



PUCP

ESCUELA DE POSGRADO

*Macho peruano que se respeta: un estudio sobre la
representación discursiva de la peruanidad
masculina en el espacio virtual*

Tesis para optar el grado de magíster en Lingüística

AUTOR

Roberto Francisco Brañez Medina

ASESORA

PhD. Michele Back

INTEGRANTES DEL JURADO

Michele Back

Claudia Crespo del Río

Virginia Zavala Cisneros

Lima, 2015

in thesi masculi Peruviani honesti dedicatio non scribenda est

Para Mari, la persona más valiente que conozco

Para quienes dijeron presente

TP-BR-OC-PS-ATM



AGRADECIMIENTOS ACADÉMICOS

Esta tesis ha sido posible, en primer lugar, gracias al paciente y constante apoyo de mi asesora Michele Back, para quien la distancia geográfica no significó un impedimento. A ella le agradezco el haberme provisto de bibliografía actualizada y sustancial para las distintas áreas de estudio que se involucran en esta investigación, principalmente en lo que concierne a la Comunicación Mediada por Computadoras (CMC), y el haberme guiado en las distintas etapas de elaboración de este documento.

Por otro lado, va también mi agradecimiento para mis dos informantes: Claudia Crespo del Río y Virginia Zavala Cisneros, cuyos comentarios a la primera versión de este trabajo sirvieron para identificar los puntos por mejorar.

Así también, quiero agradecer a Ernesto Cuba García, Micaela Giesecke Chero, Sisary Poémape Heredia y Andrea Tadeo Granda, quienes, en distintos momentos, me ayudaron con la búsqueda bibliográfica sobre la construcción del género y la interseccionalidad. También agradezco a María Eugenia Ulfe Young y Valeria Biffi Isla, cuyos cursos de Antropología Visual me permitieron entender mejor el análisis de la imagen y su importancia en las investigaciones en la CMC. Finalmente, envío un saludo especial para Pamela Espinoza Cieza, pues fue en una de tantas conversaciones donde surgió este tema que, finalmente, se traduce en mi tesis de maestría.

Índice

0. Introducción.....	1
1. Antecedentes: el estudio de la identidad en el ciberespacio peruano	4
2. Marco teórico: identidades discursivas.....	8
2.1 Construcción discursiva en el espacio virtual.....	9
2.2 Sobre la raza, el racismo y el blanqueamiento social	12
2.3 Sobre el género y la masculinidad	15
2.3 Sobre la interseccionalidad.....	16
3. El foticom: una propuesta metodológica para su estudio	18
3.1 Delimitando el corpus de análisis: recolección de foticomos	18
3.2 Analizando el foticom: el ACD y la economía de la imagen.....	22
4. Macho Peruano Que Se Respeta: entendiendo la dinámica de la web.....	27
4.1 El espacio de afinidad.....	27
4.2 El espacio de afinidad Macho Peruano Que Se Respeta.....	29
5. El macho peruano que se respeta en el ciberespacio	31
5.1 Macho peruano: emergente inferior masculino vs. blanco superior femenino	32
5.1.1 El macho peruano es culto.....	32
5.1.2 El macho peruano es político.....	35
5.1.3 El macho peruano es trabajador.....	39
5.1.4 El macho peruano es antirracista	43
5.1.5 El macho peruano es un cholo feo.....	47
5.1.6 El macho peruano es, por tanto, peruano.....	51
5.1.7 Y en tanto peruano es, por tanto, masculino.....	56
5.2 Que se respeta: la constitución del <i>princeso</i>	61
6. Reflexiones finales	65
7. Bibliografía.....	66

0. Introducción

No cabe duda de que uno de los inventos más revolucionarios de las últimas décadas es Internet. El despertar de las nuevas tecnologías no solo nos ha permitido encontrar nuevas formas mediadas de interacción social, sino que, en la medida en que el uso de estas se ha ido extendiendo más a lo largo del mundo, también ha surgido un creciente interés por esclarecer, desde una perspectiva académica, cómo funcionan estos espacios. Es así que surge la llamada área de la Comunicación Mediada por Computadoras (CMC), cuyos estudios se remontan a fines de los años 80 (véase *The Network Nation* de Hiltz y Turoff 1978).

