



Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud

ISSN: 1692-715X

ISSN: 2027-7679

Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud Cinde
- Universidad de Manizales

Piero, José Luis De; Narvaja, María Evangelina
Representaciones de género en comentarios digitales en dos *Fan Page* de Facebook*
Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, vol. 16, núm. 2, 2018, Julio-Diciembre, pp. 759-775
Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud Cinde - Universidad de Manizales

DOI: <https://doi.org/10.11600/1692715x.16208>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77357097009>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)



Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Referencia para citar este artículo: De Piero, J. L. & Narvaja, M. E. (2018). Representaciones de género en comentarios digitales en dos *Fan Page* de Facebook. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 16(2), 759-775. doi:<https://doi.org/10.11600/1692715x.16208>

Representaciones de género en comentarios digitales en dos *Fan Page* de Facebook*

JOSÉ LUIS DE PIERO**

Investigador Universidad Nacional de Tucumán, Argentina.

MARÍA EVANGELINA NARVAJA***

Profesora Universidad Nacional de Tucumán, Argentina.

Artículo recibido en septiembre 20 de 2017; artículo aceptado en diciembre 20 de 2017 (Eds.)

• **Resumen (analítico):** *este trabajo tiene como objetivo examinar las representaciones discursivas en torno a estereotipos de género en comentarios digitales producidos por jóvenes en Facebook. Partimos del supuesto de que se mantienen con vigencia las representaciones tradicionales en torno a tales estereotipos. Seleccionamos seis fotos publicadas en los últimos doce meses en dos Fan Page de personalidades mediáticas juveniles argentinas. Extrajimos de cada publicación los comentarios realizados por sus seguidores/as, que fueron, en total, 1646. Realizamos un análisis de las estrategias discursivas de nominación y predicación en dichos comentarios. Este trabajo nos permitió constatar que la exhibición de la intimidad es una de las estrategias de construcción de identidades más comunes, volviendo necesaria la categoría de extimidad para el análisis de las producciones ciberdiscursivas juveniles.*

Palabras clave: redes sociales (en línea), juventud, estereotipos sexuales, rol de género (Tesoro de Ciencias Sociales de la Unesco).

Gender representations in Facebook Fan Page's digital comments

• **Abstract (analytical):** *This paper aims examining discursive representations about gender stereotypes in digital comments posted by young people in Facebook. We assume that traditional gender stereotypes representations remain in force. We chose the comments made by young people in six different pictures posted on two Fan Pages from two Media young personalities in the last year. We chose the pictures under the criteria of spontaneity. We collected the comments made by followers, obtaining 1646 comments. We analyzed the discursive strategies of nomination and predication on such comments. The analysis revealed that building up identities upon the exposition of the intimacy is a common resource, which implies that the category of extimacy is necessary for understanding cyber-discursive productions made by young people.*

Key words: Social networks (online), youth, gender stereotypes, gender roles (Unesco Social Sciences Thesaurus).

* Este artículo corto se deriva de una investigación mayor perteneciente al proyecto «Prácticas discursivas en diversos contextos presentes y pasados: Español Lengua Extranjera (ELE), ciberespacio, medios de comunicación y otros»- Código 26/H504. Institución financiadora: Secretaría de Ciencia, Arte e Innovación Tecnológica de la Universidad Nacional de Tucumán, dirigido por la Dra. Ana María Ávila de Jalil desarrollado a partir de 01/01/2014 y continúa. Área de conocimiento: Idiomas y literatura. Sub-área: Estudios generales del lenguaje.

** Becario Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones en Ciencias y Tecnologías (Conicet). Licenciado en Letras por la Universidad Nacional de Tucumán. Orcid: 0000-0002-9780-5475. Correo electrónico: jldp1989@gmail.com

*** Becaria Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones en Ciencias y Tecnologías (Conicet). Profesora en Letras por la Universidad Nacional de Tucumán, Magister en Dinámicas de cambio en las sociedades modernas avanzadas por la Universidad Pública de Navarra. Orcid: 0000-0002-1805-7940. Correo electrónico: evanarvaja@gmail.com



Representações do gênero nos comentários digitais em dois Fan Page de Facebook

• **Resumo (analítico):** este trabalho tem como objetivo examinar as representações discursivas ao redor do estereótipos do gênero nos comentários digitais produzidos pelos jovens. Vamos partir do suposto de que as representações tradicionais em torno dos estereótipos de gênero permanecem em vigor. Para isto, seleccionamos, seis fotografías publicadas em dois Fan Page das personalidades mediáticas nos últimos doze meses. Estas imagens foram escolhidas ao partir do critério de espontaneidade, extraímos de cada publicação os comentários que foram no total de 1646. Realizamos um analisis das estratégias discursivas da nomeação e predicação nos mencionados comentários. Este trabalho revelou que a exibição das intimidades é uma estrategia comum na construção das identidades, voltando necessária a categoria de extimidade para o analisis das produções ciberdiscursivas juvenis.

Palavras-chave: redes sócias (em línea), juventude, estereótipos sexuais, rol dos géneros (Thesaurus de Ciências Sociais da Unesco).

-1. Introducción. -2. Representaciones discursivas y comentarios digitales. -3. Estereotipos de género y redes sociales. -4. Metodología. -5. Resultados. -6. Discusión. -7. Palabras finales. -Lista de referencias.

1. Introducción

Un estudio reciente realizado por Unicef (Paolini & Ravalli, 2016) sobre la percepción y hábitos de los/as niños/as y adolescentes en internet y redes sociales evidenció que más de la mitad de los y las menores de entre 13 y 15 años encuestados accedió a internet entre los 7 y los 10 años. No obstante, este dato se modifica según el nivel socioeconómico de los y las participantes. El estudio, además, confirmó que Facebook continúa siendo una red social usada masivamente, de modo que el 95% abrió un perfil y el 78% considera que es la más utilizada, seguida por Twitter e Instagram.

En relación con la privacidad de los perfiles de redes sociales, la investigación mostró que la mayoría prefiere un perfil público, de modo que esto permite conectarse con otros y otras adolescentes de su edad (Paolini & Ravalli, 2016).

Estos datos ponen en evidencia que las maneras en las que los y las jóvenes exhiben su intimidad en los nuevos medios son situaciones comunicativas que precisan de un estudio riguroso proveniente de distintas áreas del conocimiento. Una mirada que intenta explicar este fenómeno la brinda Sibilia (2008) quien habla de una cultura de la extimidad que ofrece un constante «festival de vidas privadas» y que pone en juego, en espacios públicos, expresiones que en el pasado correspondieron al ámbito de lo íntimo.

En este contexto, los nuevos medios se presentan como un escenario propicio para la puesta en escena de expresiones de identidad diversas donde se difuminan los límites entre público/privado; este tema es aún parte de un debate intenso entre quienes defienden la conjugación de estos entornos y quienes, principalmente dentro del derecho, consideran que existen límites claros que deben ser sostenidos y aclarados (Van Dijck, 2016).

En este panorama, el presente trabajo constituye un punto de intersección entre nuestras investigaciones doctorales, que toman como ejes fundamentales los ciberdiscursos juveniles y el Análisis del Discurso. A medida que los respectivos trabajos se han ido desarrollando, hemos compartido interrogantes y reflexiones en torno a las formas que asumen la performatividad de los géneros y las sexualidades en las producciones audiovisuales de los y las jóvenes en el ciberespacio.

