

# Humor gráfico y estereotipos de género en redes sociales: relación con la construcción identitaria y bienestar subjetivo de la mujer

Graphic humor and gender stereotypes in social networks: relationship with the identity construction and subjective well-being of women

LEIDY CAROLINA AMEZQUITA BAUTISTA\*

*Psicóloga de la Universidad de Cundinamarca*

CAMILA BRIGITTE CÁRDENAS HERNÁNDEZ\*\*

*Psicóloga de la Universidad de Cundinamarca*

JULIET CAROLINA CASTRO MORALES\*\*\*

*Psicóloga de la Universidad Nacional de Colombia*

*Maestría en Educación en la Universidad Federal de Bahía*

VIVIANA ALEJANDRA MOLINA LOZANO\*\*\*\*

*Psicóloga de la Universidad de Cundinamarca*

Recibido: 25/2/2021

Aceptado: 6/3/2022

doi: 10.20318/femeris.2022.7154

*Resumen.* La presente investigación de alcance exploratorio, se realizó bajo el marco de la psicología social y el marco paradigmático y epistemológico del construccionismo crítico, cuyo objetivo se orienta a comprender la relación del humor gráfico sobre la identidad y el bienestar subjetivo de mujeres usuarias de Facebook e Instagram de diferentes países de habla hispana. El objetivo se logra siguiendo un diseño metodológico cualitativo orientado por la netnografía, el análisis de contenido y el Análisis Crítico del Discurso (ahora en adelante ACD), técnicas que se ajustaron y diseñaron para suplir las necesidades de la investigación y los objetivos específicos de la misma. En un principio, se evidencia cómo la mujer está siendo representada a través de las piezas de humor gráfico publicadas en dichas redes sociales, perpetuando estereotipos sociales y de género socialmente aceptados, poniéndola en desventaja frente al género masculino o cuya representación es la de un objeto sexual, incidiendo en su bienestar subjetivo y construcción identitaria; por otro lado, se evidencia cómo el mismo humor gráfico se ha consolidado como medio de expresión para ellas, como discurso de resis-

---

\*lcamezquita@ucundinamarca.edu.co

\*\*cbcardenas@ucundinamarca.edu.co

\*\*\*julietccastro@ucundinamarca.edu.co

\*\*\*\*molinalozano.27@gmail.com

tencia y una forma de hacer denuncia al presentar contranarrativas y fortalecer la sororidad femenina; resultados que permitieron aportar y ratificar lo expuesto por la mayoría de investigaciones en la línea de estudios de género, pero esta vez desde la psicología..

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

*Abstract.* The present investigation of exploratory scope was carried out under the framework of social psychology and the paradigmatic and epistemological framework of critical constructionism, whose objective was understand the relationship between graphic humor on the identity and subjective well-being of women users of Facebook and Instagram from different Spanish-speaking countries. Objective was achieved by the following of a qualitative methodological design guided by netnography, content analysis and critical discourse analysis (ACD), techniques that were adjusted and designed to meet the needs of the investigation and the specific objectives of the same. Initially, it evidences that women are being represented through pieces of graphic humor published on these social networks and those are perpetuating social and gender stereotypes socially accepted. It put the woman at a disadvantage compared to the male gender, because women are represented like a sexual object, affecting their subjective well-being and identity construction. On the other hand, it evidences how the same graphic humor has been consolidated as a means of expression for them, like a discursive resistance, as a way of make a complaint by presenting counter-narratives and strengthening female sisterhood; The results allow to contribute and ratify what was stated by the majority of research in the line of gender studies, but this time from psychology.

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

## 1. Introducción

La conexión personal en la era digital se ha convertido en factor indispensable en el ámbito personal y social del ser humano, quien actualmente pasa un largo tiempo de su vida en redes sociales virtuales y las diferentes plataformas que ofrece el ciberespacio, un nuevo lugar para la expresión pública y social, frente a diferentes acontecimientos de la vida cotidiana. Participación que además lo conlleva a una serie de implicaciones en el bienestar subjetivo y en la identidad social en individual más allá del plano objetivo, como argumentan García *et al.* (2014).

Realidad que a las investigadoras –mujeres–, las llevó a pensar y repensar la forma cómo la figura e imagen femenina se ha expuesto históricamente a nivel nacional e internacional en los medios de comunicación tanto clásicos como contemporáneos, especialmente estos últimos, ya que por su naturaleza permiten la creación, difusión, publicación, opinión y recepción contenidos audiovisuales de manera más rápida y a una escala global; además, porque son medios donde el humor y la sátira son formas comunes de presentar informaciones en formatos multimedia; esto, de acuerdo con investigaciones en el campo, ha incidido en algún grado en la forma en la que se refuerzan y se construyen los estereotipos de género, concretamente hacia el género femenino (Urueña *et al.*, 2011).

Lo anterior, llevó a las investigadoras a considerar dos puntos particulares de interés, con el fin de conocer cómo esto se relaciona con el bienestar subjetivo e identidad de la mujer: (1) las representaciones gráficas humorísticas, cuyo tema central fuera la mujer, publicadas en redes sociales populares tanto por usuarios hombres como mujeres, pero

que a la vez, fungieran como mecanismos de violencia, como sucede en el *humor crudo*, o como recurso para hacer crítica y denuncia como es el caso del *humor satírico* (Hernández, 2008); y (2) la forma como la tecnología está transformando los diferentes aspectos de la vida social y personal del ser humano, especialmente la población femenina. Para esto, fue necesario partir de la idea de propiciar un adecuado ensamblaje y una nueva organización que posibilite condiciones sociales idóneas en torno al papel de la mujer, tal y como argumenta Cantillo (2009) donde su rol pase de ser insignificante a ser de vital importancia, en vista de que su relación con las tecnologías es distinta a la de los hombres y es el reflejo de su posición en la sociedad.

Adicionalmente, se consideró que, si bien se han realizado varios estudios sobre la representación y expresión femenina a lo largo de la historia, se requiere especial énfasis en la era digital y el uso de redes sociales por dos puntos esenciales: 1) la manera como la imagen y el humor toman fuerza en la construcción y desconstrucción más acelerada de estereotipos y discursos por las posibilidades técnicas de edición y difusión posibles solo en la era digital y 2) porque como lo han argumentado Lawrence & Ringrose (2018) las nuevas tecnologías y la digitalización de la información dieron paso a una nueva ola del feminismo pues permitieron nuevos mecanismos o herramientas de organización, expresión crítica y emancipadora de la mujer, especialmente, en contextos sociales con una cultura predominantemente machista. Con respecto al Humor gráfico se reconocen aportes como los de Carniel, Ruggi y Ruggi (2018) en Brasil, Lawrence y Ringrose (2018) en Inglaterra y Shifman, (2007) con sus aportes sobre género, humor y la cibercultura, autores como Jiménez (2013) y Junco (como se citó en García, 2018) consideran que existe un vacío en los diferentes estudios que abordan el tema de interés en relación con el humor gráfico, en vista de que este, su verdadera intención y funcionalidad, suelen pasar desapercibidos y es aquí, cuando se ve la necesidad de estudiar analizar y transformar las diferentes realidades sociales y los temas emergentes del mundo globalizado (Ruiz, 2008) desde la perspectiva de mujeres hispanohablantes usuarias de redes sociales virtuales de alta popularidad en la actualidad como lo son Facebook e Instagram..

Para el estudio del objeto y/o fenómeno de estudio, fue necesario encontrar una base epistemológica y paradigmática, que permitiera comprenderlo, reinterpretarlo y analizarlo bajo una perspectiva clara, en este caso, fue el construccionismo social de Gergen (2007) y Sandoval (2010), el cual permitió adoptar, toda una postura crítica para reivindicar las prácticas construccionistas, sobre el propio sujeto en torno a fenómenos sociales que pueden llevarlo a reinventar su realidad personal y social en términos dialógicos, lingüísticos y contextuales. Para ello, se establecieron los siguientes objetivos:

### Objetivo general

Comprender la forma cómo se relacionan el humor gráfico, con la construcción identitaria y el bienestar subjetivo de mujeres usuarias de las redes sociales, Facebook e Instagram de diferentes países de habla hispana.

### Objetivos específicos

- Conocer cómo se está representando (social e individualmente) a la mujer usuaria de redes sociales populares en la actualidad como Facebook e Instagram en el ciberespacio.
- Comprender cómo el humor gráfico en el entorno digital incide en la generación y/o perpetuación de estereotipos, discursos hegemónicos y violentos hacia la mujer, así como posibilidad para la difusión y fortalecimiento de discursos alternativos de resistencia de las mujeres.
- Construir junto con las participantes, el sentido que tiene para ellas el humor gráfico que circula por las redes sociales, mediante la presentación de piezas digitales compartidas en Facebook e Instagram.
- Identificar cómo la interacción con estas piezas incide en el bienestar subjetivo y la construcción identitaria de estas mujeres.

## 2. Estado de la cuestión

En los últimos años, los diferentes contenidos audiovisuales o gráficos, especialmente los difundidos en las redes sociales virtuales, han devenido en las principales fuentes y/o medios que evidencian y propagan el incremento de la discriminación hacia la población femenina, así como la contribución de esta al reconocimiento y la reconstrucción de una serie de elementos y dinámicas sociales que configuran el rol de la mujer en la sociedad y en el ciberespacio, como argumenta Cantillo (2009); tal es el caso de la identidad y autenticidad humana, las cuales se han visto implicadas en un proceso de transformación, mediado por una red cultural de significados y múltiples realidades con los que el usuario interactúa, adicionalmente, y gracias a la facilidad de crear y tener diferentes usuarios en cada una de las plataformas virtuales que existen, es cada vez más común que el usuario configure diversas identidades o rasgos que no le son propios, en una búsqueda constante, de no solo la aceptación personal sino también de la aprobación social; fenómeno que ha llevado a incidir en la adquisición de autonomía o dependencia; estos factores, de acuerdo con Echeburúa y Corral (2010), son relevantes para consolidar el bienestar subjetivo de los seres humanos donde el uso y el abuso de estos medios tecnológicos, terminan afectando su desarrollo social e individual.