Evidentemente, con el pasar de los años, las actualizaciones tecnológicas han generado el replanteo de distintas metodologías y la concepción misma del espacio virtual. En un primer momento, por ejemplo, Turkle (1987, 1997), a partir del estudio de las otrora muy populares salas de chat, nos presenta el ciberespacio como un territorio en el cual las personas pueden negociar su identidad a partir de sus deseos e intereses personales; así, nace la diferenciación entre una llamada *vida real* y una considerada *vida virtual*. Esta visión, que es, de hecho, ampliamente extendida en el imaginario popular, se opone a la conceptualización de Castells (2010), para quien establecer oposiciones como la anteriormente descrita resulta "absurdo y primitivo" (404). Para el autor, la llamada *realidad virtual* debe ser vista como una *virtualidad de lo real*. En términos sencillos, no existe tal oposición como virtual/real: aquello de lo que hoy somos testigos es de un espacio virtual tan real como la comunicación cara a cara, en donde las apariencias se vuelven experiencias (404).

Aunque al respecto se ha desarrollado un gran interés en distintas disciplinas alrededor del mundo, lo cierto es que en nuestro país todavía el estudio de la construcción de la identidad en el espacio virtual constituye un área de trabajo en etapa incipiente. El primero en explorar estos procesos fue Huber (2004), cuyo trabajo evidencia un interés inicial por la disciplina aunque aún muchos vacíos conceptuales y metodológicos. En el área de la Lingüística, resaltan los trabajos de Brañez (2012), Back y Zepeda (2013) y Wong (2014), mientras que en otras áreas se recogen los aportes de Salem (2012), Manrique (2013, 2014) y Villanueva (2015). Dependiendo de la disciplina en que se encamine una investigación, los enfoques conceptuales y la metodología de trabajo son variopintos.

Creo, sin embargo, que es necesario apostar por métodos interdisciplinarios de análisis, en la medida en que la complejidad multimodal de los escenarios virtuales nos motivan a no restringirnos solo a un enfoque. Vale citar el ejemplo de las investigaciones de Brañez (2012) y Salem (2012) sobre el fenómeno *amixer*: aunque ambas se desarrollaron en paralelo, la primera se

enmarca en la tradición lingüística y otorga un mayor peso al análisis discursivo de los comentarios hechos sobre las fotografías, mientras que la segunda sigue la tradición etnográfica de la Antropología Visual y centra su atención en el análisis discursivo propio de las imágenes mismas; si consideramos el carácter multimodal del espacio virtual –esto es, que en Internet la comunicación se da de múltiples modos, como el textual, el visual, etc.–, entonces caemos en la cuenta de que lo efectivo es buscar caminos que, contrario a lo que se ha venido realizando, busquen unificar las distintas disciplinas interesadas en la CMC.

Por ello, este estudio, aunque parte desde el área de la Lingüística, busca echar mano de metodología de análisis visual (Rose 2001; Poole 2002) con miras a contribuir con un enfoque interdisciplinario de estudio del ciberespacio. Concretamente, centraré mi atención en una página de *facebook* muy popular entre los años 2012-2014: Macho Peruano Que Se Respeta¹. Este *fanpage* adquirió gran notoriedad en nuestro país por sus innumerables publicaciones diarias, las cuales proponían la figura del sujeto *macho peruano que se respeta*, su contraparte, el *no macho peruano que se respeta*, y el denominado *princeso*, como un sujeto que aspira a "*desmachoperuanoqueserespetizarse*", a partir de características identitarias asociadas a su género y raza. En este lapso de tiempo, la web alcanzó su punto más alto superando los 200 mil seguidores y un promedio de 35 publicaciones diarias, cada una de las cuales con centenas de comentarios y, casi en su mayoría, con contenido visual.