En vista de esos procesos, en esta oportunidad se busca integrar ambas investigaciones y aportar una perspectiva analítica desde los Estudios del Discurso aplicados a los Estudios de Género en las redes sociales en Internet y de los Estudios en Juventudes que, como se afirma en Palazzo, Narvaia, De Piero, Páez de la Torre (2017, p. 21) «La elección de una perspectiva discursiva de análisis obedece

a la necesidad de estudiar de manera sistemática las relaciones entre hechos discursivos, prácticas sociales, contextos socioculturales e ideologías».

Este trabajo tiene entonces como objetivo describir la existencia y examinar las representaciones discursivas en torno a los estereotipos de género en comentarios digitales producidos por jóvenes, quienes reconfiguran la comunicación digital para adaptarla a lo que denominamos, siguiendo a Palazzo (2010) el «ciberdiscurso juvenil».

2. Ciberdiscurso juvenil (CDJ), representaciones discursivas y comentarios digitales

El CDJ se refiere a las formas particulares de expresión que combinan lo oral coloquial con otros signos no verbales en la escritura a partir de las cuales los y las jóvenes se apropian de los discursos circundantes y le aportan rasgos particulares, fundamentalmente en relación con lo que denomina, siguiendo a Martín-Barbero (2002), «experiencia profana», que implica que la «desfachatez, la antinormatividad, las formas de tratamiento, las temáticas y los símbolos son el discurso del presente, de una edad social que se recorta de otras» (Palazzo, 2010, pp. 7-8). Estos rasgos caracterizan un discurso de prácticas cotidianas de comunicación, de enunciación del presente con códigos endogrupales, de construcción de grupalidades y afirmación de sus identidades, que se distancia de los discursos adultocéntricos, sin que esto signifique la expresión explícita de contradiscursos a la enunciación del poder (Palazzo, 2010, p. 4). La autora señala además que el CDJ se caracteriza por la creatividad, las reglas se construyen en la interacción y no están prefijadas ni son, necesariamente, las mismas reglas de la convivencia social fuera de línea.

Por otra parte, en el presente trabajo analizamos las representaciones discursivas de los estereotipos de género. Entendemos las RD desde la propuesta de Montecino-Soto (2005), siguiendo a Vasilachis (2003), quienes las definen como

la manifestación de la realidad mediante los recursos léxicos, semánticos y sintácticos utilizados por los hablantes (...) Tales representaciones simbólico-discursivas son producidas o simplemente reproducidas y puestas en circulación a través de los medios y de las más diversas prácticas sociales, entre ellas la conversación. (Montecino-Soto, 2005, p. 14)

Es decir, las creencias que los sujetos somos capaces de manifestar a través de las herramientas que nos brinda el lenguaje, y que permiten tanto reproducir como cuestionar las experiencias sociales y que, en tanto textos, son factibles de ser analizadas, interpretadas o criticadas. Dichas representaciones guían el comportamiento individual y social, y las relaciones con el medio, en un movimiento dinámico que modifica a ambos, puesto que constituyen modos particulares de conocimiento, de percibir y valorar los objetos sociales.

Sugerimos como una vía para el abordaje de las RD el análisis de las «estrategias discursivas» que vehiculizan dichas representaciones. Definimos «estrategias discursivas» siguiendo a Reisigi y Wodak (2009, p. 94) como «un plan más o menos intencional de prácticas (incluidas las prácticas discursivas) adoptado para alcanzar una meta particular social, política, psicológica o lingüística». Estos autores distinguen cinco estrategias, pero focalizaremos principalmente en la nominación y en la predicación.

Al respecto de los comentarios digitales, optamos por la caracterización propuesta por Sal Paz (2013) cuyos rasgos principales recuperamos a continuación. El comentario es dialógico, eminentemente interactivo: esta interacción deviene en el carácter direccional de los enunciados orientados a una comunidad concreta. Su organización es similar a la de los géneros conversacionales, aunque de recepción mediata. La participación a veces se solapa porque puede ser simultánea o sucesiva, aunque siempre como respuesta a una voz anterior: sea a la entrada original o sea a algún otro comentario. «(...) el comentario digital construye los significados y la relación entre los interlocutores de un modo dinámico» (Sal Paz, 2013, p.158). Además, menciona que los interlocutores entablan una relación simétrica entre ellos. Finalmente plantea como rasgos esenciales la brevedad y la condensación junto con rasgos generales como la claridad, la coloquialidad y la originalidad.

3. Estereotipos de género y redes sociales

Los estereotipos de género forman parte del conjunto de estereotipos sociales, siendo uno de los subtipos más potentes, aún en el siglo XXI. Aquellos estereotipos se refieren al conjunto de atributos que se considera que caracterizan a mujeres y hombres dentro de un grupo y que, a su vez, condicionan las relaciones sociales. De este modo, se atribuyen diferencias de carácter y temperamento, basadas en diferencias biológicas y psicosociales que no pudieron establecerse científicamente, pero que sirvieron para justificar los roles culturales de género (Castillo-Mayén & Montes-Berges, 2014; Rodríguez-Castro, Lameiras, Carrera-Fernández, & Magalhães, 2012). Podemos distinguir en ellos una doble dimensión: descriptiva y prescriptiva, por la que se establecen como “deben ser” mujeres y hombres en función de los rasgos de personalidad, intelectuales y de apariencia física (estereotipos descriptivos), a la vez que determinan las conductas, el tipo de actividades y las ocupaciones que deben adoptar (estereotipos prescriptivos) (Rodríguez-Castro et al., 2012). Estos estereotipos subyacen a la asignación de roles diferenciados para mujeres y hombres —que suelen favorecer a los últimos— basados en la supuesta existencia de características psicológicas diferentes para cada sexo.

En relación con la dimensión descriptiva, las sociedades reproducen un sistema dicotómico y jerárquico, basado en una masculinidad hegemónica. Estos pares dicotómicos podrían ofrecernos una caracterización aproximada de lo que implica, desde una perspectiva heteropatriarcal, lo masculino, por un lado, y lo femenino por otro, por ejemplo: fortaleza-debilidad, independencia-dependencia, rebeldía-sumisión, dureza-sensibilidad, indiferencia-afecto, razón-emoción, protección-indefensión y dinámico-estático. Las palabras ofrecidas son solo una muestra de cómo el sistema lingüístico juega un papel protagónico en la construcción de los estereotipos, pero también es capaz de transformarlos, ya que —en la medida que el lenguaje es constitutivo del pensamiento y a la vez expresión de éste y el canal fundamental a través del cual apprehendemos el mundo— funda y manifiesta las formas y valoraciones sociales.

Por otra parte, el culto al cuerpo es uno de los mensajes predominantes emitidos por los medios masivos de comunicación, que exalta, por encima de otros atributos, determinadas características físicas consideradas deseables tanto para mujeres como para hombres (Rodríguez-Castro et al., 2012). Mientras que para ellas las características corporales se vinculan con el somatotipo ectomórfico: alta y sumamente delgada, el modelo masculino se asocia a un cuerpo mesomórfico: hombros anchos y cintura delgada, músculos marcados y bajos niveles de grasa.