No obstante, dicho auge tecnológico no ha influido únicamente en sentido negativo, pues se han evidenciado algunos de los beneficios que este ha traído consigo, por ejemplo, García (2018), Lawrence y Ringrose (2018) discuten de como esta “ola” o auge de las tecnologías digitales y la cibercultura han ayudado al fortalecimiento de colectivos feministas y ha incrementado la facilidad de potenciar la creatividad, innovación y el desarrollo del aprendizaje colectivo, convirtiéndose así en su principal herramienta o medio de expresión social. Conforme a las ideas de Bonilla y Pretto (2015, 2016), estos dispositivos tecnológicos y su capacidad de trabajar en red impusieron nuevas lógicas, fortalecieron

otras prácticas de comunicación que vienen a jugar un papel importante en aspectos políticos, educativos y culturales, al configurarse como una gama de potencialidades que tienen como pilares la colaboración, la socialización, la horizontalidad, la inteligencia colectiva, la autoría, la libertad, la heterogeneidad, la interconexión, el compartir, el remixar y la valorización de saberes particulares.

Lo anterior, lleva a hablar y conceptualizar una serie de conceptos y términos, necesarios para comprender a profundidad el fenómeno de interés; el primer término, fue el eje central de la investigación: *el humor gráfico*, definido como “un medio en el que quedan reflejados los comentarios, prejuicios y opiniones existentes en una sociedad en un momento determinado, convirtiéndose en una radiografía del sentir general de la población” (Suárez, 2015, p.234) además de ser, un medio a través del cual se expresan de manera creativa y artística, valores, normas, reglas sociales, injusticias y situaciones de la vida cotidiana del ser humano, como parte de una determinada cultura o sociedad (Chamorro, 2012).

A la vez, el humor gráfico, facilita la interacción en el *ciberespacio*, recordando que este es entendido como el terreno virtual (no tangible), en el que se sumerge el usuario cuando se conecta a Internet, convirtiéndose en una idea del mismo, pues dicho espacio, viene a ser ficticio y/o imaginario, el cual ofrece al cibernauta la posibilidad de autoexpresión y relación con el otro, en pocas palabras, el ámbito propicio para la expresión de la subjetividad humana (Molina, 2015). Dicha interacción, se da especialmente, en las redes sociales, proceso que es mediado por el uso, replica y publicación de imágenes y contenido gráfico como las caricaturas, diseños, montajes, “memes”, etc. No obstante, muchas de estas piezas cubren con humor mensajes violentos o amenazantes y agreden simbólicamente la imagen de la mujer, por ejemplo, los contenidos y mensajes de muchos de los conocidos “memes”, son considerados violentos, oprimiendo a una población específica o socialmente considerada “vulnerable” y es precisamente, esta la funcionalidad del llamado *humor gráfico crudo*; y en otras ocasiones, a través de este, es posible manifestar inconformismos y realizar denuncias frente a los problemas en los que la principal implicada es la mujer, como lo permite el *humor satírico*, tal y como lo argumentan la Asociación Cultural CSN y Universidad de Sevilla (2007). Vemos también que imágenes digitales enmarcadas por el humor como los memes, han sido utilizados para profundizar tendencias como la subrepresentación de la mujer en la política como en el estudio presentado por Carniel et al en el caso de la expresidenta Dilema Rousseff en Brasil o las campañas de desprestigio contra Hilary Clinton en EEUU. Smirnova (2018).

Otro de los conceptos claves, fue *el bienestar subjetivo*, comprendido por Fuentes (2001) como “una construcción sociopsicológica que se erige como producto de una permanente interpenetración de lo individual, lo grupal y lo social y que se proyecta en contextos sociales específicos como las formas de actuar, de pensar y de sentir” (67); sin embargo, este bienestar se compone de dos dimensiones, por una parte, consta de un componente cognitivo, que se refiere a la satisfacción con la vida; por otra parte, se encuentra el componente afectivo, es decir, aquellos sentimientos positivos, sinónimos del concepto de felicidad (Denegri, García y González, 2015).

Así como el *bienestar subjetivo* del usuario se ve afectado de una u otra forma por el humor gráfico que se publica en redes como Facebook e Instagram (en este caso, aquel que va dirigido específicamente al género femenino), este fenómeno, también repercute en la *identidad* de la mujer, cuya construcción se ve influenciada y/o afectada por la llamada *cibercultura*, una expresión de acuerdo con Rojas y Salazar (2012) se ha convertido en la forma práctica y efectiva de denominar el desplazamiento de las representaciones actuales del mundo, hacia la multiplicidad, alteridad y diversidad, de múltiples lenguajes y significados. , creando así una nueva forma de comunicación y expresión humana que afecta la construcción de la imagen del mundo real y de las personas que allí habitan, Todo ello da paso a la producción de imaginarios colectivos y estereotipos frente a los

**Tabla 1.** Antecedentes empíricos.

Título y autores		Generalidades de la investigación
Rostrosdemujer.org: análisis de estereotipos de géneros en los medios de comunicación / Gómez (2013)	Rostros de mujer": Análisis de estereotipos femeninos / Aguaded, Tello y Sánchez (2011)	Investigaciones cuyo objetivo principal, consistieron en la identificación y el análisis de estereotipos femeninos en la publicidad, propiciada por las redes sociales a partir de la construcción de un sitio web.
Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales / Torjada, Araña y Martínez (2013)		Investigación que demuestra, como las imágenes reproducen estereotipos de género y patrones patriarcales, además de llevar a una negociación identitaria con respecto al género, la belleza y la sexualidad.
Ciberfeminismo: disidencias corporales y género itinerante / Salido (2017)		Investigaciones cuyos objetivos, consistieron en dar a conocer la situación de la mujer en las prácticas comunicativas en Internet (producción y representación), gracias al Ciberfeminismo y a la práctica feminista online, como prácticas políticas y artísticas. Identificando su papel en el ámbito representativo de la imagen dentro del arte y los nuevos movimientos de la llamada Segunda Ola Feminista y las representaciones posibles.
Cartografías del cuerpo de la mujer/es en el humor gráfico: una mirada feminista / Rodríguez (2017)		
La construcción de la imagen de las mujeres: net.art y medios de comunicación. González y Muñoz (2015)	Pinceladas con nombre de mujer: el humor gráfico y sus ilustradoras García (2018)	Estos estudios, tuvieron como objetivo identificar el papel de las mujeres en movimientos artísticos y la construcción de dichas representaciones gráficas, con un tinte de humor, en las que manifiestan su posición e identidad femenina; concluyendo que, existe un vínculo entre la imagen y cuerpo en la construcción y deconstrucción de la identidad de género y de la imagen femenina, a través del ciberespacio.
Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras / Rocha, Freitas, Rosendo & Souza (2013).		Este estudio, se centró en la identificación de la imagen corporal de la mujer, perspectiva desde la cual, este es visto como objeto de placer; un ejemplo de ello es el uso de imágenes sexuales o de mujeres semidesnudas, utilizadas para la publicidad de diferentes productos.
"Ana" y "Mia" en las redes sociales. Una investigación sobre la anorexia basada en las artes (Nevado, 2014).		Investigación enfocada en la búsqueda de la influencia de las redes sociales, con los trastornos alimenticios (anorexia); concluyendo que, el uso de las redes sociales es una forma de obtener aprobación y aceptación de la autoimagen. Comportamientos que promueven estilos de vida poco saludables.
El cuerpo como capital social en Instagram: el caso de @adri_vainilla. Vite, (2018)		El objetivo de esta investigación consistió en identificar la influencia de las redes sociales Instagram y Facebook, sobre la corporalidad femenina. Concluyendo que estos medios, son fuentes que divulgan una imagen femenina sobrevalorada, logrando modificar el comportamiento de los individuos en pro de la búsqueda de ese ideal

Nota. Las investigaciones y estudios que se presentan en esta tabla, son aquellos antecedentes empíricos considerados relevantes y pertinentes para el tópico de interés e investigación, por lo cual estos se sistematizan considerando principalmente los objetivos de la investigación, resultados y conclusiones puntuales, ante los cuales en algunos casos los primeros coinciden, cabe mencionar que, no se consideró ningún orden específico para enlistar los estudios, más sin embargo, estos abordaban tópicos puntuales como la implicación del uso de las redes sociales o plataformas digitales, puntualmente su contenido gráfico, en la creación de estereotipos de género, así como movimientos o discursos de resistencia y empoderamiento. Adicionalmente, las investigaciones que se incluyeron datan de un intervalo no mayor a diez años de su publicación, considerando la elaboración del presente estudio (Fuente: elaboración propia).

diferentes roles que ejercen o “deberían” ejercer las mujeres y hombres en la sociedad actual; Entonces la interacción y participación en esta nueva cultura impacta la *construcción identitaria* de la mujer, definida por Larraín (2003) como la capacidad para referirse a sí mismo como objeto pero a la vez le permite ir narrándose a partir de las relaciones sociales mediadas por los símbolos que el individuo va construyendo gracias a la interacción con sus medios contextuales y digitales.

En la Tabla 1 (página anterior), se presentan los principales antecedentes empíricos que sirvieron de base para la investigación.