Así, partiendo de un corpus de 245 entradas recogido entre el lunes 10 al domingo 16 de junio de 2013, almacenado y sistematizado, este estudio busca explicar cómo, a través del discurso entre los distintos participantes de Macho Peruano Que Se Respeta (esto es, administradores del portal y sus seguidores) se configura la identidad de este sujeto por la intersección de estereotipos culturales asociados a su masculinidad y origen racial. De esta forma, el estudio se inserta en la reciente corriente conocida como *sociolingüística interseccional* (Levon 2015), y concentra su atención tanto en el análisis de las imágenes distribuidas (que llamaremos *discursos visuales*) como en los comentarios que los participantes hacen sobre estas (que llamaremos *discursos escritos*). Para esto último, la investigación propone un marco metodológico que parte del tradicional cuadro del Análisis Crítico del Discurso (Fairclough 1992) integrado con el concepto de *economía de la imagen* (Poole 2002).

¹ En lo que viene, distinguiré entre las escrituras de Macho Peruano Que Se Respeta (con mayúsculas iniciales) para referirme a la página web materia de estudio y macho peruano que se respeta (con cursivas y todo en minúscula) para referirme al sujeto que se pretende analizar.

Por todo lo expuesto, esta investigación constituye un aporte significativo al quehacer académico lingüístico básicamente por tres motivos centrales. En primer lugar, continúa con la línea de investigación, desde este campo de estudio, inserta en el gran área de la Comunicación Mediada por Computadoras. Es importante que estos espacios sean focos de análisis pues, hoy por hoy, constituyen potenciales escenarios de interacción social, y por tanto el quehacer académico no debe hacer a un lado los distintos conflictos surgidos en estas plataformas.

En segundo lugar, me interesa proponer un marco metodológico de análisis que sirva de referencia para futuras investigaciones en el área. Dado que este suele ser un punto difícil de resolver en el estudio de escenarios virtuales, a partir de lo hecho en Brañez (2012), y tomando como base las consideraciones metodológicas hechas por Androustopoulos (2008), Androustopoulos (2013), Bolander y Locher (2014) y Herring (2004), presento en la sección metodológica una propuesta de recolección y sistematización de data virtual para hacer frente al análisis del *foticom*².

En tercer lugar, el trabajo busca aportar un estudio inicial a la nascente área de la *sociolingüística interseccional* (Levon 2015). El fenómeno del *macho peruano que se respeta*, como se verá, surge de la intersección de estereotipos culturales asociados tanto a la masculinidad del sujeto como a su atribuido origen racial, entendido este en términos de clase. En ese sentido, la investigación evidencia un vínculo permanente entre las valoraciones culturales de género y raza asociadas tanto al *macho peruano que se respeta*, el *no macho peruano que se respeta* y el *princeso*.

Este trabajo se organiza en seis secciones. En la primera parte, presentaré, de manera sucinta, los estudios realizados en el campo de la CMC en el Perú, centrándome básicamente en aquellos que describen los procesos de construcción discursiva de la identidad. La segunda parte corresponde al marco teórico, en el cual expondré, a partir de Bucholtz y Hall (2005) y Benwell y Stokoe (2006) los lineamientos básicos de la construcción de la identidad virtual, así como las bases teóricas sobre la raza (Gotkowitz 2011; Quijano 2010; Callirgos 1993; Cánepa 2007; Portocarrero 2010), el género (Butler 2007; Pike 1996) y la interseccionalidad (Creenshaw 1991; Levon 2015). En la tercera, expondré las herramientas metodológicas aplicadas para el análisis, presentando al *foticom* como una unidad de estudio con su correspondiente proceso de recolección y sistematización; así también, esbozaré los lineamientos básicos del ACD (Fairclough 1992) complementados con el análisis discursivo visual a partir de Poole (2000) y Rose (2001). La cuarta

