poder desiguales histórica y culturalmente establecidas entre géneros (Marta Plaza Velasco, 2007). En este sentido, indica Plaza Velasco, esta violencia:

“... actúa a través de instrumentos que terminan por instituirlos, como las representaciones culturales y el lenguaje, en el arte, el cine, la

televisión, la publicidad y el Internet, hecho que ocasiona que la representación de la feminidad se base en estereotipos permeados de erotismo y sexualidad, dirigida a la mirada masculina, mismos que se convierten en organizadores del pensamiento social.” (Marta Plaza Velasco, 2007).

Es decir, la violencia de género se expresa en la agresión física, verbal o psicológica contra las mujeres, basada únicamente en su condición genérica. Se trata de un problema de tal magnitud en el que se creyó conveniente actuar desde la legislación, por lo que en 2007 se creó en México la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV), y que involucra a las autoridades federales y locales para hacerla cumplir. Así, dentro del concepto de violencia contra las mujeres, la ley comprende el daño o sufrimiento causado en los ámbitos psicológico, físico, patrimonial, económico o sexual. (Artículo 5, fracción IV).

La violencia psicológica²⁴, la cual, a diferencia de la violencia física es más sutil, también provoca daños severos a la integridad de las mujeres, pues atenta contra su autoestima y por tanto, contra su desarrollo. La violencia psicológica adherida a la representación social sobre el cuerpo encuentra su auge en las expresiones que implican poder y subordinación (chistes, agresiones verbales, frases obscenas sobre el cuerpo de mujeres) y son observadas como normales dentro de las relaciones sociales.

Por otro lado, la forma en la que se percibe el cuerpo de las mujeres es de suma importancia, ya que sobre éste se materializa la expropiación de su sexualidad. Las ideas sobre cómo debe de ser el cuerpo de las mujeres (que por un lado presume la hiperdelgadez, la tez blanca, rasgos afinados como nariz respingada, pómulos delineados y estatura alta, mientras que también se observa la preferencia por volúmenes prominentes de nalgas y bustos, pero en una figura delgada) involucra una construcción social que contiene violencia de género y que se entiende culturalmente como natural y que en ocasiones pareciera imperativo para las mujeres, o como condición de aceptación y valoración positiva en la sociedad.

Violencias simbólica y psicológica como parte de la violencia de género

La violencia psicológica es definida en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia como: “Cualquier acto u omisión que dañe la estabilidad psicológica, que puede consistir en: negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, desamor, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación

²⁴ Definida en el apartado 3.1. Violencia simbólica y psicológica como parte de la violencia de género.

y amenazas, las cuales conllevan a la víctima a la depresión, al aislamiento, a la devaluación de su autoestima, e incluso al suicidio.” (Artículo 6, fracción I).

Belén Martín Lucas (2010) utiliza la referencia de Stuart Hill en cuanto a que la cultura consiste en “significados compartidos”, e incita al análisis de los medios y la forma en que se reproducen, así como las vías de circulación de las prácticas culturales. Además, señala sobre la invisibilidad de la violencia simbólica y psicológica que:

“El significado es lo que nos proporciona nuestra identidad individual y colectiva, lo que marca quiénes somos nosotras/os y quiénes las otras/os, y que también sirve para establecer las normas y convenciones por las que se rige la verdad en sociedad. Sin embargo, el significado no es algo que preexista de forma fija e inmutable, sino que son las prácticas de representación lo que fijan, lo hacen estable y homogéneo y lo naturalizan, invisibilizando su condición de constructo, de manera que, a fuerza de repetirse una determinada forma de representación, ésta acaba por convertirse en una ‘verdad’ de sentido común, en una categoría ‘natural’ e incuestionable; en definitiva, se convierte en un estereotipo. En este sentido, los estereotipos funcionan como una forma clave de control social, al naturalizar las relaciones de poder y establecer una frontera entre la ‘normalidad’ y la ‘desviación’, lo ‘aceptable’ y lo ‘inaceptable’, lo que ‘pertenece’ y lo ‘otro’, nosotras/os y ellas/os”. (Belén Martín Lucas, 2010: 102)

La negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, desamor, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas, todos elementos de la violencia psicológica, según la definición de la LGAMVLV, pueden ser factores que, debido a su reafirmación, a la “normalidad” y “naturalidad” con que la sociedad los percibe, quedarían aceptados en la vida cotidiana de las mujeres; por lo que no es extraño saber de los casos en que existe uno o más de estos rasgos en las relaciones de pareja y sin embargo no se hace nada para combatirlo. Según la cita anterior el significado de la violencia y el poder que el hombre detenta sobre la mujer, estaría ya convenido implícitamente en la sociedad.

Ello explicaría por qué la sociedad minimiza la violencia psicológica y la remite a un ámbito privado y que no tiene mayores implicaciones, siendo que se trata de un problema social que aqueja y afecta la integridad de las mujeres.

Esta participación se ve reflejada en la televisión, el Internet, y la publicidad de anuncios espectaculares, revistas, periódicos, entre otros, los cuales:

“hipervisibilizan los cuerpos de las mujeres, cayendo incluso en una violencia de la representación de los cuerpos” (Belén Martín Lucas, 2010: 70).

“[...] Los medios influyen en la conformación identitaria y social en mayor dimensión que otros agentes socializadores como la familia, la escuela o los grupos de iguales. Ahora bien, en esta construcción nunca se actúa con neutralidad. A lo largo de todo el proceso informativo, influido por la estructura empresarial, la cultura profesional periodística, el contexto sociocultural y la idiosincrasia individual, los medios no son neutros en su representación y construcción de la realidad. Al contrario, todo este proceso responde a una determinada visión del mundo [incluyendo al género], esto es, a una ideología definida como conjunto de valores y creencias que conforman las interpretaciones del mundo de cada individuo. Con todo, si esta ideología coincide con los valores dominantes se vuelve omnipresente y por esa razón irreconocible, favoreciendo así que opere a través de una dinámica inconsciente e incluso no intencionada [...]. (Belén Martín Lucas B. 2010: P. 75)

Es por ello que los *mass media* y los multimedios son de gran impacto en la formación cultural. Además, en parte son los responsables de promover de manera sutil la violencia implícita, invisible, que fomenta la interiorización de modelos de género sexistas; afecta la autoestima de las mujeres y afianza los patrones de dominación y violencia por parte de hombres y de las propias mujeres al aceptar y (en el caso de Facebook) reproducir las imágenes de su cuerpo, que muestran la interiorización de un patrón y en ocasiones su anhelo por alcanzarlo. Sobre esto, Belén Martín Lucas sostiene:

La verdad mediática invisibiliza a las mujeres (...), el análisis discursivo revela una transmisión de estereotipos sobre mujeres y hombres que refuerzan los roles de género tradicionales, infravalorando u ocultando la capacidad de acción de las mujeres; erotizando, sexualizando y frivolisando su tratamiento hasta convertirlas en objetos sexuales; desvalorizando sus cualidades profesionales: infantilizándolas, subordinándolas y victimizándolas. La verdad mediática recurre a una representación fuertemente estereotipada, explotando el papel de estos estereotipos como prescripciones ideológicas para el comportamiento de género que contribuyen a mantener el orden social, desempeñando por ello un papel vital en la lucha por la hegemonía... (Belén Martín Lucas, 2010: 84).

Asimismo, Aimée Vega Montiel (2007) resalta la responsabilidad que tienen los medios de comunicación, y ahora Internet y sus aplicaciones, en la formación de las

personas, tras asegurar que los anteriores fungen como un agente educador más, aparte de la familia y la escuela. Sin embargo, en el marco de esta función, en México los medios masivos de comunicación e Internet (a través de páginas como Facebook) se han encargado de reforzar la imagen estereotipada de las mujeres, que generalmente es sumisa, débil, como ama de casa, esposa u objeto sexual, y no considera nuevos roles o los diferentes ámbitos en los que se desenvuelven. Esto reinserta en el orden social esas concepciones, lo que impide la erradicación de la violencia. Al respecto, Aimeé Vega sostiene:

“los medios impresos y electrónicos en la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución [...] los papeles que muestran a las mujeres en papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos”. (Aimeé Vega Montiel, 2007: 130).

No obstante que ya existen instrumentos jurídicos nacionales como la Ley General de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, e internacionales como los acuerdos emanados de la convención realizada en Belém Do Pará, que instan a las autoridades a tomar medidas para erradicar la violencia en los medios de comunicación e incentivar debates para reeducar a la sociedad al respecto. Sin embargo, advierte Aimeé Vega que los medios han hecho caso omiso de las recomendaciones y exhortos y, por el contrario, la publicidad de hoy día sigue estando impregnada de violencia.

También hay que destacar que la publicidad que circula ahora por las redes sociales no es muy distinta a la difundida en otros canales, pues ésta consiste también en la repetición permanente de valores, lo cual facilita una determinada permanencia del orden social, debido a que constantemente se representa, al grado de que puede llegar a interiorizarse. Se está entonces frente a un discurso que contribuye al refuerzo de significados y construcción de estereotipos, que a su vez conduce a determinados códigos de conducta.

Así, más que sólo una incidencia en la realidad, *mass media* y los multimedios, y en particular Facebook, contribuyen a su creación, y para el caso de las mujeres, la construcción consiste en representar y reproducir el cuerpo como objeto erotizado. Se trata de una **objetualización** combinada con la raza, clase, orientación sexual, etcétera.

De este modo, las violencias psicológica y simbólica están entrelazadas en las representaciones sociales que a su vez cohesionan y ayudan a forjar las ideas, formas de ser y de actuar de hombres y mujeres. Incluso se integran como parte de la subjetividad.

La subjetividad es un elemento de la identidad de género, que además se compone de elementos sociales y psicológicos. El cómo ser hombre o mujer es parte de la configuración de dicha identidad, en donde tienen cabida roles y estereotipos.

Uno de esos estereotipos, que históricamente se ha asociado con la identidad de las mujeres, es ser o existir para el amor, tener ese objetivo de vida: el de realizarse como esposa y madre. Para ello, el erotismo ha fungido como elemento que complementa o incluso permite alcanzar la realización de ese estereotipo; el erotismo entonces en este sentido está relacionado con la identidad de género de las mujeres. En el capítulo siguiente se desarrolla esta idea más puntualmente.

4.3.2. Identidad de género: las mujeres educadas como seres para el erotismo y el amor

La identidad de género se ubica en el ámbito de la subjetividad, y a su vez se define como un producto de la conformación de las personas como diversidad y síntesis biopsicosociocultural (Marcela Lagarde, 1998). Esto quiere decir que las personas atraviesan por procesos sociales que están relacionados con cuestiones que se han construido con base en hechos biológicos, que no son determinantes pero sí formativos, los cuales son interiorizados e integrados en la psique.

Del mismo modo, la psique y su estructura se conforman por la afectividad y por la intelectualidad: es la mezcla de afectos experimentados y la inteligencia, memoria, olvido e imaginación (Marcela Lagarde, 1998):

La subjetividad se expresa en los sentires, en las preocupaciones y en los pensamientos, en la imaginación, en los sueños, en las fantasías, en el humor y en todos los lenguajes del sujeto, simbólico, gestual, verbal, imaginario, estético, concretados dentro y fuera de sí en sus deseos, sus formas de ser, de estar y de actuar en el mundo. (Marcela Lagarde, 1998 P. 10).

Considerando que uno de los aspectos que influye en la formación de la subjetividad y por consecuencia de la identidad, se puede afirmar entonces que el género, como construcción social que se basa en un hecho biológico (el nacer con pene o con vagina) impregna y más que ello, dirige las formas de ser y de actuar en el mundo en términos de masculinidad o de feminidad de los seres humanos.

El género, como parte constitutiva de la identidad, incluye otro elemento que asimismo se liga con el tema del erotismo y es justamente la sexualidad. Sobre todo porque, lejos de ejercer una sexualidad con fines únicamente reproductivos, la sociedad ha creado un complejo artifice alrededor de este hecho (uno de sus elementos es el erotismo), en donde se encuentran una serie de ideas y representaciones. En el caso de las mujeres, su sexualidad no deja de estar permeada por el control de la organización patriarcal.

Dentro de la identidad de género es en donde tiene lugar el erotismo, cuya concreción está basada en el cuerpo. Se trata de una cuestión que compone a la llamada identidad femenina y es mediante el cuerpo y sus atavíos como se ejerce mayormente. Al igual que el género, el erotismo es una construcción social acerca de un comportamiento o elemento de las personas de acuerdo con su condición de género, en su calidad de hombres y mujeres, y estrechamente ligada a su sexualidad.

De este modo, el erotismo, al ser históricamente atribuido a las mujeres, ha terminado por ser un elemento importante de su identidad. Esa relación histórica proviene de la creencia arraigada en la sociedad occidental de que las mujeres son el equivalente a la reproducción, y por ende, a la sexualidad. Ésta a su vez se ha equiparado con el erotismo, tejiendo no sólo un aspecto aislado o basado en el mero hecho de reproducirse sino que, como sostiene Foucault (1980) la sexualidad se lleva a cabo en el cuerpo, y éste se encuentra inmerso en un campo político. Un terreno en donde existe un dominado y un subsumido: el cuerpo de las mujeres es expropiado, su sexualidad es lo que los hombres necesitan para detentar el poder (Marcela Lagarde, 2005)

Dicho erotismo se ejecuta por medio de lo visual, ya que por medio de la mirada se apreciará la medida en que se es erótica para los demás, muchas de las veces para los hombres, quienes atribuyen gran peso a la cuestión. Dicho de otra manera, el erotismo de las mujeres es para el otro (Marcela Lagarde, 2005), para la complacencia de las miradas en el terreno sexual.

Hay que poner atención a este fenómeno visual, ya que, si lo erótico se percibe a través de ello, la sociedad a sabiendas de esto ha explotado hasta el límite dicha relación, valiéndose de los medios de comunicación (mass media y multimedios de Internet). Máxime en estos tiempos de acelerado flujo de información y marketing.

Lo que impacte a la mirada, vende (contribuye a incrementar ganancias económicas), y una forma de impactarla es ofrecer a la mirada contenidos eróticos, pues a su vez lo erótico está relacionado con el placer sexual y con el deseo.

Conforme a esto, dado el contexto de las sociedades de la información y la prevalencia de una casi adoración hacia lo visual (Manuel Castells, 1999); el erotismo no se ha exentado de la expansión por medio de imágenes en lo que pareciera la satisfacción y el goce de las masas; sino que ha atravesado el umbral de la comunicación para convertirse en un elemento fuertemente visibilizado en las redes sociales de Internet y *mass media*.

Dado que el erotismo es parte importante de la sexualidad, Daniel Cazés (2000) explica que el cuerpo es el que porta toda esta gama de significados sexuales,

mismos que a su vez le atribuyen una referencia devenida de las normas y por medio de las cuales se construyen la masculinidad y la feminidad. Hay una previa construcción de lo que cada persona debe ser en función de los genitales con los que ha nacido, lo cual de inmediato la encaminará a una serie de comportamientos y criterios que a su vez serán su guía en el desarrollo individual y social.

En relación con lo anterior, define al sexo como: “el conjunto de características fenotípicas y genotípicas presentes en los sistemas, funciones y procesos de los cuerpos humanos.” (Daniel Cazés, 2000: 32). De modo que el sexo es la herramienta con la que se asignará socialmente a cada persona a un determinado género, mientras que la sexualidad es el constructo de elementos –además de las experiencias- que se tendrán que ejercer en el terreno individual y social, indica Daniel Cazés, como si se tuviera que cumplir una especie de destino o mandato en el devenir de las vidas.

Es por ello que, entre otros elementos, las representaciones sociales, los modos de pensar, los lenguajes corporales, verbales, escritos, el arte y otras creaciones además de las identidades personales y colectivas, están todos contenidos dentro de lo que conforma a la sexualidad, misma que a su vez está condicionada por un orden jerárquico y de poder (Daniel Cazés, 2000), pero que además es preeminentemente heterosexual, lo que ha originado que en sociedades como la mexicana se generen serios problemas de discriminación hacia personas que salen de la heterodesignación consensuada por la sociedad, lo cual afecta tanto a hombres como a mujeres. Asimismo, dicha heterodesignación se trata de un molde que hace que las mujeres construyan su identidad con esta base y que por tanto, se reafirmen y autodesignen dentro de este marco.

Marcela Lagarde (1993) explica que la sexualidad de las mujeres es un criterio más en donde se aprecia la edificación de una elaboración social, cuya característica principal es que aquélla es para los otros, para los hombres. De tal forma que hay una prohibición implícita social, muchas veces explícita, reflejada en las representaciones sociales, que induce a pensar que las mujeres no tienen el derecho de autonomía sobre sus propios cuerpos.

Con base en el mito religioso católico de la Virgen María se ha construido un argumento de las mujeres puras, castas, que sólo pueden participar de su cuerpo al momento de la procreación, el erotismo es para las putas. Esto se sustenta, según el mito, en que María procreó a su hijo no gracias al semen de algún hombre terrenal, sino al Espíritu Santo; se sobrentiende entonces que no fue tocada, no fue penetrada, no perdió su hálito de divinidad. Por lo mismo, sólo se hace alusión a lo valioso de su vientre, nunca a su vagina, mucho menos a su clítoris (Marcela Lagarde, 1993).

De esta creencia religiosa y de que el catolicismo domine en gran parte de la población mexicana, se esgrime que la sexualidad de las mujeres está estrechamente vinculada a dos aspectos: la reproducción, vista como experiencia básica de las mujeres y en un aspecto positivo, según su propia “naturaleza”; y el erotismo, el lado negativo que representan las mujeres indignas, impuras, salvo que éste se asocie con el hecho de dar vida a los otros, lo cual supone un valor.

El cuerpo de las mujeres eróticas es para el placer del otro, para deleite de los demás, y aunque a este erotismo se le observa como un aspecto negativo, existe aquí una ambivalencia, pues si bien es cierto que socialmente se les atribuye una especie de maldad, de incitación y corrupción del hombre, también es cierto que se ha convertido en un requisito que se supone las mujeres debieran de cumplir en ese camino de la aceptación y valoración social (Marcela Lagarde, 2005).

