

米行



独一手熟食加工部

保健品

高新行期
本月成人考者
返现金200元
86886832
北京开发团唐山烟台时河一二期

托



Representación social de las mujeres indígenas ecuatorianas en Facebook: reflexiones sobre el tema

Social representation of Ecuadorians indigenous women in Facebook: reflections on the subject

DOI 10.15213/REDES.N15.P353

ELIZA CAROLINA VAYAS RUIZ, DARIEL MENA MÉNDEZ,
RAYZA PORTAL MORENO

RESUMEN

Este trabajo se aproxima a las representaciones sociales de las mujeres indígenas ecuatorianas en sitios de redes sociales, con especial atención en Facebook, por constituir el de mayor usabilidad en el país. Se reflexiona acerca de las expresiones simbólico-culturales en este espacio y sobre la exteriorización de ciertos patrones que en ocasiones difieren de los preestablecidos históricamente por su contexto. Con ello, pretendemos profundizar y dar continuidad a la ponencia presentada en el Congreso Internacional de CIESPAL, celebrado en Quito en julio de 2015; la cual tuvo como título, Facebook y las nuevas representaciones sociales de las mujeres indígenas salasakas en Ecuador. Participan en este estudio la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador y el Centro de Comunicación para el Desarrollo de Cumanayagua, adjunto al Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Cienfuegos, Cuba.

PALABRAS CLAVE FACEBOOK, REPRESENTACIÓN SOCIAL, MUJERES INDÍGENAS, ECUADOR

ABSTRACT

This work analyzes the social representations of Ecuadorian women in social networks, with a focus on Facebook because they constitute the most usability in the country. We will reflect on various symbolic-cultural expressions and the externalization of certain patterns sometimes differs from the preset historically by its context. Our aim is to deepen and to continue the paper presented at the International Congress of CIESPAL, held in Quito in July 2015; which was entitled, The Facebook and new social representations of indigenous women in Ecuador salasakas. Involved in this study the career of Social Communication at the Technical University of Ambato, Ecuador and the Center for Communication for Development Cumanayagua.

KEYWORDS: FACEBOOK, SOCIAL REPRESENTATION, INDIGENES WOMEN, ECUADOR

1. INTRODUCCIÓN

La aceptación y popularidad del sitio Facebook se ha instaurado como una de las ofertas del ciberespacio de mayor posicionamiento en Ecuador, a propósito de las diferentes ofertas y mecanismos de sociabilidad que proporciona a los usuarios. Se ha convertido en los últimos años en parte casi irrenunciable de las relaciones humanas, capaz de transverzalizar los procesos socioculturales en los cuales los individuos actuales son protagonistas. En tal sentido, las prácticas comunicativas y las representaciones sociales que se producen, se encuentran mediadas por la tecnología y se configuran progresivamente con el uso de la Internet.

En estos escenarios, se visualiza un desplazamiento de la concepción de sujetos a actores sociales y de simples consumidores a productores de contenido (pro-sumidores). Asimismo, el conocimiento circula bajo esquemas previos y sujetos a nuevas formas de interpretación de la realidad.

Es evidente cómo Facebook, se ha incorporado en las relaciones cotidianas de la sociedad contemporánea. Las mujeres en Ecuador, por ejemplo, constituyen un amplio segmento de la población que utiliza la red social como espacio de interacción, identificación, representación social, donde se construyen significados propios y compartidos. Sin embargo, esta práctica está sujeta a códigos

y constructos ideológicos que tienden a generar cambios en la interpretación de roles y de atributos como expresión de nuevas formas de simbólicas.

Para autores como Carrillo, Jiménez, & Sánchez (2012), los adolescentes y jóvenes, a través de las redes sociales en Internet configuran su identidad mediante la ritualización. No debe obviarse, el papel que desempeñan las mediaciones de las prácticas comunicativas en estas plataformas, capaces de influir en las manifestaciones de género que se transmiten socialmente; buscando la pose que más se ajuste a cómo quieren representarse. Es aquí donde se producen, reproducen y moldean estereotipos diversos.

Una de las principales acepciones apuntan sobre cómo los chicos y chicas construyen y refuerzan su identidad mediante el intercambio virtual, lo que incide en el auto reconocimiento y afianzamiento de la imagen ante otros que comparten o visitan el sitio.

Sin dudas, Facebook y otras páginas que hospedan redes sociales, permiten satisfacer ciertas necesidades de integración colectiva. Ello es posible, mediante el establecimiento de diálogos sobre temas de interés, y por el consumo o producción de informaciones, imágenes y otras formas simbólicas en el espacio virtual.

Algunos estudios sobre el uso de Facebook, han centrado sus análisis en torno en las representaciones que se originan en la producción y estructuración de significaciones, considerándose también que las prácticas comunicativas *hipermediáticas*, constituyen un reflejo de las especificidades individuales y colectivas de los sujetos que se simbolizan en el espacio público-digital.

Existen aportes iberoamericanos que si bien centran el análisis al tema de las mediaciones en el plano de lo social; también sus postulados nos permiten entender, cómo los fenómenos de comunicación que se producen en la actualidad con el desarrollo de la tecnología, pueden examinarse desde la dimensión sociocultural. Martín Serrano (1977, 1986, 2008) y Martín Barbero (1987, 2012), coinciden en que los cambios sociales en tales realidades han de ser asimilados como procesos que están sujetos a mediaciones diversas, a saber: culturales, sociales, estructurales, cognitivas, tecnológicas políticas e ideológicas.

Los procesos relacionados con la cibercultura y la ciberidentidad, referente a la participación de los individuos en los espacios de interconectividad, son aspectos admiten enfoques pluridisciplinarios, holísticos, que aborden dimensiones como: expresiones cognitivas, relaciones sociales, usabilidad, operadores perceptivos, destrezas discursivas, conectividad, la implicación de los mediadores socioculturales, lo ritual, los nexos simbólicos, los modos de interacción en y con la red y la perspectiva de género. Se trata de fenómenos sociales que demandan de nuevas aperturas teórico-metodológicas para su análisis, par-

tiendo de las mediaciones habilitantes, constrictivas o neutrales a las cuales pueden estar sujetas las representaciones y las respuestas identitarias en el espacio virtual.

Es incuestionable la necesidad de una expansión epistemológica que examine el protagonismo de los sectores indígenas y de las mujeres latinoamericanas en los sitios de Internet, si bien se reconocen los aportes de los últimos años.

En este artículo nos aproximaremos a las representaciones sociales que se producen en Facebook, considerando como muestra una selección de mujeres adolescentes y jóvenes de la comunidad indígena Salasaka en Ecuador. Para ello, se inicia con varias reflexiones teóricas, además de un breve análisis relacionado con la creación de diversos códigos, y cómo estos impactan en la adopción de determinados simbolismos que se contrastan con los patrones culturales establecidos históricamente en su contexto.