Como todos los productos promocionados masivamente e insistentemente por los medios de comunicación, los estereotipos corporales femeninos y masculinos son interiorizados y entran en conflicto con los cuerpos reales. El estereotipo corporal, tanto masculino como femenino, se erige a partir de tres condiciones: i) juventud —la imperiosa necesidad de evitar el paso del tiempo y mantener una piel tersa y músculos firmes—, ii) belleza —cuerpos blancos, esbeltos y atléticos— y iii) objeto sexual para otros.

Por su parte, los estereotipos prescriptivos refieren a la construcción social de lo que es ser mujer y hombre y determinan el significado de tener una sexualidad femenina o masculina que, desde luego no son conceptos naturales, sino históricos, culturales, psíquicos, sociales y relacionales.

En este sentido, la sexogenitalidad de la mujer debe ser controlada y vigilada y se plantea como fundamentalmente reproductiva; por el contrario, cuando es ejercida por placer es inmoral y degradante, mientras que, en el hombre, la práctica sexogenital y la libertad sexual es permisible y se valora como positiva.

Es así que, desde la adolescencia, desde el contexto familiar y desde las instituciones educativas, etc., se transmiten representaciones sobre la sexualidad, roles y funciones asociados a cada género (Tomasini, 2012). En consecuencia, se avala una doble moral sexual, por la que los hombres jóvenes están obligados a ser activos y perseguir el sexo, mientras que las mujeres de la misma edad están obligadas a ser pasivas y negar su propio placer sexual (Ramos, 2009). Esta «dicotomía pasivo/activo propia de los estereotipos de feminidad y masculinidad (...) determinará de forma global

la expresión y vivencia de la sexualidad, y en concreto el comportamiento adoptado en la relación sexual» (Rodríguez-Castro et al., 2012, p. 47).

Al mismo tiempo, son los estereotipos prescriptivos los que restringen el tipo de actividades y ocupaciones según el género, lo que quiere decir que asignan los *roles* que les ‘corresponden’ a hombres y mujeres dentro de la sociedad, y a la vez son reflejos de éstos. El rol puede entenderse como el «conjunto de funciones, normas de comportamiento y expectativas sociales de conducta apropiadas o adecuadas para cada grupo social y que regulan las relaciones interpersonales, así como la socialización del comportamiento» (Fernández-Poncela, 2011, p. 219). Desde la visión sociológica, el conjunto de acciones que implica asumir el rol asignado están relacionadas con el estatus que ocupa dentro de ese grupo social. En consecuencia, se considera que la interacción es exitosa siempre que los individuos actúen según «las expectativas que sobre su acción tienen los demás actores implicados en la situación» (Iranzo, 1998, p. 661). Para que esto sea posible, los actores sociales deben «tener interiorizadas en el sistema de personalidad, las expectativas de rol vigentes en el sistema social y que vienen establecidas a partir de la cultura, especialmente las normas y valores» (p. 661).

Si bien el contenido de los estereotipos de género se sostiene en el tiempo y en diferentes culturas, datos aportados por algunas investigaciones sugieren que se percibe una modificación en «los estereotipos de género como consecuencia de los cambios que se producen en la ocupación de los roles sociales» (Castillo-Mayén & Montes-Berges, 2014, p. 1054), como la conquista de las mujeres de nuevos roles en el espacio público.

En el ciberespacio, las dinámicas sociales también se ven determinadas por los estereotipos. A partir del relevamiento de investigaciones desarrolladas entre los últimos años del siglo pasado y los primeros años del siglo XXI, Bernárdez-Rodal (2006) sugiere que los usuarios y las usuarias de redes sociales reproducen estereotipos de género en los entornos en línea y adjudica estos comportamientos al temor de «sentirse diferente y extraño al grupo al que desea pertenecer» (p. 80).

En la última década, teniendo en cuenta la importancia que cobra para los y las adolescentes de distintos grupos sociales la comunicación *online*, se puede observar el desarrollo de un campo de investigación que se ocupa de explorar cómo se representan los estereotipos de género en Internet a partir de la autopercepción y autopresentación en distintas redes sociales (Bailey, Steeves, Burkell, & Regan, 2013; Bonacci, 2013; Bond, 2009; Calvo & San Fabián, 2018; Dueñas, Pontón, Belzunegui, & Pastor, 2016; López-Fernández & Fernández-Rius, 2015; Tortajada, Araña & Martínez, 2013).

Al respecto, se observan dos líneas de investigación. Por un lado, aquella que revela un cambio en los estereotipos de género tradicionales (Oberst, Chamarro, & Renau, 2016), que implica que los y las adolescentes manifiestan una autopercepción de género menos estereotipada y que, a su vez, esta autopercepción es la que se despliega en su autopresentación en Facebook. Particularmente, son las mujeres quienes en su autopresentación se adscriben en menor medida a los estereotipos que sus pares masculinos. Cabe señalar que este fue un estudio desarrollado en un entorno *offline*¹.

En contraste con estos resultados, otra línea sugiere que existen formas diferenciadas de comportamiento y de uso de las redes entre los y las jóvenes determinados por los estereotipos de género. Los contenidos que refieren a una heteronormatividad ocupan un espacio predominante entre las publicaciones de los usuarios (López-Fernández & Fernández-Rius, 2015).

En esta misma línea se inscribe el trabajo de Flores y Browne (2017) quienes señalan que «el modo en que los y las jóvenes vivencian sus relaciones interpersonales en las redes sociales es mediada por la tradición machista, por el concepto de amor romántico que se abre paso en la Red» (p. 156)

En relación con la representación del cuerpo en las fotografías, se observa que para las jóvenes la imagen de sí mismas cobra especial importancia (Caballero-Gálvez & Herrero-Jiménez, 2017; Martínez-Valerio, 2013), lo cual converge en la reproducción del estereotipo tradicional de belleza (Bonacci, 2013) y en un marcador de éxito social y popularidad (Bailey et al., 2013). Igualmente, las chicas son más propensas a mostrarse como más sexualmente expresivas en sus perfiles (Bond, 2009;

1 En este estudio, los participantes respondieron a un cuestionario en un formato de papel dentro de un contexto de clase (Oberst et al., 2016).

López-Fernández & Fernández-Rius, 2015). Por otra parte, la virilidad entre los chicos se aprecia como un elemento a destacar en sus publicaciones, a través del posteado de imágenes del cuerpo de las mujeres como objeto de deseo sexual, de sus propias fotos y de comentarios (Caballero-Gálvez & Herrero-Jiménez, 2017; López-Fernández & Fernández-Rius, 2015).

Asimismo, los datos indican que existe una cultura mediática que transmite a las chicas mensajes vinculados al atractivo físico, a las relaciones románticas y a un alto grado de exposición en las redes. Sin embargo, ellas son mucho más propensas a ser juzgadas por enfatizar estos elementos en sus perfiles en línea (Bailey et al., 2013). En dicho trabajo, sugieren, además, que la vigencia de las representaciones de los estereotipos de género se debe tanto a las normas de discriminación social como a un ambiente estructurado por una intensa vigilancia.

En el campo se presenta una vacancia de estudios sobre comunidades LGBTyQ. Los datos recogidos por un estudio sobre identidades sexuales desobedientes sugieren que en muchos casos los patrones de comportamientos heteronormativos interiorizados generan la reproducción de «modelos hegemónicos de representación de la lógica heterosexual» (De Abreu, 2014, p. 308). Si bien los entornos digitales se despliegan como espacios oportunos para la exploración de nuevas actuaciones sexogenéricas, las identidades sexuales disidentes deben enfrentar consecuencias reales en sus entornos offline lo que demanda otro tipo a negociación (De Abreu, 2014).