² En términos sencillos, el *foticom* describe al conjunto de fotografía más comentarios. Más adelante, se explicará este término con profundidad.

sección parte del concepto de *espacio de afinidad* (Gee 2004) para luego presentar la dinámica de funcionamiento de Macho Peruano Que Se Respeta. Así, todo lo anterior me permite exponer el análisis en cuestión en la quinta parte de este trabajo, el cual presenta dos grandes divisiones: la primera mitad corresponde al análisis del *nosotros macho peruano que se respeta* a partir del análisis de una serie de fotocomes; en tanto, la segunda mitad centra la atención en la figura del denominado *princeso*, sujeto cuya identidad también se conforma por la intersección de estereotipos culturales de género y raza. Finalmente, en la última sección, expondré las reflexiones finales a las que esta investigación ha llegado.

1. Antecedentes: el estudio de la identidad en el ciberespacio peruano

Aunque el fenómeno del *macho peruano que se respeta* ha llamado fuertemente la atención, no se registran estudios dedicados a esclarecer la forma en que este sujeto es construido en el espacio virtual. Al respecto, solo se cuentan los artículos de divulgación de Castro (2013) y Faverón (2013); en ambos casos, se critica la premiación de Macho Peruano Que Se Respeta en el Social Day Perú 2013 como mejor *fanpage* de entretenimiento y como "la más votada". Fuera de ello, no se cuenta con bibliografía que aborde esta materia.

Las investigaciones centradas en explorar la construcción de la identidad, como hemos visto, se enmarcan en el paraguas de la CMC, y constituyen un área que ha generado el interés de distintos académicos a lo largo del mundo; entre las más populares que toman como escenario el *facebook*, se cuentan las investigaciones de Grasmuck, Martin y Zhao 2009; van Dijck 2012 y Bouvier 2012. Sin embargo, los trabajos dedicados al escenario peruano son aún escasos. Desde una perspectiva lingüística, resaltan el estudio sobre la identidad *amixer* (Brañez 2012) y el la construcción de las identidades en el *fanpage* Vergüenza Democrática (Wong 2014). En esta línea, esta investigación constituye la tercera entrega inserta en este gran marco del estudio de la identidad en la CMC. En otras disciplinas, contamos con los trabajos de Salem (2012) desde la Antropología Visual y Manrique (2013) desde la Sociología. Ambos estudios, al igual que Brañez (2012), se centran en la identidad *amixer*, aunque el enfoque varía dependiendo del área al que pertenecen. En lo que viene, presentaré brevemente un resumen de estos cuatro trabajos.

Como comentáramos, el estudio de Brañez (2012) representa la primera investigación en el campo de la CMC desde una perspectiva lingüística. Básicamente, la tesis postula que el personaje denominado *amixer*, a pesar de que en un inicio se describe como aquel que tiene "mala

ortografía”, es en realidad construido a partir de una serie de características identitarias más, que conjugan prejuicios asociados a su “raza” con su nivel socioeconómico, educativo, fenotípico y geográfico. La propuesta se basa en la noción de *racismo cultural* de De la Cadena (2004) para mostrar esta exclusión social recurrente en el espacio virtual, y asume que la construcción de la identidad en esta plataforma se da por un proceso de compensación de los elementos extralingüísticos propios de la interacción cara a cara (Benwell y Stokoe 2006); así también, se inscribe en el marco metodológico del Análisis Crítico del Discurso (ACD) (Fairclough 1992). Al final, se concluye que el *amixer* puede entenderse como un proceso de virtualización del *cholo*, apostando por la idea de que en el espacio virtual, en ausencia de un contexto sonoro visual, uno *recrea* su identidad a partir de las herramientas de las que dispone en la Web, en la que la ortografía adquiere un poder jerarquizador.