Cabe destacar, que las mujeres participantes en la pesquisa son asiduas a Facebook, se conectan frecuentemente y durante tiempos prolongados. Manifiestan que el uso principal se enmarca en el establecimiento de relaciones interpersonales y para compartir determinados intereses particulares y colectivos. “(...) los jóvenes hoy se mueven entre dos esferas: lo virtual (on line), en los vínculos que los chicos establecen en el ciberespacio, y la real (of line)” (Morduchowicz, 2012: 10). Es decir, que las interacciones por medio de las redes sociales, fluyen sin la práctica del diálogo físico. En estas circunstancias, la comunicación se produce en dos universos, el real y el virtual.

Con el artículo se da continuidad a la ponencia *El Facebook y las nuevas representaciones sociales de las mujeres indígenas salasakas en Ecuador*, presentada en el Congreso Internacional de CIESPAL, Comunicación e Integración Latinoamericana desde y para el Sur, celebrado en Quito en julio de 2015.

Participa en este trabajo la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador y el Centro de Comunicación para el Desarrollo de Cumanayagua, anexo al Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Cienfuegos, Cuba.

2. METODOLOGÍA

Se sustenta en el método *etnográfico virtual*, propicio para el análisis sobre la apropiación, uso, prácticas de comunicación, mediaciones, representaciones sociales y respuestas identitarias en sitios de Internet. Entre las técnicas figuran: la *observación no participante*, las *entrevistas en profundidad*, la *revisión bibliográfica documental*.

Se trata de un *estudio de caso*, ya que “(...) los estudios de caso fomentan el uso de varias técnicas distintas para obtener la información necesaria, las cuales van desde las observaciones personales hasta las entrevistas”. (Díaz De Salas, Mendoza Martínez y Porras Morales, 2011: 17). Para muchos investigadores etnográficos, esta técnica se caracteriza por ofrecer posibilidades múltiples en el proceso descriptivo de una investigación sociológica, antropológica o comunicológica; además.

Se trata de un enfoque que permite el examen de cualquier unidad social, “una persona, una familia, un grupo social, un conjunto de relaciones o procesos (...) es una forma de organizar los datos sociales de modo que se conserve el carácter unitario del objeto social que se está estudiando”. (Balcázar, 2010: 172).

Se analizaron algunos documentos y estudios relacionados con el tema género, el indigenismo en Ecuador, e informaciones estadísticas aportadas por FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) con sede en Ecuador. Fueron seleccionadas como muestra un grupo de 15 mujeres indígenas de la comunidad Salasaka de Ecuador (entre 15 y 25 años), que mantienen una cuenta activa en Facebook y a la cual acceden frecuentemente durante horarios prolongados.

3. COMUNICACIÓN Y REPRESENTACIONES SOCIALES

Hablar de representaciones sociales, si bien ha sido un tema en debate desde hace algunos años, discutido profundamente por ciencias como la Psicología, la Sociología y Psicología Social, su formulación teórico-conceptual es relativamente reciente. Ha de destacarse también cómo la Comunicología, a propósito de los avances tecnológicos que modernizan el espectro massmediático y digital, se ha visto en la necesidad de realizar importantes exploraciones en torno al tema.

A criterio de Moscovici (1981 & 1984a: s.p), puede hablarse de dos procesos a través de los cuales se generan las representaciones sociales. “El primero es definido como anclaje y supone un proceso de categorización a través del cual clasificamos y damos un nombre a las cosas y a las personas”. Admite la transformación de lo que resulta desconocido para los individuos en un sistema de categorías que comienza a asimilarse como propio. Asimismo, asevera que el segundo es definido como *objetivación*, y “consiste en transformar entidades abstractas en algo concreto y material, los productos del pensamiento en realidades físicas, los conceptos en imágenes”. (Moscovici, 1981 & 1984b: s.p).

Por tanto, las representaciones sociales no sólo se refieren a los productos mentales; se trata también de construcciones simbólicas inherentes a las rela-

ciones humanas. Son aquellas formas y modos en que los individuos, como parte de la sociedad, son entes activos, capaces de interpretar la realidad y convertirse en portavoces de ella. No puede obviarse el papel que desempeña la comunicación en este sentido.

Para Berger y Luckman (1968), el conocimiento de la realidad da cauce a la construcción social con cierto grado de subjetividad. Es por ello que existe una relación directamente proporcional entre representaciones y los objetos que la originan. Asimismo aseveran, que las perspectivas que han propiciado la cimentación categorial de las representaciones sociales se puede definir cuándo:

- El conocimiento en la vida cotidiana tiene un carácter generativo y constructivo: nuestro conocimiento es producido inmanentemente en relación con los objetos sociales que conocemos.
- La naturaleza de esta generación y construcción es social: pasa por la comunicación y la interacción entre los sujetos, grupos e instituciones.
- El lenguaje y la comunicación son mecanismos que se transmiten y que crean la realidad: tiene además gran importancia puesto que son el marco en que esta adquiere su sentido. (citado por Pérez, Alfonso, 2008: 1).

“(…) La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos (...) Una representación social, habla, muestra, comunica, produce determinados comportamientos”. (Moscovici, 1961/1979, citado por Perera, M., 2005a: 43).

En el acápite *Dimensión enculturizadora de la comunicación pública, del texto Producción Social de la Comunicación*, en relación al sector femenino, Martín Serrano (1986), refiere que también puede asociarse al consumo de productos que tienden a originar ciertas representaciones sociales.

Se puede entender que el proceso de cambio comienza cuando se difunde un relato que cumple funciones de enculturización. Por ejemplo, con la narración de un cuento infantil como *La Cenicienta*, en el que se reitera una representación cultural de las madres, esposas, novias e hijas deseables e indeseables. Esa interpretación existente en el cuento puede ser interiorizada por algún niño como imagen conformadora de su propia visión subjetiva de la mujer. Algunas veces los comportamientos de ese Actor pueden estar orientados, en alguna medida, por esa

representación interiorizada; eventualmente, cuando llegue la ocasión en la que deba elegir su pareja y cuando organice sus relaciones en el seno de la propia familia. Esos comportamientos de cada Actor, a la larga, tienen consecuencias que mantienen o cambian el orden establecido. (Martín Serrano, 1986a: 36).

De esta forma, para el padre de la *Teoría Social de la Comunicación*, eventualmente las representaciones individuales pueden expresarse como colectivas, ya que los sujetos comunicantes, cuando son capaces de participar activamente en la producción de comunicación pública, se muestran como miembros de la sociedad en la que fue enculturizado. “(...) la comunicación tiene por objeto reproducir un repertorio de representaciones colectivas muy estables; representaciones que conservan un modelo del mundo compartido por los miembros de una sociedad”. (Martín Serrano, 1986b: 45).