En la sociedad occidental, cuya moral se sirve en gran medida de la religión católica, se busca a una mujer casta para el matrimonio, pero lo suficientemente erótica para que despierte ese deseo carnal del otro, quien luego depositará su semilla en beneficio de la reproducción de la especie.

De este modo, la identidad de género de las mujeres se ha constreñido con base en modelos sexistas, heterodesignados, en donde, prevalentemente en el ámbito privado, se hace alusión a la sexualidad antes que a otros aspectos, siempre con las implicaciones de sujeción y subordinación del cuerpo.

Por lo mismo, el hecho de asimilarse en un lugar dentro de la sociedad no es dado *per se*, sino que involucra diversos procesos, de entre ellos, la conformación de la identidad.

Ello explica el porqué del éxito de las redes sociales virtuales, en concreto de Facebook: Permite parte de la inclusión de la subjetividad de los sujetos, de modo tal que interactúan con los/las otros/otras sin dejar de lado tanto sus deseos y sentires –lo cual se puede mostrar ya sea con comentarios, imágenes, música, etc., como también cuestiones de índole profesional para quienes así lo requieren- es decir, se trata de un multimedia que integra múltiples aspectos de las diferentes subjetividades de los usuarios.

“El tiempo funciona en la subjetividad de modo que lo pasado está tan presente como el futuro que aún no ocurre, y el presente es tan fugaz que difícilmente puede ser experimentado.” (Marcela Lagarde, 1998: 16).

Así, la subjetividad reelabora y sintetiza procesos ocurridos en distintos tiempos, que conforman finalmente las percepciones y así también las identidades genéricas: “El sujeto es todo lo que ya no es y ha concentrado en su cuerpo vivido y en su

mundo inmediato y propio, es lo que está siendo, y es lo que se dispone a ser.” (Marcela Lagarde, 1998: 17).

Por tanto “las relaciones entre subjetividad, identidad y condición histórica, son las que dan origen a la identidad de género” (Marcela Lagarde, 1998). En este estudio, la subjetividad, es decir, deseos, sentires, en conjunto con las expectativas y experiencias de las estudiantes se combinan en la interacción con las demás personas a través de la red, en donde además proyectan su identidad por medio de mensajes, diálogos, imágenes y elementos comunicativos que de igual forma transmiten en su interacción, ésta a su vez se involucra con la condición histórica de las mujeres que participan en la dinámica y que se inscribe en una sociedad de la información con el gran auge de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)²⁵. Este intercambio de información, así como la cultura que se transmite y con la que se socializa en Internet, son factores que afirman, conforman y retroalimentan la identidad de las mujeres construida en el contexto de una sociedad patriarcal.

Por ello es que la identidad es construida por la permanente interacción con los otros, pero sin dejar de lado la percepción que tienen las mujeres sobre sí mismas. Para comprender el fenómeno es necesario recurrir al estudio de la intersubjetividad; es decir, de su interacción y su experiencia propia. Dentro de la identidad de las mujeres existe también un fuerte elemento que se orienta hacia la consecutiva búsqueda del amor, pues la sociedad patriarcal busca erigir a la mujer como sujeto afectivo dentro del ámbito doméstico, se cree que la socialización de ellas debe dirigirse hacia la búsqueda y ejercicio de su “cualidad” amorosa, ya sea como novia, esposa, madre, etc. (Virginia Maquieira, 2001). Ello, como parte de la identidad, explica el hecho de que el amor sea perseguido afanosamente por muchas mujeres, para cumplir con un requisito social y permanecer en el orden normativo.

Con lo anterior, el amor y la sexualidad se convierten en elementos en estrecha relación que están incrustados dentro de lo que es la identidad de las mujeres, lo cual se expresa de cierto modo en el arreglo personal y en lo que se proyecta a los otros (ya sea en imágenes o palabras dentro de las redes virtuales, para este caso específico), fenómeno que se entrelaza con la moda.

Así, la identidad está integrada por las significaciones culturales aprendidas y las creaciones de las personas sobre su experiencia a partir de ellas, por ello no es fortuito indicar que la cultura es parte fundamental de la identidad.

²⁵ Este proceso se describe más a fondo en el apartado 5. Género y tecnología, y en el capítulo histórico contextual.

Entonces, si la identidad se conforma a partir de un proceso complejo de interiorización de representaciones producidas en el seno de la sociedad, se puede aseverar que no se exentan aquéllas en las que existen elementos de violencia de género; lo cual explica la causa por la que este tipo de violencia se siga reproduciendo y fomentando en cuestiones imperceptibles como es la forma que debe tener el cuerpo femenino, considerada como “normal”.

Por todo lo anterior y para realizar un análisis más puntual; es decir, una argumentación que indique por qué el cuerpo es una representación social cargada de violencia, es preciso establecer la relación entre la categoría de género y la Teoría de las Representaciones Sociales.

4.4. Género y tecnología

En la actualidad y con el auge de las redes sociales virtuales (descrito en el apartado del capítulo histórico contextual), se puede ver cómo determinados sectores de la sociedad –incluidos hombres y mujeres– expresan ahí sus sentires, visiones, manifestaciones culturales. Así es que, no es extraño decir que dichas redes no están exentas de contenidos sexistas, de estereotipos expresados en imágenes, comentarios, etc.

Así, las redes sociales virtuales se han convertido en un reflejo de la sociedad y en el medio a través del cual se difunden conductas y comportamientos, tendencias en lo estético, intelectual, etc. Uno de estos elementos es la moda, las tendencias en el atavío de las personas y el sentido que toman las pautas culturales sobre quienes usan dichas redes.

A su vez, la moda tiene aspectos que son sobre o infravalorados por el resto, es decir, tiene toda una carga de valores, ideas, juicios que la modelan. Por ello, el siguiente apartado reflexiona sobre el vínculo entre moda, erotismo y la materialidad en la que se sustenta, el decir, el cuerpo de las mujeres.

Para realizar un enlace entre la categoría de estudio de la teoría de género de acuerdo con lo que sucede entre las mujeres y la forma en que experimentan, viven, perciben y se relacionan con la tecnología, es necesario desentramar primero el concepto de tecnología no como comúnmente se maneja, sino de acuerdo con las transformaciones de las herramientas de distintos contextos por parte de las personas que se adaptan a su entorno; en este caso y más específicamente, en relación con las mujeres en las sociedades occidentales, respecto del uso que le dan a las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

4.4.1. La construcción social de la tecnología

La tecnología es un conjunto de saberes articulados no sólo científicos, sino técnicos, intuitivos, imaginativos, etc. (Beatriz Fainholc, 2004), que las personas utilizan tanto en su vida cotidiana como en sus quehaceres más elaborados, incluidos los profesionales. Cabe destacar que el inicio de la tecnología tuvo lugar gracias a la necesidad de responder a un medio hostil, en el que se daba lugar a un largo proceso de adaptación (Laura Tremosa, 1986).

Pero además, la tecnología es un aspecto muy importante para la sociedad, pues su producción está estrechamente ligada a los fenómenos de ésta: la cuestión del cómo y para qué se utilizan diversas herramientas (en el ámbito industrial y de comunicación) es un aspecto que indica también la orientación y formación de la tecnología, es decir, hacia quiénes se dirige y quiénes son aquellos que la construyen.

Si bien es cierto que en cada momento histórico la tecnología ha sido objeto de polémicas críticas²⁶, también es cierto que en un momento como éste, una época en que las tecnologías de la información (TIC) y su evidente uso frecuente fungen como una de las principales herramientas para el desenvolvimiento del individuo en la sociedad, es necesario realizar trabajos que analicen las afectaciones que tienen éstas sobre el comportamiento colectivo e individual. Es el motivo por el que se han desatado una ola de numerosos estudios críticos de las más diversas posturas, máxime en una sociedad que se torna compleja por los elementos culturales que se mezclan en la interacción, y por el hecho de estar frente a un medio, que a diferencia de otros, por ejemplo del televisor -en el que el papel del sujeto es receptivo-, se experimenta una dinámica interactiva, que da lugar a la comunicación interpersonal.

Román Gubern (2006) define a las personas de la sociedad como animales culturales, que han tenido la capacidad de fundar una civilización en la que los medios de comunicación adquieren una progresiva importancia, en conjunto con una sociedad caracterizada por una cultura que alberga a un gusto desmedido por el consumo audiovisual.

Ahora bien, es cierto que el éxito del Internet (una herramienta muy importante de las TIC) radica por un lado en el fácil acceso a una comunicación de este tipo, pero también se debe a la importancia de otros aspectos, como el hecho de que se trata

²⁶ Ya en su momento tocó a Charles Baudelaire apuntar en 1859 contra la invención de la fotografía su “servilismo reproductor mecánico” opuesto a la creación y a la invención artística.

de un multimedia, en el que se pueden intercambiar todo tipo de imágenes, y este éxito radica a su vez en la primacía de lo visual por sobre otros sentidos en las culturas occidentales, en donde se está acostumbrado a la sobrexplotación de las imágenes. La referencia de Román Gubern (2006) hacia Marshall McLuhan lo aclara: "... las imágenes [son] portadoras de universos, diseñados y difundidos para satisfacer las apetencias emocionales de su audiencia, [...] muchas de las cuales aluden al erotismo ya que constituye el señuelo supremo para la mirada". Es así como se apuesta por la exacerbación del campo visual en la cultura, más aún con la tecnología informática que enfatiza la función visual por encima de los demás sentidos.

Pero además del valor que se le atribuye a lo visual, hay otro aspecto ligado al uso de la tecnología que dilucida un fenómeno más de la cultura: en la sociedad occidental –particularmente en la mexicana- los contenidos visuales muestran las representaciones sociales que rigen las percepciones y conductas cotidianas.

Por ello y ante el hecho de que la sociedad mexicana sigue estando inmersa en una cultura patriarcal, la tecnología que se utiliza está permeada por características de dicho orden cultural.

Al respecto, explica Laura Tremosa (1986) que por causa del pensamiento patriarcal fue que la tecnología comenzó a concebirse como una herramienta, tanto en su práctica como en su invención, como una cuestión perteneciente y exclusiva de los hombres. No se puso suficiente énfasis en que las mujeres confeccionaron herramientas para poder facilitar el alimento a sus crías, elaboraron vasijas que más tarde cocieron al fuego, con lo que se dio origen a la cerámica, y qué decir de la agricultura, en donde tuvieron un papel preponderante en sus inicios y en su posterior desarrollo.

Y aunque por esas y otras razones las mujeres tuvieron un enorme acercamiento con la tecnología desde sus inicios, se suscitó una especie de disección en el camino, y a medida que la tecnología se iba haciendo cada vez más compleja, explica la autora, ésta se iba distanciando cada vez más de la vida doméstica y del quehacer cotidiano, en apariencia, ya que aunque de forma pasiva, las mujeres siempre se han servido de ella. Muestra de dicha separación es la etapa industrial, en donde la mecánica y luego la electricidad comenzaron a crear un lenguaje y artefactos propios, sin olvidar el contexto patriarcal en que se desarrollaban y por lo tanto, su relación con el poder (Laura Tremosa, 1986: 8-9).

A esto hay que añadir también el hecho de que esta creación y paradigma tecnológicos menosprecien las aptitudes de las mujeres, justificándose con la fuerza física de los hombres, (principalmente en la operación de maquinaria) que se

traduce nuevamente en un argumento de corte biologicista para sustentar la exclusión, pues la fuerza física es un elemento que no basta para justificar el rezago de las mujeres en esta área ni mucho menos en el ámbito de la investigación.

De modo que, con esta concepción se ha sustentado un fenómeno que continúa vigente: la discriminación y marginación de las mujeres en la creación, difusión y uso de la tecnología.

Es importante destacar que los procesos actuales de comunicación; es decir, de continuo flujo de información, deben de enmarcarse dentro del uso de la tecnología, dinámica que estudia por su parte la Teoría de la Construcción Social de la Tecnología, cuyos principales exponentes son Wiebe Bijker y Trevor Pinch (Andrés Valderrama, 2004), que parten del argumento de que la tecnología es una dinámica estrechamente ligada a los procesos sociales; es decir, a “negociaciones de interpretaciones entre diversos grupos sociales”.

El punto central de dicha teoría es el análisis de la construcción social del conocimiento científico, relacionando los contextos en que aquél se produce y se transfiere, para lo cual se proponen los siguientes pasos: En primer lugar se supone que existen grupos sociales que presentan visiones particulares de acuerdo con sus intereses; luego, interviene el fenómeno de flexibilidad interpretativa en relación con problemas y soluciones, misma que es relativa a su grupo social; después, se da el supuesto de que existen mecanismos sociales que permiten el cierre de las controversias iniciadas, para luego dar cabida a un marco tecnológico o conjuntos de conceptos y técnicas empleados por una comunidad para la solución de determinados problemas (Andrés Valderrama, 2004).

Así, esta teoría incluye el análisis de diversos aspectos que entran en juego en la conformación de la tecnología de cierta sociedad o contexto, considerando que en dichos procesos existen los que están más incluidos en la elaboración de herramientas, y los que están en la periferia o participan de forma pasiva. En el caso de las tecnologías de la información (TIC), para denominar a lo anterior se generaron conceptos clave que bien describen la inclusión y la exclusión: La brecha digital y la segunda brecha digital (Cecilia Castaño, 2008), que dan cuenta del difícil acceso a las tecnologías de la información –Internet- y por tanto, de la toma de decisiones sociales relevantes, aunado al hecho de que existe la tendencia de que las mujeres no se involucren con los procesos de formación de dichas tecnologías, sino que dan un uso pasivo, lo que las convierte en parte de los grupos excluidos que existen en México.

Atendiendo a lo anterior, entonces se puede suponer que las tecnologías de la información se conforman de acuerdo con las necesidades de ciertos grupos, en

una pirámide, en donde la parte superior tiene el acceso a la formulación y elaboración de tecnologías, que luego se esparce de modo descendente para quienes sí tienen el acceso, pero usan las herramientas sin intervenir directamente en su elaboración, y finalmente se encuentran los sectores periféricos, que desconocen dichas herramientas por carecer completamente del acceso a tales tecnologías (Wiebe Bijker y Trevor Pinch, 1997).

Asimismo, la Teoría de la Construcción Social de la Tecnología expone una suerte de retroalimentación en la conformación del objeto dado desde la tecnología, en su relación con las exigencias y requerimientos de los individuos en el seno social. Por ejemplo, en el caso de la bicicleta, Andrés Valderrama explica:

[...] desde su invención [en 1790], la bicicleta se diseñó para hombres adultos y sanos, lo cual derivó en un simbolismo de virilidad y poder; sin embargo, tiempo después, y al pretender ser utilizada por las mujeres, los ancianos y los niños, se encontraron diversos impedimentos: Dificultad de montar; problemas de seguridad; además de que las mujeres encontraron inaccesible este medio debido a la vestimenta que utilizaban [...] (Valderrama, 2004: P. 219).

Siguiendo a Valderrama (2004), las adaptaciones de las necesidades de ciertos grupos se debieron a la presión por parte de los mismos hacia los fabricantes; es decir, la bicicleta sufrió entonces modificaciones que se originaron por la demanda de los usuarios. Esto quiere decir que los objetos y la tecnología en general no son algo dado, sino más bien algo que se reinventa dependiendo del contexto y las necesidades del grupo social demandante, entre otros factores.

Esta es la historia que han seguido la mayoría de artefactos que se utilizan en la vida cotidiana de las sociedades actuales, y que se siguen adecuando a las necesidades en turno.

Sin embargo, los cambios mencionados no ocurren desde todas las esferas, sino que se encuentra involucrado un factor muy importante en las relaciones que permean a la producción de la tecnología: el poder.

Sobre esto, Judy Wacjman profundiza y realiza la importancia de la producción tecnológica en relación con los mecanismos de poder de la ciencia, pero además introduce el concepto de género. Asimismo, la Teoría Actor Red de Michael Callon y Bruno Latour (1980) estudian este mismo campo con la categoría de poder. Los análisis de Wacjman, Callon y Latour se orientan hacia el hecho de que el poder y el género están imbricados con los estratos que poseen los recursos para producir o modificar la tecnología.

Latour y Callon señalan que los laboratorios, los centros de investigación públicos y privados, son los que producen los cambios en la sociedad a través de lo que crean y transforman (Valderrama, 2004). Al respecto, refiere que: “son los científicos los que producen cambios constantemente, creando variaciones y asociaciones entre las entidades que las componen”. (P. 223).

Por lo anterior, se proponen los conceptos Actor-mundo, traducción y Actor-Red. El primero toma en cuenta a los actores y su perspectiva respecto de los aparatos o herramientas producidas por la tecnología, así como su posible mejora o adaptación. Pero además, considera no sólo a los actores humanos, sino también a entidades no humanas, que son los elementos tecnológicos a crear o recrear. De esta forma, los aparatos no son creados de una vez y para siempre (Valderrama, 2004: P. 225), sino que son asociaciones de objetos dinámicos, mismos que tendrán la vigencia y transformación que requieran los usuarios. Por tanto, esta teoría indica que los objetos generados por la tecnología obedecen a su contexto social, además de constituir, dependiendo de su adopción y los estratos que los produzcan, logros científicos, políticos y económicos.

Por tanto, lo que esta teoría pretende es dar cuenta de las diferentes formas que la ciencia y la tecnología toman en el mundo, al tiempo que producen cambios en la sociedad (Andrés Valderrama, 2004).

Ahora bien, en relación con el contexto se puede indicar que las TIC caracterizan a las sociedades globalizadas. En éstas ocurren procesos globales que se localizan también en ámbitos nacionales, y que incorporan redes o entidades transfronterizas enlazando diversos procesos y actores locales o “nacionales” -o que involucran dinámicas originadas en cada vez más países y ciudades (Saskia Sassen, 2007)-. Por ello es que el nuevo sistema de comunicación –en cuyo seno se encuentra Internet-; es decir, el del uso de las computadoras, los celulares, y los nuevos aparatos digitales, está caracterizado por su alcance global y su interactividad potencial.

Lo anterior, según Manuel Castells (1999) es resultado de un proceso milenar de la comunicación que inició con la invención del alfabeto, y que mucho tiempo más tarde se expandió debido a la difusión de la imprenta, generando así una mente alfabética y una transformación cualitativa de la comunicación humana.