En Argentina, una investigación realizada sobre las prácticas digitales de adolescentes de sectores medios y populares en Facebook mostró «la tensión entre los modos paradigmáticos de ser varón y mujer, dado que por momentos cuestionan y por otros reproducen las tradicionales representaciones de género» (Linne, 2014, p. 195). Es por todo esto que en este trabajo partimos del supuesto de que, pese a las posibilidades y a la intención emancipatoria del ciberdiscurso juvenil que intenta distanciarse de las miradas hegemónicas, se mantienen con vigencia las representaciones tradicionales en torno a los estereotipos de género, sometidas a una corporalidad vinculada al estereotipo de belleza corporal y a una sexualidad heteronormativa.

4. Metodología

Considerando que la literatura sobre el tema indica la existencia de rasgos estereotipados sobre el género en los discursos en línea de los y las jóvenes, el presente trabajo reviste un carácter de tipo descriptivo, es decir «sirve para analizar cómo es y se manifiesta un fenómeno y sus componentes» (Cubo, Puiatti, & Lacon, 2012, p. 123). El método que se seguirá es del tipo etnográfico virtual (Domínguez, Beaulieu, Estalella, Gómez, Schnettler, & Read, 2007) a partir de observaciones virtuales.

El objeto de estudio de esta investigación lo conforman las representaciones discursivas en torno a los estereotipos de género. Las unidades de análisis son los comentarios digitales presentes en *Fan Page* oficiales de Facebook de dos personajes de alta incidencia mediática entre el público juvenil argentino: Julian Serrano y Oriana Sabattini.

Ambos jóvenes compartieron el set de grabaciones de la serie para televisión *Aliados*, transmitida entre junio de 2013 y agosto de 2014, donde elevaron su visibilidad en los medios. Esta telenovela pertenece a la productora Cris Morena —que tiene una trayectoria de producción y promoción de personalidades juveniles en Argentina caracterizadas, principalmente, por presentar actores que responden a criterios estéticamente atractivos desde los patrones hegemónicos y por proponer modelos de jóvenes en los medios tradicionales— y se emitió en Argentina y en Latinoamérica a través de la cadena Fox.

Esta serie contó, además, con la característica de ser un contenido transmediático: en cada nuevo formato se agregaban y complementaban aspectos de la historia central presentada en la televisión. Al respecto dice Zelcer (2016, p. 206) que es una propuesta: «singular, adelantada por diversos textos *meta* que circularon antes de su lanzamiento: entrevistas, críticas y gacetillas anunciaban que el programa podría verse tanto en la televisión tradicional como a través de la Web, en los llamados ‘webisodios’» (sic).

El contenido transmedia oficial incluye: el programa de televisión, el sitio web con múltiples secciones, una aplicación para dispositivos móviles, cuenta de Twitter, un *Fan page* oficial, una revista, un CD, una tarjeta con programa de beneficios «Club *Aliados*», un perfil en *Instagram*, una cuenta en *Pinterest*, un canal en *YouTube* y un juego para *iPad*, llamado *Aliados Misiones*, además de contenidos amateurs elaborados por usuarios.

Entre sus protagonistas están Julián Serrano (23), un joven entrerriano que empezó su carrera como youtuber en el año 2009. Su canal² es el tercero con más suscriptores de Argentina y el segundo más antiguo, hasta junio de 2017. El personaje que ha construido en la web es reconocido por una exhibición de su cuerpo, por personificar los caracteres estereotípicos del género masculino, y por su narcisismo (De Piero, 2012).

Oriana Sabatini es una actriz y modelo argentina de 21 años de edad, considerada una *it girl*, es decir, en términos de Elizalde,

jóvenes modelos, actrices, hijas de famosos o chicas de elite, que se convierten en marcadoras del pulso de la moda, al tiempo que dan soporte a una representación de la feminidad coincidente con una imagen superficial, pero efectiva, de chicas irresistibles, desinhibidas, de notable *sex appeal*, que se entretienen comprando ropa o calzado de moda y yendo a fiestas. (2015, p. 18)

La vida de ambos, por sus respectivas carreras, está atravesada por las redes sociales: constituyen un modelo de referencia para muchos y muchas adolescentes y jóvenes. Casi sin pudores, se muestran en las redes, juegan con su sensualidad y se construyen como una pareja atractiva, desde los parámetros hegemónicos.

Cabe destacar que su aparición en la tele los inscribe dentro de un medio con un posicionamiento ideológico particular y que, como señalan Baladrón-Pazos y Losada-Díaz (2012, p. 55): «rara vez estos programas ayudan a superar estereotipos reduccionistas sobre grupos sociales o dan visibilidad a los discursos minoritarios (...) Es la propia televisión quien construye personajes referentes en la sociedad. Son habitualmente personas de origen anónimo que se terminan volviendo líderes de lo cotidiano y del tiempo presente».

Como observamos en la muestra, la pareja está conformada por un joven de origen anónimo, que ha conseguido fama gracias a sus actuaciones en *Youtube* y que logró gran visibilización luego de participar en la serie, junto a personalidades con cierta fama o reconocimiento como el de la joven.

La muestra la componen un total de 1646 comentarios (Tabla 1) extraídos de seis fotos subidas en las *Fan Page* de *Facebook* de la pareja. Del total, apenas un 5% (81) fueron realizados por varones, mientras que el resto pertenecen a mujeres. Para el análisis se excluyeron los comentarios constituidos únicamente por fotografías o por emoticones.

Para este trabajo seleccionamos, entonces, seis fotos publicadas en los últimos doce meses. Para la elección de las fotos se consideró la propuesta de *trasfondo escénico* de Goffman (1959) que presenta, entre otras características, el uso de posturas descuidadas y de vestimenta informal. El criterio de elección implicó, en primera instancia, fotos que se parecieran más al tipo de contenidos publicados por adolescentes en la web, que parecieran cotidianas (Basile & Linne, 2014) y no tan similares a las que suelen exponer figuras mediáticas. Se prefirieron autofotos tomadas frente a un espejo, en el interior de habitaciones o de un baño y donde se perciben «ciertas actitudes, comportamientos o marcas propias de la intimidad de la persona no esperables de encontrarse en actuaciones públicas» (Narvaja & De Piero, 2016, p. 242).

Se eligieron, de cada *Fan Page*, tres fotos: una individual, en la que los miembros de la pareja aparecen en posturas convencionalmente asociadas a la publicidad, una en la que aparecen desaliñados, con posturas corporales relajadas, y, finalmente, una foto de la pareja. De cada foto se extrajeron los comentarios presentes en ella hasta la fecha (junio de 2017).

² <https://www.youtube.com/user/JulianSerrano7> consultado por última vez el 12 de marzo de 2018.