La representación social de los individuos en el espacio público, circunscribe la hipótesis de legitimidad ante los miembros del grupo a quienes les está consignada. Esa legitimidad, según Martín Serrano (1977, 2008), descansa en la valoración del mediador como un intérprete designado. Se trata de una “modalidad de pensamiento práctico que sintetiza la subjetividad social. Está orientada hacia la comunicación, la comprensión y el dominio de su entorno social”. (Banchs, 1990: 34).

Desde el punto de vista metodológico, Celso Pereira de Sá (1998, citado en Araya, 2002a: 47-48), asevera que para realizar cualquier estudio relacionado con las representaciones sociales, debemos partir de las siguientes acciones:

- Enunciar exactamente el objeto de la representación
- Determinar los sujetos en cuyas manifestaciones discursivas y comportamientos se estudiará la representación.
- Determinar las dimensiones del contexto sociocultural donde se desenvuelven los sujetos que se tendrán en cuenta para conocer sobre la representación.

A tono con las transformaciones tecnológicas y su incidencia en las representaciones sociales de los individuos, Fuentes Navarro (2001) explica que los objetos de análisis en la era digital, no deben ser entendidos exclusivamente como productos tecnológicos nuevos, o como tecnologías con funciones informativas.

Se trata de algo mucho más amplio y profundo: los cambios en las relaciones socioculturales entre sujetos y sistemas, en

la organización de la vida cotidiana y de sus representaciones cognitivas, en la distribución de las posiciones de poder y del control de los espacios y los tiempos en los que se sitúa toda actividad humana. (Fuentes Navarro, 2001a: 233).

Visto así, es evidente que las investigaciones sociales y culturales sobre Internet se puede constituir en cuanto a múltiples dimensiones o funciones, entre ellas: la *informativa*, la *comunicativa* y la *difusiva* del ciberespacio, relacionado con recursos como: “infraestructura, códigos, hábitos y representaciones de un grupo o tipo de usuarios determinados (...) en las representaciones de los sujetos se puede observar de manera más inmediata la apropiación construida del recurso y los esquemas operativos de la actividad (sea ésta el entretenimiento, el trabajo, la socialización, el aprendizaje, etc. (Fuentes Navarro, 2001b: 233).

Para Moscovici (1984), “(...) las representaciones colectivas son un mecanismo explicativo, y se refieren a una clase general de ideas o creencias (ciencia, mito, religión, etc.)”, y por tanto son “fenómenos específicos que se relacionan con una manera particular de entender y comunicar”. (Moscovici, 1984, citado por Perera, M., 1999b: 5). “La representación social adquiere el valor de una representación colectiva, o se legitima por ella”. (Martín Serrano, 1986c: 47).

Las nuevas formas de producción de comunicación e información y las plataformas de interacción social que la Internet ha proporcionado en el siglo XXI para ello, han sido analizadas por diversos estudiosos, como espacios que dan origen a las llamadas mediaciones tecnológicas; que si bien tienen sus antecedentes con el surgimiento de los medios de comunicación masiva; en la actualidad estas mediaciones se vuelven más perceptibles y axiomáticas.

Asevera Galindo Cáceres (2012), que las prácticas comunicativas en este contexto, reducen las brechas de espacio-tiempo y proporcionan una sociabilidad distinta y múltiple, donde cada individuo media y se encuentra mediado.

Ciertamente, hablar de relaciones humanas y representaciones sociales en los tiempos que corren resulta complejo, tratándose de escenarios en los cuales confluyen prácticas, procesos y producción social de la comunicación por el recurso a la tecnología moderna. Todo ello, conduce a nuevas formas de entender las dinámicas en que se están configurando las dimensiones de lo humano y de lo social, de la adquisición de información, del aprendizaje, del ocio, de la producción de contenido, de las representaciones y de las respuestas identitarias en estos espacios.

Otras ideas de Galindo Cáceres, refieren que el conocimiento e interpretación de los fenómenos sociales en la contemporaneidad, ha estado profundamente marcado por las mediaciones tecnológicas, en cuyos espacios digitales se producen y reproducen informaciones con un sentido dialógico y participativo. Las redes en este contexto, se convierten en ámbitos virtuales en los cuales los sujetos sociales se relacionan en torno a temas y objetivos comunes, que actúan en colectividad, y es donde se constituye la vida cotidiana de las situaciones de asociación con otros.

Las redes sociales y sus características de subjetividad han constituido un terreno científico analizado regularmente por diversas áreas de las Ciencias Sociales, principalmente por la Sociología y la Antropología. (Stryker & Burke, 2000 y Rudolph, 2003).

En el campo de la comunicación, se deduce cómo a partir de las nuevas plataformas comunicativas ofrecidas por las herramientas tecnológicas, sitios de redes sociales como Facebook, se convierten en espacios de socialización que favorecen el intercambio de nuevos códigos y sistemas de significación, posibilitando al actor “ego” ser protagonista del acto comunicativo, al ser mensaje de sí mismo (Aguilar Rodríguez, Said Elías, 2010). La acción de convertirse en protagonista activo del acto comunicativo como emisor y receptor, establece una actuación frente a los otros y en sí mismo, con la plena conciencia de comunicar e influir sobre los demás actuantes, a este acto Goffman (2009) lo denomina como *esquema dramático de performance*.

Para Martín Barbero (2012), la sociedad se ve frente un nuevo ecosistema comunicativo, producido y fomentado por las nuevas tecnologías. Los tradicionales modos de formación están quedándose obsoletos, y la aprehensión del saber se está mutando. El sistema comunicativo se vuelve difuso y fragmentado, concentra su acción en lo global y califica a las estructuras sociales tradicionales como arcaicas ante las nuevas formas de sociabilidad.

En la actualidad estar conectados a una red social en Internet, constituye parte de la agenda de los usuarios, así como de la acción diaria y cotidiana de determinados grupos e instituciones. Sin embargo, los individuos aún no son conscientes sobre la conexión que implica el espacio virtual con el físico, y la incidencia que conlleva a la trasmisión de nuevos códigos simbólicos (lingüísticos), que desencadenan en un cambio en las representaciones sociales y en la producción de respuestas identitarias de los individuos.

Las representaciones sociales de los sujetos, al estar mediadas y ser mediadoras en la construcción de contenido en el ciberespacio, posibilitan la apropiación de significados que se encuentran multi-determinados por las relaciones sociales y culturales (Araya, 2002b: 127).

El papel de los actores en la comunicación es activo y las transmisiones de representaciones son constantes. Las personas al establecer determinadas relaciones mediante el uso de las redes sociales en sitios de Internet, generan observaciones críticas que tienen una influencia en su vida cotidiana (privada y pública).

3.1. LA REPRESENTACIÓN SOCIAL FEMENINA EN FACEBOOK

Las estadísticas del sitio Facebook, demuestran que el mayor número de usuarios a nivel global son mujeres, quienes concentran su atención en las relaciones sociales, muy marcadas por vínculos afectivos. Se añade, la construcción de representaciones individuales y colectivas, el manejo de las imágenes con tales propósitos, matizadas por elementos simbólicos que definen su feminidad. Esta nueva expresión de “lo femenino”, conlleva a un cambio en las formas de cómo ellas se representan. Su imagen ya no sobrelleva una edificación individualizada ni evocada desde la construcción histórico-cultural, sino como parte de un perfil colectivo formado en la red social.