El hábito de preferir lo visual, indica Castells (1999), pasó primero por el uso de la televisión, aparato que cobró gran auge –incluso relegando a la lectoescritura- debido al mínimo esfuerzo requerido para utilizarlo, lo cual en parte lo colocó como medio de comunicación de masas. Estos canales de comunicación han dado forma paulatinamente a la cultura de masas, y ésta a su vez se corresponden con las

llamadas sociedades de masas, que no son más que la expresión directa de los medios de comunicación resultantes del control del gobierno y de los oligopolios empresariales sobre la nueva tecnología electrónica de la comunicación (Manuel Castells, 1999).

La televisión implicó una ruptura histórica con la mente tipográfica, esta última caracterizada por la razón y el orden, cosa contraria a lo que la televisión ofrecía: diversión y placer, además de simulación de la realidad y fácil comunicabilidad; aunado al hecho de tener la facilidad de observarla mientras se realizaban labores domésticas, razón por la cual se integró como parte del tejido de la vida cotidiana (Manuel Castells, 1999).

Manuel Castells (1999) encuentra entonces que la televisión es el antecedente principal que puso en semejante predominancia a los medios de comunicación, escritos y más aún a los audiovisuales, en sociedades generalmente urbanas con procesos comunicativos similares, de las cuales la Ciudad de México es parte.

Después de comprobar el pronunciado uso de aparatos como la cámara de video y el *walkman* principalmente en sociedades con acceso a ellos, se detectó que el éxito radicaba en reintegrar a los individuos a su experiencia real -muchas veces con la percepción de su propia voz- que no precisamente derivó en la generación de una sociedad de masas con ese mismo tipo de comunicación, sino más bien en una sociedad, si bien masiva en cuanto al número, ya no en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje recibido, como ocurre con la televisión (Manuel Castells, 1999).

Entonces, de acuerdo con la teoría Actor Red, las personas han ido transformando a los medios con los cuales encuentra que puede comunicarse, pero más que eso, con los que puede interactuar; aunque también esto ha dado pauta al nacimiento de una sociedad masiva segmentada e individualizada, sobre todo con las nuevas tecnologías de la información (TIC), cuyo principal protagonista es Internet.

El Internet, su creciente uso y su rápida expansión, principalmente en las ciudades –lugares sede de los fenómenos de la globalización (Gilberto Giménez, 2007)-, es la herramienta de comunicación que más ha cobrado relevancia en relación con lo anterior, pues logró integrar varios modos de comunicación en una red interactiva, conformando un supertexto y metalenguaje que se unen por primera vez en el mismo sistema de modalidad escrita, oral y audiovisual: “El espíritu humano reúne sus dimensiones en una nueva interacción entre las dos partes del cerebro, las máquinas y los contextos sociales.” (Manuel Castells, 1999: 18).

De acuerdo con lo anterior, la importancia para este trabajo es el material visual que circula por estos medios, específicamente en Facebook. Y es que no sólo se debe

referir al fenómeno actual de comunicación como hecho aislado de la cultura, sino que es ésta misma la que se está produciendo y retroalimentando con el intercambio informativo, pero con las características anteriormente descritas, que implican en el caso de las imágenes del cuerpo de las mujeres una gran dosis de erotismo, pero también en el sexismo mostrado muchas veces en chistes, ofensas o alusiones denigrantes para las mujeres.

Lo anterior refuerza el argumento de Laura Tremosa (1986) respecto de que la tecnología no es una cuestión asexual, sino que también está permeada por el orden de género en desventaja para las mujeres. Además de que los contenidos visuales expresan una intención subordinadora, que trata a sus cuerpos como objetos de erotismo prevalentemente, reafirma el hecho de que las mujeres no son quienes están diseñando y confeccionando tecnologías de impacto y toma de decisiones en lo social (Cecilia Castaño, 2008). Las mujeres no están haciendo tecnología, y por el contrario, si la representación social de su cuerpo aparece en la red es casi siempre para tratarlo como objeto sexual. Hay un uso pasivo que ellas tienen frente a la producción de la tecnología (segunda brecha digital).

Estos rasgos culturales no sólo están en la práctica, sino que también en las redes sociales se hace alusión a los estereotipos que separan a la mujer con el uso de la tecnología.

Por su parte, dice Manuel Castells (1999) que el material visual circulante es la expresión de la cultura, y la cultura penetra primordialmente mediante los materiales proporcionados por los medios de comunicación: “Las culturas están hechas de procesos de comunicación”. (P. 32).

Dentro de este tipo de medios, Facebook ha encontrado gran audiencia, justamente por el nivel elevado de interactividad y por la multiplicidad de mensajes y audiencia al que una sola persona puede acceder; pero no sólo eso, sino que además permite seleccionarla y compartir intereses personales en una dinámica que deriva en la segmentación de ideologías, valores, gustos y estilos de vida.

Ahora bien, si se parte del supuesto de que lo que se comparte en cierta medida son contenidos que emanan de representaciones sociales, entonces se puede afirmar que tales contenidos están impregnados de las percepciones, ideologías y demás elementos culturales vertidos en el espacio virtual.

Siguiendo este eje, existe una gran variedad de contenidos vertidos, intercambiados, transmitidos y reproducidos en aquel espacio, puesto que son individuos de todo el mundo los que pueden acceder a él –con las reservas de la llamada segunda brecha digital (Cecilia Castaño, 2008)-.

La dinámica virtual de Facebook muestra en parte un fenómeno de las redes sociales en las que se puede intercambiar imágenes, algunas de las cuales se refieren a una violencia sutil, invisible y permanente, y que corresponde con una cuestión de género. Es la violencia psicológica que se genera al reproducir una representación social del cuerpo de las mujeres: Formas estéticas con arraigo en la organización patriarcal, erotismo exacerbado y objetualización del mismo; cuestiones que se fomentan y perpetúan a través de los procesos de comunicación y que siguen intactos en la conciencia de las personas. Esta representación social del cuerpo, a su vez exige las características de una imagen rigurosa de la belleza, que en estos tiempos es por sobre todo la de un cuerpo hiperdelgado, con piel clara, facciones anglosajonas y también con el debido toque seductor que incite a su consumo, o en todo caso, a las visitas en sus sitios virtuales.

No resulta fortuito asegurar que los medios de comunicación en la actualidad están cayendo incluso en lo que es la violencia de la representación de los cuerpos.

El arte mismo está cruzado por esta violencia. Al respecto, Raquel Güereca (2014) devela una nueva técnica que deviene del llamado arte digital, y que consiste justamente en una forma de representar a los cuerpos de las mujeres de una manera altamente violenta, ya que los expone en partes mediante imágenes manipuladas a través del programa Photoshop, y que transmiten una idea de desmembramiento corporal, en estricta complacencia del placer del hombre, lejos de considerar a la mujer como un todo, lo observa en partes del aisladas del cuerpo, muchas veces a modo de fetiche con el que aquellos pueden darse el placer visual y cumplir con la recurrente apropiación del cuerpo de las mujeres (Marcela Lagarde, 1998). Con ello, Raquel Güereca (2014) pone el puente de un modo explícito entre lo que es el uso de la tecnología desde la organización patriarcal, y la representación social del cuerpo de las mujeres remitida a la esfera de la dominación a través del uso de tecnologías que posibilitan la creación de mensajes por parte de los usuarios. De modo que encontramos cómo la teoría de género y sus ramificaciones son una gran aportación para analizar determinadas prácticas en diferentes contextos, en este caso en el de la información.

Por todo lo anterior, es menester hacer un análisis acerca de un sector de la juventud mexicana: las estudiantes de quinto semestre de la carrera de Administración de la UNAM, para abundar sobre sus prácticas y el nivel de apropiación que tienen de herramientas de las TIC y su percepción de las mismas.

4.4.2. Las mujeres frente al Internet

Es necesario generar un acercamiento científico a las nuevas relaciones sociales dadas a través de las que son virtuales, a la luz de los planteamientos de Gloria Bonder (2002) acerca de que el Internet configura modos de relacionarse, y alberga representaciones sociales e imaginarias, además de valores con los que se referencia la vida actual y se imaginan o proyectan futuros posibles y deseables.

Por otra parte y en relación con el objeto de estudio de esta investigación, Gloria Bonder (2002) cita una serie de posturas divergentes. Menciona por ejemplo el trabajo de Laura Miller, que trata sobre las metáforas dominantes en el imaginario sobre el ciberespacio y el poder que ejercen en las relaciones que las personas establecen con él; mientras que la contraparte señala que el ciberespacio es un producto de la cultura patriarcal o androcéntrica que excluye a las mujeres o las agravia y desvaloriza, basándose en evidencias como la pornografía, la exhibición de mujeres como objeto de comercio sexual, prácticas de acoso sexual, el dominio masculino del discurso y el lenguaje sexista.

En contraste, existen análisis como el de Sadie Plant (1997) desde su denominada corriente Ciberfeminista, en el que se explica que el ciberespacio, la realidad virtual e Internet son un nuevo reto a explorar, buscando así una posible trascendencia. El ciberespacio se diferencia del espacio real en que el primero se ha podido conquistar por pobladores incorpóreos. Con base en esto, Plant sostiene una visión optimista, al afirmar que las feministas se han lanzado a las nuevas tecnologías digitales por el potencial que ofrecen para liberar definitivamente a las mujeres de su sexo.

Para ello, explica la analogía del nombre de su obra con la concepción de los géneros, pues detalla en su obra que los “unos” corresponden a una identidad masculina singular, en comparación con la medición de la femenina, que resulta ser nada; es decir, un “cero”. Este cero tiene dos connotaciones, por un lado, es la insignificancia que la organización patriarcal le ha dado a la mujer al hacerla a un lado en la creación de procesos tecnológicos y otros de la vida pública, aunque por otro es la percepción positiva, abarcadora, integradora característica de la percepción de las mujeres. De esta manera, en el contexto del ciberespacio, esta misma concepción resulta benéfica para las mujeres, pues se da una transformación en la naturaleza de las máquinas, y en la relación mujer-máquina, en la que los ceros ocupan un lugar propio y desplazan el orden fálico de los unos.

Así, Sadie Plant (1997) sostiene que Internet es el medio femenino ideal con el que las mujeres tienen suma familiaridad, pues se manejan perfectamente en el seno de sistemas y procesos fluidos, ya que su forma de ser, holística, se acomoda notablemente con los cambios asociados con la tecnología de la información,

además de que las metáforas de esta nueva tecnología proceden de los mundos de las mujeres.

Donna Haraway (1991) por su parte encuentra potencial en estas tecnologías para crear nuevos significados e identidades; es decir, para construir nuevos mundos. En este sentido, propone la figura del Cyborg: un organismo cibernético semejante a un animal con un implante de fabricación humana. Esta propuesta es importante sobre todo si se considera el auge de la relación tecnológico-informática que está cobrando gran notoriedad y relevancia en esta época, en donde, al menos en la ciudad, es prácticamente improbable no ver a la gente en sus centros de trabajo, escuelas, casas, utilizando algún dispositivo móvil. Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) son cada vez más indispensables en la vida cotidiana de la sociedad.

El cyborg es un híbrido entre máquina y organismo que no posee etiquetas marcadas de orden biológico y que se encuentra sumergido entre la realidad social y la ficción, pues en el paradigma científico aquéllas se han difuminado entre lo animal, lo humano y lo artificial con su recurrente uso de la medicina alópata, los avances médicos y estéticos por ejemplo, mientras que se alimenta de productos prefabricados o modificados genéticamente, que dan a pensar en esa cada vez más estrecha relación entre el humano y la máquina (Raquel Güereca, 2014); aunque ciertamente Haraway en su análisis también propone al *cyborg* como figura de lucha en el ámbito político, que potencie la liberación de las mujeres.

Sin embargo, si todo ese contenido que se intercambia sigue siendo producto de las representaciones sociales de la organización patriarcal del mundo, puede que la figura Cyborg no tenga el potencial que propone Haraway, y que incluso tenga los mismos rasgos culturales de los individuos que interactúan en esta sociedad, es decir, sexistas, violentos y discriminatorios.

Donna Haraway no es tan optimista como Sadie Plant, ya que primero considera que la ciencia y la tecnología son producto del capitalismo, el militarismo, el colonialismo, el racismo y la dominación masculina, pero por otro lado asegura que la cibertecnología tiene un enorme potencial para lograr la emancipación de las mujeres al tratarse de un espacio en construcción, en donde no se reproduzcan más las vejaciones psicológicas y simbólicas que han oprimido históricamente a las mujeres y, así, éstas puedan liberarse del lastre.

En medio de las posturas de Sadie Plant y Donna Haraway, Gloria Bonder (2002) dice respecto del optimismo libertario del ciberespacio, que éste es un territorio anárquico, pero también democrático, que ofrece muchas e inéditas oportunidades

a los grupos marginados, entre ellos a las mujeres, para expresarse y participar activamente en temas socio-políticos.

De esta serie de debates suscitados, esta investigación intenta demostrar que si bien es cierto que el ciberespacio es un terreno en construcción, dinámico, en el que se intercambia un sinnúmero de perspectivas, y que presenta un gran potencial para derribar patrones que dotan de poder y hegemonía a determinados sectores en el contexto de género; también es cierto que hay una dinámica de violencia de género que se traduce en la repetición de hechos cotidianos, que son vistos como “normales”.

Reafirmando, es la erotización exacerbada del cuerpo de las mujeres parte de lo que se refleja en repetidas ocasiones en anuncios publicitarios de medios de comunicación visual, en donde se expone en imágenes de alto contenido sexual.

Estos hechos, son ahora trasladados al terreno virtual, identificándose en algunas imágenes que las mujeres comparten acerca de su cuerpo a través de Facebook, lo cual es un indicio de la aceptación de hombres y mujeres de la representación erótica de aquél y que conduce a la subsistencia de la violencia de género invisible, dando cabida a la cosificación sexual del cuerpo.

Este fenómeno, no sólo se debe cambiar en la percepción y reproducción cultural *per se*, sino que debe de ser abordado desde diversas disciplinas, en este caso es desde la sociológica.

Así, afirma Raúl Rojas Soriano:

[...] Las experiencias de los individuos debidamente sistematizadas, han jugado un papel importante en el desarrollo de los conocimientos teóricos, y éstos a su vez han orientado la práctica de los individuos a lo largo de la historia... (P. 82)

De este modo, dentro del campo de la sociología existe un pilar cimentado en la perspectiva de género, y que tiene que ver en gran medida con la elaboración de estudios sociológicos. Por tanto, es menester de dicha disciplina, desde la perspectiva de género, abordar la situación de las mujeres en relación con la tecnología, en concreto de Internet y las nuevas formas de socializar que incluye a las redes sociales virtuales.

V. Análisis del discurso visual: Violencia de género en la virtualidad

El presente apartado desarrolla las respuestas que dieron las estudiantes de 5to. semestre de la carrera de Administración al aplicarles las herramientas metodológicas de la entrevista grupal y el análisis del discurso, y del Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI) aplicado al grupo en general (hombres y mujeres).

Las estudiantes seleccionadas para la aplicación de la entrevista grupal fueron cuatro²⁷: Alma, Brenda, Carolina y Daniela, y fue a quienes se eligió con base en los contenidos que comparten en Facebook y sobre todo por subir fotos de ellas, ya que en el cuestionario de sondeo indicaron que suben sus fotografías personales en esa aplicación.

Esta interpretación se hilvana con lo expuesto en el capítulo teórico, por lo que tiene la finalidad de confrontar la teoría de género con la posible existencia de la violencia de género en la red social virtual Facebook.

Los cuestionarios de sondeo aplicados al grupo en general; es decir, a los 107 alumnos incluyendo a hombres y mujeres (49 hombres y 58 mujeres), arrojaron como resultado que en promedio cada alumno posee dos computadoras en casa, y la utilizan dos horas diarias para fines de esparcimiento. En este aspecto, todos refirieron poseer una cuenta en Facebook, colocándose ésta como la más visitada por los alumnos.

Lo anterior indica que los alumnos de este grupo están altamente familiarizados con las TIC, pues además utilizan sus dispositivos móviles para acceder a Internet. Ellos son de los pocos sectores privilegiados del país, al estar cursando una carrera universitaria y además tener el acceso a estas tecnologías.

Si consideramos lo dicho por Manuel Castells (1999) acerca de que esta fase tecnológica es compartida por millones de personas a nivel mundial, se encuentra que los jóvenes universitarios están dentro de la sociedad de la información y comunicación, es decir, están expuestos al enorme flujo de información que circula en Internet y hacen uso de las aplicaciones que allí se encuentran. Sin embargo, el uso que les dan y los contenidos que comparten son un indicio de la persistencia del sexismo en la dinámica virtual, máxime atendiendo a la premisa de Castells acerca de que “todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo”. Así, ellos comunican sus sentires, percepciones, deseos, etc. a través de las palabras e imágenes en sus espacios virtuales.

5.1 El cuerpo hipererotizado

Al utilizar herramientas de las TIC, como celulares, lap top, tabletas, etc., se imbrica el uso de la tecnología característica de la sociedad de la información con otro aspecto de la cultura, que es la ideología sexista. Por ello es que en estos tiempos se ve en la red que hay una percepción, reproducción y con ello reafirmación de

²⁷ Los nombres originales de las entrevistadas fueron cambiados por seguridad de su identidad.

patrones culturales, por lo que a la par del desarrollo tecnológico se está intentando consolidar también en el espacio virtual las jerarquías de género.

Los patrones de belleza a seguir, sobre todo dirigidos hacia las mujeres, en conjunto con el erotismo, se vierten en una representación social que se reproduce en los medios de comunicación, y las redes sociales virtuales (que la ilustran por medio de fotografías) no son la excepción. La comunicación que llevan a cabo las estudiantes investigadas, mediante Facebook, tiene una gran afluencia de imágenes, que en ocasiones consisten en su corporeidad y que a su vez corresponde con características sobre cómo concibe una sociedad patriarcal a la mujer.

Cabe recordar que la organización de la sociedad patriarcal sostiene principios de subordinación hacia la mujer y una de sus características es entremezclarse con otras formas específicas de la cultura, en este caso, esta ideología se conjuga con el uso de las TIC, en donde casi siempre se hace referencia a la supremacía de los hombres por sobre las mujeres.