Por otro lado, el estudio de Wong (2014) tiene como objetivo desentrañar las estrategias discursivas a partir de las cuales, en el *fanpage* Vergüenza Democrática, se construye un discurso racista (Callirgos 1993; De la Cadena 2004) y contrarracista (Callirgos 1993) hacia los denominados *Nosotros "anti-Humala"* y *Otros "pro-Humala"*. Esta investigación parte de los mismos supuestos teóricos de Brañez (2012): concibe el escenario de análisis como un *espacio de afinidad* (Gee 2004), asume el marco metodológico del ACD (Fairclough 1992) y parte de los postulados sobre la identidad virtual de Benwell y Stokoe (2006). La investigación concluye que, lejos de ser un espacio óptimo para el ejercicio de la democracia (como lo postulan D'adamo, García y Freidenberg 2007, citados por Wong 2014), el espacio virtual se muestra como una plataforma que condiciona la libertad de pensamiento de los interactuantes: "los administradores de VD [Vergüenza Democrática] encaminan el debate y cómo este se plantea bajo condiciones que no son realmente democráticas" (Wong 2014: 71). Muestra, además, que en la interacción se crean divisiones sociales que construyen discursivamente la identidad de los participantes: en un primer momento, los denominados *anti-Humala* son posicionados como sujetos racistas; y en un segundo momento, se produce lo que Callirgos denomina *contrarracismo* (1993), pues estos mismos sujetos luego son calificados como "Ppkausas" (seguidores de Pedro Pablo Kuczynski, candidato asociado a la Derecha política), a su vez que se les representa como jóvenes "sin autoridad para participar en el quehacer político, además de [...] superficial e ingenuo [...], dependiente económicamente de sus padres [...], irreflexivo, acrítico [...] y de riqueza económica" (Wong 2014: 74).

Hasta el momento, solo estos dos trabajos se enmarcan en el estudio de la construcción de la identidad en el espacio virtual desde un enfoque lingüístico; ciertamente, se conoce de

investigaciones por publicar, mas, como comentase al inicio de esta sección, aún es un campo de trabajo incipiente. Sin duda, el término que más ha llamado la atención de los investigadores sociales es el de *amixer*, pues al estudio de Brañez (2012) se suman los de Salem (2012) y Manrique (2013).

El estudio de Verónica Salem sigue una tradición etnográfica clásica de la Antropología. La autora comenzó su investigación a mediados de 2010, cuando revisó por primera vez la página *hi5amixer.com*. Durante dos años, armó su rutina de ingresar a esta por las mañanas para familiarizarse con las prácticas “sociales y discursivas” (2012: 26) de este espacio. La narración de su tesis es particularmente distinta de la de Brañez, pues relata en forma de crónica su experiencia en el mundo virtual, en el “complejo y gigantesco *medio de medios*” (2012: 17) llamado *facebook*³. A diferencia de los dos estudios anteriores, Salem define su *campo* de trabajo como una “instancia de flujos que se organiza[n] alrededor de la conexión y no sobre la localización” (Adell 1998: 76, citado por Salem 2012: 20); esto es, concibe el escenario de trabajo como un mundo social de interacción *mediada*. En términos metodológicos, la investigación, como ya he presentado, sigue la rutina de la revisión diaria, la cual acompaña de la denominada “voz de los expertos” y de una aplicación elaborada exclusivamente para esta investigación, “Descubre tu lado amixer”. Con respecto a la organización, se reconocen dos partes: los *rasgos de marcación social* y los *rasgos de representación*. Los primeros dan cuenta de que el *amixer* es construido a partir de características históricas que lo sitúan como “un sujeto *bruto, ignorante, pobre, sucio, feo, delincuente, falto de cultura*” (2012: 67); por su parte, los *rasgos de representación* están asociados con las “marcas visuales ancladas” (2012: 72), es decir, con las características visuales recurrentemente asociadas al “amixer”: el lugar fotográfico, la exhibición pública, la “pose”, y las herramientas digitales de diseño y retoque. Finalmente, la autora concluye que, si bien el racismo que, se dice, sucede en la web es innegable, estos discursos han sido “también resistidos y subvertidos al interior de estos micro grupos, dificultando y problematizando que los rasgos de marcación social basados en diferencias fenotípicas se naturalicen” (2012: 83). En otras palabras, esta conclusión se distancia un poco de la de Brañez (2012) en la medida en que este no es claro en resaltar la batalla ideológica gestada en la web.