Las representaciones de las mujeres en el ciberespacio, y específicamente en los sitios de redes sociales, han creado paradigmas que se ajustan a los nuevos modelos de construcción colectiva virtualizada, destacándose Facebook como la de mayor usabilidad y donde mayor producción simbólica existe. Las mujeres ecuatorianas, concretamente las de la comunidad Salasaka en Ambato, exponen su *perfil* como espacio determinante en sus relaciones con otros, siempre preocupadas en exteriorizar los estados anímicos y la actual situación socio-afectiva.

En los procesos comunicativos en los cuales las mujeres son protagonistas en Facebook, lo más importante está marcado en cómo se experimenta la construcción y reconstrucción de las representaciones sociales, transformándose con ello, las expresiones individuales y colectivas.

En una publicación del diario *El Universo* en julio de 2015, *Mujer indígena y su rol histórico en Ecuador*, relacionada con la publicación del libro *Estado y colonialidad, mujeres y familias quichuas de la Sierra del Ecuador, 1925-1975*, de Mercedes Prieto, se refiere a las experiencias narradas por la autora, en la cual se exponen algunas pistas sobre las representaciones sociales de las indígenas quichuas, en su rol de líderes en las luchas históricas por sus derechos. “Las posturas de estas mujeres sirvieron a la sociedad como elementos estratégicos y voces deliberantes”¹ (Mercedes Prieto, 2015: 10).

1 Refiere la autora

También el análisis de las representaciones sociales, específicamente en la mujer, cuando es reflejo de elementos simbólicos, contenidos en mitos y creencias populares, sin dudas puede constituir un marco idóneo que posibilita “analizar cómo la teoría puede ser aplicada a este campo representacional al tiempo que ayuda a comprender la formación de actitudes sociales hacia la mujer”. (Álvaro Estramiana & Fernández Ruiz, 2006a: 65).

Si bien, las representaciones sociales del sector femenino en Ecuador, no ha sido objeto pormenorizado de estudio, ello resulta provechoso para ciencias como la comunicología, toda vez que los enfoques y perspectivas de género también ocupan un lugar importante en el espacio público y como resultado de las relaciones cotidianas.

(...) las distintas imágenes que pueblan el imaginario colectivo nos revela que las representaciones sociales de la mujer tienen un carácter polimorfo. Dentro de este carácter polimorfo podemos destacar las siguientes: su representación como símbolo de la reproducción y la fecundidad, como marca de vicios y defectos y, finalmente, su representación como desviación y marginalidad. (Álvaro Estramiana & Fernández Ruiz, 2006b: 68).

A veces, y lamentablemente por cierto, en las redes sociales el cuerpo femenino es asociado de forma exclusiva con lo erótico, lo excitante, los vicios u otros aspectos “fuera de la norma”. No es un secreto que las representaciones relacionadas con la significación de sus atributos sexuales en éstos y otros espacios, también han estado en discusión por varios estudios de género, tratándose de formas de violencia simbólica que encarnan la transgresión al pudor y la integridad². De todos modos, la concepción simbólica de la mujer en cualquier espacio, y específicamente en los virtuales, también son y deberán seguir siendo, reflejo de la familia, el matrimonio, la sensualidad, la maternidad, el amor, el compromiso, la responsabilidad y la ternura.

2 Aunque no es privativo del sexo femenino este fenómeno. Si se visita los perfiles de muchos adolescentes y jóvenes, puede observarse una transpolación de aspectos privados al espacio público-digital; de modo que ciertos atributos corporales, pueden ser divisados por cualquier persona del mundo que visite el perfil. Sin embargo, no se trata de adolescentes y jóvenes con inclinaciones hacia el consumo erótico que Internet ofrece. Por lo general, son estudiantes de bachillerato o universitarios. Ha de destacarse en este sentido el papel que debe desempeñar la familia y la escuela, para lo cual se impone la concepción e implementación de estrategias educativas que propicien el uso adecuado de las ofertas del ciberespacio, evitando, a nuestro criterio, determinadas prácticas que atentan contra los valores y la integridad.

El estudio realizado por la autora Andrea Pequeño (2008), *Imágenes en disputa. Representaciones de mujeres indígenas ecuatorianas*, da cuenta de algunos procesos relacionados con los aspectos políticos y étnicos en este tipo de fenómeno.

El centro de atención analítica va más allá de la representación del indígena esencial y homogéneo para poner el énfasis en la imagen del cuerpo de la mujer indígena, situando las imágenes y los imagineros en un contexto histórico político y social cambiante que posibilita la construcción de nuevas imágenes y el surgimiento de nuevos imagineros. Es decir, los indígenas son vistos como sujetos y no sólo como objetos de representación. (Pequeño, 2008: 164).

La pobreza³ es otro aspecto de interés en este sentido, no solo desde el punto de vista vivencial, sino también discursivo, a partir de la generación de ciertos contenidos de las mujeres indígenas por el recurso a la tecnología. Se trata de entender, primero, cuál es su propio concepto de pobreza, y cómo se ve expresado en la cotidianeidad. En un estudio de este tipo debe saberse que las categorías *marginalidad* y *exclusión social*, pueden incidir significativamente en representaciones asociadas a contextos periféricos, en los cuales las necesidades básicas de subsistencia aún no están cubiertas, y por tanto, afectan la calidad de vida.

(...) ha dado lugar a la estratificación social que tiene una clara manifestación espacial en donde se concentra la población más pobre. Las mujeres que forman parte de esta estratificación y exclusión han adquirido un rol protagónico, en cuanto a los mecanismos de subsistencia y de adaptaciones con mayor visibilidad pública y reconocimiento de una nueva subjetividad, en los procesos de construcción de la identidad personal y colectiva en el contexto actual. (Sosa & Molina, 2009a: 1).

Las representaciones de las mujeres que viven en comunidades periféricas y que son víctimas de tales privaciones, responden precisamente a esa realidad social y son resultado de los nuevos patrones que allí se remedan, sujetos a las coyunturas estructurales y a partir de las relaciones sociales cotidianas. “La representación es el resultado de ese contexto determinado. De periferia de

³ En cuanto a carencias económicas

exclusión «como esto es un asentamiento no tenemos derecho a una ayuda para la vivienda». «No tenemos los servicios como corresponde, estamos colgados de la luz y el agua también».⁴ (Sosa & Molina, 2009b: 1).