Tabla 1. Fotos de las Fan Page³

Fotos del Fan Page de Julián Serrano			
Título de la foto	URL	Fecha	Comentarios
Los leo	https://www.facebook.com/JulianSerranoOficial/photos/a.687381381407421.1.1073741829.680833842062175/1127528657392689/?type=3	13/03/2017	921
N/A	https://www.facebook.com/JulianSerranoOficial/photos/a.687381381407421.1.1073741829.680833842062175/1080605695418319/?type=3&theater	13/01/2017	189
N/A	https://www.facebook.com/JulianSerranoOficial/photos/a.687381381407421.1.1073741829.680833842062175/1108281279317427/?type=3&theater	16/02/2017	232
Fotos del Fan Page de Oriana Sabattinni			
Título de la foto	URL	Fecha	Comentarios
N/A	https://web.facebook.com/orianasab/photos/a.464055357078673.1073741837.350500501767493/715179055299634	05/11/2016	109
Dreamhouse	https://web.facebook.com/orianasab/photos/a.464055357078673.1073741837.350500501767493/649176865233187	29/06/2016	105
Increíble fin de semana @sofitelcardales	https://web.facebook.com/orianasab/photos/a.464055357078673.1073741837.350500501767493/635376989946508	29/05/2016	90

Para el estudio de los estereotipos descriptivos optamos por una combinación de métodos. Por un lado, mediante el análisis de la estrategia discursiva de nominación, evaluamos las formas empleadas para designar a los personajes en relación con los estereotipos. Por otro lado, mediante el recuento de palabras frecuentes se evaluó la presencia de lexemas asociados a estereotipos corporales de juventud, belleza y objetivación sexual consideradas típicas para lo masculino/femenino, para describir si las representaciones sobre género y sexualidad están ligadas solamente a la imagen corporal o si estos incluyen elementos referidos a otros rasgos de tales estereotipos.

En cuanto al tratamiento de los estereotipos prescriptivos se trabajó con el análisis de las estrategias de predicación, es decir, cómo se asocian fenómenos, eventos o procesos a los agentes (personajes), y cómo se designan las conductas esperables para cada uno según los roles de varón o mujer que operen o no en los discursos. Para ello realizamos un estudio cualitativo de comentarios destacables por su longitud y su expresividad.

Para el procesamiento de los datos se recurrió al programa Atlas.ti versión 7.5.

5. Resultados

En relación con el modo de nombrar a Oriana y Julián, los comentarios muestran un alto grado de familiaridad al utilizar apócope de los nombres, puesto que, sobre todo el youtuber, ha desarrollado un modo de comunicarse con su público de cercanía e intimidad.

Sus fans los llaman por sus nombres de pila: *Julián/Juli/Shuli, Oriana/Ori/Oro*.

Ambos famosos son ídolos para los y las jóvenes que los siguen en las redes, y se constituyen como modelos a imitar, se presentan como referentes admirados y admirables. Esto se ve reflejado en los lexemas que utilizan los y las fans en los comentarios (Tabla 2).

³ Todos los enlaces fueron revisados por última vez el 20/07/2017.

Tabla 2. Sustantivos y adjetivos empleados para designar a Julián y Oriana

Julián	Cant. palabras	Oriana	Cant. palabras
hermoso	223	hermosa	45
Juli	114	ori	29
Lindo	81	linda	18
hermosos	58	hermosos	16
pareja	54	diosa	15
Video/s	50	lindos	11
amor	40	amor	10
bello	34	juntos	9
gracias	33	pareja	9
guapo	31	perfecta	8
hermosa	24	saludos	8
linda	24	bella	7
lindos	24	divina	7
genio	20	perfectos	6
bombón	16		
ídolo	15		
crack	15		
sonrisa	14		
facha	13		
hombre	12		
perfecto	12		
genial	10		
potro	10		
capo	9		
perfectos	8		
groso	7		
puto	7		
bellos	6		

Asimismo, notamos un altísimo índice de aparición de elementos léxicos asociados a la imagen corporal: *Hermoso/hermosa, lindo/linda*, etc. Todos estos calificativos expresan valoraciones positivas que además se extienden a la pareja.

Cabe destacar que, a partir de un análisis comparativo de las palabras que se repiten en las publicaciones seleccionadas, se ha encontrado que en el caso de Oriana sólo aparecen con recurrencia palabras que remiten a la apariencia física (perfecta, diosa, etc.) y a su relación sentimental (juntos, pareja). En el caso de su compañero, si bien se repiten los vocablos vinculados a la belleza corporal, aparecen otros como *genio, ídolo, crack, capo, groso*, que nos remiten a alguien que se destaca en una disciplina, cuando está por encima del promedio y se utiliza para elogiarlo por su destreza y habilidad. Por ejemplo, se utiliza la voz inglesa «crack» en el lenguaje del fútbol para hablar de un «deportista de extraordinaria calidad» (Diccionario de la Lengua Española, 2014). Cuando establecemos la relación con la repetición de la palabra «videos», inferimos que los y las jóvenes valoran en Julián también la producción de otros contenidos como el de internet y su actuación en la televisión.

Otro elemento a señalar es la referencia a su sonrisa, que se presenta como una sinécdoque (la parte por el todo). Además, si bien el grado de recurrencia es muy bajo, solamente en su caso se observa un calificativo estigmatizante: *puto* implica no cumplir con los estereotipos descriptivos o prescriptivos de masculinidad.

Notamos, además, cómo se manifiestan algunas representaciones al respecto de los roles varón/mujer según los valores de la comunidad de seguidores. Existen frases asociadas a la representación del amor como un amor romántico, reconstruyendo mitos tales como la perdurabilidad de la pareja más allá del tiempo o la idea de que ambos forman una unidad inseparable y cuyo romance se desea emular:

Ustedes dos son la pareja perfecta son tal para cual

Que duren para siempre

Los ami mucho son lo mas porque una sonrisa suya provoca miles de las mías

En vínculo con la idea anterior, encontramos comentarios en los que se observa la representación de la pareja como posesión. En este sentido, se concibe que el hombre es quien realiza la elección por el valor de la belleza de la joven. Es la mujer la afortunada de haber sido la elegida.

que rico que estas juli que en suerte tiene tu novia

que suertuda oriana

Juli sos hermoso,y que diosa que tenes con vos,es muy linda,rrgalame un poquito de belleza

Ori :(

JULIAN NO SE EQUIVOCA, ELIJO COMPLETAMENTE BIEN

Lo que mas me gusta de ti es Ori Sabatini la vdd

Son escasos los comentarios de los y las seguidoras que permitan advertir que son las mujeres (u Oriana) quienes pueden asumir la agencialidad de la elección y de lo que las conduzca a su propio placer.

Julian, que suerte tiene oriana de tenerte

Además, en estos comentarios también se pone de manifiesto la idea de la exclusividad, y es Oriana quien debe encargarse de que Julián continúe eligiéndola, ya que él es objeto de deseo de otras personas.

Es que justamente lo hace para que Julián no sé olvidé la mujer que tiene al lado

En relación con estos elementos (la posesión y la exclusividad dentro de la pareja romántica) aparecen las representaciones de los celos estrechamente vinculados al amor:

La culia es más celosa y no deja hacer nada al julian

Aaah juliaan pone orden aca nena tapate te vas a enfermar jumh hermosa igual

Yo me pregunto Julián no es celoso?

En otro orden de cosas, es necesario notar las representaciones en torno al cuerpo se articulan sobre dos ejes: por un lado, los cuerpos de los referentes son modelos inalcanzables.