³ Así también, se añaden juicios personales a lo largo del trabajo: la autora confiesa su miedo constante de que la web algún día deje de existir en el ciberespacio, sus problemas en la comprensión del lenguaje y hábitos diarios de la web y su asombro cada vez que encontraba algo nuevo en esta.

Por su parte, el artículo de Manrique (2013), aunque como Brañez (2012) y Salem (2012) se centra en el estudio del fenómeno *amixer* en el espacio virtual, se dedica primordialmente a evidenciar la pervivencia de prácticas racistas en estos escenarios. La investigación parte de la realización de un grupo focal y el seguimiento de diversas páginas de *facebook*, y coincide, en varios puntos, con lo visto en los otros dos estudios relacionados, los cuales podríamos resumir en dos: (i) el *amixer* es un sujeto construido por el Otro y no una categoría autodefinida; (ii) y el racismo en el espacio virtual se pretende negar, pero finalmente aparece justificado a partir de estereotipos aparentemente lejanos.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar dos trabajos en esta lista. El primero pertenece a Huber (2004), y constituye una exploración inicial al estudio de la identidad en el espacio virtual situado en un caso peruano: la ciudad de Huamanga. El autor confronta hipótesis sobre las diferencias de lo virtual y lo real (véase las posturas antagónicas de Turkle 1997 frente a Castells 2010), y postula que estos nuevos escenarios han abierto paso a una transformación cultural, que se refleja en las diversas formas en que los usuarios de las redes sociales huamanguinos negocian su identidad: "Lo que, por ahora, más claramente se expresa en la cibercultura [...] es el divorcio entre la cultura y la territorialidad y la fragmentación de las identidades a nivel local" (2004: 69) sentencia el autor.

El segundo trabajo corresponde a Back y Zepeda (2013), una publicación extranjera que toma como foco de análisis el uso de la ortografía estándar y otras prácticas ortográficas alternativas por parte de los usuarios que interactúan en la plataforma virtual del sitio web de RPP Noticias. El texto es valioso porque, en primer lugar, parte de la polémica en torno a la relación entre la ortografía y el grado de educación generada a raíz de la publicación de los apuntes de la excongresista Hilaria Supa y, en segundo lugar, porque concluye que la ortografía es una herramienta de construcción de la identidad en el ciberespacio.

Todas estas investigaciones han procurado explicar las formas en que los usuarios de las redes sociales construyen su identidad. En líneas generales, considero que, tras este breve recorrido, podemos llegar a tres conclusiones: (i) en primer lugar, aunque el campo de la CMC se muestra como interdisciplinario, de momento –al menos en el caso peruano– no existen estudios que presenten un enfoque de este tipo; cada investigación se inscribe en las tradiciones propias de la disciplina a la que pertenece, de forma que no se evidencia un diálogo entre la Lingüística y la Antropología Visual, o la Sociología y esta última. (ii) La segunda conclusión se desprende de la