### 3. Metodología

La investigación se desarrolla bajo una *metodología cualitativa*, de *alcance exploratorio*, basados en los principios que presenta Sandoval (2002); además, se trabaja desde la epistemología del *construccionismo social*, adoptando el *paradigma crítico hermenéutico* bajo un interés de liberación y el uso de la *netnografía* desde una mirada *fenomenológica*, como uno de los principales métodos para la recolección de información en un contexto cotidiano desde la virtualidad, por medio de técnicas como el *grupo de discusión*; por otra

**Tabla 2.** Categorías preestablecidas y emergentes que guiaron el análisis de contenido y el ACD.

Análisis de contenido / Modelo de Villa <i>et al.</i> (2017)		ACD	
Categorías preestablecidas	Categorías emergentes	Categorías preestablecidas	Categorías emergentes
Valor de la imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar.</li> <li>• Transmitir sentimientos.</li> <li>• Denunciar.</li> <li>• Crítica social.</li> <li>• Promocionar.</li> </ul>	Bienestar subjetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitudes y/o conducta.</li> <li>• Pensamiento e ideología.</li> <li>• Emocional y/o afectivo.</li> <li>• Relaciones de pareja.</li> </ul>
Tipo de mensaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asuntos sociales y culturales.</li> <li>• Asuntos personales e individuales.</li> <li>• Asuntos políticos.</li> </ul>	Identidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal e individual.</li> <li>• Colectiva.</li> <li>• Cultural.</li> <li>• De género.</li> </ul>
Formatos empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imágenes sin texto.</li> <li>• Frases ilustradas.</li> <li>• Memes.</li> <li>• Caricaturas.</li> <li>• Screenshot.</li> </ul>	Estereotipos de género	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rol.</li> <li>• Imagen.</li> <li>• Relaciones hegemónicas.</li> <li>• Cosificación de la mujer.</li> <li>• Hipersexualización de la mujer.</li> </ul>
		Humor gráfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué está representando?</li> <li>• Interacción con las piezas.</li> <li>• Humor gráfico satírico.</li> <li>• Humor gráfico crudo.</li> <li>• Interpretación intercultural.</li> </ul>
		Otras categorías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usabilidad de las redes sociales.</li> <li>• Privacidad en las redes sociales.</li> <li>• Riesgos en el ciberespacio.</li> <li>• Publicación de fotos personales y su influencia en su bienestar subjetivo.</li> </ul>

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

parte, se implementan dos técnicas que facilitan la interpretación y sistematización de la información anterior: (1) *análisis de contenido*, siguiendo el modelo de la semiótica de Peirce (como se citó en Mariano, 2003) y la propuesta de Villa, Herrera y Bautista (2017) para el análisis de las piezas digitales y (2) *análisis crítico del discurso (ACD)*, basándose en el modelo de Neyla Pardo (como se citó en Díaz, 2009) permitiendo, ahondar en lo relacionado con el bienestar subjetivo y complementar el eje de identidad; sin embargo, fue necesario establecer categorías de análisis y operacionalizarlas, sin excluir las categorías emergentes, haciendo uso de Atlas-Ti 8:

### 3.1. Unidades de análisis

Las principales unidades de análisis fueron: (1) *las piezas digitales de humor gráfico*, las cuales fueron seleccionadas de dos redes sociales populares globalmente en la actualidad: Facebook e Instagram, que de acuerdo con el reporte de We Are Social (2021), tienen 2.740 y 1.221 millones de usuarios inscritos aproximadamente. Otro criterio de selección de dichas redes sociales es porque en ellas las imágenes y el humor cobran mayor importancia en comparación con otras redes. A partir de criterios específicos, mediante el método netnográfico, se creó un banco de piezas y que fue depurado a partir del ejercicio de evaluación, ejecutado por y con las participantes. (2) *discurso de las participantes*, con base a dicha piezas digitales y generalidades relacionadas con el tema de interés. Para ello se realizó el grupo de discusión a través de Skype, con el fin de conocer la interpretación de las participantes frente a las diferentes piezas presentadas.

### 3.2. Participantes

Se contó con la participación de un grupo de seis mujeres, usuarias activas de Facebook e Instagram, entre las edades de 21 a 32 años y de nacionalidades diferentes (tres colombianas, una española y dos mexicanas), tres de ellas pertenecientes a colectivos feministas; las participantes fueron contactadas a través de redes sociales, tras el cumplimiento de criterios específicos de inclusión.

### 3.3. Instrumentos y técnicas empleadas

#### 3.3.1. Recolección de información

##### Ejercicio de evaluación de las piezas digitales

En primera instancia se seleccionaron de Instagram y Facebook las piezas digitales que más reacciones tuvieron (comentarios, likes, compartidas, etc.) en cumplimiento con los criterios de selección de las mismas:



**Tabla 3.** Criterios de selección de las piezas digitales.

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

*Nota.* Gracias a estos criterios fue posible clasificar las piezas digitales seleccionadas de Facebook e Instagram, como parte de la categoría general de humor gráfico satírico o crudo (Fuente: elaboración propia).

Al finalizar se obtuvo un banco con un total de 36 piezas; en segunda instancia, se llevó a cabo un ejercicio escrito con cuatro preguntas dirigidas a identificar y describir las diferentes emociones o sentimientos que las imágenes les producen a las participantes, además deben clasificarlas como humor satírico o crudo y seleccionar aquellas que les generen mayor impacto, en sentido positivo o negativo, teniendo en cuenta esto, a cada una de las participantes le correspondió evaluar 6 imágenes diferentes del banco las cuales se asignaron de manera aleatoria. El resultado final de este ejercicio permitió finalmente 6 piezas y consideradas por las participantes como las más relevantes para finalmente presentarse en el grupo de discusión.

### Grupo de discusión

En el grupo se plantearon una serie de preguntas orientadoras, con el fin de establecer una conversación cuidadosamente diseñada, esta técnica permitió vislumbrar las actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones de las participantes sobre los temas de interés y en las diferentes fases del grupo.

### 3.3.2. Sistematización y análisis de la información

#### Análisis de contenido

Siguiendo los parámetros del análisis de contenido, se parte de categorías preestablecidas y emergentes (que se presentan en la tabla 2), de las descripciones textuales de las participantes a través del ejercicio de evaluación de piezas gráficas y siguiendo el

modelo de la semiótica de Peirce (como se citó en Mariano, 2003) en el cual se presenta la relación entre tres elementos esenciales: signo, objeto e interpretación, y el trabajo de Villa *et al.* (2017) [ver tabla 2]; para este el proceso de categorización se hizo uso del *software* Atlas Ti-8.

### Análisis Crítico del Discurso

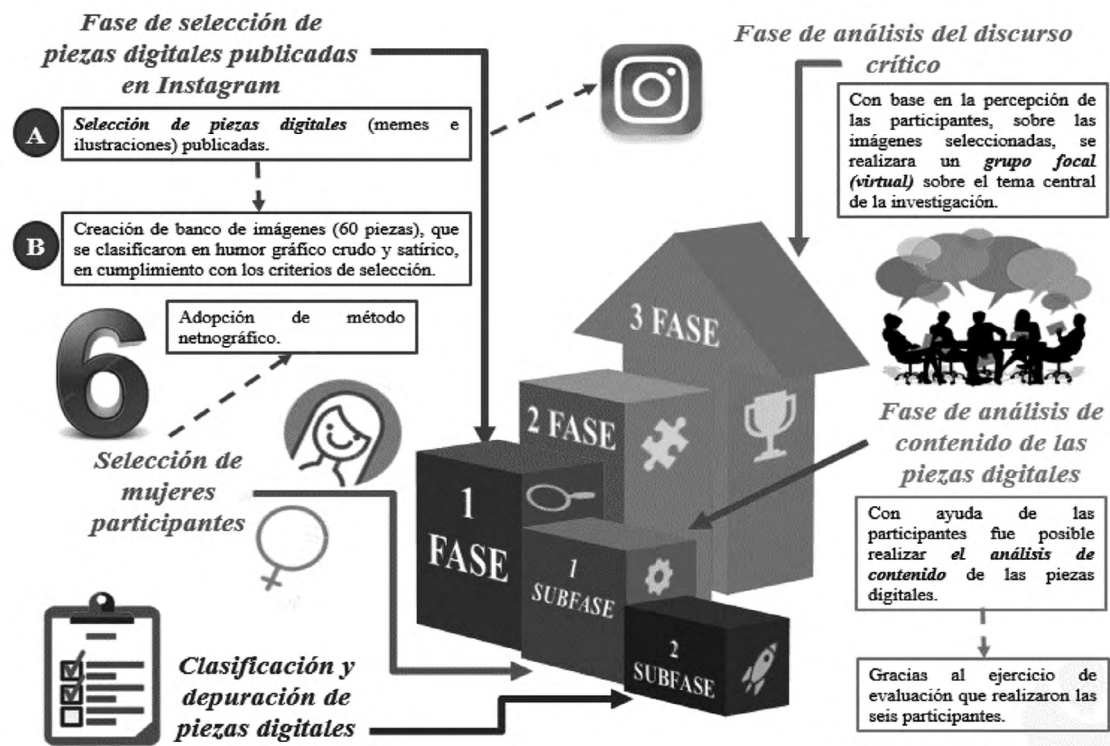
La implementación del ACD, permite visibilizar las narrativas dominantes y alternas de las participantes, identifica nuevos problemas y con ello la generación de nuevas ideas de investigación; Bajo esta metodología se centra la atención en el discurso con la intención de revelar las desigualdades sociales, el control social, la dominación, las relaciones de poder, etc. (Iñiguez, 2003). Así mismo, como objetivo se pretendió generar una actitud crítica de las participantes permitiendo que ellas identificaran problemas sociales mediante sus propios discursos y generasen reflexiones alternativas frente a estas piezas.