Así, los patrones de belleza dictados por esta ideología se refuerzan mediante distintos canales de Internet, tanto por sectores de usuarios como por la industria de consumo en el ámbito de la belleza.

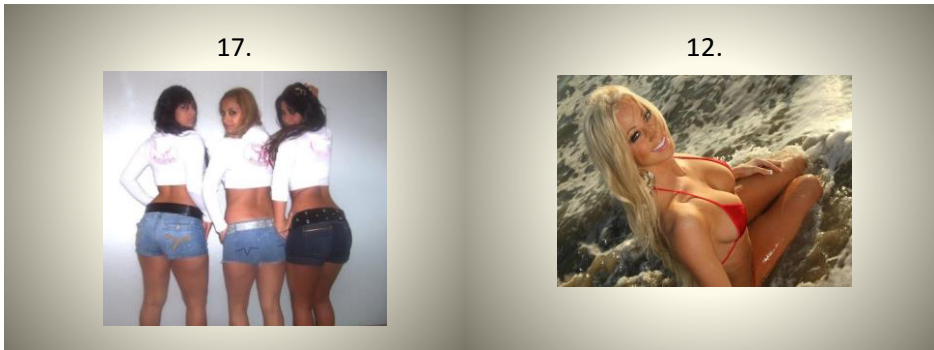
Como se indicó en el apartado de *La organización patriarcal del mundo* esta manera de verse físicamente, violenta a los hombres y a las mujeres que no encajan con dichos rasgos. Gran parte de la población mexicana es indígena y mestiza, por lo que resalta la incompatibilidad de ésta respecto de lo requerido estéticamente por la organización patriarcal.

En las respuestas que el grupo de 5to. semestre dio cuando se le presentó la imagen 8 en la proyección del Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI), que corresponde a una mujer mexicana, con rasgos comunes de la población -como tez morena, estatura media, complexión robusta, etc.-, se hizo evidente el desagrado hacia su fisonomía, ya que prevalecieron calificativos como: *nada sexy, tonta, vulgar, zorra, reggaetón, pronta, sexo*. Es decir, la mayoría enfocados hacia la sexualidad pero con un trato despectivo y peyorativo, discriminatorio.



Fuente: Proyección ASBI

Este contraste de las respuestas se observó en los calificativos que los alumnos dieron de las siguientes imágenes:



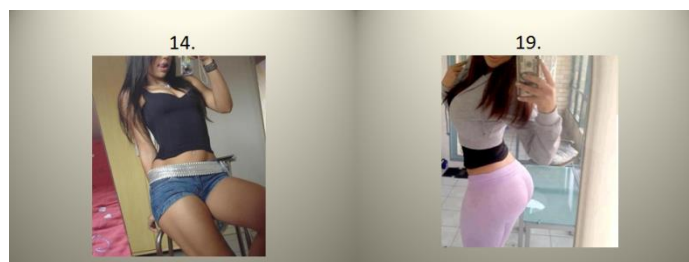
Fuente: Proyección ASBI

Al mostrar al grupo la fotografía 17, que es de jóvenes mexicanas, el grupo hizo de la misma forma comentarios despectivos. Se observa que estas mujeres son morenas, de rasgos comunes que los de muchas mexicanas pero, a juzgar por los calificativos que dieron los alumnos (“*chacas* -aludiendo a alguien vulgar-, *golfas*, *nacas*, *guarras*, *perreo*”), se hace evidente que la percepción que tienen de cómo debe ser la belleza concuerda con lo establecido por la organización patriarcal, con lo cual se genera también discriminación, siendo ésta una forma de violencia psicológica.

Lo anterior se enfatiza ya que para la fotografía 12, en donde se muestra una mujer con los patrones de belleza aceptados (rubia, delgada, de senos grandes), los adjetivos que predominaron fueron positivos y aduladores: “*belleza*, *modelo*, *sexy*, *bonita*”.

Cabe resaltar que las marcas corporales de la organización genérica del patriarcado se convierten en parámetros con los que las personas se clasifican y dan sentido, valor y poder a la fisonomía que poseen. A decir de Marcela Lagarde (1997), es así como se configuran los cuerpos masculinos y femeninos.

Parece ser que el alumnado tiene en mente la forma en que deben de ser las mujeres estéticamente; las diferencias las desaprueban. A su vez, aquella forma de ser que sí consienten, en términos teóricos, es una representación social sobre el género femenino.



Fuente: Proyección ASBI

En el caso de las imágenes 14 y 19, ambas mujeres son las que se toman las fotografías, y de ellas sobresale principalmente su sexualidad en una apelación

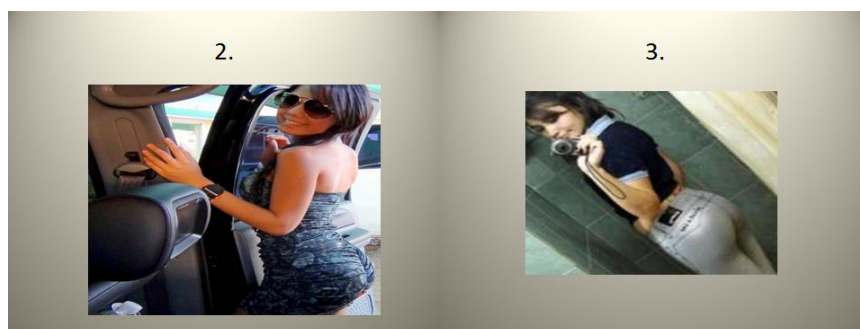
erótica; es decir, participan en la exhibición erótica de sus cuerpos, pareciera que de acuerdo con la complacencia de la mirada masculina, para satisfacer sus gustos y necesidades.

Los adjetivos que prevalecieron hacia la fotografía 14 fueron: “*exhibición, sensual, puta, Facebook*”. La palabra “exhibición” es muestra de que los alumnos dan por entendido que este tipo de fotos se toman para ser compartidas en las redes sociales. Por su parte, la imagen del cuerpo erotizada da lugar a comentarios sobre la sexualidad, muchos de los cuales son violentos u ofensivos.

Aunque pareciera que la intencionalidad de las mujeres con este tipo de imágenes es buscar la aprobación de los usuarios respecto del cumplimiento de las determinaciones exteriores hacia el género (es decir, con la alienación de su cuerpo conforme a lo dictado), también nos encontramos con que hay una especie de doble discurso por parte de los alumnos, en donde por un lado se aprueba la estética de la mujer y su erotismo (la palabra “sensual” es muestra de que sí despierta el deseo), pero a la vez la califican de “puta”, lo cual es signo de una desaprobación de índole moral.

Esta ambivalencia, como se decía en el apartado teórico, entrama la asignación o la idea de que las mujeres que muestran su erotismo son putas, malas o pecaminosas, sólo podrían mostrarlo en el marco del acto sexual.

Pero por otro lado, ser erótica despierta el deseo sexual, la mujer se vuelve aquello que el hombre desea y ella lo complace por medio de la mirada. Entonces se observa cómo ellas encuentran cierto poderío, como indica Marcela Lagarde (2005), cuya arma principal es su cuerpo: es a través de la oferta de su sexualidad como pueden negociar con los hombres y con el resto de las mujeres en la sociedad.



Fuente: Proyección ASBI

La existencia de este doble discurso la encontramos también en los adjetivos con que los alumnos calificaron las imágenes 2 y 3, donde la mayor referencia se hizo a las nalgas de las mujeres, abundando las palabras: “trasero, nalgas, sexy”, junto con otras despectivas, como: “zorra, pronta, necesitada, puta”.

Lo anterior se traduce en el hecho de que la representación social del cuerpo de las mujeres tiene, por principio, la referencia altamente sexual, pero también una alta

dosis de violencia de género. Los adjetivos “zorra” o “puta” están vinculados a la sexualidad pero con una acepción negativa y denigrante.

Pero este fenómeno, si bien se muestra a nivel discursivo, guarda dentro de sí las dimensiones subjetiva, afectiva y cultural en la construcción del saber (representación social) y se consideran parte de la formación del conocimiento y objeto de la ciencia social. Al respecto, tales dimensiones son importantes en la medida en que se pretende conocer lo que las mujeres investigadas perciben, piensan y experimentan al ser partícipes del intercambio de fotografías que se refieren a su cuerpo.

Lo anterior quiere decir que un aspecto de la identidad de las mujeres (la sexualidad) contribuye a generar la representación social del cuerpo.

Al ser el erotismo parte de la sexualidad (podría ejemplificarse como si el erotismo fuera la idea y se ejerciera con el cuerpo mediante la sexualidad) y a su vez la sexualidad parte de la identidad, entonces se entiende que la identidad de las mujeres se relaciona con la formación de una representación que luego los medios de comunicación, en parte, se encargan de reafirmar y de reforzar mediante estereotipos, no importando la carga de violencia psicológica que éstos puedan tener.

Se entiende entonces que en el caso de Facebook (multimedia) exista una gran cantidad de referencias hacia el cuerpo femenino, muchas de las cuales tratan a éste como una invitación hacia lo sexual.

En páginas como *Del monte es la ley*²⁸ o *Mujeres sabrosas* entre otras, que van surgiendo día con día y que se allegan de un importante número de seguidores, predominantemente hombres, tiene como principal contenido la exhibición de mujeres en posiciones extremadamente eróticas, incluso muchas de esas fotografías son tomadas por las mismas usuarias en la modalidad *selfie*²⁹. Esto se suma ahora a que las redes sociales virtuales contribuyan a la fijación de la representación del cuerpo de las mujeres con contenido violento.

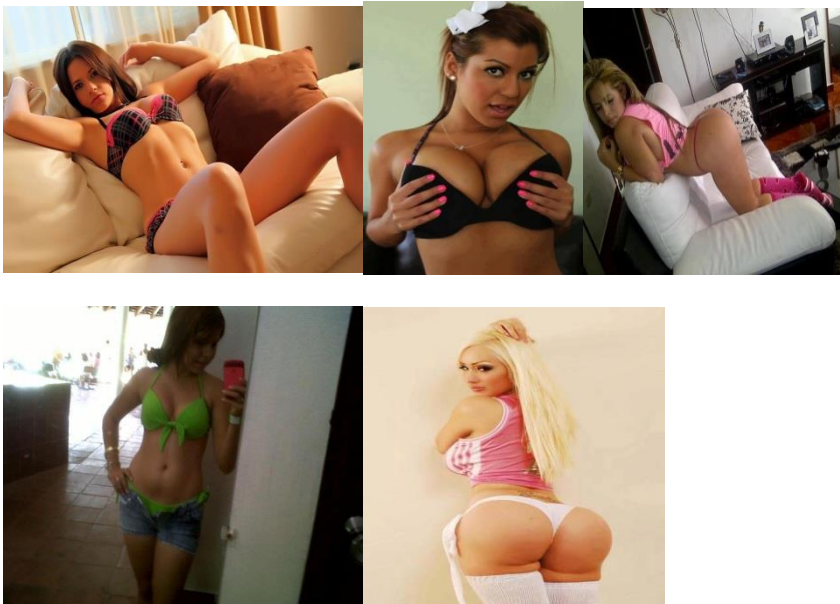
²⁸ Página actualmente extinta.

²⁹ Ver definición en la introducción.



Fuente: Imágenes extraídas de la página de Facebook “Mujeres sabrosas”

Algunas de las fotografías del sitio *Mujeres sabrosas*, cuya leyenda en su página de inicio es: “*bueno gente... en esta pagina subire muchas fotos de chicas q estan bien sabrosas... espero q les gusten...*” (sic), son las siguientes (También se incluyen fotografías del sitio *Mujeres ricas*):



Fuente: Imágenes extraídas de la página de Facebook “Mujeres sabrosas”

El erotismo no es una cuestión que tenga que ser atravesada por la censura o por el tabú; sin embargo, la forma en la que se aluda tiene qué ver con el mensaje que se pretende dar, en el caso de las fotografías mostradas, es claro que expresan un erotismo cosificado.

La hipererotización del cuerpo crea un estereotipo, y bajo éste es que se aloja la

violencia simbólica y psicológica, pues en la sociedad se les atribuye a las mujeres una especie de sinónimo de erotismo y feminidad, lejos de dejar que sean ellas las que se autodeterminen: se cumple con el estereotipo de mujer sexy, complaciente para la mirada masculina.

Lo problemático de lo anterior radica en que esta complacencia podría perpetuar la cadena de dominación masculina, pues muchas veces las mujeres mismas –en el caso de quienes suben este tipo de fotos- participan en la dinámica por considerarla un hecho normal que les dará reconocimiento social.

Como hechos normales se concibe un sinnúmero de situaciones que estereotipan a las mujeres. Por ejemplo, cuando a las estudiantes entrevistadas se les preguntó sobre los anuncios publicitarios de mecánica, refaccionarias o el mercado automotriz que utiliza a mujeres semidesnudas (imagen e), señalaron que son anuncios que buscan atraer a su público, es decir, a los hombres, quienes son un “público potencial”; no obstante, algunas de ellas refirieron que no se debe generalizar puesto que hay hombres a los que “no aplica” el estereotipo de la preferencia hacia “mujeres, coches, dinero”, pues hay quienes tienen otros intereses. En este punto hubo opiniones divididas, pues algunas indicaron que conocen a muchos hombres que en efecto tienen una fuerte inclinación hacia los coches, las mujeres y el dinero.

La discusión sobre si los hombres persiguen estos tres elementos es una representación que se tiene en la sociedad y que va de acuerdo con una idea sobre cómo los hombres ostentan su virilidad, liderazgo y estatus. Pero en el caso de la mujer, entre más cumpla con los atributos físicos que impone la organización patriarcal, más valor tendrá en la sociedad.

Sumado su poder adquisitivo y materializado en un automóvil, el hombre será más admirado y será ejemplo de éxito para con el resto. Así se refrenda la representación que hace que las mujeres sean un objeto más en la acumulación de poderío masculino, y en detrimento también de los hombres al “sugerirles” que de ese modo podrán tener un buen estatus y merecerse “el poder de ser hombre”.



Fuente: Imagen I de la entrevista.

Las entrevistadas reconocen que poner la imagen de una mujer de formas exuberantes y con poca ropa es un medio para atraer hombres. Con esto se asegura el rasgo del estereotipo masculino que percibe a la mujer primero que nada como un objeto erótico.

Además, tras afirmar que las mujeres no van al mecánico, las entrevistadas refuerzan los estereotipos de género, siendo uno de sus elementos el sexismo por medio del cual se demeritan las capacidades de las mujeres: el hecho de que ellas no vayan al mecánico implica la reafirmación de la creencia de que las mujeres no saben de los asuntos relacionados con mecánica o con tecnologías de esta índole. Asegurar lo anterior significa que las mujeres se atienen a la construcción social basada en argumentos naturalistas acerca de que dependen de los hombres para poder hacer este tipo de actividades, sin percatarse de que por ello aceptan la jerarquización que las deja en una escala de inferioridad, que no se debe precisamente a la biología.

En la imagen en que aparece una mujer anunciando lencería (imagen m), Brenda dijo que se utiliza el cuerpo de las mujeres como imagen de lencería en anuncios porque “el sexo vende”. Ante ello, se les preguntó por qué creen que “el cuerpo de la mujer vende”. La respuesta primera, en tono de broma fue: “porque somos guapas”. Enseguida contestaron que esto se hace porque no es lo mismo ponerle las prendas a un maniquí que a una modelo, ya que los maniqués son iguales entre sí, lo cual es diferente a que “modelen las prendas mujeres delgadas, de rostros bonitos, muy bien maquilladas y proporcionadas”.

Esto, señalaron, puede funcionar para que las mujeres piensen que tienen los senos iguales que las modelos y también para vender, ya que “la compradora lo relaciona con ella”. Por ello, aseguran que ver la lencería en mujeres es mejor.

Las entrevistadas aceptan este concepto de belleza, pues las mujeres que anuncian lencería generalmente obedecen a la construcción de dicho concepto; de modo que, al considerar que se pueden identificar con las modelos, las chicas se idealizan con apego a la forma en que lo expone la idea de mujer bella o sensual.

Por su parte, Carolina aseguró que se trata de un mercado dirigido a hombres y mujeres, pues los hombres pueden comprar lencería a sus novias pensando en que se verán igual a las modelos. Esto sugiere una aceptación generalizada en relación con la manera en que las mujeres debieran de verse, es decir, la norma de la belleza.



Fuente: Imagen m de la entrevista.

Así, en las dos anteriores respuestas se deja ver la interiorización del sexismo por parte de las estudiantes entrevistadas, ya que las mujeres que portarían la lencería tendrían que ser un referente de belleza: cómo es una mujer atractiva y sensual, y por tanto cuál es el ideal al que deben de aspirar las consumidoras.

Es así como se muestra que en la cultura del consumo el cuerpo de las mujeres es un señuelo para vender las mercancías de ciertos productos y claro, entre mayor sea el empate con lo considerado bello, más posibilidades de venta tiene y más ilusión crea en las consumidoras al formularles el anhelo por verse igual que las modelos.

La explotación del deseo, y particularmente del deseo sexual, se encuentra también en muchos anuncios anticonceptivos que relacionan en su mayoría más a las mujeres con estos productos que a los hombres. Podría ser también como señuelo para la venta al público masculino, pero también deja ver el sexismo, dado que se está atribuyendo a las mujeres una cuestión de responsabilidad que tiene que ver con ambos géneros.

Respecto de la imagen sobre anuncios anticonceptivos en los que aparecen mujeres con poca ropa o haciendo referencia a la sensualidad (imagen g), Brenda respondió que ha visto anuncios de este tipo en los cuales aparecen mujeres muy jóvenes y sugerentes, cuyo mensaje piensa que relaciona a la mujer con el placer del hombre.

Carolina piensa que se ha optado por poner a mujeres porque la sociedad pretende que los hombres tengan consciencia y responsabilidad, aunque para conseguirlo usan el tipo de anuncios que dejan la responsabilidad de protegerse a las mujeres.

Brenda sostiene que existe la idea en sociedad de que son las mujeres las que tienen que protegerse, en una especie de obligación para educar a los hombres, quienes se han deslindado por su indiferencia al tema.