Cuando las mujeres adolescentes y jóvenes, llegan a tener acceso a la tecnología y se insertan en las redes sociales de Internet en los centros de estudio o de trabajo en las ciudades, de algún modo se producen tres posturas: *admisión*, *negación* o la *fusión entre ambas*. Para ellas, aquello que se relacione con su procedencia puede significar orgullo, rechazo; o bien puede tratarse de reconocimiento de sus raíces e identidad o constituir en varios casos, una oscura página de sus vidas, la cual no puede ni debe representarse en el espacio público, pues de algún modo les resta valor y autoestima. No ocurre igual en mujeres mayores de 35 años, quienes por lo general expresan orgullo de sus raíces.

3.2 EXPRESIONES SIMBÓLICAS EN ESTOS ESPACIOS

Desde el punto de vista de *género*, puede asegurarse que el sexo femenino de la comunidad Salasaka es más asiduo y activo en Facebook que el masculino, lo que de algún modo también está determinado por el tipo de uso o propósitos, con acento en las relaciones familiares y de amistad.

La pesquisa realizada en el registro de observaciones de los Centros de Cómputo establecidos en Salasaka, las adolescentes femeninas cuyas edades se inscriben en el rango de 15 y 25 años, frecuentemente son las que más acceden a Facebook. Este comportamiento se debe a que el sexo femenino cataloga a Facebook como espacio digital por antonomasia.

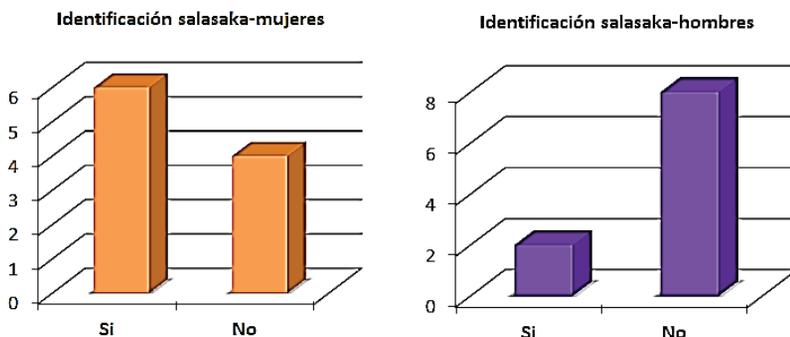
Las usuarias mujeres prefieren publicar informaciones relacionadas con su rol femenino y conceder mayor tiempo a los espacios de sociabilidad que ofrece la red, como pueden ser las interacciones directas y comentar sobre servicios u otros temas asociados a la publicidad de moda y de productos de belleza.

Muchas veces la representación del conocimiento en la red, es expresada por las adolescentes y jóvenes mediante fotografías y videos que abordan temáticas específicas. A esta forma de reproducción simbólica se le ha dado vital importancia por su implicación cultural. Muñoz (1998) afirma que, “La cultura digitalizada en imágenes es el imán aglutinador de las culturas juveniles (...) esta cultura es productora de nuevos símbolos, de nuevos referentes”. (Citado en, María Raad, 2004: 2).

La aplicación de los instrumentos referidos en el acápite metodológico de este trabajo, dio como resultado lo siguiente: 5 de cada 10 mujeres salasakas uti-

4 Refiriéndose a lo expresado por mujeres entrevistadas

lizan su nombre real. 2 chicas tienen apellidos abreviados, *Mskz* para Masaquiza y *Jrzz* para Jerez. Otras 3 tienen nombres adoptados: *Day Su Zuizide*, *Lilizzrron Princesa* y *Llu Leydi Lcw*, aunque este último perfil en particular, contiene varias fotos con vestimenta salasaka.



GRÁFICOS 1 Y 2. IDENTIFICACIÓN SALASAKA EN FACEBOOK

El 60% de las mujeres expresa en Facebook que son de Salasaka. Sin embargo, apenas el 10% de los hombres lo hace. Resulta una diferencia importante entre hombres y mujeres.

(...) Algunas amigas, parece que tienen vergüenza y ponen que son de Ambato o de otro lugar. (Paulina Jerez, 2015, fuente directa).

Como se aprecia, existe una diferencia marcada de género en el reconocimiento salasaka en Facebook. La estructura del sitio, obliga a las usuarias a crear un entidad virtual análoga a la física, en la cual pueden o no reconocerse y exteriorizarse en el espacio público: ¿quién soy?, ¿de dónde pertenezco?, ¿cuáles son mis gustos? Facebook formula esas interrogantes al momento de crear una cuenta, y constantemente favorece que refleje la identificación en cada publicación que se realiza.

En el gráfico 3, referente a las fotos de perfil y a las imágenes que suben las adolescentes y jóvenes que conformaron la muestra, se aprecia cómo: 6 de cada 10 mujeres se identifican como salasaka en la foto de perfil. A diferencia de los hombres, el por ciento de mujeres que se representan como salasakas en Facebook es mayor, aunque en detrimento. Puede corroborarse en los perfiles, en los cuales se observan fotografías con vestimenta autóctona. 7 de cada 10 mujeres, lleva ropa mestiza en la foto de perfil; 5 de 10, se visten con atuendos autóctonos.

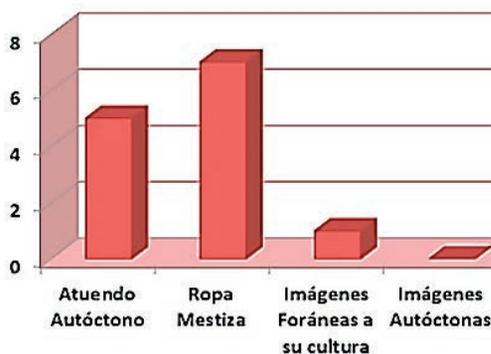


GRÁFICO. 3 REPRESENTACIÓN SALASAKA EN LAS FOTOS DE PERFIL EN FACEBOOK

(...) no me identifico como salasaka en el Facebook, no me gusta, no utilizo el poncho, y en la foto de mi perfil estoy yo pero sin la tradición Salasaka, que está pasada de moda. (Jiménez Jayo, 2015).

Casi siempre subo fotos a Facebook en las cuales aparezco vestida como salasaka, me gusta publicar la tradición de aquí; pero no todas las chicas lo hacen. (Masaquiza F, 2015).⁵

2 de cada 10, tienden a subir otras imágenes para la identificación en su perfil y no fotografías propias. Una característica de estas imágenes es el hecho de que no se trata de símbolos típicos de la cultura salasaka, sino formas visuales representativas de culturas foráneas, o propias de la sensualidad femenina, flores, corazones y en ocasiones fotos de sus hermanos, sobrinos pequeños, hijos u otros familiares.

La mayoría de estos fenómenos son provocados por aspectos de representación y apropiación simbólicas, donde median valores e intereses personales, ocultando su verdadero rostro, por frustraciones o inconformidad con su aspecto físico.