Es de tener en cuenta que se trabajó bajo cinco categorías estipuladas previamente a la realización del grupo de discusión [Ver tabla 2, columna ACD], las cuales se establecieron basándose en los tópicos de interés de la investigación, esto permitió guiar el ejercicio comunicativo hacia el fin de conocer como el humor gráfico estaba relacionado con la identidad y bienestar de las participantes y así entender la forma en la que ellas interpretaron las piezas digitales en torno al fenómeno de estudio. Esta técnica permitió hacer el análisis de la construcción discursiva de las acciones, representaciones y estereotipos sociales en redes sociales y a través del mediadas por el humor gráfico entorno al género femenino. Finalmente, esta metodología se basó en el modelo de Neyla Pardo (como se citó en Díaz, 2009) en el cual se siguen una serie de pasos (selección del corpus, visualización textual, caracterización del actor social, estrategias para el propósito comunicativo y presentación del contexto).

### 3.4. Procedimiento

A continuación, se presenta el procedimiento metodológico y las diferentes fases que constituyeron la investigación (Figura 1).

El procedimiento metodológico se constituyó en tres fases [ver figura 1], con tiempos claramente establecidos: (1) *fase de selección de piezas digitales publicadas en Facebook e Instagram*; (memes e ilustraciones), clasificándolas en humor gráfico crudo y satírico; en seguida, se realizaron dos subfases: (1) *clasificación* y (2) *depuración*, para contar con un número más pequeño de imágenes con las cuales trabajar; en la segunda subfase, se adoptó el *método netnográfico* para la *selección de las mujeres participantes* (en cumplimiento con los criterios de selección). (2) *fase de análisis de contenido de las piezas digitales*; en un segundo momento, con ayuda de las participantes fue posible efectuar *el análisis de*



**Figura 1.** Fases del procedimiento metodológico de la investigación (Fuente: elaboración propia).

contenido de las piezas gráficas, tras la realización del ejercicio de evaluación; (3) fase del ACD; esta se dividió en dos subfases: (1) categorización, a partir de los discursos de las participantes obtenidos en el grupo de discusión virtual y las categorías preestablecidas y emergentes [ver Tabla 2]; (2) ACD, a partir de la categorización anterior y con base en la percepción de las participantes frente a las imágenes de humor gráfico seleccionadas, asociado con el tópico de interés.

#### 4. Resultados

Es imprescindible saber que los resultados que se presentan en este apartado, se basan en dos aspectos: (1) el análisis que se realizó en torno a las piezas digitales, que generaron mayor impacto entre las participantes por las siguientes características y similitudes: la crudeza, la polémica (al abordar temas y problemáticas reales), la denuncia (encubierta por el chiste) y la afectación emocional que genera en quien interpreta la imagen; y (2) el análisis de las piezas gráficas en general que suelen publicarse en estas redes sociales. A continuación, se presentan algunos fragmentos (discursos del grupo de discusión) que generaron mayor impacto y permitieron efectuar el análisis general, considerando interesante la forma en el que las mujeres participantes de Colombia, México y España), hicieron uso de argumentos contra la estereotipación del género femenino; cabe mencionar que, para facilitar la interpretación de los resultados, estos se presentan en tres apartados en

cumplimiento con los objetivos específicos de la presente investigación. Adicionalmente, se perciben los diferentes campos semánticos y los contenidos que se elaboraron, permitiendo la presentación de los apartados de resultados con base al cumplimiento de los objetivos específicos propuestos, las categorías preestablecidas y emergentes [Ver tabla 2] en los dos modelos de análisis utilizados:

#### 4.1. Humor gráfico en Redes sociales y la Representación social e individual de la mujer

En seguida, se presenta un ejemplo de la forma en la que se realizó el análisis de contenido de las seis piezas digitales de humor gráfico basándose en los modelos anteriormente mencionados; cabe decir que, cada una de las imágenes se asoció con los apartados de resultados, que se presentan:

**Tabla 4.** Ejemplo de análisis de contenido, en este caso de la imagen PD1.

Elementos clave para el análisis de contenido de PD1 [ver figura 2]	
Fuente (red social)	Facebook (Feministas Siempre).
Autor (ra)	Lola Vendetta.
Valor de la imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir sentimientos.</li> <li>• Crítica social.</li> </ul>
Tipo de mensaje	Asuntos sociales y culturales (violencia contra el género femenino y pautas de crianza).
Formatos empleados	Caricatura.
Tipo de humor gráfico	Humor gráfico crudo.
Descripción e interpretación (basándose en las respuestas de las participantes)	La imagen se compone de dos escenas, una superior y una inferior, representando un antes y un después, donde se observa una situación "típica de enseñanza" impartida por la cuidadora de la niña, a partir de un suceso que le ocurrió a esta última, sin embargo, la segunda escena muestra un grado mayor de preocupación por parte de la cuidadora, en vista de la respuesta de la niña, al observar en el TV una escena violenta a la que ella interpreta como un contenido romántico, basándose en la situación anterior. Al tener en cuenta la interpretación dada por las participantes, se le adjudica un valor negativo a la imagen, ya que esta generó sentimientos de frustración y enojo. Finalmente, desde la semiótica de Peirce, es posible identificar como el color rojo y las heridas físicas, son el signo que representa a la situación de maltrato y violencia hacia el género femenino, que trata de invisibilizarse bajo calificativos positivos como el querer, el amor o lo romántico.

Nota. Esta tabla, es ejemplo del análisis de contenido, de una de las seis piezas digitales analizadas siguiendo el trabajo de Villa et al. (2017), empleado para la interpretación de las mismas, a partir de la percepción de las participantes, información que se recabó en el grupo de discusión virtual.



Las participantes concordaron, al decir que en PD1 se evidencia una problemática común: la forma como se está naturalizando la violencia hacia las mujeres, a través de pautas educativas en casa, situación que está siendo representada en piezas de humor gráfico como está haciendo uso de un *formato caricaturesco* para mostrar como la sociedad representa en redes sociales y ha representado a lo largo de la historia a la mujer (razón por la cual se habla de una imagen monosémica), adicionalmente, esta pieza fue interpretada por ellas desde un sentido de *crítica social*, siendo esta la pieza que generó mayor impacto, tal y como se evidencia en el relato de P1 [X]: "Me transmite frustración al ver cómo desde pequeñas estamos siendo enseñadas a ser sometidas ante los hombres como

si ellos tuviesen un valor y posición más importante en la sociedad que nosotras ... De este tipo de enseñanzas es que se crean los prejuicios y estereotipos de: “las mujeres son débiles” “comportarse como una dama” “los hombres no lloran” y otros por el estilo, los cuales han sido transmitidos desde la infancia y que se reproducen...”

Una vez realizado el análisis de contenido de cada una de las piezas [como se evidencia en la tabla 4], se presentan y analizan los relatos de las participantes en torno a estas, con el fin de realizar el respectivo ACD.

Como se evidencia, PD1, evocó sentimientos de frustración y enojo, encubiertos en expresiones de asombro y risa irónica, interpretándose como manifestaciones de des-

**Tabla 5.** Síntesis del ACD que se realizó en torno a PD1 y PD5

Imagen	Relatos en torno a la imagen	Elementos claves en el ACD (palabras y términos)
<p><b>Figura 2.</b> Pieza digital de humor gráfico [PD1]. Copyright 2019 por Lola Vendetta.</p> 	<p>Relato 1. PD1</p> <p>“...somos latinoamericanas... y somos hermanas de lucha y resistencia desde diferentes espacios” (P).</p> <p>Relato 2. PD1</p> <p>“Luchamos por la abolición de la prostitución, pornografía, vientres de alquiler eee y todo esto, ósea somos muy críticas con la teoría Queer y en nuestras redes sociales, bueno pues hacemos todo esee, en las redes sociales de mujeres por la abolición hacemos todo ese proxenetismo del feminismo radical” (PA).</p> <p>Relato 3. PD1</p> <p>“...que clase de frase mensaje está lanzando y que esto al final nos afecta a todas las mujeres, a como somos vistas socialmente... como si fuéramos eso meros floreros o objetos cosificados, hipersexualizados para el gusto del varón, entonces bueno yo lo explico mucho, soy muy pesada en mis redes sociales con este tema” (PA).</p>	<p>Aquí la palabra <i>-lucha-</i> y sus derivados (<i>luchamos</i> y <i>luchar</i>), cobran gran relevancia, demostrando la implicación e importancia del activismo en redes sociales, para la forma como la mujer se está representando actualmente en el ciberespacio: como actor social, agente que educa e imparte estrategias de enseñanza en pro de la lucha por sus derechos y su preocupación por los problemas en las que el principal sujeto afectado es ella; sin embargo, las participantes afirmaron que actualmente no suelen aceptar la representación o arquetipo de mujer vulnerable o débil, en vista de que han adoptado las redes sociales como medio para representarse así mismas como mujeres independientes, emprendiendo y exponiendo su trabajo a nivel profesional y social, como se demuestra en el relato 3.PD1.</p>
<p><b>Figura 3.</b> Pieza digital de humor gráfico [PD5]. Copyright 2019 por Shara Limone.</p> 	<p>Relato 1. PD5</p> <p>“... es justo lo que hablamos [al interpretar PD5] la invisibilización de la mujer, el hecho de tapar las zonas íntimas es precisamente es que como te vistas es como te tratan, tu no hubieras salido en falda a las 9 de la noche no te hubieran violado...” (P).</p> <p>Relato 2. PD5</p> <p>“... este tipo de mensajes [de los memes que se publican en redes sociales] nos afecta a todas las mujeres a como somos vistas socialmente o sea a exponernos así, o sea, como si fuéramos eso meros floreros u objetos cosificados, hipersexualizados para el gusto del varón...” (PA).</p>	<p>Al analizar los diferentes relatos en torno a PD5, se evidencia la existencia de la relación directa entre la representación de la mujer con términos y expresiones como “invisible”, “objeto” y “puta” – ya que son las participantes las que se refieren a sí mismas de dicho modo, para hablar de la forma en la que socialmente son representadas en el ciberespacio y el inconformismo que esto les genera, considerándose como mujeres que están en la lucha feminista, especialmente a partir del activismo social y político que emprenden en redes, donde están tratando de abolir dicha enajenación y defender sus derechos como seres humanos.</p>

*Nota.* ACD de dos piezas digitales abordadas en el grupo de discusión, cuya interpretación se asoció con uno de los tópicos de interés, específicamente, el humor gráfico en redes sociales y la representación social e individual de la mujer (Fuente: elaboración propia).

acuerdo ante lo que ellas consideraron como la representación de la pieza. Así mismo, la percepción de las participantes frente a lo que está representando PD1, fue la de la imagen de la mujer que socialmente se ha naturalizado (mujer débil o sumisa, objeto de agresión, y “obligada” a seguir el rol que se le ha asignado).