«El cuerpo que jamas voy a tener» 😊👉 jajj sos hermosa orii 😊❤️
Oscar Alejandro Graciliano Cuevas si enserio fueras al gimnasio

Pero, por otro lado, encontramos algunos comentarios que expresan reprobación sobre la delgadez de los protagonistas, que, aunque parecen nacer de una aparente envidia, reflejan indirectamente el estereotipo corporal que la sociedad valora como positiva: un cuerpo no tan delgado porque este está relacionado a la enfermedad:

no es por nada pero pareces anorexica

Este chico esta as flaco que cristo pobre

Te veo desde que eras un flacuchento

En este sentido, también destacamos los comentarios existentes sobre la salud. Llama la atención el comentario «Cuerpo sano mente sana muy bonita», que evoca al poeta latino Juvenal, y que remite

a la idea del cultivo de la mente, el cuerpo y el alma para alcanzar el equilibrio holístico. Cabe señalar que la idea de cuerpo sano presente en este comentario se ajusta a una percepción de belleza coherente con el canon que impone a las mujeres una delgadez pronunciada, tal como la que exhibe la protagonista de la foto.

En contraste, otros reflejan una tensión permanente y constante entre lo que la comunidad valora como positivo o negativo: «*Pero bueno entiendo el nivel de ignorancia. Seguí con los abdominales*». En este caso se subestima al joven, puesto que se establece una asociación con el cuidado excesivo del cuerpo para encajar en el estereotipo de belleza masculino transmitido por los medios de comunicación. El cuerpo debe cuidarse, pero no en exceso, debe mantenerse delgado, pero no «flaco» porque eso sería síntoma de enfermedad; además, la excesiva atención al cuerpo se produce en desmedro del cuidado de la mente, de los valores o de la inteligencia.

En otro ámbito, abundan las expresiones o manifestaciones en torno a la sexualidad, no siempre heterosexual. Consideramos que, como el *input* para los comentarios son fotos con cierta carga erótica, los usuarios se permiten comentar en el mismo tono. Esto va de la mano con la idea de que el ciberdiscurso juvenil es desfachatado: inferimos que los y las jóvenes sienten cierto tipo de libertad para hablar de temas considerados tabú, como la expresión de deseos sexuales (homo y heterosexuales) en un entorno que perciben como seguro porque desaparece la vigilancia del discurso adulto o normativo.

Sin embargo, los comentarios que veremos a continuación no despliegan estrategias creativas (por ejemplo, recursos retóricos) a la hora de apropiarse o generar nuevas formas de expresión que no se enmarquen dentro del lenguaje sexista. Suponemos que esto se debe al hecho de que, como señala la bibliografía consultada, operan patrones de comportamientos heteronormativos interiorizados que responden a los estereotipos incorporados en el proceso de socialización de género sin que esto implique desconocer los procesos de desnaturalización que se visibilizan como el hecho de poder expresar deseos diferentes a los hegemónicos.

Existen enunciados donde se expresan deseos sexuales:

Bájate un poco mas el pantalón ahre
Ahnoo te entro con WiFi sin contraseñaa Julii
Ahh noo... Te sacó esa bata con los dientes ;) mi amoor 😊 sos hermoso.
se me paroo elll.....corazon xD

Otros de deseo homosexual dichos por mujeres:

A estas alturas ya no se quien me gusta más, si Ori o Tu?
Poneme la vela, que las tortas sobramos
Lo que mas me gusta de ti es Ori Sabatini la vdd

Y dichos por varones

que hermoso nene

O que apelan directamente a las relaciones sexuales en el interior de la pareja, como los que realizan en la foto de ellos dos saliendo del baño.

despues de la foto que isieron
Se dieron matraca hasta morir estos jajajaja
y como no va a ser increíble con ese papasitooo como compañia!!! disculpa oriana pero esta buenísimo no te pongas celosa....

Este tipo de comentarios expresan una idea de objetivación sexual que normalmente recae en la mujer, pero que a veces también lo hace en el hombre. La cosificación sexual supone la reducción de las cualidades de una persona a sus atributos físicos como instrumento de placer sexual para otro/a. Esto se expresa a lo largo de todos los comentarios que aluden solamente a los aspectos físicos de Julián y Oriana, también en algunas de las metáforas que vimos anteriormente para expresar el deseo, ya que no ven a la persona en su completitud y complejidad, sino sólo como un medio para alcanzar el placer.

*AL FIN MOSTRAS LOS DIENTES SERRANO!!! ya pensaba que no los tenías más jajaja
LOS AMO POTROS*

Esto habla de un estereotipo de dureza y racionalidad esperable en los varones, aunque, no obstante, es disonante con la imagen que se tiene de él de un joven aún inmaduro, por lo tanto, sensible y vulnerable:

*Súbete un poco el pantalón nene, casi sales en ropa interior
Chicas, hagamos una campaña para comprarle un cinto
Tapate te vas a enfermar*

Finalmente, en relación con los ciberdiscursos juveniles, nos parecía importante hacer mención a cómo las comunidades de seguidores generan códigos endogrupales sobre los que hacen referencia y que acentúan la inclusión/exclusión de otros participantes.

En la foto de la pareja subida a la página de Julián tres comentarios reclaman la ausencia de Annie: un oso de peluche que Julián usaba (y a veces aparece) en sus videos.

*Porque cortaste a Annie forro puto
ME RECORTASTE A ANNIE YO ASI NO PUEDO JULIAN ASI NO PUEDO
Como te atreves a cortar a Annie!?*

Desde su primer canal hasta la actualidad ha sido uno de los elementos que identifican los discursos de Julián, siendo el otro más relevante su propia presentación del cuerpo sin remera, recurso que ha explotado desde el principio.

*Ya me estabas asustando que no subías una foto en cuero
«Los leo», excusa perfecta para subir una foto sin remera obvio, cuándo no Julian
Cuenta la leyenda que Julian No tiene remeras~, Aahrre jajja*

Todos estos elementos nos brindan un panorama al respecto de los usos comunicativos que hacen los y las jóvenes en los nuevos medios. Tal como se señala en Narvaja y De Piero (2016, p. 264) «las identidades se construyen mediante la exhibición de lo personal, lo propio y lo íntimo como mercancías de alto valor. Esta exhibición busca generar una ilusión de realidad en una audiencia que ya no desea consumir ficciones. Todo esto hace que la extimidad se vuelva una categoría necesaria para pensar las producciones multimediales del ciberespacio».

6. Discusión

Iniciamos el trabajo considerando la propuesta del CDJ según lo entiende Palazzo (2010): comprendemos que el ciberespacio brinda a los y las jóvenes un lugar para poder construir y desplegar un discurso propio que les permite crear grupalidad y afirmar identidades. Si bien el análisis teórico de este tipo de discurso no trabajó originalmente las diferencias dentro del colectivo juvenil (por ejemplo, de género y de clase, aunque está abierta a tales elementos sociológicos), el mismo permite analizar las expresiones de los y las jóvenes en un entorno aparentemente libre de ciertos mecanismos de vigilancia y donde la creatividad comunicativa ocupa un lugar predominante.

El CDJ ha sido analizado en diversos géneros discursivos ciberespaciales, como el chat y los blogs, en este caso hemos querido observar su comportamiento en un soporte distinto: los comentarios digitales. Al respecto, se ha manifestado una característica que se distancia de la propuesta original ya que las observaciones han mostrado que el carácter dialógico (Sal Paz, 2013) no siempre se cumple en cuanto cada uno de los comentarios es una unidad que no siempre remite a las interacciones precedentes de otros/as usuarios/as, sino que sólo dialoga con el contenido de la entrada original; asimismo, en la mayoría de los casos, la intervención no espera obtener una respuesta ni por parte del administrador de la *Fan Page* ni por parte de los/as otros/as participantes. Por esto pensamos que no se puede hablar del «comentario digital» como un sólo género homogéneo aglutinante, sino que debe ser pensado en cada instancia comunicativa y en función del posteo que le da origen, es decir, es necesario desarrollar una nueva clasificación que tenga en cuenta los usos más recientes.