Asimismo, es común de las adolescentes, subir fotografías para mantener informados a sus amigos sobre lo que hacen, siempre y cuando estas respondan a potenciar su autoestima. Toda foto está en función de cómo se representa ante los otros y cómo quieren ser percibidas por el resto. Las fotografías que suben a la red son seleccionadas e intencionadas, con mensajes claros de lo que quieren expresar a los amigos y a otros visitantes del sitio. Sin embargo, muchas de las

⁵ Entrevistas en profundidad a adolescentes salasakas

fotos que se producen se relaciona con un sentimiento de pertenencia, no solo a una red específica, sino al contexto general, este tipo de imágenes modificadas emiten de manera simbólica ciertos significados que alteran su identidad cultural, ejemplo de ello se ilustra en ciertas variaciones, con el abandono de los atuendos típicos (en el 40% analizado), al uso de otros vestuarios, adjudicados y reproducidos por la apropiación de nuevas formas de consumo y marca, que son distribuidas como consecuencia de los nuevos gustos y modas.

Las transformaciones en su aspecto físico muestran también, cómo la presencia de los modos de construcción de representación en la red influye en el aspecto físico. Las adolescentes femeninas se adjudican la apariencia de un determinado tipo de patrón simbólico (artistas, modelos...). Esto se debe al consumo de producciones cuyos parámetros estéticos y esteticistas proceden de la industria cultural occidental.

Las fotos que suben las adolescentes y jóvenes, son toda una creación de signos que se exponen con el interés de visibilizar su personalidad, naturalidad, los gustos y sus preferencias. Se identifican con estos signos, los reproducen haciéndolos parte de su identidad personal y los llegan a convertir en parte de su identidad cultural.

El vestuario de las adolescentes y jóvenes salasakas se ha ido readaptando de acuerdo a las influencias externas y a partir de las mediaciones simbólicas que acontecen durante el proceso de interacción virtual y del consumo mediático. La vestimenta actúa como agente de conformación de identidades, que revelan la historia personal y la herencia cultural, mediada por una serie de imaginarios colectivos, que en este caso son los tradicionales. Los atuendos típicos de las mujeres salasakas que sí mantienen los valores culturales y los llevan al espacio virtual con espontaneidad, responde a un complejo entramado semiótico, en el cual la mediación familiar, educativa y comunitaria, han tenido mayor incidencia en el proceso de formación de la personalidad.

En la imagen 1 (foto de perfil y la portada) se observa la presencia de patrones simbólicos foráneos, tanto en el vestuario como en la exteriorización de emociones.

Son claramente perceptibles las mediaciones que intervienen en la representación femenina de las jóvenes, quienes se ven impactadas por estímulos ajenos a su cultura, que tienden en ocasiones a provocar variaciones en aspectos de importancia, como es el físico.

En cuanto a la imagen 2, se vislumbran patrones que difieren de la primera, destacándose valores simbólicos que otorgan primacía a la familia, a los patrones socioculturales de la comunidad, visibles en los peinados y en los vestuarios y pendientes típicos de la cultura salasaka.



IMAGEN.1 IMAGEN (PERFIL Y PORTADA) EN EL SITIO DE ADOLESCENTE SALASAKA (1)



IMAGEN.2 FOTO SUBIDA A FACEBOOK POR ADOLESCENTE SALASAKA (2)

En el Facebook, si me presento como salasaka, no tengo vergüenza de eso, mis amigas y yo casi siempre subimos fotos nuestras como salasakas. Es más común que las mujeres vistamos de salasaka a diferencia de los hombres; aunque otras prefieren no hacerlo. (Jerez, P, 2015).

El estudio realizado en Salasaka arrojó que para el 60 % de las mujeres de la muestra, cuando crean una *foto de perfil*, la influencia que reciben de la red, de cómo identificarse y representarse, se confronta con aquellas mediaciones institucionalizadas por la familia, la escuela, y la parroquia en general. Para ellas, el hecho de ser parte de una comunidad étnica con experiencias históricas previas y una cosmovisión marcada, las obliga desde su rol femenino a mantener en el tiempo la permanencia y subsistencia de las expresiones culturales propias.

También se observa, que tanto el género femenino como el masculino en la imagen de su “yo” en Facebook, tienden a configurar una fachada personal que se ajusta a los cánones presentados por sus amigos en la red. En el caso de las mujeres, mantienen un equilibrio en expresión de respeto a su identidad, básicamente en las fotos de perfil con su indumentaria propia, en el 60% examinado.

Otras jóvenes tienden a hacer uso de *máscaras sociales* dentro de su comunidad virtual, lo que les permite generar experimentos variados con su “yo” estableciendo cualidades entre la persona y su personaje. Asimismo, las imágenes creadas y difundidas en la red de la cual son parte las adolescentes y jóvenes, demuestran cómo influyen unos a los otros en la búsqueda de semejanzas físicas, e incluso espirituales.

El uso de indumentarias, expresa un resguardo de la naturalidad. Goffman (2009), refiere que los adolescentes, al momento que crea estas imágenes son calculadores, intencionales y conscientes, al seleccionar el tipo de imagen que desea subir a la red, porque a través de estas interacciones construyen su identidad.

Otro hallazgo revelado, estuvo asociado a las mujeres que tienen pareja, al preferir usualmente subir fotos junto con su novio al perfil. Tales conductas responden a un comportamiento distintivo respecto al hombre, quienes eligen una representación individual autónoma. Estos fenómenos culturales y sociales revelan la dependencia en términos de rol-status. Las mujeres desde sus comportamientos culturales se reconocen inferiores a los hombres, a pesar de que en la sociedad se hable de un discurso de igualdad. Tal comportamiento proyectado en las prácticas comunicativas en la red, van creando roles sociales en los cuales la mujer se ve idealizada desde una imagen de dependencia y el hombre de autonomía.

Los aspectos analizados permiten establecer ciertas diferencias entre las prácticas comunicativas desarrolladas por las mujeres. Asimismo, las féminas han adoptado representaciones sociales ajustadas a senderos de participación y reconocimiento dentro de su comunidad. A pesar de ello, persiste la exteriorización de perfiles mutados que impactan en el auto-reconocimiento y empoderamiento, frente a una sociedad impactada por el machismo.

El conocimiento acerca de las comunidades virtuales y sus ofertas, despierta el interés de las féminas por estar en el espacio público y frente a otras realidades, con igualdad de derechos y condiciones con respecto al sexo opuesto. Ello también puede incidir en la redefinición por concepto de género, a tono con las funciones asignadas en los ámbitos de producción y de reproducción social históricamente establecidos.

Referente a las jóvenes cuyo rango etario se enmarca entre 20 y 25 años, puede aseverarse cómo en relación a la categoría *trabajo*, se exteriorizan aspectos como la carrera profesional, salarios, condiciones y formas de organización laboral. En una comunidad donde la mayor parte de las mujeres son obreras de una fábrica artesanal, por citar un ejemplo; ello se traduce, cuando se relacionan y crean grupos de intereses comunes y donde fluyen informaciones asociadas a temas afines en Facebook.