Por otra parte, el análisis de PD5, llevó a interpretar que, el incumplimiento de los típicos estereotipos sobre el rol femenino, el comportamiento y modo de pensar, equivaldría al “no cumplimiento de las normas sociales”, representando así a una mujer sin pudor a la que suele adjudicársele calificativos de “zorra” o “puta” o considerarla como la única culpable al ser víctima de abuso sexual (“por cómo iba vestida o por la hora en que salió”) como argumentaron las participantes en algunos relatos como el 1.PD5. Otro de los tópicos abordados, fue la sexualidad de la mujer, pues las participantes consideraron que PD5, representaba la concepción que tiene la sociedad sobre ellas, como “objetos sexuales o floreros”.

Cabe mencionar que, a partir del análisis de PD5, se concibió como el hecho de que el humor gráfico que se publica en redes sociales hable de movimientos proaborto o luchas feministas, está llevando a crear una imagen errónea de la mujer activista con una percepción de “lucha infundada” o como “mujeres frustradas”, siendo muestra de la representación tanto en el plano presencial como virtual de las mujeres que forman parte de colectivos feministas. Esta imagen, también permitió evidenciar, que el humor activista se centra sobre la idea de la mujer rebelde, que es crítica y que no se ajusta a los estereotipos y cánones sociales que “estipulan” lo que significa ser “una bella o buena mujer”. De igual forma, aquí el tema de la sexualidad de la mujer cobró gran relevancia, manifestándose a través de publicaciones con un alto contenido de violencia y ridiculización hacia el género femenino, denunciando o perpetuando aún más su cosificación e hipersexualización e incluso la aceptación de esa vulneración por parte de la misma mujer, lo cual termina contribuyendo a su propia invisibilización, condicionando su modo de actuar y pensar, vulnerando además el derecho a la libre expresión. En definitiva, estas son muestra de cómo las piezas gráficas llevaron a hablar y discutir entre el grupo sobre los distintos modos de violencia de género y la aceptación o naturalización de esta problemática y de las relaciones de poder como socializador.



Para el ACD en torno a PD1, se trae a colación la categoría pre establecida de *humor gráfico* con relación a la categoría emergente de *usabilidad en las redes sociales*, puesto que el contenido del humor gráfico en estas plataformas involucra al género femenino en diversos problemas sociales tales como cosificación, hipersexualización y discriminación, llevando a las mujeres a utilizar con mayor frecuencia las redes y sus herramientas para hablar al respecto, fomentar grupos de debate y discusión, emprender iniciativas de cambio y de *activismo social y político*, fortalecer la sororidad femenina como una forma de no solo representarse e identificarse con las mujeres con las que comparten su ideología feminista, aspectos geográficos y similitudes culturales, tal y como evidencia en los relatos en torno a PD1 [ver tabla 5], sino también del significado de ser mujer, como ellas mismas argumentan: “una mujer no es un objeto sexual e hipersexualizado por la sociedad, una mujer es auténtica, natural,... y lo que designa ser, sin necesidad de herir al prójimo... pero mucha veces nos toca ser lo que nos enseñan o lo que el hombre designe ser y ahí caemos en el error, perdiendo esa autenticidad” (P3. J).

Adicionalmente, vale resaltar que, en la mayoría de los relatos, ellas hacen uso del –nosotras– y pluralizan el término *mujer*, hablando de manera general sobre –ellas– y lo que en realidad no son, permitiendo evidenciar como en sus discursos se imprime implícitamente la solidaridad de género, independientemente de su pertenencia o no a un colectivo feminista. Finalmente, la reiteración y la nominación se presentan como estrategias para el propósito comunicativo en el ACD en torno a este apartado, permitiendo distinguir entre: (1) como la mujer está siendo representada socialmente en estas plataformas (representación social) y (2) como ella a la vez hace uso de las mismas para representarse (representación personal), en este caso como medio de protesta e inconformismo ante tal concepción social que se tiene en torno a ella, donde la concepción de la mujer está fuertemente marcada por estereotipos de género, especialmente frente a su corporalidad y estética visual.

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

El humor gráfico digital, en general, está representando las diferentes problemáticas en las que están inmersas las mujeres, de dos formas: (1) con tono de burla y des-

**Tabla 6.** Síntesis del ACD que se realizó en torno a PD4 y PD3.

Imagen	Relatos en torno a la imagen	Elementos claves en el ACD (palabras y términos)
<p><b>Figura 4.</b> Pieza digital de humor gráfico [PD4]. Copyright 2019 por Lyona Ivanona.</p> 	<p><i>Relato 1.PD4</i></p> <p>“...socialmente se tiene que una mujer debe de ser, entonces un poquito como o que gira en torno a estos memes como de burla, como que son súper agresivos, es como comprobar el problema que en realidad existe, no y la verdad es que si, también son como realidades que todo el tiempo uno como mujer está vi- viendo, noo, o sea como en las violencias hacia el cuerpo, hacia los derechos...” (F).</p>	<p>Aquí la palabra violencia y sexista cobran gran relevancia, demostrando la implicación e importancia frente a lo que está mostrando el humor gráfico en redes sociales, aludiendo a temas de sexualidad, si se refiere de manera explícita a una mujer que disfruta o vive libremente su sexualidad adjudicándole calificativos que la denigran frente a la sociedad, pese a ello, parece paradójico como el humor gráfico de forma negativa, está sirviendo como herramienta o medio de educación sexual en la población adolescente.</p>
<p><b>Figura 5.</b> Pieza digital de humor gráfico [PD3]. Copyright 2019 por Las del Aquelarre.</p> 	<p><i>Relato 1.PD2</i></p> <p>“Aquí en México lo que se hace muchísimo es que cuando uno no pueda hablar de un tema tan específico porque suena como doloroso, porque es muy fuerte, sino que hacen un meme en son de burla, como que es mucho más fácil hacer memes burlándose que o sea que hablarlo, de lo que uno realmente siente” (P).</p>	<p>Aquí la palabra meme cobró relevancia al considerarlo como el formato que suele ser utilizado con mayor frecuencia con un tono satírico implícito, donde la burla hacia problemáticas y realidades actuales a las que se enfrentan como población femenina, haciendo referencia a dos aspectos detonantes: la violencia de género y los estereotipos de género siendo el primero la manifestación real de lo que está ocurriendo en el mundo.</p>

Nota. ACD de dos piezas digitales abordadas en el grupo de discusión, cuya interpretación se asoció con uno de los tópicos de interés, específicamente, la perpetuación de estereotipos de género y perspectiva femenina, a partir de las piezas digitales de humor gráfico publicadas en Facebook e Instagram (Fuente: elaboración propia).

acuerdo a esta ideología, como las piezas de humor gráfico crudo y (2) en tono de protesta, resistencia y en relación con el activismo social y político de las feministas, en torno a estas y otras problemáticas o realidades cotidianas del género femenino, como es el fin del humor satírico.

Se evidencia que los tópicos que más se ilustran con este humor, son los *estereotipos de género sobre el rol y los cánones de belleza* en torno a la corporalidad de la mujer (peso, estatura, talla, etc.) y su rol dentro de la sociedad (pasiva, sumisa, frágil, etc.) como justificación de la violencia impartida hacia el género femenino, tópico que se convirtió en objeto de interés para la presente investigación y que se analizaron a partir de las categorías de *imagen, rol, cosificación, hipersexualización, estereotipos sexistas y relaciones hegemónicas*, categorías que además se representan con mayor frecuencia en las piezas digitales que circulan por las redes sociales; con respecto a las relaciones de poder, aún cobran relevancia, los discursos hegemónicos de las mujeres en torno de lo que “significa ser mujer” han pasado del plano presencial al virtual, llevando a la creación de imaginarios virtuales del género femenino, tergiversando aquellos aspectos que hacen parte del ser mujer, aspectos puntuales que predominan en las piezas digitales producidas y compartidas en estas redes sociales, ya sean como burla o como medio de crítica, es por ello que ser mujer en el plano virtual es enfrentar diferentes tipos de mensajes ya sean en comentarios, fotos, memes o videos que exponen situaciones de desprecio, burla, discriminación y crítica hacia ellas mismas, pero también es una mujer que logra utilizar ese plano virtual como su aliado para generar diferentes acciones en torno al reconocimiento y a la defensa de sus derechos como mujer.

No obstante, en el ejercicio del grupo de discusión, se evidenció que la mayoría de las mujeres tienen discursos alternativos sobre el contenido de las imágenes presentadas, donde es muy común hablar o encontrar piezas digitales en las redes sociales que aluden también a la sororidad femenina, llevando a que las usuarias interactúen de modo diferencial con las mismas, por ejemplo, realizar comentarios con alto contenido crítico en torno a lo que se muestra en la pieza, compartirlas para dar explicaciones o impartir una forma de enseñar y concientizar al mismo género femenino, siendo este un modo de contribuir al fortalecimiento de la sororidad femenina.