El CDJ plasmado en el comentario digital muestra cómo los adolescentes que escriben lo hacen no desde la antinormatividad, sino desde la necesidad de dotar de mayor expresividad un código escrito que no les alcanza para expresar algunas cosas. Los temas que tratan giran todos en torno al presente, a la actualidad del momento, a la inmediatez de los sucesos, evocando hechos inmediatamente anteriores o posteriores (como puede ser la evocación al intento de asalto a Julián el fin de semana anterior a un posteo, o la mención a la telenovela que se emitió esa misma noche posterior a la carga de una foto). Se evidencia, también, una despreocupación por el estilo de redacción antinormativo, propio del CDJ que no revela consideraciones previas sobre los posibles destinatarios; tampoco existe un especial cuidado por los temas: es un espacio de autonomía en el que cada sujeto se expresa como lo considera adecuado. Así también, abundan en la utilización de recursos de la comunicación multimodal, como gifs y emoticones.

En relación con las representaciones discursivas sobre estereotipos de género presentes en los comentarios digitales, encontramos que los datos entran en consonancia con Linne (2014), quien destaca que los y las adolescentes al mismo tiempo cuestionan y reproducen los modos tradicionales de ser varón y mujer: este punto lo observamos en el análisis de las estrategias de nominación y de predicación empleadas recurrentemente por los y las jóvenes. Oberst et al. (2016), señalaban indicadores de una autopercepción menos estereotipada de parte de los y las jóvenes. En el presente estudio se observan representaciones de género menos estereotipada en cuanto a la expresión de los deseos sexuales, sobre todo de parte de quienes se presentan con nombres femeninos en sus perfiles de Facebook (Bond, 2009; López-Fernández & Fernández-Rius, 2015). No obstante, el CDJ analizado en este caso ha dado muestras de un lenguaje sexista que objetiva sexualmente. Estos datos van en consonancia con lo encontrado por las investigaciones que sugieren que las mujeres tienden a realizar comentarios centrados en la apariencia física o la clase social mientras que los chicos realizan comentarios discriminatorios explícitos sobre el género o la orientación sexual (Dueñas et al., 2016).

En vínculo con este resultado, hemos podido observar que la imagen corporal cobra un valor preponderante, determinado por el disparador de las imágenes. En este sentido coincidimos con los estudios que señalan que la adaptación a los estereotipos de belleza se configura como en un elemento de éxito social y de popularidad según los mensajes transmitidos por los medios de comunicación (Bailey et al., 2013; Bonacci, 2013; Martínez-Valerio, 2013; Tortajada et al., 2013), sobre todo en el caso de las chicas, quienes reciben casi como un mandato ser delgadas, atractivas y objetos de deseo sexual para los chicos, aunque estos también se encuentran condicionados a mostrarse viriles y ejercer los roles determinados para su género (Calvo & San Fabián, 2018; López-Fernández & Fernández-Rius, 2015). No obstante, encontramos intervenciones que discuten estos estereotipos corporales.

Por otra parte, si bien son pocos los ejemplos que expresan un deseo homosexual continúan con la lógica de objetivización sexual, propia de los discursos masculinos heterosexuales (De Abreu, 2014).

7. Palabras finales

Para concluir hay que hacer énfasis que en este trabajo hemos partido de las RD que se ponen de manifiesto a partir de perfiles de referentes de la cultura mediática juvenil que responden al estereotipo de masculinidad y feminidad vigente en nuestra sociedad.

En este caso, aunque el CDJ se presenta como un modo en el que los y las jóvenes encuentran mayor expresividad y autonomía, se plantea cierta tensión ya que las expresiones volcadas en los comentarios no se alejan completamente de los discursos sexistas que reproducen las representaciones sobre los estereotipos de género, exhibiendo el uso de una variedad ciberdiscursiva juvenil de expresión pero que revela las contradicciones internas ideológicas de los y las participantes.

Consideramos pertinente la propuesta que plantean Flores y Browne (2017, p. 158) de que «Si bien los y las jóvenes (...) parecen reproducir el sistema hasta ahora establecido, (...) no podemos

desconocer el potencial que este escenario tiene para hacer posible la reformulación de ideologías tendientes a la equidad relacional intergénero».

Entendemos que la principal limitación de este trabajo se vincula a la selección del corpus. Si bien las fotos que fueron *input* para los comentarios responden a estereotipos de belleza corporal predominante, lo que quiere observarse tiene más que ver con la posibilidad de delimitar los alcances del concepto de ciberdiscurso juvenil: en un entorno donde no existe una censura explícita por parte de discursos adultocéntricos, igualmente se siguen reflejando comportamientos de auto-censura o no se observan mecanismos expresivos innovadores que propongan una superación a los discursos heteronormativos.

Para una profundización de este aspecto sería interesante el análisis de comentarios en sitios web de referentes juveniles que se presenten como disidentes de los modelos de belleza, de género y de sexualidad hegemónicos. Asimismo, se hace necesario realizar análisis que permitan sugerir si existen diferencias en el CDJ determinadas por el género de los participantes y si al introducir explícitamente las temáticas como género y sexualidad se introducen particularidades en la construcción discursiva del CDJ.

Queda pendiente confrontar estos resultados con otras redes sociales on-line y otras aplicaciones. Es importante el trabajo en relación a las representaciones de otras sexualidades y cómo estas también aparecen estereotipadas y reflejan hacia el interior, lógicas dicotómicas similares a las de «masculino/femenino». Analizar, además, los distintos tipos de imágenes que se plantean, como ya lo hicieron Basile y Linne (2014), Tortajada et al. (2013) y Calvo y San Fabián (2018) para evaluar si existen patrones más o menos definidos de tipos de representaciones visuales de los géneros. Finalmente, resulta interesante realizar un abordaje sobre las representaciones discursivas del amor romántico entre los y las jóvenes, y cómo éstas aparecen o se expresan en los medios digitales.

Lista de referencias

- Bailey, J., Steeves, V., Burkell, J., & Regan, P. (2013). Negotiating with gender stereotypes on social networking sites: From 'bicycle face' to facebook. *Journal of Communications Inquiry*, 37, 91-112. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0196859912473777>
- Baladrón-Pazos, A. J., & Losada-Díaz, J. C. (2012) Audiencia juvenil y los líderes de la telerrealidad. *Revista de Estudios de Juventud*, 96, 51-69.
- Basile, D., & Linne, J. (2014). Performances de autopresentación a través de fotografías digitales. El caso de los adolescentes de sectores populares en Facebook. *Cuadernos.info*, 35, 209-217. doi:10.7764/cdi.35.536.
- Bernárdez-Rodal, A. (2006). A la búsqueda de una «habitación propia»: comportamiento de género en el uso de Internet y los chats en la adolescencia. *Revista de Estudios de la Juventud*, 73, 69-82. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/10410/>
- Bonacci, J. (2013). Los jóvenes de perfil: una aproximación a las representaciones corporales de adolescentes y jóvenes usuarios de Facebook. En M. G. Palazzo, & P. A. Gómez, (Coords.), *Sujetos, miradas, prácticas y discursos: Segundo Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales*, (pp.68-74). Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán.
- Bond, B. J. (2009). He posted, she posted: Gender differences in self-disclosure on social network sites. *Rocky Mountain Communication Review*, 6(2), 29-37. Recuperado de: http://scholar.colorado.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1647&context=honr_theses
- Caballero-Gálvez, A., & Herrero-Jiménez, B. (2017). Representaciones de género en las redes móviles de contactos. *Revista Prisma Social*, 2, 31-56. Recuperado de: <http://revistaprismasocial.es/article/view/1549>
- Calvo, S., & San Fabián, J. L. (2018). Selfies, jóvenes y sexualidad en Instagram: representaciones del yo en formato imagen. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 5, 167-181. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i52.12>