Fuente: Imagen n de la entrevista.

Si bien las entrevistas no se muestran de acuerdo con el hecho de que se utilice la imagen de mujeres para alentar a los hombres a adquirir conciencia, no pusieron objeción en que las mujeres tomen el papel de educar en materia de sexualidad.

Utilizar el cuerpo de la mujer en anuncios anticonceptivos, ya sea para provocar o incitar al pensamiento del placer a hombres o mujeres, o bien para aludir que ellas son mayormente responsables del cuidado anticonceptivo son ideas que dan una carga negativa a la sexualidad de la mujer, la primera porque la trata como artículo que sirve para impactar en el mayor consumo de estos productos, la segunda porque representa una carga de responsabilidades que no les son exclusivas, y que por tanto podrían impedir el ejercicio de una sexualidad plena.

Así por ejemplo, cuando a las entrevistadas se les preguntó lo que piensan de las mujeres que aparecen en los medios de comunicación o anuncios publicitarios ya sea con poca ropa o en poses sugerentes, ellas justificaron la imagen de éstas, pues dijeron que es su trabajo y que por tanto deben cuidar su imagen, es decir, su cuerpo y su cara, ya que tienen que dar una impresión “femenina”; Carolina señaló que se ha percatado de que en noticieros, en el estado del tiempo por ejemplo, cuando no hay una mujer que muestre los senos o tenga una figura entallada, entonces el programa tiene poca audiencia, mientras que si la hay, entonces el *rating* sube mucho. Por ello, se les preguntó si entonces consideran que el cuerpo de la mujer vende, a lo que respondieron que sí, que de ese modo ellas lo tienen inculcado. De ello responsabilizaron a los medios de comunicación, pues a su parecer, son los medios quienes establecen los patrones de belleza, siendo característicos: “tallas 90-60-90, cabello largo, facciones muy finas, muy bien maquilladas”.

Indicaron que un cambio en dicha práctica y en el bombardeo de los medios de comunicación en este aspecto tardaría años, pues “siempre ha sido así”, al menos desde que tienen uso de razón.

La idea que tienen las entrevistadas acerca de que es lo que han visto desde pequeñas se debe a la imbricación entre medios de comunicación y la organización patriarcal de la sociedad mexicana, pues los primeros han fungido como los difusores de esta dominación a través de sus contenidos. La publicidad y todo tipo de contenido asegura la subordinación de las mujeres, al grado de haber ayudado a construir la representación social del cuerpo de las mujeres (hipererótico), por ello es que quienes crecen en una sociedad con estas características piensan que así son las cosas y que es imposible cambiarlas, esto en el mejor de los casos, ya que hay quienes aseguran que la sociedad funciona así por una especie de orden natural.

A pesar de que el discurso de las entrevistadas refiere consciencia sobre el hecho de cómo debe de ser la belleza, se encuentra sin embargo aceptación, incluso a modo de resignación, lo cual sugiere la subsistencia de este tipo de percepciones y conductas.

Esto también queda demostrado cuando se preguntó a las estudiantes su opinión sobre las siguientes imágenes:



Fuente: Imágenes J y K de la entrevista.

Sobre la imagen en donde aparece una mujer obesa y otra muy delgada, señalaron que sí han visto esas imágenes, las cuales relacionaron con otras en donde se aprecian mujeres “muy muy flacas” mientras que los hombres aparecen con “puro músculo”, es decir, hombres en el gimnasio o ejercitándose.

Brenda refirió que se percató de que en la aplicación Instagram hubo una fuerte tendencia de mujeres jóvenes que subían fotografías de su cuerpo, en especial de las caderas hacia abajo y en específico la forma en que sobresalen los huesos de la cresta iliática, ubicados a un costado del vientre bajo, con la finalidad de mostrar su extrema delgadez, ya que en personas muy delgadas ambas crestas del hueso son muy visibles. Sobre esto, todas apoyaron la idea que de muchas “chavitas” se ven influidas por la publicidad de Internet, que promueve cuerpos hiperdelgados, poniendo incluso en riesgo su salud y pensando siempre en que no tienen el cuerpo “perfecto”.

En E.U., en Instagram, hubo una moda de las mujeres que consistía en subir fotos de los huesitos que se les salen de la cadera, refiriéndose a su extrema delgadez, subían muchas muchas fotos y me impresionaba ver que para las mujeres era algo padre, y creían que se veía bien o bonito y una se pregunta hasta qué punto va a afectar el bombardeo de Internet la realidad de las personas, sobre todo a las chavitas, quienes pensarán que no tienen el cuerpo perfecto o disque perfecto para ellas.

En cuanto a la idea de cuerpo perfecto, se les preguntó cuál era el que ellas consideraban, a lo que respondieron entre risas que debía de ser uno saludable, con el que “las chicas se sientan bien”. No obstante, Daniela dijo que al ser mujeres, era justificable que se fijaran en todos los detalles corporales, pero ello no significaba afectar la salud a costa de la apariencia, sino que más bien tendría que buscarse un equilibrio. Sobre este equilibrio al que todas se refirieron, fue evidente sin embargo que asumen que las mujeres, tan sólo por el hecho de serlo, ponen más atención a su cuerpo que los hombres; lo que se traduce en la idea firme e interiorizada de que para adquirir ya sea relevancia, notoriedad o prestigio deben de cuidar su apariencia física.

Obviamente somos mujeres y nos fijamos hasta en el más mínimo detalle en nuestro cuerpo, pero creo que no se debe de rebasar la

idea de afectar tu salud a costa de la apariencia, tiene que existir un balance entre tu salud.

Carolina, estudiante del quinto semestre de Administración.

La afirmación “somos mujeres y nos fijamos en el más mínimo detalle de nuestro cuerpo” esconde la idea de un aspecto de la identidad de las mujeres que, al estar reforzado por los medios de comunicación, se dirige hacia la sociedad en general. Esta idea consiste en comunicarles a las mujeres o hacerles saber de una u otra manera que por serlo es una especie de obligación o responsabilidad estar pendiente de sus cuerpos, no en una cuestión de salud o cuidado, sino de estar “presentable”, de tener un cuerpo que los demás puedan desear y luego adquirir (muchas veces con la culminación del matrimonio).

Así, las mujeres interiorizan como parte de su ser y estar en el mundo –plasmado en su identidad- que su cuerpo tiene más importancia que la que los hombres le dan al de ellos, nuevamente, porque “así tiene que ser”.

Sin embargo, las entrevistadas aseguraron que están más conscientes que las generaciones más jóvenes del problema que representa estar expuestos ante el gran flujo de la información que circula en Internet, la cual, a su parecer, afecta más a los hijos de las parejas jóvenes, pues no tienen la supervisión de sus padres para discernir de la información que pudiera perjudicarles la salud.

Las niñas más chicas son las que están en peligro porque no saben nada y sólo se meten a las páginas sin saber, nosotras ya estamos más grandes.

Brenda, estudiante del quinto semestre de Administración.

Además, tiene que ver también la educación de casa, eso influye mucho, a mí siempre me inculcaron estar comiendo y hay niñas y mamás jóvenes que intentan estar delgadas y quienes pagan las consecuencias son las niñas, los hijos, y por ese lado eso se empieza a ver [las consecuencias] con las niñas más chiquitas.

Carolina, estudiante del quinto semestre de Administración.

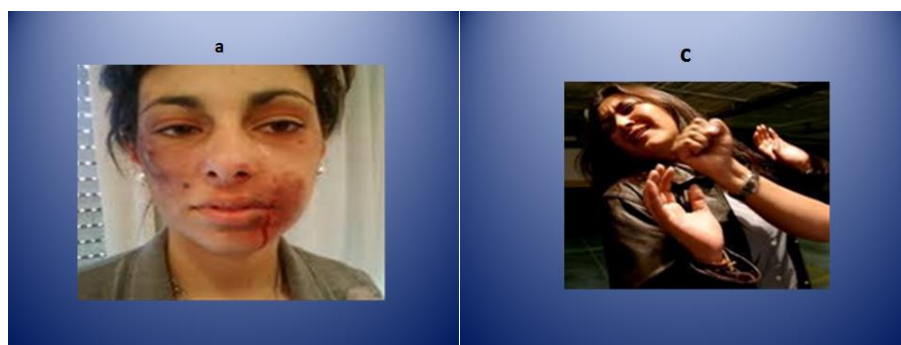
Y aparte ahora los papás ya no toman tanto partido en la educación, el ochenta por ciento lo dejan a la escuela, a los juegos, al Internet; ya los papás no tienen esa participación, son niños criando niños, no tienen la conciencia y es gente que tiene hijos muy joven y no tiene la conciencia del “paquetote” que tienen, ya no es la educación de antes, nuestra generación apenas se salvó, las que vienen están todas mal.

Daniela, estudiante del quinto semestre de Administración.

Las estudiantes dijeron poseer más conciencia de las afectaciones de los medios de comunicación que las generaciones más jóvenes que ellas, aunque cuando se indagó más a fondo acerca de lo que piensan de, por ejemplo, la violencia física, se encontró que no tienen el conocimiento y la conciencia que señalan.

5.2 La percepción de las estudiantes sobre la violencia

Conforme a la definición de violencia de género mencionada en el capítulo IV, se entiende que la violencia física es una de las manifestaciones de la primera, por lo que para saber lo que las estudiantes piensan acerca de este tipo de violencia, se formuló una serie de preguntas en la entrevista grupal sobre las imágenes o las notas informativas que circulan en Facebook, en donde se alude a mujeres golpeadas o con algún tipo de maltrato físico.



Fuente: Imágenes a y c de la entrevista.

Cuando se les preguntó si habían visto en Facebook memes o imágenes de mujeres golpeadas o maltratadas, respondieron que no de manera frecuente, sino que sólo las han visto como referente de notas periodísticas. Señalaron que cuando se meten a leer las notas se han percatado de que, o bien se ejerce este tipo de violencia en parejas jóvenes en las cuales las chicas se “enamoran demasiado” y “permiten” los golpes, o bien se trata de casos aislados o extraordinarios, de delitos mayores en los que se golpea o se mata a las mujeres. Enfatizaron en que no son casos que ocurran cotidianamente.

Si contrastamos esas respuestas con los datos acerca de mujeres maltratadas en México, encontramos que tan sólo en el caso de la violencia física (lesiones y daños físicos) las mujeres casadas o en convivencia libre que son agredidas por su pareja a lo largo de su relación, conformaron una cifra de 2,842,309, es decir, 25.8% del total de encuestadas manifestaron sufrir algún tipo de violencia de género, según el ENDIREH 2011 (INEGI). Esto quiere decir que la violencia física no es un caso aislado o extraordinario, como refieren las entrevistadas, sino que más bien los usuarios minimizan esta violencia, lo que da como consecuencia que las mujeres perciban que no es algo que sucede de manera cotidiana, que ese tipo de fotografías son para “meter morbo” y que entonces sea un tema que les es ajeno, o que incluso son casos que provocan las mismas mujeres jóvenes.

Por ello es que en este apartado sobre violencia física se concluye que las entrevistadas tienen poca información al respecto.

Por su parte, lo que el grupo en general expresó en relación con la violencia física, estuvo de acuerdo más con el carácter estético de las mujeres mostradas que con el hecho violento. En la imagen **b** de la proyección por ejemplo, prevalecieron calificativos como los siguientes: *fea, horrible, tristeza, culera*, y por último *violencia*. Lo cual quiere decir que el grupo dejó en último lugar la cuestión de la vejación al rostro de la mujer, pero sí maximizaron los aspectos relacionados con lo que entienden por belleza.



Fuente: Imagen b de la entrevista.

Otra categoría que sirvió para saber qué opinan las entrevistadas respecto de la violencia sexual, manifestada muchas veces en violaciones, se empleó mostrando imágenes alusivas. Las estudiantes contestaron que tampoco han visto imágenes de este tipo en su Facebook; lo cual sugiere que es un tema que les es ajeno. Incluso hubo quien atribuyó esta trasgresión a las mujeres que se “exhiben en trajes de baño” (respuesta de Brenda) y que por ello en algunos casos son objeto de maltratos.

Si consideramos los datos proporcionados por el diagnóstico *Violencia feminicida en México. Características, tendencias y nuevas expresiones en las entidades federativas*, realizado por el Instituto Nacional de las Mujeres, la ONU-Mujeres y la Comisión Especial de Seguimiento de Feminicidios de la Cámara de Diputados, que señalan que al año se denuncian alrededor de 15 mil casos de violación hacia mujeres, sin contar con los que no son denunciados, encontramos que el grupo de entrevistadas no tiene noción de este alto porcentaje (violación o degradación sexual).

Los celos también son un indicador de la violencia sexual, por ello es que se indagó a las entrevistadas sobre la forma en que perciben hipotéticas conductas de celos en relación con el uso de redes sociales virtuales.

Sobre posibles discusiones suscitadas por tener fotografías en su Facebook con ex

novios o amigos; no dar la contraseña de su cuenta a sus novios o padecer enojos de éstos porque ellas tengan a ciertos amigos como contactos, señalaron que todos los casos son invasión de la privacidad, falta de confianza o visos de que las parejas han sido infieles y consideran que se les hará lo mismo, por ello es que celan de esa manera a sus novias.

Las chicas dijeron no haber atravesado esas situaciones, e insistieron en la confianza y el respeto como base de toda relación amorosa para no llegar a tales extremos.

Igual que en las situaciones anteriores, las entrevistadas presumen una posición en la que están lejos de atravesar violencia de este tipo, consideran que se trata de casos aislados y que incluso las mujeres que llegan a padecerla, de algún modo la han provocado:

La imagen sola [sobre violaciones] me asusta pero ya que lees la nota entiendes el porqué. Y creo que es porque las chicas muy jóvenes llegan a enamorarse demasiado, bueno eso tampoco es su culpa, pero sí se presta [ese enamoramiento extremo] a que luego se dé una práctica malsana [la violencia física].

Brenda, estudiante del quinto semestre de Administración.

A nadie nos encanta ver imágenes de ese tipo pero te metes a ver la nota, y ella tiene razón [Brenda], normalmente es violencia entre parejas jóvenes, y no sé, como pareja no puedes dejar que te hagan esas cosas, ni que te maltraten de esa forma, y lo que nosotras vemos es que entre más avanza el tiempo más maltrato hay hacia las mujeres. Yo tengo conocidas que han padecido violencia, pero creo que las imágenes son para meter más morbo, [ya que en general] las mujeres que son maltratadas son víctimas de algún delito mayor, aunque en algunos casos es porque nos dejamos.

Alma, estudiante del quinto semestre de Administración.

5.3 Discriminación en la red

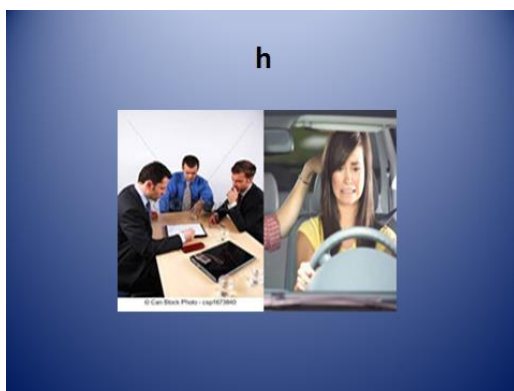
Un elemento de la violencia de género es la discriminación que pueden sufrir las mujeres, bajo cualquier modalidad, por el hecho de serlo. Por eso es que se indagó, bajo la formulación de ciertas preguntas, si se han percatado de prácticas de este tipo.

Sobre las imágenes que indican que las mujeres no pertenecen al mundo de los negocios, o como aquellas que sugieren que las mujeres no saben manejar (imagen

h) y que sólo deben de dedicarse a actividades como el cuidado de los hijos o del hogar, las entrevistadas dijeron que no han visto este tipo de contenidos en FB.

Al parecer, las chicas no se percatan de estas imágenes no porque no existan, sino porque el trato diferenciado que caracteriza a la discriminación por género está fuertemente arraigado en la sociedad mexicana, al grado de que incluso pasa por desapercibida y ya se aprecia como algo normal.

Esto se ve en el caso de las imágenes contenidas en la ilustración h (la primera hace referencia a que el ámbito de los negocios es exclusivo de los hombres y la segunda a la supuesta angustia de las mujeres al manejar), mismas que fueron ilustraciones extraídas de Facebook; y aunque ello no quiera decir que estas dos imágenes hayan tenido que ser vistas por las estudiantes entrevistadas, lo cierto es que sí circulan mensajes de esta especie, pero las entrevistadas aseguraron no haberlos visto. Pareciera que se trata de una omisión perceptiva por parte de las estudiantes.



Fuente: Imagen h de la entrevista.

El sexismo también está presente en Facebook a través del uso de un lenguaje violento que se observa mediante chistes u ofensas en contra de las mujeres. Circulan en este medio los llamados chistes de guerra de sexos, en donde se “juega” con las cuestiones de género, demeritándose el uno al otro.

Sobre estas imágenes (imágenes ñ y o), Alma refirió que se trata de un ataque entre hombres y mujeres que no debiera de ser, pues hay cosas más importantes en la vida en las cuales “fijarse”, además de que son comentarios o alusiones groseros, y no debería de existir burla hacia distintas formas de ser.

Carolina señaló que son cosas que le provocan mucha risa, y “quien llegue a tomarlo personal” es porque se siente identificado(a) con ese tipo de situaciones y es inseguro(a), pues “son sólo chistes” y desde que tiene uso de razón han existido: “si a alguien molestan es porque están reflejándose de algún modo”.

Daniela dijo que si las personas se ofenden es porque se reflejan en los chistes.



Fuente: Imágenes ñ y o de la entrevista.

Ante tales respuestas, el lenguaje violento vertido en los chistes es percibido como algo normal, incluso las estudiantes plantean que la anormalidad sería ofenderse. El sexismo proyectado resulta aceptado por las entrevistadas y visto como parte de la interacción, y quienes están en contra de este lenguaje son personas a las que se debe descalificar por ofenderse de algo que ocurre cotidianamente.

Respecto de la opción que refiere a imágenes o chistes sobre mujeres dedicadas al hogar, las entrevistadas indicaron no haber visto ese tipo de contenido.