Finalmente, se realizó una categorización de las piezas digitales de humor gráfico como crudo o satírico, permitiendo evidenciar que la mayoría de estas fueron evaluadas por las participantes como humor gráfico crudo, porque varias de ellas coincidieron en su interpretación del contenido que se presentaba en estas imágenes como intención de burla, ridiculización y crueldad hacia el género femenino; vale resaltar que las participantes que hacen parte de colectivos feministas y que se asumen como tal, comentaron hacer uso de piezas como estas en un sentido de resiliencia, resistencia y abrir debates, en torno a los tópicos que abordan estas y piezas digitales similares publicadas en redes sociales.



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

Se logró identificar que el humor gráfico que presentamos aquí funge como una herramienta de activismo digital, sin embargo, este también incide en la construcción identitaria individual, debido a que por medio de estas piezas se visibiliza, critica y/o perpetúan los estereotipos, comportamientos, relaciones de poder y narrativas dominantes, que en el plano físico están afectando directamente a estas mujeres; Vemos por un lado que las piezas gráficas cuyo contenido humorístico gira entorno a la denuncia, la crítica y el quiebre de estándares de belleza generan estados positivos en quien las ve, a diferencia de piezas que comúnmente circulan en las redes donde se objetiviza, cosifican e hipersexualiza a la mujer, restándole autonomía sobre su propio cuerpo y especialmente aquellas en el que

**Tabla 7.** Síntesis del ACD que se realizó en torno a PD6 y PD2

<b>Figura 6.</b> Pieza digital de humor gráfico [PD6]. Copyright 2019 por feministailustrada.	<b>Relatos en torno a la imagen</b>	<b>Elementos claves en el ACD (palabras y términos)</b>
	<p><b>Relato 1.PD6</b></p> <p>“...toda la cultura en la que estamos inmersas... a través del humor gráfico, a través de las películas, de los libros bueno pues se lanzan una serie de mensajes muy dañinos para la mujer, ya sea los roles de lo que hablábamos antes o por ejemplo en la “maternidad obligatoria” o el mito del amor romántico...” (PA).</p>	<p>Se identificaron términos como –“socio-cultural” y “patriarcal”– que evidencia la naturalización de una cultura hegemónica, cuyas acciones se legitiman bajo las relaciones de poder, tal y como se muestra en los diferentes discursos sobre hechos como los feminicidios, los cuales se han normalizado, ignorado e incluso han sido objeto para la realización de memes en forma de burla, atacando directamente a las mujeres; lo que conlleva a la naturalización de la violencia de género y la hipersexualización de la mujer.</p>
<p><b>Figura 7.</b> Pieza digital de humor gráfico [PD2]. Copyright 2019 por Feministas Siempre.</p> 	<p><b>Relato 1.PD2</b></p> <p>“...este tipo de imágenes son muy buenas y a mí lo que me transmiten es positivismo y es luchar contra ese tipo de canon...” (PA).</p> <p><b>Relato 2.PD2</b></p> <p>“... porque no ponen una mujer digamos como que no tiene curvas o que esta como más gorda, o que no tiene como lencería como Súper sexi, entonces eso también me llama como la atención...” como que no ha cambiado nada, ...” (P).</p> <p><b>Relato 3.PD2</b></p> <p>“Sí, pero sabes es como wey como puedes estar diciendo esto, neta es como, entonces las que no cabemos dentro de los estándares, pues ya valimos una chingada ¡no!”. (F).</p>	<p>Se logró identificar que existe una relación directa entre el humor gráfico y bienestar subjetivo e identidad con términos como –“feminismo” y “resistencia, poder interno”–, los cuales fueron claves para identificar como a través de la “resistencia femenina” se reivindican los derechos de las mujeres, que según los discursos es una forma de luchar, de erradicar los cánones de belleza, promover la sororidad y empoderar a la mujer desde su corporalidad.</p>

Nota. ACD de dos piezas digitales abordadas en el grupo de discusión, cuya interpretación se asoció con uno de los tópicos de interés, específicamente, La incidencia en el bienestar subjetivo y la construcción identitaria de la mujer, a partir de la interacción con piezas digitales de humor (Fuente: elaboración propia).

la violencia hacia la mujer es aceptada y naturalizada. Como vemos en los discursos de las participantes, esta situación no solo afecta su bienestar, sino la construcción de su ser y de una u otra forma permite la perpetuación de una cultura misógina disfrazada de chiste, de humor o mofa, siendo esta una estructura sociocultural que atraviesa en general a Latinoamérica, sin duda una realidad social que también afecta a Colombia, sociedad donde el machismo, el acoso y la violencia son recurrentes y en especial las redes sociales, puesto que allí se publican imágenes con tintes sexuales, donde la mujer es considerado como mercancía, como argumentaron las participantes al interpretar las piezas digitales PD5 y PD6. Esta problemática se manifiesta también a través de ilustraciones con un toque de humor o cuyas imágenes son aparentemente no violentas, como afirmaron algunas de las participantes, al evocar ciertos memes, publicaciones y los comentarios alrededor de estos, que les generaron bastante molestia e indignación, las cuales a su parecer representan el estado actual de la sociedad, la cultura bajo la cual se está educando y la crítica hacia la mujer, influyendo notoriamente en su identidad, posición frente a una problemática social y autoaceptación.

En cuanto a la construcción identitaria y su relación con las piezas digitales presentadas en el grupo de discusión, da cuenta de cómo la mujer ha tenido que sobrevivir bajo una estructura hegemónica que poco o nada le permite ser autónoma en relación con su cuerpo o su vida. Sin embargo, se identificó que piezas gráficas como PD2 han permitido iniciar un proceso de reconstrucción personal, en cuanto a la aceptación de la corporalidad, construyendo así su identidad individual y colectiva, puesto que algunas de ellas trabajan con grupos de mujeres, con la finalidad de erradicar el sistema patriarcal reaprendiendo el significado real del feminismo, visto por ellas como una práctica de amor propio y de sororidad dejando a un lado la creencia de “la rivalidad y competencia entre mujeres” y fomentado la unión y la libertad.

Vemos que el humor gráfico está relacionado con la emocionalidad, los sentimientos y las actitudes tanto positivas como negativas. Se logró encontrar que algunas piezas como PD2 generan entusiasmo, positivismo y suelen ser sinónimo de la lucha feminista, un grito contra los estereotipos y la discriminación, piezas digitales que explican lo que por años han vivido las mujeres y que son ellas mismas las que ahora lo están denunciando, ya sea por medio del humor gráfico o por medio de comentarios, siendo importante la visibilización de estas problemáticas. Finalmente, consideramos que la razón por la cual no se presentaron diferencias significativas en la interpretación hecha por las participantes en torno a las piezas digitales se debe en gran medida al hecho de pertenecer a ciertos grupos como es el caso de los movimientos feministas, los cuales logran que las mujeres apropien discursos alternativos, como se mostró en algunos de los relatos de las participantes de España y México, en comparación con las participantes de Colombia que en su mayoría presentaron discursos hegemónicos y resistencias al cambio, evidenciando una ligera diferencia entre Latinoamérica y Europa, donde se han apropiado del humor gráfico como medio para realizar activismo y crítica social, con el fin de reconstruir una sociedad igualitaria y equitativa; sin duda, el humor gráfico es una forma para alzar la voz contra las creencias y el “peso” que conlleva socialmente el ser mujer en cualquier parte del mundo,

donde nuestro cuerpo no sea un campo de batalla, ni mucho menos un arma de guerra y finalmente poder decir con seguridad: “que tener vagina no es un infierno”.

## 5. Discusión

Partiendo del postulado de Sandoval (2010) sobre el construccionismo social, fue evidente identificar que existe una diferencia entre el discurso feminista empleado por las mujeres pertenecientes a estos movimientos y de las mujeres colombianas, particularmente en lo relacionado con la capacidad de reinventar realidades tanto sociales como personales, en términos dialógicos y lingüísticos; un hallazgo que, además permitió consolidar una concepción del Género, como resultado de la construcción social, articulada con la noción de subjetividad y las relaciones de poder como bien lo argumenta Butler (1993). Adicionalmente, se evidenció en el discurso de las participantes, la reiteración constante de esas “normas” o características que se han construido socialmente y se han asociado con el ser mujer, el rol de lo femenino, y la posición de la mujer a lo largo de la historia humana y en la jerarquización social que la han puesto en desventaja frente al género masculino; también se hizo evidente, el acuerdo general frente al papel de los nuevos medios de comunicación en la perpetuación de estereotipos de género y en la cosificación de la mujer, con contenidos disfrazados de humor, pero al mismo tiempo, muestran la necesidad de apropiarse de estos medios y del mismo humor, para generar contenidos que permitan la desconstrucción y resignificación del género femenino. De hecho, se evidencia, en concordancia con (brasileira) que la producción feminista centrada en denuncia y contranarrativas ha sido ingeniosa, creativa y sofisticada creando formas alternativas de humor que confrontan prácticas violentas hacia las mujeres socialmente aceptadas.

En este sentido, estas ilustraciones digitales que se convierten en medio de denuncia, haciendo un llamado a todas las mujeres, para fomentar la sororidad entre las mismas, haciendo explícito a través del humor, las problemáticas sociales contemporáneas relacionadas con la violencia de género, desde una mirada crítica y transformadora, dándole un giro al rol de la mujer dentro de la estructura social en el ciberespacio, llegando a utilizar concepciones como la de “mujeres de contracorriente” (termino que fue acuñado por Casado, 2017) y evidenciando, como las TIC pueden ser usadas a favor de las usuarias, si son apropiadas por ellas, para aspectos que las benefician a sí mismas y a sus comunidades. Especialmente ahora en la cultura digital, como muestra Lawrence, un momento en el cual es más fácil difundir discursos no solo sexistas sino anti feministas que invalidan ante las generaciones más jóvenes la lucha y los logros del movimiento feminista.