- Castillo-Mayén, R., & Montes-Berges, B. (2014). Análisis de los estereotipos de género actuales. *Anales de Psicología*, 30(3), 1044-1060. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.138981>
- Cubo, L., Puiatti, H., & Lacon, N. (2012). *Escribir una Tesis. Manual de estrategias de producción*. Córdoba: Comunic-Arte.
- De Abreu, C. D. (2014). *Géneros y sexualidades no heteronormativas en las redes sociales digitales*. (tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Barcelona, España. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2445/62126>
- De Piero, J. L. (2012). *Las comunidades lingüísticas en los vlogs de You Tube: estudio comparativo de casos*. Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán. Recuperado de: http://www.academia.edu/14967361/Las_comunidades_ling%C3%BC%C3%ADsticas_en_los_vlogs_de_YouTube_estudio_comparativo_de_casos
- Diccionario de la Lengua Española. (2014). *Crack*. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=BBln4J5|BBnEhVt>
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez, E., Schnettler, B., & Read, R. (2007). Etnografía virtual. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 8(3), 11-19. Recuperado de: <http://nbnresolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0703E19>
- Dueñas, D., Pontón, P., Belzunegui, A., & Pastor, I. (2016). Expresiones discriminatorias, jóvenes y redes sociales: la influencia del género. *Comunicar*, 46, 67-76. Recuperado de: <https://doi.org/10.3916/C46-2016-07>
- Elizalde, S. (2015). *Tiempo de chicas: identidad, cultura y poder*. Buenos Aires: Grupo Editor Universitario.
- Fernández-Poncela, A. M. (2011). Prejuicios y estereotipos. Refranes, chistes y acertijos, reproductores y transgresores. *Antropología Experimental*, (11), 317-328. Recuperado de: <http://revista.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/22fernandez11.pdf>
- Flores, P., & Browne, R. (2017). Jóvenes y patriarcado en la sociedad TIC: una reflexión desde la violencia simbólica de género en redes sociales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), pp. 147-160. doi:10.11600/1692715x.1510804082016
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Iranzo, J. M. (1998). Voz «Rol». En S. Giner, E. Lamo de Espinosa, & C. Torres (Eds.), *Diccionario de Sociología*, (pp. 660-662). Madrid: Alianza.
- Linne, J. (2014). Usos comunes de facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicar*, 43, 189-197. Recuperado de: <https://doi.org/10.3916/C43-2014-19>
- López-Fernández, A., & Fernández-Rius, L. (2015). Imaginarios de género en facebook: estudio de caso en estudiantes de la Universidad de La Habana. *Razón y Palabra*, 19(92), 481-517. Recuperado de: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/106>
- Martín-Barbero, J. (2002). Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. *Diálogos de la comunicación*, México, D. F.: Iteso, Departamento de Estudios Socioculturales. Recuperado de: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero1.pdf
- Martínez-Valerio, L. (2013). Facebook y los jóvenes universitarios: qué comunican según el género. *Historia y Comunicación Social*, 18(3), 77-87. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/44313/41871>
- Montecino-Soto, L. A. (2005). Cortesía, ideología y representaciones discursivas en la gestión conversacional de jóvenes chilenos. *Onomázein*, 2(12), 9-22. Recuperado de: http://onomazein.lettras.uc.cl/Articulos/12/1_Montecino.pdf
- Narvaja, M. E., & De Piero, J. (2016). Prácticas juveniles íntimas: sexting y vlogging. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales* (69), 39-66. Recuperado de: <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/narvaja.pdf>

- Oberst, Ú., Chamarro, A., & Renau, V. (2016). Estereotipos de género 2.0: auto-representaciones de adolescentes en Facebook. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 24(48), 81-90. doi:10.3916/C48-2016-08
- Palazzo, G., Narvaja, M. E., De Piero, J. L., & Páez de la Torre, S. (2017). Investigaciones sobre juventud en Tucumán: identidades, prácticas, narrativas y discursos. En D. Beretta, E. Cozzi, M. V. Estévez, & R. Trincheri (Comps.), *Estudios sobre juventudes en Argentina. Juventudes en disputa: permeabilidad y tensiones entre investigaciones y políticas*, (pp. 13-25). Rosario: Diego Raúl Beretta. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1h4phgzJ8Fn0qGFQIRrEsqZtFE7Q8x4r9/view>
- Palazzo, M. G. (2010). Aspectos comunicativos del ciberdiscurso juvenil. Consideraciones teóricas. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 3, 1-22. En línea: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1486>
- Paolini, P., & Ravalli, M. J. (2016). *Kids online Argentina: chic@s conectados. Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y adolescentes en Internet y Redes Sociales*. Buenos Aires: Unicef. Recuperado de: https://www.unicef.org/argentina/spanish/COM_kidsonline2016.pdf
- Ramos, G. A. (2009). Discurso/s que construyen sexualidades en las escuelas medias de la ciudad de Buenos Aires. En A. Villa (Comp.), *Sexualidad, relaciones de género y de generación. Perspectivas históricoculturales en educación*, (pp.139-169). Buenos Aires: Noveduc.
- Reisigi, M., & Wodak, R. (2009). The Discourse-Historical Approach (DHA). En R. Wodak, & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis*, (pp. 87-121). Los Ángeles: Sage.
- Rodríguez-Castro, Y., Lameiras, M., Carrera-Fernández, M.V., & Magalhães, M. J. (2012). Estereotipos de género y la imagen de la mujer en los mass media. En I. Iglesias, & M. Lameiras (Eds.), *Comunicación y justicia en violencia de género*, (pp. 35-65). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Sal Paz, J. C. (2013). Comentario Digital: género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 2(2), 152-171. Recuperado de: <http://revistacaracteres.net/revista/vol2n2noviembre2013/comentario-digital/>
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económico.
- Tomasini, M. (2012). Relaciones peligrosas. Prácticas y experiencias en torno a la sexualidad de las jóvenes en el inicio de la escuela media. En A. Martínez, & A. Merlino, (Comps.) *Género, raza y poder*. Villa María: Eduvim.
- Tortajada, I., Araña, N., & Martínez, I. J. (2013). Advertising stereotypes and gender representation in social networking sites. *Comunicar*, 41, 177-186. Recuperado de: <https://doi.org/10.3916/C41-2013-17>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Vasilachis De Gialdino, I. (2003). *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Zelcer, M. (2016). Narrativas transmediáticas en la ficción seriada televisiva argentina. *Letra. Imagen. Sonido L. I. S. Ciudad mediatizada*, VIII(15), 205-224.