Si atendemos a la forma en que se producen y reproducen los estereotipos de género, y que muchos de ellos tienen una fuerte carga de violencia de género, se comprueba cómo las entrevistadas ya han interiorizado muchos de esos estereotipos y conductas, pues entienden algunos comportamientos como exclusivos de hombres o mujeres y por ende ya los conciben como parte de su identidad:



Fuente: Imágenes e, f, i de la entrevista.

Tal interiorización a su vez está cruzada con el fenómeno de la moda, definida en el capítulo IV como el sistema de la provisión de prendas articulado con base en la historia y la ubicación geográfica. Este sistema cobró auge a partir del capitalismo mercantil y es considerado como un elemento relevante de las sociedades modernas occidentales (Joanne Entwistle, 2002), en donde el cuerpo cobra un importante significado en tanto la relación que tiene con la sexualidad y con el género.

De esta manera, es a través de la ropa, accesorios y calzado, como se indica a los demás a qué estatus económico se pertenece; también es indicador de la edad, la raza, la religión, etc., por eso es que el vestir se convierte en parte relevante de la identidad.

Es preciso destacar que la moda, aunque existe para hombres y mujeres, históricamente ha sido atribuida a las segundas con un sentido de frivolidad y superficialidad. Este rasgo terminó por fundirse como parte de la identidad de las mujeres en la sociedad occidental, por eso no es raro encontrarse con estas respuestas de las entrevistadas, que indican que al ser mujeres es casi un deber fijarse en cuestiones del cuerpo y claro, con ello se refieren también a la ropa.

Cuando se les preguntó si es normal que las mujeres piensen en ropa y los hombres en fútbol, las entrevistadas hicieron énfasis en el aspecto de consumo, no de género, pues lo primero que dijeron es que se trata más bien de una cuestión de exhibición del poder adquisitivo de las mujeres.

En este sentido, Daniela señaló que ella sí sigue páginas de ropa y belleza en FB, pero que no se exhibe haciendo compras, pues considera que lo hacen quienes insisten en demostrar que sí pueden comprar. Carolina por su parte reconoció que no sube fotos de ese tipo, pero sí las comparte en aplicaciones con mayor privacidad, como whatsapp por ejemplo. Citó como ejemplo que comparte fotos en esta aplicación cuando se atavía con ropa que se compra y que le gusta.

Las entrevistadas no hicieron hincapié en la diferencia y caracterización de los estereotipos, sino que dieron por sentado el que corresponde a las mujeres y su preferencia por las compras, pues se centraron en la economía antes que cuestionar dicha actividad como propia o no de las mujeres.

Al no cuestionar aspectos de fondo sobre la idea de que las mujeres son consumistas, se reafirma la subordinación dada mediante violencia simbólica, pues dar por sentado que por ser mujer se consume, es aceptar de modo tácito ese estereotipo, lo que a su vez confirma la existencia de la discriminación como rasgo de violencia. Aunque, más que aceptación, es una cuestión que ellas se han atribuido por medio de procesos psicológicos individuales y colectivos que han aprendido de la sociedad, de una sociedad cuyo rasgo es la organización patriarcal.

De tal modo, las entrevistadas expresan su identidad sin necesidad de hablar (Joanne Entwistle, 2002), sino a través de sus prendas y accesorios, ya que

conforme a la moda, las ropas que vistan o la manera en que estén ataviadas, dirán al resto, en el caso de Facebook a los usuarios, mucho sobre ellas: edad, sexualidad, posiblemente estatus económico y nacionalidad, entre otras cosas.

Acompañada de la violencia simbólica está la violencia psicológica, de la cual las humillaciones, la devaluación, las comparaciones destructivas, el rechazo y la prohibición de la autodeterminación son parte de las vejaciones dadas por razón de género, por ello se investigó el grado de interiorización que pudieran tener los integrantes del grupo de quinto semestre de Administración. En esta fase de la investigación se les pidió a hombres y mujeres que escribieran lo primero que pensarán acerca de la imagen que se les presentó en la proyección del Análisis Semántico Basado en Imágenes (ASBI).

Se incluyeron las siguientes imágenes para saber lo que los alumnos piensan respecto de la violencia psicológica que circula en Facebook, a través de chistes o frases sexistas.



Fuente: Imagen Proyección ASBI.

Sobre la imagen 4 los alumnos respondieron “mujeres contra hombres”, “intereses de hombres y mujeres”, “alcohol”, “peda”, “mujeres” “amistad”, “fiesta”. Al parecer hubo pocas referencias respecto del sexismo, mientras que la generalidad es, igual que las imágenes anteriores, la aceptación de los estereotipos de esta índole.



Fuente: Imagen Proyección ASBI.

En la imagen 9 los adjetivos que abundaron fueron “gracioso”, “chiste”, “verdad”, “sabiduría”, incluso algunos en tono de insulto como “india”, “naca”. Los dos últimos adjetivos denotan, además de sexismo, discriminación hacia un personaje del cine mexicano que hace las veces de indígena, lo cual es una muestra más de que, mediante la moda, existe la aceptación o el rechazo hacia formas de atavío diferentes, las cuales refieren determinadas identidades. Vestirse y adornarse de cierta manera entonces equivaldrá a ser valorado o discriminado.

Otra interpretación de la imagen 9 fue que es algo “gracioso” y “verdadero”, como si se diera por verdad que las mujeres tienen que estar “preparadas” para las labores domésticas al momento de pensar en tener una relación de pareja, pues de antemano se “sabe” que a ellas corresponde todo lo que tiene que ver con labores domésticas.



Fuente: Imagen Proyección ASBI.

Este mismo estereotipo de la mujer sumisa, encargada del cuidado del hogar y los hijos, se presentó la imagen 20 de la que la mayoría dio cuenta de una carga negativa para la mujer, pues los alumnos expresaron palabras como “machismo”, “estereotipo”, “dogma estúpido”, “misógino”, “denigrante”; lo cual hace pensar que los jóvenes ya tienen cierto conocimiento del género y la igualdad, por lo menos a nivel discursivo.

Hay que aclarar sobre este punto que este conocimiento que tienen los jóvenes sobre la cuestión de género no obedece a una simple cuestión de evolución social, sino que ha sido el trabajo de las feministas mexicanas (Desde Elvia Carrillo Puerto hasta Marcela Lagarde) quienes han luchado desde distintos frentes, es decir, en la lucha diaria, de a pie, y en las tribunas legislativas, para buscar la igualdad de las mujeres en todos los ámbitos posibles.

Sin embargo, pareciera que este conocimiento es superficial, pues pese a que hubo muchos calificativos en contra la imagen 20, sí hubo otros de aprobación como: “obligación”, “verdad”, “responsabilidad”, “limpieza”, que implican la aceptación de la actividad de la limpieza como exclusiva de las mujeres.

5.4 Discurso de las fotografías de las estudiantes

A partir del cuestionario de sondeo se tuvo acceso a los perfiles de Facebook de algunas estudiantes de la carrera de Administración, sobre todo de quienes suben fotos de ellas. La finalidad de esto es conocer el discurso visual que generan las estudiantes con las fotografías que muestran en la realidad virtual, para lo cual se elaboró un listado de características en concordancia con un discurso que incluye aspectos como la moda, el uso de maquillaje, gestos sensuales, etc., que podrían conducir a pensar que el discurso que se maneja va de acuerdo con el cumplimiento de la representación social del cuerpo femenino propio de la organización patriarcal de la sociedad mexicana, pero además de la feminidad que supone una característica importante de la identidad de las mujeres.

Así, en las 33 fotografías analizadas, se encontró que muchas de ellas cumplieron con la mayoría de las siguientes características:

1. Arreglo personal.
2. Poses.
3. Gesticulaciones (besos, saludos).
4. Moda (ropa ajustada)
5. Maquillaje.
6. Delgadez.
7. Alusiones al erotismo mediante ciertas posiciones del cuerpo.
8. Flores/Dibujos.
9. Mejora de la imagen.

Asimismo, las categorías anteriores se articularon con base en lo que se ha analizado respecto de los patrones de belleza establecidos en la actualidad para las mujeres. De modo que la delgadez, la tez blanca, la moda, el erotismo y las gesticulaciones no son cuestiones aisladas del tema que se atañe, sino que demuestran que hay mujeres que sí se alinean a estos aspectos sin reparo sobre si la dinámica en la que participan es una cuestión de sujeción en términos de género.

Todas las fotografías que se analizaron cumplieron al menos ocho de las anteriores características. Lo cual quiere decir que el discurso visual está orientado hacia la apreciación positiva de la apariencia física de ellas, y hay cierta búsqueda de aceptación por parte de los contactos que tienen en su cuenta de Facebook mediante este aspecto.

Por ejemplo, la gesticulación de las siguientes fotografías es una referencia hacia la feminidad y la sexualidad de las chicas:



Fuente: Fotografías de estudiante usuarias de Facebook (extraídas mediante el cuestionario de sondeo).

En este caso, el guiño de feminidad que tienen las imágenes hace que ellas estén dentro del orden, de la normatividad o los requerimientos de la representación social del cuerpo.

También se encontró que la moda es una característica presente en las imágenes. Cabe recordar que este aspecto es un signo más que está involucrado en el género y en la manera en que éste se hace visible hacia los demás, pues es mediante la moda como se demuestra que se está o no cumpliendo con el orden de género y con la imagen femenina que se determina para las mujeres.



Fuente: Fotografías de estudiante usuarias de Facebook (extraídas mediante el cuestionario de sondeo).

Por otro lado, cuando se realizó el cuestionario de sondeo³⁰ se observó el contenido que compartían las mujeres, incluidas las fotografías de sus perfiles. Cuando se les preguntó a las entrevistadas sobre el tipo de imágenes que suben a FB, ya sea editadas, sin editar, tomadas espontáneamente o si seleccionan aquellas en las que lucen mejor, Carolina dijo que sí selecciona las imágenes a subir, pues elige aquellas en las que “se ve más bonita”. Alma señaló que ella sí sube las imágenes de manera espontánea. Brenda indicó que sube las fotos de manera indistinta, sin importarle si se editan o no. Carolina añadió que sube más imágenes de ella con amigos. Daniela reconoció que sí edita las fotografías en donde ella aparece y que considera que se ve mejor, para luego subirlas al FB, y enseguida las demás mujeres reconocieron que llevan a cabo la misma práctica.

Las entrevistadas son parte de esa socialización virtual en auge por medio de las redes sociales, que se caracteriza en parte por estar atentos a su imagen física. Con ello, participan en una dinámica que privilegia la imagen de los usuarios y que implica el mostrarse conforme a los cánones de belleza imperantes, de modo que sean aceptados y valorados. Una práctica altamente recurrente en esta dinámica son las fotografías *selfies*.

Las entrevistadas señalaron que han visto que quienes recurren más a este tipo de prácticas son jovencitas, “chavitas” según ellas, y personas cuyo único fin es exhibirse. Esta respuesta contrasta con el contenido de las aplicaciones de las entrevistadas, ya que, aunque es cierto que no tienen fotografías explícitamente eróticas, sí hay algunas de ellas con posiciones o gestos que aluden a este aspecto, aunque de manera matizada y discreta. El caso es que hay diversas referencias a la feminidad y en ese sentido a la sexualidad y al género.

El análisis anterior es indicio de que sí existe una intencionalidad, es decir, cierta retórica en las fotografías que suben las estudiantes en sus cuentas personales de Facebook en las que ellas aparecen. Pues al final las entrevistadas aceptaron que retocan y detallan sus fotos, lo que demuestra que sí tienen “algo” que dar a entender a los usuarios que las pueden ver. Este “algo” (retórica o discurso) podría tener muchas acepciones, pero lo cierto es que una de ellas tiene que ver con la aceptación de su entorno virtual. Esta aceptación vendría dada por el hecho de que

³⁰ Ver capítulo metodológico.

ellas muestren que sí son las mujeres que los demás esperan (guapas, erotizadas, sensuales) y que cumplen en la medida de lo que pueden las características de belleza que pide la organización patriarcal de la sociedad.

El discurso visual que las estudiantes ofrecen en sus cuentas de Facebook es, entre otros aspectos de su vida (estudios, relaciones familiares, etc.), ostentar el hecho de que como mujeres cumplen con las pautas estéticas que le han sido asignadas a su género y que, por ende, poseen la feminidad necesaria para ser valoradas como las mujeres delineadas por la organización patriarcal.

El tema central de esta investigación no es cuestionar o analizar llanamente la representación social del cuerpo de las mujeres en la sociedad patriarcal, sino dar cuenta de que cumplir con los requerimientos de dicha representación conduce a una sujeción que limita la diversidad de formas de ser que podrían elegir las mujeres, formas que las llevarían a una integridad y mejora de la percepción de sí mismas y por tanto de su calidad de vida.

La violencia que está implicada en la representación social en comento es psicológica y simbólica, y actúa de forma tal que sujeta a las personas a una ideología que va más allá del atavío del cuerpo, siendo éste solamente la materialidad de dicho pensamiento. Imponer de qué manera ser, de qué manera vestirse y cómo salir en las fotografías, no es un hecho aislado o puramente estético, sino que se convierte en la cristalización del pacto del patriarcado de tener el control de los cuerpos, máxime los de las mujeres. Obedecer los cánones estéticos sin cuestionar a quién le conviene seguirlos es estar sujetas al poderío de los otros, que en este caso es de los hombres por encima de las mujeres.

Las mujeres deben de considerar que pueden ser y vestirse de la manera que quieran, incluso subir fotografías desnudas si lo desean, pero debe de ser aquella una elección consciente que esté fuera de la sujeción patriarcal, esto se logrará en el momento en que se ataque la idea de que por cumplir con los requerimientos estéticos predominantes se alcanzará valor y prestigio social; una vez concientizado esto, la elección será libre y por lo tanto se eliminarán las implicaciones violentas transformadas en frustración y baja autoestima de las mujeres, y encontrarán mayor plenitud consigo mismas.

CONCLUSIONES

Las estudiantes perciben el cuerpo de la mujer como el resto de la sociedad mexicana, que tiene en parte sus bases en una tradición judeo-cristiana y que, históricamente, se ha encargado de cosificar a las mujeres. Esto queda demostrado cuando, en el discurso que brindan de forma consciente y expresa sobre su percepción hacia, por ejemplo, la estética de los cuerpos, las estudiantes rechazan enfermedades que se han suscitado para obedecer modas e imposiciones de la sociedad, como el caso de la anorexia, lo cual ellas reprobaron tajantemente, mostrándose a favor de un cuerpo saludable. Esto se interpreta como si las estudiantes tuvieran ya una forma consciente de elegir su apariencia, al rechazar la presión social sobre la estética de sus cuerpos, y por tanto de cumplir con una de las características de las sociedades modernas, la cual consiste precisamente en la apertura y el poder de elección y autodeterminación de la sexualidad y de los cuerpos.

Sin embargo, cuando se hicieron preguntas indirectas pero a profundidad acerca de lo que pensaban, por ejemplo de los chistes sexistas, respondieron que lo veían de una manera normal y, por el contrario, descalificaron a las mujeres que se ofendían por ello.

Esto quiere decir que, a pesar de que ya tienen conocimiento del tema de la igualdad y del discurso de género, no lo han interiorizado, pues sus prácticas y socialización virtual a través de Facebook demuestran que ellas no ponen atención, concientizan o critican este tipo de prácticas que para ellas son “normales” e inofensivas.

El estudio de la violencia de género, por su parte, implicó el análisis de algunos estereotipos en los que la sociedad encasilla a las mujeres, pues no hay que olvidar que muchos de ellos guardan en sí violencia psicológica y simbólica.

Por ejemplo, cuando se les preguntó lo que pensaban de los estereotipos que conciben a las mujeres como consumidoras en potencia, frívolas y superficiales, las entrevistadas dieron una aceptación tácita, pues se refirieron al poder adquisitivo de las mujeres y reprocharon el carácter de esas imágenes que circulan por Facebook más por el acto de la presunción que por el hecho de estereotipar.

Respecto de los anuncios de mujeres en lencería en promociones de coches o materiales de la industria automotriz, afirmar que esos anuncios sirven en la medida que el cuerpo de las mujeres vende, por un lado muestra la interiorización de las estudiantes sobre esta idea; es decir, para ellas la estética de mujeres voluptuosas es sinónimo de generar ganancias económicas, puesto que hay un potencial público

masculino que es atraído hacia el producto que se pretende vender, siempre y cuando se use como “gancho” el cuerpo. Por otro lado, las estudiantes están aceptando que los hombres son los que van al mecánico y que por lo tanto funciona que haya mujeres semidesnudas en los calendarios de las refaccionarias. Esto sugiere que las ideas sexistas están presentes en las mentes de las entrevistadas.

Cabe recordar que la permanencia de la organización patriarcal en la sociedad se logra en parte gracias al arraigo de los estereotipos de género que asignan los lugares para hombres y mujeres, y con ello las actividades a las que se supone que cada género se debe dedicar, lo cual implica el mantenimiento de las jerarquías que le dan una menor valoración a las capacidades de las mujeres.

Por lo anterior se puede afirmar que las estudiantes reproducen los patrones de violencia de género en las interacciones dentro de Facebook, primero porque pasan por desapercibidos los estereotipos que ven en imágenes, es decir, no los observan con una connotación o perspectiva de género, que de hecho es el trasfondo de los chistes sexistas, de las imágenes discriminatorias, de los estereotipos que denigran a las mujeres.

Asimismo, las fotografías que comparten de ellas en sus aplicaciones personales tienen que ver con la aceptación de esta moda de subir sus imágenes, de retocarlas y parecer lo más atractivas posibles ya que, como ellas mismas agregaron, suben aquéllas donde les parece que se ven mejor y ese parecerse mejor no es más que el seguimiento de la representación social del cuerpo femenino (representación que, como se dijo antes, está construida con parámetros de belleza que a su vez devienen de la organización patriarcal de la sociedad).