Lo anterior, permitió considerar las implicaciones o consecuencias que ha generado el avance tecnológico y la actual era digital en las dinámicas sociales, sin embargo, la tecnología no solo ha facilitado algunos aspectos positivos en la cotidianidad humana, pues también ha traído consigo dificultades y problemas, especialmente de orden social, reafirmando lo dicho por Cantillo (2009) pues en el discurso de algunas de las participantes, se evidenció, cómo la usabilidad de las TIC y particularmente de las redes sociales, han

generado y a la vez fortalecido la discriminación y los desacuerdos, siendo muy notoria la “competencia entre el género”, pero aún más entre la población femenina, perdiéndose el sentido de comunidad y solidaridad.

Con respecto al humor gráfico, se confirmó lo dicho por Segado (como se citó en Suárez, 2015) quien consideran que, en el humor gráfico se refleja el sentir de la población, en este caso adquiere relevancia no solo lo que trata de mostrar la pieza, sino también los comentarios de los usuarios de Facebook e Instagram, sus opiniones y sobre todo los prejuicios en torno a la mujer, algo que permitió considerar como el humor gráfico, no solo es la simple conjugación del texto con el dibujo como argumenta Levin (2009) sino por el contrario, un medio de expresión y generador de ideas, sentimientos, emociones y reacciones, siendo la razón por la cual los grupos históricamente excluidos han empezado a levantar su voz, de manera creativa, ante las injusticias sociales, y fortaleciendo colectivos y comunidades en pro de dichas causas, ejemplo de ello son los movimientos de los cuales hacen parte algunas de las participantes: Caóticas y Mujeres por la Abolición, quienes convirtieron estas plataformas (redes sociales) y sus herramientas (creación y difusión de piezas de humor gráfico), como medio para hacer uso del humor y la sátira en un sentido crítico, frente a las problemáticas y situaciones que las afectan.

De igual forma, se identificaron deseos, creencias y sentimientos que tiene el individuo asociados con la interpretación que este hace de las piezas digitales, siendo estos en realidad, el estado mental y la predisposición emocional de las participantes, confirmando el postulado de Roncancio (2012) sin embargo, desde la perspectiva social e intercultural que se adoptó, se refleja la influencia de este factor en la forma como las participantes asumen e interpretan su realidad, asociada con las relaciones hegemónicas, tal y como lo confirman los postulados adoptados en esta investigación desde una mirada constructivista social; en este sentido, la cultura y la sociedad fueron considerados como fenómenos sociales que permean el comportamiento y pensamiento del individuo, afectando a la vez su bienestar subjetivo e identidad.

Igualmente, para la descripción de las piezas en relación al humor gráfico (crudo y satírico), se evidenciaron coincidencias en el discurso de las participantes, quienes hablaron de los recursos que emplean ambos estilos de humor gráfico descritos por la Asociación Cultural CSN, la Universidad de Sevilla (2007), Hernández (2008) y Mendivil (2015) y como dichos recursos, se convierten en aliados de la lucha feminista; generalidades que las participantes identificaron a lo largo de la investigación. Lo anterior, ratifica la concepción del humor como proceso para la resiliencia como lo afirma Montero (2006) puesto que, ayuda a reconstruirse, deconstruirse y pensarse como mujer en el mundo contemporáneo altamente digitalizado; como se evidenció en los resultados de la investigación y de investigaciones como las de Gonzalez y Muñoz (2015); estos procesos se interpretaron en el marco de la teoría de la superioridad y menosprecio de Reyes (2010), permitiendo reafirmar el papel del humor gráfico como proceso socio-discursivo y su relación no solo con la identidad individual, sino también con la identidad social, en vista de que la ironía es un elemento esencial para la inclusión o la exclusión de ideas y posturas que comparten los actores sociales.

Finalmente, en cuanto al tópico de Bienestar Subjetivo, se encontró que este tipo de imágenes promueven el hecho de como la mujer está siendo representada socialmente, llevando a las investigadoras a pensar la forma como se retoma la imagen de un ser objetivizado por la sociedad a lo largo de la historia y de la mano de los medios de comunicación masivos y contemporáneos (coincidiendo con los hallazgos de Rocha, Freitas, Rosendo y Souza, 2013), y que dicha objetivización afecta emocional y psicológicamente a las mujeres, generando consecuencias negativas en sus vidas personales y sociales. Al identificar las dimensiones del bienestar subjetivo expuestas por Cuadra y Florenzano (2003) se encontró que algunas de las piezas digitales utilizadas, generaron entusiasmo, positivismo y fueron consideradas como sinónimo de la lucha feminista; sin embargo, para algunas mujeres este tipo de imágenes también ocasionaron sentimientos de tristeza, ira y frustración, relacionados con la autoconstrucción y motivación personal pues las llevaron a pensar en las desigualdades y violencias hacia la mujer; por otra parte, la percepción independientemente de la valoración negativa o positiva en torno a las piezas, perpetuando los estereotipos de género de una imagen sobrevalorada de la mujer (postura que coincide con lo dicho por Vite, 2018) e influyendo significativamente en los procesos de subjetivación, no obstante, se tiene claro que piezas gráficas cargadas de humor no solo reproducen estereotipos de género y patrones patriarcales, sino que tienen la posibilidad de ser ajustadas y utilizadas a favor de una construcción identitaria positiva y fomentar la sororidad.

## 7. Conclusiones

Esta investigación tuvo un interés por comprender como el contenido del humor gráfico que se publica en redes sociales como Facebook e Instagram, está relacionado positiva o negativamente con el bienestar y la identidad de mujeres usuarias; Esto porque el ciberespacio se configura hoy en día como un contexto de interacción importante propicio para la configuración de nuestras prácticas sociales y culturales, así mismo como oportunidad para desarrollar estudios de género. En primer lugar, pudimos evidenciar que la Netnografía, logra ser una metodología rica para comprender procesos identitarios en el marco de la cultura digital, en vista de que permitió dar cuenta de la forma como se están construyendo los significados e interpretaciones del género femenino desde el análisis de la interacción social real en contextos de comunicación digital frente a piezas gráficas construidas por los mismos cibernautas. Además, con este método fue posible realizar una interpretación minuciosa, atendiendo el flujo del discurso social y fijando dicho discurso en el contexto virtual (ciberespacio). Por su parte el ACD nos permitió realizar una práctica analítica, discursiva y social que combinación con el uso del software Atlas Ti-8., fue posible la construcción conjunta en relación con los campos semánticos y categorías de análisis de las piezas gráficas de manera minuciosa, organizada y sistematizada.

Haciendo énfasis en el contenido de las piezas de humor gráfico que utilizamos, se observa que el uso de estas permite la reivindicación de la lucha de las mujeres por sus derechos, además, funge como estrategia de denuncia y resiliencia ante el maltrato y la

injusticia social, siendo estas piezas gráficas y las posibilidades de la cibercultura (edición, compartir, opinar, distribuir) una herramienta de denuncia, reflexión, concientización y fortalecimiento de la lucha de las mujeres, Ya que actualmente se ha legitimado como un lenguaje propio de los medios de comunicación contemporáneos, reafirmando la función del humor como medio de expresión y comunicación social. Vemos que esto influye en el pensar y actuar, tanto individual como colectivo de las mujeres, sin embargo, hay excepciones, ya que en algunas piezas digitales que se publican en las redes sociales indirectamente mantienen visiones misóginas frente a la mujer que la cosifican e hipersexualizan, siendo los principales temas: la violencia simbólica, psicológica y física; La interpretación de este contenido, fue considerado como resultado directo del lenguaje de las participantes que interactúan frecuentemente en estos escenarios de las redes sociales, donde, el lenguaje es imprescindible para visibilizar o encubrir la desigualdad de género.

Además, se pudo concluir que la mujer está siendo representada en la web a través del humor gráfico de varias maneras; la primera, de forma negativa en cuanto a los memes y diferentes piezas gráficas, dirigidas a la discriminación, burla y entre otras formas de violencia simbólica, dirigido al género femenino, haciendo uso de calificativos degradantes y generalizados; en segunda instancia y en un sentido positivo, todas aquellas imágenes que han fungido como herramientas de reivindicación y empoderamiento de la imagen y rol femenino en la sociedad, tanto en el plano físico como virtual, logrando crear un humor que ha empezado a transformar la visión, realidad, imagen e identidad de aquellas mujeres que en algún momento se sintieron o se sienten agredidas con el humor crudo, que las representa como el género débil o en el último “peldaño de la jerarquía social”.

Ante los resultados de esta investigación es posible concluir que la tecnología no es neutra, puesto que depende de quien la utilice y con qué finalidad, siendo esta una herramienta que puede conllevar a dos cosas: la visibilización de minorías o la enajenación de las mismas. Así mismo y ante el gran interés y entusiasmo que se generó y evidencio por parte de las participantes y nosotras como investigadoras, se considera necesario empezar a generar y emprender acciones de cambio y transformación socio-cultural, animándonos cada día más por seguir luchando en busca de la igualdad, equidad y la libertad sobre el propio cuerpo, pero especialmente sobre nuestra propia vida, rompiendo con cualquier cosificación y objetivación del género femenino. De manera general, no se pretende satanizar al género masculino, pero si se busca denunciar este tipo de dinámicas sociales, que lo único que generan es violencia y la perpetuación de la cosificación del ser mujer