primera, y refiere las aún confusas metodologías de investigación: dado que cada estudio se fundamenta en sus propias prácticas, los procesos de delimitación de corpus, recolección y sistematización de data suponen aún un viaje caótico; en muchos casos, se recurre a la captura de pantalla para registrar la información⁴, pero este proceso representa dos grandes obstáculos: se imposibilita la selección de los textos insertos en ella como tales, y dificulta el establecimiento de filtros en la sistematización. (iii) Finalmente, a partir de lo visto en los dos puntos anteriores, podemos dar cuenta de la necesidad de un marco metodológico de carácter interdisciplinario que facilite el estudio de la identidad en el espacio virtual: el divorcio entre las disciplinas no permite entender este fenómeno a plenitud, pues, por ejemplo, mientras los estudios lingüísticos priorizan los discursos escritos por encima de los visuales, los de Antropología Visual superponen el análisis de estos últimos sobre los primeros. Por ello, esta investigación pretende contribuir a cubrir este espacio metodológico a partir de la integración de ambas tradiciones de estudio, tomando en cuenta el dinamismo propio de este escenario y las interacciones multimodales que surgen en él.

Así, estos trabajos constituyen, hoy por hoy, el común de las investigaciones centradas en explicar el fenómeno de la construcción de la identidad en el ciberespacio peruano. Cabe destacar que existen otros trabajos vinculados al estudio de Internet, como la tesis de doctorado sobre la incursión digital y la política pública de Villanueva (2015) o el artículo de Manrique (2012) sobre los "ppkausas" con conclusiones similares a las de Wong (2014). No obstante, son investigaciones cuyos enfoques se alejan de la línea descrita en esta sección. En lo que viene, presentaremos las principales herramientas teóricas que guiarán este estudio.

2. Marco teórico: identidades discursivas

Como he comentado en la introducción, el principal objetivo de esta investigación es presentar cómo, en la interacción entre los participantes de Macho Peruano Que Se Respeta, se construye discursivamente la identidad de este sujeto a partir de la intersección de las categorías de género y raza. En virtud de este objetivo, este marco busca, en primer lugar, sentar las bases a partir de las cuales se entiende la identidad como un proceso discursivo siguiendo los fundamentos expuestos por Bucholtz y Hall (2005) y tomando en cuenta las reflexiones hechas sobre la identidad virtual a partir de Castells (2010) y Benwell y Stokoe (2006). La segunda parte presenta, primero, un

⁴ El proceso de captura de pantalla (en inglés, *printscreen*) consiste en presionar la tecla con este mismo nombre en el teclado. Con ello, los investigadores toman una fotografía actual de lo que se muestra en la pantalla. Esta imagen es copiada en Paint y almacenada en el disco duro a modo de evidencia.

recorrido histórico sobre la concepción de la raza y el racismo a partir de Gotkowitz (2011) complementando con los fundamentos coloniales de Quijano (2000) y los conceptos de contrarracismo (Callirgos 1993), *emergente* (Cánepa 2007) y blanqueamiento social (Portocarrero 2010). Luego, tomando como base a Butler (2007), presentaré el género como una construcción discursiva condicionada culturalmente y el concepto de masculinidad basada en la clase de Pike (1996). Todo ello, pues, nos llevará al campo de la llamada *sociolingüística interseccional* de Levon (2015), quien integra la propuesta de Crenshaw (1991) al quehacer lingüístico.

2.1 Construcción discursiva en el espacio virtual

Aunque en el imaginario popular exista la creencia de que la identidad es un elemento innato al ser humano, lo cierto es que se trata de un fenómeno dinámico, que se construye y reconstruye discursivamente por un principio de oposición. Al respecto, Bucholtz y Hall (2005) nos presentan cinco fundamentos acerca de la construcción discursiva de la identidad: la *emergencia*, el *posicionamiento*, la *parcialidad*, la *indexicalidad* y la *relacionalidad*.

En primer lugar, la propuesta constructorista de la identidad asume a esta como un fenómeno que *emerge* a través del discurso: “La identidad es mejor vista como un producto emergente, en lugar de una fuente preexistente de prácticas lingüísticas y otras prácticas semióticas y, por tanto, como un fenómeno fundamentalmente social y cultural” [la traducción es mía] (Bucholtz y Hall 2005: 588). Así, pues, descartamos el carácter innato en la concepción de esta y asumimos una postura social-discursiva.