Volviendo a la imagen corporal en otras publicidades que muestra Facebook y los medios masivos de comunicación, las entrevistadas aceptaron el arreglo físico de las mujeres: muchas de ellas blancas, delgadas, o con senos y nalgas prominentes, ya que dijeron que tienen una imagen que cuidar por el tipo de trabajo que tienen (mostrarse al público). Alma por ejemplo, quien desde un inicio fue la joven que se mostró mucho más informada sobre cuestiones de género, aceptó que en los programas en donde se ofrece el estado del tiempo, si es un hombre quien sale en esta sección no levanta el *rating*, mientras que si una mujer lo anuncia sube rápidamente la audiencia.

Al indagar más en esta respuesta, ella sostuvo que es “triste” pero es la realidad el hecho de que el cuerpo de la mujer “venda”. Destacó que así “ha sido siempre”, desde que es pequeña, y es algo que no cree que se pueda modificar. Reconoció la influencia de los medios de comunicación para forjar la imagen y la “venta” del

cuerpo de las mujeres como recurso para obtener mayores ganancias, es decir, audiencia.

Por el hallazgo encontrado en esta parte de la conversación, se puede afirmar que esos mismos elementos por los cuales las estudiantes reconocen que una mujer es bella y tiene éxito (ser bonita y sensual), ellas los tratan de imitar, precisamente por percibir que de esa manera se tiene mayor aceptación o se gana un mejor estatus en la sociedad, aunque sea algo “triste” pues entienden que es una forma de “venderse”. Por ello es que las imágenes de Facebook que las estudiantes suben y donde salen mejor, son muestra implícita de una aceptación de las relaciones de poder en las que está de por medio la sujeción de las mujeres a través de su cuerpo, de su imagen algunas veces erótica.

Se concluye entonces que, pese a la información que ellas tienen, al enorme flujo al que están expuestas al ser usuarias frecuentes de las redes sociales virtuales, de estar inmersas dentro de la sociedad de la información y de acuerdo con las características de una sociedad moderna (María de Jesús Solís Solís, 2011), es decir, más abierta, libre, autodeterminada e incluyente, estas mujeres universitarias tienen algunas creencias de orden tradicional respecto de lo que es ser mujer, el cuerpo y su representación; se trata de una tradición que impone una moral a la sociedad –traída desde la religión- y que deriva en la formación de estereotipos, de formas de pensarse y de actitudes hacia la vida. Estas son las condiciones que permiten que la violencia de género se siga perpetuando.

Por ello, no se puede afirmar que por el hecho de interactuar dentro de la sociedad de la información y de utilizar herramientas de las TIC, se posea *per se* una consciencia o un cambio lineal o evolutivo de la sociedad tradicional, como comúnmente se piensa, pues se trata de un proceso social que, si bien tiene ya visos de oportunidades para la inclusión y el derribo de prejuicios que infravaloran a la mujer, la dinámica dentro de aplicaciones de alta afluencia, demuestran que son las personas, es decir, los usuarios, quienes tendrían que hacer consciencia y reflexión sobre procesos de cambio en las concepciones y conocimiento de los géneros, para así trasladarlo a la virtualidad y a las prácticas cotidianas, generando paulatinamente una sociedad igualitaria.

Este cambio y visión ya lo ha dado la sociología y otras disciplinas como la antropología, en donde han hecho converger sus teorías con la de género, dejando ver que el género y elementos que lo componen, como la sexualidad y la identidad, no son cuestiones dadas por la “naturaleza”, sino que son construcciones sociales que se corresponden con formas de pensar y ver el mundo, y que en el caso de las sociedades occidentales se han delineado bajo la organización patriarcal con

auspicio de la religión judeo-cristiana, la cual tiene de por sí una ideología predominantemente patriarcal (María de Jesús Solís Solís, 2011).

Jeffrey Weeks, Margaret Mead, Bronislaw Malinowsky, Michel Foucault, entre otros, han centrado sus investigaciones en la formación de conceptos como la sexualidad y la identidad que anteriormente la ciencia androcéntrica ni siquiera consideraba, omisión que daba por verdaderos argumentos biologicistas y deterministas que a fin de cuentas afianzaban el poder patriarcal y la subordinación de las mujeres y otros grupos (María de Jesús Solís Solís, 2011).

Por ello, la importancia de integrar este tipo de investigaciones con enfoque sociológico y de género, radica en la incidencia que busca desde el terreno científico generar hacia las prácticas sociales, pues su carácter flexible y de acción hace pensar en la consciencia que puede incentivar, pues si bien el feminismo ha contribuido bastante en la conciencia y acción no sólo de las mujeres, sino de los hombres y de algunos otros grupos excluidos históricamente, debe también de incorporarse a la disciplina sociológica para acrecentar la ya de por sí creciente y reforzada teoría de género.

Esta consciencia desarrollada mediante la develación de hechos que parecieran “normales” con categorías de estudio de la teoría de género y de la sociología, pretende exponer aquellas creencias, percepciones y cuestiones que parecieran “intocables”, “incuestionables”, pero que están allí, en el imaginario colectivo en la forma de representaciones sociales y que a su vez contienen violencia de género; de seguir por la misma vía, intocables, seguramente no dejarán que el cambio social en aras de la igualdad de género se lleve a cabo.

Ahora bien, la correlación que se ha tejido respecto del uso de redes sociales virtuales (Facebook) se debe a que la sociedad está cambiando, y es tarea de la sociología dar cuenta de este tipo de cambios y procesos dentro del que se enmarca la creciente dinámica característica de una sociedad de la información, que ahora ya ocurre en la Ciudad de México. Manuel Castells (1999) y Marshall McLuhan (1990) ya venían perfilando a las ciudades como principales ejes de difusión cultural como parte de una globalización en la que la información fluiría a velocidades inimaginables y donde ésta cobraría la importancia que ahora se constata que tiene.

Sin embargo, al ser individuos los que hacen uso de esta información y los que están implicados en esta sociedad, sucede que los contenidos que comparten están cargados de significados, de valores, creencias y actitudes con las que orientan sus acciones cotidianas, por lo que toda esa información no está exenta de contener igualmente prejuicios y estereotipos que afectan en mayor o menor medida a las personas que las utilizan.

De hecho, es preciso destacar que en un inicio se pensó en enfocar la investigación en estudiantes de Administración suponiendo que ellas serían más propensas a compartir las representaciones sociales del cuerpo por no estar inmersas en las reflexiones que sí se hacen en estudios de humanidades y ciencias sociales; sin embargo, ya en la práctica se constató que incluso hay estudiantes de sociología, de artes, ciencias políticas, que, aunque sí tengan a su alcance lecturas de reflexión sobre concepciones y estructuras sociales, siguen reproduciendo la misma representación social violenta del cuerpo de las mujeres.

Esto se traduce en que hay una escasez de los estudios de género en los primeros niveles de las licenciaturas y hasta en los de preparatoria, pues en la misma carrera de sociología impartida en Acatlán, la materia de Género se da de manera opcional en los últimos semestres. Lo cual sugiere que los estudios de género todavía no tienen la importancia que debieran en la formación académica, tan vital para que hombres y mujeres comprendan cómo ha sido construido su lugar en la sociedad con base en su género.

Para el caso de esta investigación, se ha dado cuenta de un problema que ocurre en la virtualidad, y es la violencia de género que circula dentro de una dinámica de comunicación que va en aumento, pero que no está libre de ser permeada por las desigualdades que se viven en la sociedad no virtual. Ya que, finalmente, son las personas y sus creencias las que se reflejan en aquella interacción, pero con un cambio considerable en la dinámica (ubicada en un contexto global) pues la cantidad de la información es vastísima y de igual forma los diversos elementos culturales, provenientes de regiones geográficamente aisladas, los que hacen singular a este proceso social.

Así, se está ante un fenómeno tecnológico-cultural que reproduce desigualdades, que incluye y excluye a otros y que pondera las viejas relaciones de poder entre los géneros.

De forma acelerada la nueva socialización virtual está cobrando auge, cada vez son más las personas que se “conectan” (con las reservas ya mencionadas, acerca de la brecha digital), y esto genera nuevos fenómenos sociales en medio de una creciente complejidad. Ahora no sólo se trata de las relaciones entre grupos de personas, sino que se le debe sumar un fenómeno comunicativo e informacional que da lugar a maneras diferentes de ver el mundo, de educarse y de relacionarse con el entorno. Al parecer, el *homo sapiens sapiens* está entrando a una nueva etapa de transformación, la cual debe de tomar en cuenta la equidad de género.

ANEXOS

ANEXO 1

Tabla 1. Esquema del cuestionario de sondeo

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES	Formulación de la pregunta
Brecha digital de género³¹: Es la expresión diferenciada que toman las	Acceso: Se refiere a la posesión de computadoras o dispositivos con acceso a Internet, los lugares desde los que se accede y el tipo de conexión (Raquel Güereca, 2013)	Computadoras: es una máquina electrónica que permite procesar y acumular datos.	Tipos de computadora: Se refiere a las diferentes versiones de computadora (lap top, netbook, de escritorio).	<ul style="list-style-type: none"> ○ Laptop ○ Escritorio ○ Netbook - ¿Con cuál(es) de estas computadoras cuentas?
		Dispositivos móviles: Aparatos de tamaño pequeño con capacidades de procesamiento, conexión permanente o intermitente a una red, con memoria limitada.	Tipos de dispositivos móviles: Actualmente existen teléfonos celulares inteligentes, tabletas y teléfonos con aplicación propia para acceder a Internet.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Celular ○ Smartphone ○ Tablet ○ Iphone ○ Ipad ¿Con cuál de estos dispositivos móviles cuentas para acceder a Internet?
		Lugares de acceso: Se refiere a la ubicación física desde el que el	-Hogar -Café internet -Bibliotecas -Trabajo -Plazas comerciales	- ¿Desde dónde accedes a Internet? <ul style="list-style-type: none"> ○ Hogar ○ Café Internet ○ Bibliotecas

³¹ De acuerdo con Raquel Güereca (2013, artículo en dictaminación) este concepto es utilizado por Cecilia Castaño, Juan Martín y Susana Vázquez en su investigación sobre la segunda brecha digital de género (acceso, formación y usos de las TIC), para la cual elaboraron una serie de indicadores que son utilizados asimismo en esta tabla (acceso, usos, información/ocio y comunicación) para crear el cuestionario que se aplicará al grupo de Administración, de quinto semestre de la UNAM. La utilidad de estos indicadores radica en que permitirán conocer el panorama de familiarización que tienen los estudiantes respecto de las TIC, así como los usos que les dan.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES	Formulación de la pregunta
desigualdades sociales por edad y nivel socioeconómico en hombres y mujeres, en el contexto de desarrollo de las sociedades de la información y comunicación (SIC). El problema no implica sólo el acceso a Internet, sino en los usos y apropiaciones de las TIC (acceso, uso y apropiación ³²), ya que son los indicadores que dan cuenta del aprovechamiento personal de la tecnología.		usuario accede a internet.	-Escuela (RIU)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Trabajo ○ Plazas comerciales ○ Escuela (RIU)
		Tipos de conexión: Son las formas en que es posible acceder a la red, ya sea de forma física o inalámbrica.	<p>- Red alámbrica</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Imposibilidad de hablar por teléfono o cuando se usa Internet. (línea convencional) ○ Modem <p>-Inalámbrica: (Puede usar el Internet y el teléfono al mismo tiempo)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Cable TV (fibra óptica) ○ WIFI 	<p>¿Qué tipo de conexión a Internet tienes?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Red alámbrica (Imposibilidad de usar el teléfono cuando se usa Internet) b) Modem c) Red inalámbrica d) Cable TV (fibra óptica) e) WIFI f) Conexión para teléfono móvil

³² A pesar de que la apropiación es un indicador importante de la brecha digital de género, en esta investigación no se ocupará debido a que el tema no versa sobre el nivel que tiene el alumnado respecto de éste, sino que es acerca de los contenidos que comparten las estudiantes que ya cuentan con una cuenta de la red social Facebook.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES	Formulación de la pregunta
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Conexión para teléfono móvil 	
	<p>USOS: Se refiere a la experiencia en el uso de internet y a la intensidad y al contenido (información/ocio) que se busca/utiliza al acceder, y el tipo de comunicación que se entabla.</p>	<p>Intensidad: Se refiere a la frecuencia en el uso de internet y a la duración de las conexiones.</p>	<p>Frecuencia: Se refiere a la cantidad de veces en las que los usuarios se conectan a la semana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diario <ul style="list-style-type: none"> ○ 3 a 4 veces por semana. ○ 1 a 2 veces por semana. - ¿Con qué frecuencia te conectas a Internet?
			<p>Tiempo de conexión: Se refiere al tiempo que se mantienen conectados los usuarios a Internet por día.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1 a 3 horas diarias. ○ 4 a 6 horas diarias. ○ 7 a 9 horas diarias. ○ Me mantengo conectado todo el día. - ¿Cuánto tiempo te mantienes conectado a la red?
		<p>Información: Se refiere a la búsqueda de información de interés personal o profesional, laboral o educativo.</p>	<p>Personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Consejos para la familia. ○ Consejos para tener novio. ○ Consejos de salud y dietas. ○ Consejos de moda/belleza 	<p>¿Qué tipo de información personal consultas en Internet?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Consejos para la familia. ○ Consejos para tener novio. ○ Consejos de salud y dietas. ○ Consejos de moda/belleza

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES	Formulación de la pregunta
			Educativo: <ul style="list-style-type: none"> ○ Revistas ○ Wikipedia ○ Libros digitales ○ Grupos o sitios escolares 	¿Qué tipo de información y sitios visitas en Internet para labores escolares? <ul style="list-style-type: none"> h) Revistas arbitradas i) Wikipedia j) Libros digitales k) Grupos o sitios escolares l) Revistas periodísticas m) Periódicos n) Fuentes estadísticas
			- Entretenimiento: Música, Películas, chistes, Videos, Juegos en línea, astrología/horóscopo, sitios deportivos, lecturas (periódicos, revistas), sitios para hacer amigos o pareja, pornografía.	¿Qué tipo de información consultas para fines de entretenimiento? <ul style="list-style-type: none"> ○ Música ○ Películas ○ Chistes ○ Videos ○ Juegos en línea ○ Astrología/horóscopos ○ Sitios deportivos ○ Lecturas (periódicos, revistas) ○ Sitios para hacer amigos o pareja ○ Pornografía
		Comunicación: Se refiere a las personas con las que se tiene contacto vía	Lazos sociales: Se refiere al tipo de relación que se tiene con los usuarios con	<ul style="list-style-type: none"> ○ Amistad ○ Noviazgo ○ Familiares ○ Laborales ○ Educativos - Señala el(los) tipo(s) de relación que tienes

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES	Formulación de la pregunta
		Internet y que conforman algún tipo de relación social. También se incluye el canal de Internet por medio de la cual se establece la comunicación.	que se tiene contacto vía Internet.	con las personas con las que te comunicas vía Internet.
			Plataformas de comunicación : Servicios que ofrece Internet para establecer contacto con otros usuarios. 1. Redes Sociales 2. chat 3. correo electrónico 4. blogs 5. sitios personales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Redes sociales a) Facebook b) Twitter c) Instagram ○ Correo electrónico ○ Chats ○ Aula virtual ○ Blogs ○ Sitios personales ○ Otros -Señala los canales que utilizas para mantenerte en contacto con tu novia (o) amigos, familiares, profesores y compañeros de clase.

Fuente: Elaboración propia con base en la clasificación de Cecilia Castaño, Juan Martín y Susana Vázquez (Raquel Güereca, 2013).

ANEXO 2

Tabla 2. Esquema de la entrevista.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
Violencia contra las mujeres: Cualquier acción u omisión, basada en su género, que les cause daño o sufrimiento psicológico, físico, patrimonial, económico, sexual o la muerte tanto en el ámbito	Violencia física: Es cualquier acto que inflige daño no accidental, usando la fuerza física o algún tipo de arma u objeto que pueda provocar o no lesiones ya sean internas, externas, o ambas.	- Lesiones/Daños físicos	- Imágenes de mujeres golpeadas usadas como "memes" - Imágenes de mujeres golpeadas por sus parejas. - Imágenes de mujeres golpeadas en conflictos políticos-sociales. Indica si has publicado o has recibido en tu cuenta de FB alguna de las siguientes

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
privado como en el público (LGAMVLV)			imágenes: <ul style="list-style-type: none"> a) Memes de mujeres golpeadas b) Memes o fotos de mujeres golpeadas por sus parejas. c) Memes de mujeres golpeadas o maltratadas en conflictos políticos (Como los de Medio Oriente, Venezuela)
	Violencia sexual: Es cualquier acto que degrada o daña el cuerpo y/o la sexualidad de la víctima y que por tanto atenta contra su libertad, dignidad e integridad física. Es una expresión de abuso de poder que implica la supremacía masculina sobre la mujer, al denigrarla y concebirla como objeto.	<ul style="list-style-type: none"> - Degradación - Amenazas - Sostenimiento de relaciones sexuales por la fuerza 	<ul style="list-style-type: none"> - Memes en doble sentido que utilizan frases sobre la violación. - Memes que utilizan imágenes alusivas a violaciones. - Imágenes alusivas a violaciones - Indica si has observado imágenes como las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> a) Memes en doble sentido que utilizan frases sobre la violación. b) Memes que utilizan imágenes alusivas a violaciones. c) Imágenes alusivas a violaciones <p>¿Qué opinas de las imágenes alusivas a violaciones</p>