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

## 8. Bibliografía

- Aguaded Gómez, José Ignacio, Tello Díaz, Julio y Sánchez Carrero, Jacqueline. (2011). "Ros-tros de mujer": Análisis de estereotipos femeninos. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 90 (2): 115-124. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72922586008>
- Asociación Cultural CSN y Universidad de Sevilla. (2007). Morfología del humor II: fabricantes [versión Google Books]. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=Xr4Gni8Oql8C&pg=PA30&dq=>
- Bonilla, María Helena Silveira, Pretto, Nelson de Luca (Orgs.). Em Aberto: Movimentos colaborativos, tecnologias digitais e educação. v. 28, n. n.94 , dez. 2015
- González Moreno, Barbaño y Muñoz Muñoz, Ana. (2015). La construcción de la imagen de las mujeres: net.art y medios de comunicación. *Historia y Comunicación Social*, 22 (1): 249-260.
- Butler, Judith. (1993). Bodies that matter [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de [https://monoskop.org/images/d/df/Butler\\_Judith\\_Bodies\\_That\\_Matter\\_On\\_the\\_Discursive\\_Limits\\_of\\_Sex\\_1993.pdf](https://monoskop.org/images/d/df/Butler_Judith_Bodies_That_Matter_On_the_Discursive_Limits_of_Sex_1993.pdf)
- Cantillo Valero, Carmen. (2009). La mujer en el ciberespacio (Monografía para maestría). Universidad Nacional de Educación a Distancia, Caserón de San Bernardo, en el Distrito Centro de Madrid, España.
- Carniel, F, Ruggi, L., & Ruggi, J. D. O. (2018). Gênero e humor nas redes sociais: a campanha contra Dilma Rousseff no Brasil. *Opinião Pública*, 24, 523-546.
- Casado Muñoz, Isabel. (2017). El humor desde las ciencias sociales: El humor como herramienta de resistencia en movimientos sociales/ El caso del 15M. *Revista de Recerca i Formació en Antropologia: Perifèria*, 22(1), 51-74. Recuperado de <https://revistes.uab.cat/periferia/article/view/v22-n1-casado>
- Chamorro Díaz, Martha. (2012). El humor gráfico desde una perspectiva retórica. *Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, 15 (5): 1-17.
- Cuadra, Haydée y Florenzano, Ramón. (2003). El bienestar subjetivo: Hacia una Psicología positiva. *Revista de Psicología de la Universidad de Chile*, 7(1), 83-96.
- Denegri, Marianela, García, Constanza, González, Nicolle. (2015). Definición de bienestar subjetivo en adultos jóvenes profesionales chilenos: Un estudio con redes semánticas naturales. *CES Psicología*, 8 (1), 77-97. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4235/423539425006.pdf>
- Díaz Martínez, Heidy Milena. (2009). Análisis crítico del discurso de dos noticias en prensa sobre presuntos integrantes de las FARC en la universidad (Proyecto de trabajo de grado). Recuperado de <http://www.humanas.unal.edu.co/2017//index.php>
- Echeburúa, Enrique y Corral, Paz. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*, 22(2), 91-95. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>
- Fuentes Ávila, Mara. (2001). La Psicología Social: Algunas consideraciones sobre su estado actual en el contexto latinoamericano. *Revista Cubana de Psicología*, 18(1), 63-68. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v18n1/07.pdf>

- García Galera, Carmen, Hoyo Hurtado, Mercedes y Fernández Muñoz, Cristóbal. (2014). Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa. *Revista Científica de Educomunicación*, 22(43), 35-43.
- García, Nerea. (2018). Pinceladas con nombre de mujer: el humor gráfico y sus ilustradoras (Trabajo de grado). De la base de datos de Dialnet. (ISSN-e 2253-7937).
- Gergen, Kenneth. (2007). Construcción social: aportes para el debate y la práctica [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de [https://www.taosinstitute.net/websites/taos/images/publicationsfreebooks/gergen\\_construccionismo\\_social.pdf](https://www.taosinstitute.net/websites/taos/images/publicationsfreebooks/gergen_construccionismo_social.pdf)
- Hernández Muñoz, Silvia María. (2008). El humor como estrategia y reflexión en la publicidad española (Tesis de Grado). Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13232/tesis%20Silvia%20Hernandez%20Mu%C3%B1oz-.pdf?sequence=1>
- Hernando Gómez, Ángel, Aguaded Gómez, Ignacio, Pérez Rodríguez, María. (2013). Ros-trodemujer.org: análisis de estereotipos de géneros en los medios de comunicación: Construcción y validación de un website. *Encuentros*, (1): 91-103. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/259457899>
- Íñiguez Rueda, Lupicinio. (2003). *Análisis del discurso: Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Jiménez Cortés, Rocío. (2013). Impacto de las redes sociales online en el bienestar subjetivo y emocional de las mujeres de zonas rurales: Educación para la e-inclusión. Ponencia presentada en el XVI Congreso Nacional/II Internacional Modelos de Investigación Educativa de la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE). Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/66934>
- Kemp, S. (2021) Digital 2021: los últimos conocimientos sobre el “estado de lo digital” (artículo web). We are social. Recuperado de <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>
- Larraín, Jorge. (2003). ¿América Latina moderna?: globalización e identidad [versión Google Books]. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=sfY3bYCVVcEC&pg=PA91&lpg=PA91&dq=>
- Lawrence, E. y Ringrose, J. (2018). @NoToFeminism, #FeministsAreUgly and Misandry Memes: How Social Media Feminist Humour is Calling out Antifeminism. Londres, Inglaterra: UCL Discovery
- Levin Florencia, Paula. (2009). El Humor Gráfico. Un estudio preliminar (Tesis para licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.filo.uba.ar/jspui/bitstream/filodigital/1408/3/uba\\_ffyl\\_t\\_2009\\_857206\\_v3.pdf](http://repositorio.filo.uba.ar/jspui/bitstream/filodigital/1408/3/uba_ffyl_t_2009_857206_v3.pdf)
- Mariano Rodríguez, Diego. (2003). La Teoría De Los Signos De Charles Sanders Peirce: Semiótica Filosófica (Tesis de Licenciatura).
- Mendivil Calderón, Carmen. (2015). Equidad de género y redes sociales: Nuevas ciudadanía de las mujeres en la globalización. *Opción*, 31(6), 577-590. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31045571035.pdf>
- Molina Benítez, Jorge Andrés. (2015). Recorrido por dos ámbitos identitarios: universidad y ciberespacio. *Revista Lasallista de Investigación*, 12(2), 204-214. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69542291021.pdf>



- Montero, Maritza. (2006). Teoría y práctica de la Psicología Comunitaria: la tensión entre comunidad y sociedad. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Nevado Álamo, Ana María. (2014). "Ana" y "Mia" en las redes sociales. Una investigación sobre la anorexia basada en las artes (Tesis doctoral). Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/285584>
- Reyes Rojas, Mónica. (2010). Reseña de "Psicología del humor: un enfoque integrador" de Martin, R.A. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (2), 320-334. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/805/80515381014.pdf>
- Rocha de Souza, Márcia Rebeca., Freitas de Oliveira, Jeane., Rosendo do Nascimento, Enilda., y Souza De Santana Carvalho, Evanilda. (2013). Droga de corpo! Imagens e representações do corpo feminino em revistas brasileiras. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 34(2), 62-69. <https://dx.doi.org/10.1590/S1983-14472013000200008>
- Rodríguez Arévalo, Carolina. (2017). Cartografías del cuerpo de la mujer/es en el humor gráfico: una mirada feminista (Trabajo de grado de Maestría). Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/57051/1/39659284.2017.pdf>
- Rojas Mesa, Julio Ernesto y Salazar Manrique, Jorge Arturo. (2012). Cibercultura: una forma contemporánea de comunicación multimedia. *Análisis*, (81), 167-190. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5155/515551761008.pdf>
- Roncancio Moreno, Mónica y Puche-Navarro-Navarro, Rebeca. (2012). Humor gráfico y comprensión de deseos. *Revista Diversitas - Perspectivas en Psicología*, 8(2), 345-360. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/679/67925837010.pdf>
- Ruiz Segúin, Soledad. (2008). Aprender a desaprender: Identificar estereotipos y discriminaciones, clave para una comunicación más igualitaria. En Instituto Andaluz de la Mujer (Ed.), Los medios de comunicación con mirada de género (pp. 5-18). Sevilla: Junta de Andaluz.
- Salido Machado, Elena. (2017). Ciberfeminismo: disidencias corporales y género itinerante. Revell: *Revista de Estudios Literarios da UEMS*, 3 (17): 48-75. Recuperado de <https://periodicosonline.uems.br/index.php/REV/article/view/2030/pdf>
- Sandoval Casilimas, Carlos A. (2002). Investigación cualitativa [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de <https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf>
- Sandoval Moya, Juan. (2010). Construcciónismo, conocimiento y realidad: una lectura crítica desde la Psicología Social. *Revista Mad: Revista del Magíster en Análisis Sistemico Aplicado a la Sociedad*, (23), 31-37. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311224771005>
- Shifman L Lemish Dafna. (2011) "Mars and Venus' in Virtual Space: Post-feminist Humor and the Internet." *Media Communication*, 28, 3, Pp. 253-273. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2378023117749380>
- Smirnova, M. (2018). Small Hands, Nasty Women, and Bad Hombres: Hegemonic Masculinity and Humor in the 2016 Presidential Election. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World* 4, Pp 1-16. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2378023117749380>

- Suárez Romero, Miriam. (2015). El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas del país. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 12, 227-255. Recuperado de <https://ipena44.files.wordpress.com/2016/01/suarez.pdf>
- Torjada, I., Araña, N y Martínez, I. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar*, 21(41), 177-186. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15828675019.pdf>
- Urueña, Alberto, Ferrari, Annie, Blanco, David, y Valdecasa, Elena. (2011). Las redes sociales en internet [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de [https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes\\_sociales-documento\\_0.pdf](https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf)
- Villa Montoya, María Isabel, Herrera, Jhon J. y Bautista, Javier S. (2017). Análisis del contenido de las imágenes publicadas en Facebook por la audiencia del programa radial Boyacá Noticias durante el Paro Nacional Agrario en Colombia. *AdComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (13), 111-134. Recuperado de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/370/343>
- Vite, Omar. (2018). El cuerpo como capital social en Instagram: el caso de @adri\_vainilla. *Ulima*, (29), 201-225. Recuperado de <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1553/2070>