De igual modo, la imagen de una mujer representada en la red como independiente, con éxitos en los estudios o profesionalmente, despierta el interés por adoptar ciertas carreras profesionales subvencionadas a los hombres, como puede ser la ingeniería.

Históricamente la dimensión de género asigna papeles y funciones que se consideraban apropiadas para cada sexo, configurándose estos roles en la propia identidad de lo masculino y de lo femenino en una cultura. Dichas determinaciones actuaron en los sujetos sociales y por tanto, en las relaciones de producción. Sin embargo, esta premisa se encuentra configurándose desde la realidad de los nuevos procesos y escenarios de interacción, en donde el protagonismo de la mujer, que se afianza hacia una nueva representación del trabajo, robustece las relaciones y la organización, otorgando cierta autonomía en la toma de decisiones, si bien se evidencia la presencia de rasgos patriarcales en los ámbitos educativos, familiares, institucionales y comunitarios.

Cabe destacar, que la exteriorización de la condición laboral de las mujeres entrevistadas, se determina por la condición cultural que atañe a los posicionamientos del poder femenino, establecidos por la organización jerárquica de la comunidad a la cual pertenecen. En torno a las representaciones sociales en la red, se advierte la visualización de perspectivas laborales, de ingresos y estabildades. Las mujeres al generar interacciones en Facebook, correlacionan vivencias y realidades que las expresan en el trabajo para poder relacionarse y lograr satisfacción personal.

El intercambio simbólico que gira en torno a los mensajes compartidos y a las imágenes de los estereotipos femeninos, particularmente de aquellas asociadas al liderazgo, determinan las interpretaciones como mujer frente

ante la confluencia entre lo local y lo global. De este modo, se forman nuevas representaciones que son expresadas en su vida cotidiana, tanto en la comunidad como en el contexto familiar.

Generalmente en Ecuador, por su rol de maternidad y formadora primaria del individuo, la mujer se encarga desde su espacio sociocultural de transferir saberes ancestrales, comprometiéndoseles a ser un referente simbólico de conocimiento y representación para sus descendientes. Es decir, trata de salvaguardar sus expresiones culturales más fuertes de identificación étnica, a pesar de que existen ciertas diferenciaciones físicas y corporales dentro de su representación.

En Facebook, las mujeres madres que forman parte de la muestra, se identifican correspondiéndose con su rol en el campo de la maternidad. Otorgan especial atención a la relación con sus hijos, a tono con las creencias, costumbres y asumiendo su papel como socializadoras de los valores familiares, de normas y de la cultura.

En relación al resto, se observa cómo en la interacción con formas simbólicas ajenas, o sea, no típicas de su cultura, se establecen nuevos conceptos y representaciones sociales, que tienden a alejarse del autorreconocimiento sociohistórico como mujer indígena. Es así como se divisan nuevas formas de expresión simbólica, de sentimientos de pertenencia y de valores asociados a la colectividad y la familia en el espacio virtual.

Otras variaciones en los comportamientos culturales e identitarios, se divisan en la representación corporal de las mujeres. Muchas de las imágenes subidas a Facebook demuestran transiciones en el aspecto físico. Los símbolos incorporados en el perfil indican cuanta influencia ha llegado a tener en los pueblos latinoamericanos el consumo de producciones de la industria cultural foránea, no solo en los vestuarios que se usan y en el consumo y producción de contenido, sino también en las gestualidades para representar estados de ánimo; en el corte, peinado, teñido de cabellos y en los maquillajes que se usan.

La exploración de los perfiles de Facebook de varias jóvenes permitió identificar que la presencia *étnica*, se encuentra visiblemente exteriorizada en el espacio público local y en el contexto familiar. Sin embargo, en el espacio virtual estos códigos son reestructurados, evidenciándose prácticas de sacralización de imágenes prototípicas de la representación femenina occidental.

En la actualidad, las transformaciones experimentadas en las mujeres indígenas responden a los cambios generacionales mediados por la influencia de los avances tecnológicos contemporáneos, y con ello, a los procesos constantes de modernización. Visto así, las prácticas de socialización a escala global entre culturas diversas, y lo que ello significa para los secto-

res indígenas que acceden a la tecnología con dichos propósitos, pudieran significar un detrimento en aspectos medulares de la identidad, como lo es la memoria histórico-cultural.

Pero también ha de reconocerse que el marcado y diverso posicionamiento de las mujeres indígenas en Facebook, tampoco puede verse ajeno a la influencia de ciertas tendencias arcaicas de exclusión, de las cuales han sido víctimas no pocos pueblos latinoamericanos. Quizás por ello, y como mecanismo de resistencia, rebeldía y objeción, estos espacios se convierten en plataformas oportunas para representarse y demostrar cuanta grandeza espiritual y cultural forma parte de la identidad de los pueblos originarios.

4. CONCLUSIONES

En la actualidad, tanto la identidad cultural como la representación social de los grupos étnicos que tienen acceso a la Internet, se encuentran sujetas a mediaciones diversas, esencialmente socioculturales y tecnológicas. Es así como el panorama de las relaciones cotidianas de los indígenas y campesinos de los pueblos latinoamericanos y caribeños ha empezado a cambiar, al producirse un fenómeno de globalización simbólica en múltiples direcciones.

La identidad de estos grupos se redefine cuando acceden a la tecnología para el establecimiento de relaciones interpersonales, grupales y sociales, y para la producción de contenido o informaciones de interés (privado y público). Es por ello, que las representaciones sociales del sector indígena estudiado, el femenino, vinculado al uso de Facebook, advierten nuevas interpretaciones y exteriorizaciones del contexto social y cultural al cual pertenecen.

La pertenencia de las mujeres a un sitio de red social, y en este caso Facebook, les posibilita representarse con seguridad, sin temores, con mayor independencia, con apego a sus intereses y satisfacción personal. Resulta más fácil poder expresarse a través de estos espacios que en el escenario físico. Asimismo, ello puede significar un riesgo para aquellas adolescentes y jóvenes que tienden a renegar sus patrones identitarios y su cultura ancestral.

Las mujeres en las redes sociales son vistas como sujetos activos en la toma de decisiones, tanto por lo referente al entorno familiar, como en los códigos que tipifican su contexto socio-cultural. Sin embargo, a pesar de que son espacios que generan interacciones deliberadas y posibilitan la adquisición de nuevos símbolos de reconocimiento y participación; el debate en torno a la violencia simbólica de género, con bases patriarcales de implicaciones negativas muy arraigadas y que aún predominan en estos contextos, quedan como campos abiertos para otras investigaciones sociales sobre espacios virtuales.

La representación social de las mujeres indígenas, constituye un proceso complejo de interpretaciones y proyecciones múltiples. Lo local es un aspecto que se encuentra profundamente determinado por las influencias de lo global.