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
		<p>Celos: -Se limita a las personas en las relaciones personales.</p>	<p>en FB?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Discusiones por tener fotografías en tu FB con ex novios o amigos. - No dar la contraseña del FB al novio - Enojo del novio por tener en FB a ciertos amigos <p>¿Qué opinas cuando en las relaciones de pareja se dan los siguientes casos?</p>
	<p>Violencia simbólica: Violencia que se ejerce hacia el otro con su consentimiento consciente o inconsciente.</p>	<p>Subordinación implícita: Se refiere al hecho de que quien consiente el acto de violencia acepta una jerarquía inferior.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diferencias de género son naturales - Las mujeres no pertenecen al mundo de los negocios, o no saben manejar. - Los hombres no son aptos para cuidar de los hijos o hacer de comer. - Las mujeres debemos recurrir a los consejos de los hombres para triunfar. <p>¿Has visto memes en FB que se refieran a lo siguiente?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es natural que las mujeres piensen en ropa y los hombres en fútbol - Las mujeres no pertenecemos al mundo de los negocios, o no sabemos manejar. - Los hombres no son aptos para cuidar de los hijos o hacer de comer.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
			<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres debemos de recurrir a los consejos de los hombres para triunfar. - ¿Qué opinión tienes sobre esos memes?
	<p>Discriminación : Dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos religiosos, de género, raciales, políticos, etc.</p>	<p>Trato diferenciado: Se refiere a un trato prevalentemente excluyente y de subordinación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En las redes sociales hay imágenes que inferiorizan las capacidades de las mujeres - Discriminación por ser mujeres en grupos de FB - Pocas imágenes de mujeres realizando actividades profesionales. - Imágenes de mujeres realizando actividades de cuidado. - Imágenes de mujeres realizando actividades de belleza. <p>¿Has visto en FB imágenes que describan lo que sigue o has visto tales prácticas?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Pocas imágenes de mujeres realizando actividades profesionales b) Imágenes de mujeres realizando actividades de cuidado. c) Imágenes de mujeres realizando

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
			<p>actividades de belleza.</p>
	<p>Sexismo: Conjunto de prácticas sociales que mantienen en situación de subordinación, explotación y expropiación de un sexo, valorando positivamente al otro. En el lenguaje, el sexismo se manifiesta en refranes, insultos, proverbios, chistes y piropos que rebajan el cuerpo y la vida de las mujeres, sus pensamientos, actividades y relaciones afectivas.</p>	<p>Devaluación de las mujeres: Se inferioriza a las mujeres por cuestión de su género, en campos como el sexual y el estético.</p>	<p>Imágenes sexistas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - imágenes de mujeres consumistas - Memes de mujeres obesas en contraposición con delgadas - “Guerra de sexos” → diferencias irreconciliables - Memes de mujeres llorando - Objetualización sexual de mujeres. - Mujeres hipererotizadas para vender productos ajenos a lo sexual. - uso unilateral de mujeres hipererotizadas para vender productos relacionados con lo sexual - ¿Te has percatado de que circulen por FB memes con las siguientes características? <ol style="list-style-type: none"> a) Memes de mujeres a las que les encanta ir de compras. b) Memes de mujeres obesas en contraposición con delgadas c) Memes de chistes sobre hombres y sobre mujeres d) Memes de mujeres llorando por banalidades e) Mujeres en ropa interior que promocionan viajes, servicios automotrices, perfumes, otros.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
			<p>f) Mujeres en ropa interior que promocionan condones, anticonceptivos, lencería.</p> <p>- ¿Qué opinas de esos memes?</p>
		- Lenguaje violento	<p>- Refranes sobre mujeres</p> <p>- Chistes sobre las mujeres que se dedican al hogar</p> <p>- Piropos</p> <p>¿Qué piensas de las mujeres que se ofenden por ver imágenes en FB con las siguientes características?</p>
<p>Imágenes en FB manipuladas tecnológicamente :</p> <p>Debido a los avances tecnológicos en informática y en aspectos digitales, es posible modificar imágenes con diversos programas (Photoshop, power point) mismas que son utilizadas para compartirse en redes virtuales como Facebook.</p>	<p>Red Social Facebook: Es una comunidad virtual donde los usuarios interactúan con otros de todo el mundo, encontrando gustos o intereses afines. Es una plataforma de comunicación que permite a usuarios que se conocen o desean conocerse, y que pueden centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos. Uno de sus propósitos</p>	<p>Socialización virtual:</p> <p>Es la dinámica comunicativa de usuario a usuario en la que se comparten elementos de su cultura y su visión del mundo. Para ello se utilizan herramientas visuales como imágenes de hechos cotidianos (con parejas o personas que les interesan, fiestas, reuniones).</p>	<p>- Imágenes tomadas espontáneamente.</p> <p>- Imágenes retocadas, para que luzcas mejor.</p> <p>- Imágenes de reuniones y fiestas a las que asistes.</p> <p>- Memes que construyes.</p> <p>- Señala el tipo de imágenes que compartes en tu FB</p> <p>- ¿Qué requisitos crees que tenga que cubrir una foto tuya para que la subas a Facebook?</p>

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
	fundamentales es impulsar la socialización a través de la red. (Malan David, 2013)		
<p>Cuerpo de las mujeres: En su acepción social, el cuerpo es la construcción social edificada sobre la materialidad de la existencia de los individuos. Debido a que se trata de una construcción social, se puede hablar también de que el cuerpo es una representación social.</p>	<p>Representación social: Conjunto dinámico de una producción de comportamientos y relaciones con el medio, con una lógica propia y lenguaje particular (en documentos, prácticas, discursos, imágenes y otros) que se refiere a valores y conceptos y que posee un discurso propio acerca de la construcción de la realidad.</p>	<p>Conceptos de lo que versan las imágenes: Erotismo; patrones de belleza que derivan en la conformación de un estereotipo de cuerpo femenino.</p>	<p>Erotismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memes de mujeres en lencería. - Memes de mujeres con escotes. - Mujeres que suben sus fotos en ropa interior o con poca ropa. - Imágenes de mujeres con poses sexuales. <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué impresión te dan los memes que circulan por FB de mujeres en lencería o con escotes? - ¿Qué opinas de las fotografías que las mujeres suben en donde están con poca ropa? - ¿Qué opinas de las imágenes que comparten las mujeres en donde aparecen con poses sexuales?
			<ul style="list-style-type: none"> - Patrones de belleza impuestos. <ol style="list-style-type: none"> a) Delgadez b) Senos prominentes c) Nalgas prominentes d) Tez blanca e) Altura - ¿Qué opinas acerca de la imagen de las mujeres que salen en anuncios publicitarios

CONCEPTO	CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
			o medios de comunicación? - ¿Qué opinas acerca de que muchas imágenes que se comparten en FB señalen que las mujeres bellas son las que son delgadas, tienen senos y nalgas prominentes, tez blanca, etc.?

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 3

Tabla 3. Esquema del análisis del discurso

Características	Imágenes																																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33			
Arreglo personal	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	N	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Poses	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	N	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
Gesticulación (besos,	S	S	S	S	S	S	S	S	S	N	S	N	N	N	N	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	N	S	S	N	S	

Amorós, C. (1995). Diez palabras clave sobre mujer. España: Verbo Divino.

Amorós, C. (1982). Sexismo. Pensamiento y cultura. Universidad Nacional Autónoma de México. [Artículo en línea]. Extraído el 6 de agosto de 2013 de: <http://www.cialc.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca%20virtual/diccionario/sexismo.htm>

Arango, Luz, G. (2005) ¿Tiene sexo la sociología? Consideraciones en torno a la categoría género. Revista Sociedad y Economía. Número 8. Colombia.

Bataille, George. (1979). El Erotismo. México, Tusquets Editores.

Bauman, Z. (2007). Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre. Tusquets Editores. Extraído el 3 de octubre de: <http://es.scribd.com/doc/62054457/Bauman-Zygmunt-2007-Tiempos-liquidos-Vivir-en-una-epoca-de-incertidumbre-CONACULTA-Tusquets-editores-Mexico>

Bauman, Zygmunt. (2007); traducción de Rosenberg Mirta y Arrambide Jaime. Vida de consumo, FCE, México.

Beltrán, E., Maquieira, V. (2001). Feminismos, debates teóricos contemporáneos. Ed. Alianza. Madrid, España.

Blázquez, Norma; Flores P. Fátima; Ríos E. Maribel. Coords. (2010). Investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales. México, CEICH.

Bonder, Gloria. (2002) *Las nuevas tecnologías de información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Chile: CEPAL.

Bustos R., Olga. (2011). Monitoreo de campañas de difusión del gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género. [Artículo en línea]. Extraído el 19 de septiembre de 2012 de: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Oaxaca/oaxmeta9_3.pdf

Caramazza E. y Vianello. M. (2002) Género, espacio y poder. Para una crítica de las ciencias políticas. Madrid, España. Ediciones Cátedra.

Castaño C. (2008) La segunda brecha digital. Madrid, España: Ediciones Cátedra.

Castells, Manuel (1999). La era de la información. Tomo I. México. Editorial Siglo XXI. Extraído en octubre de 2012 desde:

<http://www.slideshare.net/Gatojazzy/manuel-castells-la-era-de-la-informacin>

Castro, L. (No detalla fecha). ¿Qué es una red social? [Artículo en línea]. Extraído el 8 de agosto de 2013 de: <http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>

Cázares, D. (2000). La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles. Conapo. México.

Cobo R. (2005) El Género en las ciencias sociales. Universidad de Coruña, España.

De Barbieri T. (1993) Debates en sociología. N. 18. Pontificia Universidad Católica del Perú, Departamento de Ciencias Sociales.

De Miguel, A. El feminismo a través de la historia. I. Feminismo premoderno. El periódico feminista. (2007). Extraído el 29 de mayo de 2012 de: www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1309

Diccionario virtual de definiciones. (2013). Extraído el 10 de marzo de 2013 de: <http://definicion.de/accion-social/>

Duarte C. A, Fernández C. R. (2007). Origen, consolidación y vigencia de los preceptos patriarcales asignados al género femenino y masculino y su refractación en los cuentos El gato negro de Edgar Allan Poe y Es que somos muy pobres de Juan Rulfo. Extraído el 4 de octubre de 2012 de :

http://www.latindex.ucr.ac.cr/intersedes10/10-art_13.pdf

Encuesta en Hogares sobre Disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información 2010. (Diciembre 2010). Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Artículo en línea]. Extraído el 5 de julio de 2012 desde: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp>

Enguix, B. (2013). Ciudad, cuerpo e indumentaria. The Soul Report BCN. [Artículo en línea] Extraído el 1 de octubre de 2013 de:

<http://www.thesoulreport.com/outfitters.html>

Encuesta Nacional de Juventud 2010. Extraído el 8 de diciembre de 2014 de:

http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Presentacion_ENJ_2010_Dr_Tuiran_V4am.pdf

Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicación en los hogares, 2012 (2013). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. [En línea]. Extraído el 06 de enero de 2014 de:

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf

Fainholc, B. (2004). Teorías y consecuencias prácticas. Universidad Nacional de la Plata, Argentina. [En línea] Extraído el 5 de octubre de 2013 de: http://books.google.com.mx/books?id=iBJBLyhNsngC&pg=PA309&lpg=PA309&dq=recomposici%C3%B3n+tecnico-industrial-gerencial+beatriz+fainholc&source=bl&ots=31W0VOGJaR&sig=My8wwHGHxn49i1TMY4z5_Hi3jo&hl=es&sa=X&ei=DrS8UqzwDbK02wXJxIDgAg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=recomposici%C3%B3n%20tecnico-industrial-gerencial%20beatriz%20fainholc&f=false

Galindo Cáceres, L. (1998) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México: Editorial Pearson.

Giddens, A. (1993). Las consecuencias de la modernidad. Ed. Alianza. Madrid, España.

Giménez, Gilberto. (2007) Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.

González R., Mario G., Olvera, S. Sandy M. (2011). Jóvenes y educación superior: La Universidad como un referente moderno en la percepción de la sexualidad. Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.

Gubern, Román. (2006) El Eros electrónico. México: Taurus. Pp. 11.

Gubern, Román. (2005). La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas. España: Editorial Anagrama.

Güereca, R. (2014, en prensa). Brecha digital de género en la comunidad universitaria: Retos ante las sociedades de la información y el conocimiento. UNAM.

Güereca, R. (2013). Cuerpos desmembrados: manipulación digital y violencia contra las mujeres. Extraído el 27 de septiembre de 2013 de:

<http://www.mujeresnet.info/2013/06/cuerpos-desmembrados-manipulacion-digital-violencia-mujeres.html>

Hernández Yulivia (2006). Acerca del género como categoría analítica. *Nómadas*. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas. N. 13. Publicación electrónica de la Universidad Complutense. Extraído el 9 de julio de 2014 de:

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/13/yhgarcia.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). Panorama de las religiones en México, 2010. [Artículo en línea]. Extraído el 4 de octubre de 2012: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/pa_nora_religion/religiones_2010.pdf

Islas, Octavio. (2011). La penetración de Internet y Facebook 2010. *Revista Mexicana de la Comunicación* [artículo en línea]. Extraído el 5 de julio de 2012 desde: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/02/21/la-penetracion-de-internet-y-facebook-2010/>

Kornblit, A. Coord. (2004). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina. 2ª edición.

La historia de las redes sociales (2012). *Informática hoy*. Informática, tecnología e Internet sin complicaciones [Artículo en línea]. Consultado el 6 de enero de 2014, desde:

<http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php>

Lagarde, M. (1997). *Género y poderes*. Instituto de Estudios de la Mujer. Universidad Nacional Autónoma.

Lagarde, M. (1997). *Identidad genérica y feminismo*. Instituto de Estudios de la Mujer. Universidad Nacional Heredia, Costa Rica.

Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. UNAM, México.

Lamas, Marta. (2000). *El Género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. Editorial Programa

Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2000, 2ª edición.

Le Breton, David (2005). La sociología del cuerpo. Nueva visión. Buenos Aires, Argentina.

Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. (2007). Diario Oficial de la Federación.

Mancera C., E. Enrique (2011). Acceso a la educación superior y expectativas educativas de jóvenes universitarios mexicanos. Educación y reproducción de la desigualdad social. Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.

Maqueda, M. L. (2006). La violencia de género: concepto y ámbito. Extraído el día 23 de mayo de 2012 desde: <http://www.juridicas.unam.mx/sisjur/familia/pdf/15-189s.pdf>

Marrodi A., Archenti, N. (2010). Metodología en las ciencias sociales. Buenos Aires, Argentina.

Martín Lucas Belén. (2010). Editora. Violencias invisibles. Intervenciones feministas frente a la violencia patriarcal. Barcelona, España: Icaria.

Mattelart M. y Mattelart A. (1997) Historia de las teorías de la comunicación. Ed. Paidós. Barcelona, España.

McLuhan Marshall y Powers. B.R. (1990) La aldea global. Barcelona, España: Gedisa.

Montiel, Gabriela (2013). Cuerpos que se comentan, cuerpos que se postean. [artículo en línea] Extraído el 24 de agosto de 2014 desde:

http://gabrielakame.blogspot.com.es/2013/10/cuerpos-que-se-comentan-cuerpos-que-se_6795.html

Pixel digital blog. (2011). Estadísticas de Facebook en México. [artículo en línea] Extraído el 20 de septiembre de 2011 desde: <http://www.pixeldigital.com.mx/blog/estadisticas-de-facebook-en-mexico/>

Plaza Velasco Marta (2007) "Sobre el concepto de violencia de género. Violencia simbólica, lenguaje, representación" [artículo en línea] *Extravío. Revista electrónica de literatura comparada*, núm. 2. Universitat de València [1/02/2012] <http://www.uv.es/extravio>

Plant, S. (1998). *Ceros y Unos. Mujeres digitales y la nueva tecnocultura*. Barcelona, España. Ediciones Destino.

Quiterio Benitez Gisela, comp. (1994) *Violencia contra la mujer a través de múltiples miradas*. Centro de apoyo aquelarre. Santo Domingo, República Dominicana.

Real Academia de la Lengua Española, Vigésima tercera edición. Extraído el 21 de enero de 2013 de: <http://lema.rae.es/drae/?val=sem%C3%A1ntica>

Ritzer, G. (2005). *Teoría sociológica clásica*. México: McGraw-Hill.

Ruiz O. José Ignacio. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, España. Ed. Universidad de Deusto.

Sánchez, O. Alma Rosa (2011). *Estudiantes de la Fes-Acatlán, consumos culturales y trayectorias académicas. Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.

Sassen S. (2007) *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires, Argentina. Katz Editores.

Solís S. María de J. (2011). *Sexualidad y subjetividad en las y los jóvenes universitarios de la Fes-Acatlán: entre lo tradicional y lo moderno*. En Alma Sánchez Olvera (coord.) *Estudiantes, sexualidad y vida cotidiana en el espacio universitario*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. Plaza y Valdés Editores. Madrid, España.

Sommer, B. y Sommer Robert. (2001). *La investigación del comportamiento*. México. Oxford UniversityPress. 4ta. edición.

Soriano, Raúl. (1991). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Editorial Plaza y Valdés, México,

7ª edición.

The United Nations. Fourth World Conference on Women. (1995). [Artículo en línea]. Extraído el 25 de septiembre de 2013 de: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm>

Treinta por ciento de los mexicanos tiene acceso a Internet. (2012). Animal Político. [Artículo en línea]. Extraído el 5 de julio de 2012 desde: <http://www.animalpolitico.com/2012/02/30-de-los-mexicanos-tienen-acceso-a-internet/>

Tremosa, L. (1989). Las mujeres ante el desafío tecnológico. Barcelona, España.

Ubidia, A. (1998). Modernidad y posmodernidad. Extraído el día 22 de mayo de 2012 desde: <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1374/1/07.%20Posmodernidad.%20Modernidad%20y%20Posmodernidad.%20Abd%C3%B3n%20Ubidia.pdf>

Usan Facebook 47 millones de usuarios en México. (2013). El Universal. [Artículo en línea]. Extraído el 6 de enero de 2014 de:

<http://www.eluniversal.com.mx/computacion-tecno/2013/facebook-47-millones-79648.html>

Valderrama, Andrés (2004) “La construcción social de la tecnología”, en: “Teoría y crítica de la construcción social de la tecnología”. Revista Colombiana de Sociología: Extraído el 8 de abril de: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/viewFile/11278/11937>

Valente, Andrea (2015). La retórica de Femen ¿Cuerpo hereje o meramente Provocateur? Jus Revista Digital. Número: Herejías. Extraído el 01 de junio de:

http://issuu.com/editorialjus/docs/revista_jus_-_herej__as_-_marzo_201

Vega Montiel A. (2007) Por los derechos humanos de las mujeres: la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales.

Wacjman J. (2006) Tecnofeminismos. Madrid, España: Ediciones Cátedra.

We simplify the internet (2013). Estadísticas de Facebook en México. [Artículo en línea]. Extraído el 15 de febrero de 2012 desde: <http://www.wsiemarketingexperts.com/estadisticas-de-facebook-en-mexico/>