De todos modos, también en sectores indígenas de Ecuador, como las mujeres adolescentes y jóvenes de la comunidad Salasaka, pueden visualizarse patrones histórico-culturales, tanto en la producción de contenido como en las imágenes que suben al perfil en Facebook. Aunque en detrimento, aún se divisan atributos simbólicos que dan cuenta del significado de la familia, la comunidad, el trabajo, la cultura local.

Constituyen los presupuestos teóricos de S. Moscovici (1981, 1984), Manuel Martín Serrano (1977, 2008), Jesús Martín Barbero (1987, 2012), Jesús Fuentes Navarro (2001) y Jesús Galindo Cáceres (2012), aportes necesarios para entender cómo se producen las representaciones sociales en los espacios de Internet que hospedan redes sociales.

Queda mucho por indagar en relación a este tema, tanto a escala internacional, como a nivel regional y local, considerándose que los procesos, prácticas y las formas de producción social por el recurso a la tecnología, otorga a ciencias como la comunicación, un escenario fructífero para su ensanchamiento epistemológico, con especial atención en categorías como: mediaciones, prácticas comunicativas, cibercultura y ciberidentidad, redefinición étnica y representación social.

Ello exige a las comunidades académicas contemporáneas la propuesta de enfoques epistemológicos pluridisciplinarios en los cuales se arribe a consensos teórico-metodológicos, que privilegien estos análisis e interpretaciones en contextos diversos.

REFERENCIAS

- AGUILAR, RODRÍGUEZ, Dariel. E & SAID, HUNG, Elías (2010). "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". Zona próxima, Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte, nº 12 enero-julio.
- ÁLVARO, J, L & FERNÁNDEZ, B (2006). "Representaciones sociales de la mujer". Athenea Digital, 9, Dirección: <http://antalya.uab.es/athenea/num9/alvaro.pdf> (Última consulta: 3 de julio de 2015).
- ARAYA, UMAÑA, Sandra (2002). "Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión". Cuaderno de Ciencias Sociales. Dirección: <http://www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/cuaderno127.pdf> (Última consulta: 3 de julio de 2015).

- BALCÁZAR, NAVA, P, GONZALEZ, ARRATIA, N & GURROLA, PEÑA M. Gloria (2010). Investigación cualitativa, Universidad Autónoma del Estado de México, 2ª.
- BANCHS, M. A (1990). Las representaciones sociales: sugerencias sobre una alternativa teórica y un rol posible para los psicólogos sociales en Latinoamérica. En Aportes críticos a la Psicología en América Latina. México: Editorial-Universidad de Guadalajara.
- BERGER, P. & LUCKMAN, T (1968, 1991). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- CARRILLO, V., JIMÉNEZ, M., & SÁNCHEZ, M (2012). La Influencia de Internet, en el contexto de los medios de comunicación, en la anorexia y la bulimia. Estudio Delphi a expertos relacionados con la salud. Comunicaciones.
- DÍAZ, DE SALAS S. Alfaro, MENDOZA, MARTÍNEZ, Manuel & PORRAS, MORALES, C. Margarita (2011). “Una guía para la elaboración de estudios de caso”. Razon y Palabra, número 75, febrero-abril.
- FUENTES, NAVARRO, Raúl (2001). Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de la Internet. Comunicación: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas, Guadalajara: Editorial Conexión Gráfica, S.A. de C. V.
- GALINDO, CÁCERES, Jesús (2012). Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Santa Fé, Argentina: Homosapiens Ediciones.
- GOFFMAN, E (2009). La presentación de la persona en la vida cotidiana. (2ed.). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Scolari Carlos, Hipermedios.
- GONZÁLEZ, J., y Hernández, Z (2003). Paradigmas Emergentes Y Métodos De Investigación en el Campo de la Orientación.
- HERNÁNDEZ, S, R, Carlos F. Collado y Pilar B. Lucio (2006). Metodología de la investigación. Cuarta Edición (s.p). México D.F: Iztapalapa.
- MARTIN, SERRANO, Manuel (1986). La Producción Social de la Comunicación. Madrid: Ed. Alianza S.A.
- María Raad, Ana (2004). “Comunidad Emocional, Comunidad Virtual: Estudio sobre las Relaciones Mediadas por Internet”. Revista MAD. No.10. Mayo 2004. Departamento de Antropología. Universidad de Chile. Dirección: <http://www.revistamad.uchile.cl/10/papero6.pdf>
- MORDUCHOWICZ, R (2012). Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en Internet, (p.10). Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- MOSCOVICI, S (1981). On social representation. En J.P. Forgas (Comp.). Social cognition. Perspectives in everyday life. Londres: Academic Press.

- MOSCOVICI, S (1984). The phenomenon of social representations. En R.M. Farr y S. Moscovici (Comps.). *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MUÑOZ, G (1998): *Identidades Culturales e Imaginarios colectivos*. Bogotá, Colombia. (U.N. Colombia, Ed.).
- PEQUEÑO, Andrea (2008). “Imágenes en disputa. Representaciones de mujeres indígenas ecuatorianas”. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 31, mayo, (pp. 164-166) Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Quito, Ecuador. Dirección: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=50903113> (Última consulta: 23 de octubre de 2016).
- PERERA, M (1999). *A propósito de las representaciones sociales: apuntes teóricos, trayectoria y actualidad*. Informe de investigación. La Habana: CIPS.
- PEREIRA, DE SÁ, Celso (1998). *A construção do objeto de pesquisa em Representações Sociais*. Rio de Janeiro: UERJ.
- PÉREZ, ALFONSO, Ibette (2008). “La teoría de las representaciones sociales”. Dirección: www.psicologia-online.com (Última consulta: 23 de octubre de 2016).
- PRIETO, Mercedes (2015). *Estado y colonialidad, mujeres y familias quichuas de la Sierra del Ecuador, 1925-1975*. Quito: Edición FLACSO.
- RUDOLPH, S (2003). “Engaging subjective know ledge: how Amar Singh’s diary narratives of and by the self-explain identity formation perspectives”. *Politice*, 1, pp. 681-694.
- STRYKER, S. & BURKE, P (2000). “The past, present and future of and identity theory”. *Social Psychology Quarterly*, 63, (pp. 284-297). Special Millennium Issue on the State of Sociological Social Psychology.
- SOSA, C, I. y & MOLINA, K, B (2009). “La pobreza y las representaciones sociales de las mujeres en sectores pobres”. *Margen*, Edición-Nº 56-diciembre, (p.1).
- TOURAINÉ, Alain (1997). *¿Podremos vivir juntos?: Iguales y diferentes*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica.
- VAYAS, RUIZ, Eliza & PORTAL MORENO, Rayza (2015). *Facebook y las nuevas representaciones sociales de las mujeres indígenas salasakas en Ecuador*. Congreso Internacional, Comunicación e integración Latinoamericana desde y para el Sur. Quito, Ecuador: CIESPAL.