En segundo lugar, las autoras explican que, en la interacción, las personas asumimos distintos roles; siguiendo la línea no innatista, se entiende que estos son temporales, y varían dependiendo de las “orientaciones asumidas por los participantes” (2005: 291). En otras palabras, lo que refieren es que, constantemente, en la interacción, nos *posicionamos* de diferentes formas. Por ejemplo, en la interacción profesor-alumno, el primero se posiciona como un sujeto “educador” frente al segundo que lo hace como uno “educado”.

Estos dos primeros principios, en palabras de las autoras, constituyen la base ontológica de la identidad (2005: 593), pero es el tercer pilar el mecanismo más importante en el que esta se constituye como tal: la *indexicalidad*. En términos simples, nos referimos a los distintos procesos de asociación surgidos en distintos niveles lingüísticos por los que se establecen relaciones identitarias, sea (a) por “menciones evidentes de categorías y etiquetas”, (b) “implicaturas y

presuposiciones con respecto a la posición identitaria de uno mismo y de los otros", (c) "orientaciones evaluativas manifiestas y epistémicas tanto en el discurso como en la interacción y en los roles de los participantes" o (d) por "el uso de estructuras y sistemas lingüísticos que están ideológicamente asociados con personas y grupos específicos" [la traducción es mía] (2005: 594).

En cuarto lugar, asumimos la identidad como un fenómeno *relacional*. Esto quiere decir que, en simultáneo, la construcción de un *nosotros* implica la configuración de un *otros*. Se trata, pues, de un proceso de relaciones complementarias (2005: 598), de forma tal que resulta inviable analizar el proceso de construcción del sujeto *macho peruano que se respeta* sin considerar las relaciones que este establece con otros personajes surgidos en la interacción virtual. En concreto, la segunda parte del análisis centra su atención en la figura del denominado *princeso*, identidad cuya constitución parte también de la intersección entre estereotipos culturales asociados al género y raza y guarda una estrecha relación con la figura del *macho peruano que se respeta*.

Finalmente, entendemos la identidad como un fenómeno *parcial*: en virtud de la línea no innatista expuesta hasta el momento, se concluye que las características identitarias asociadas al sujeto discursivamente se negocian en la interacción, y no presentan un carácter permanente sino temporal, definido por el contexto y formado ideológicamente (2005: 605).

Debemos entender estos cinco principios como la base de la construcción discursiva de la identidad. En resumen, la propuesta se centra en entender esta última como un fenómeno dinámico que se construye en la interacción por un principio relacional. Esta investigación, no obstante, se enmarca en el amplio campo de la Comunicación Mediada por Computadoras (CMC), motivo por el que es imperativo discutir la noción de *identidad virtual*.

Como adelantara en la introducción, hoy en día la dicotomía *vida real-vida virtual* –en otros tiempos, válida para diferenciar los escenarios de interacción *online* "cara a cara" de los propios de la vida *offline* "computadora a computadora"– carece de sentido. Esta propuesta, que podemos reconocer en Turkle (1997) ha sido discutida tomando en cuenta la borrosa –en realidad, inexistente– línea que divide los mundos antes mencionados. Al respecto, Castells (2010) considera que mantener esta creencia implica considerar una "absurdamente primitiva noción de experiencia real 'decodificada' que nunca ha existido" (404). En palabras del autor, la *vida virtual* es tan real como la *vida real*, y aquello a lo que hace referencia la comunicación mediada por computadoras es a un sistema de comunicación que genera la *virtualidad real*.

Es un sistema en el que la realidad misma (esto es, la existencia material/simbólica de las personas) está enteramente capturada, completamente inmersa en un marco de imagen virtual, en el mundo del *make believe*, en el cual las apariencias no están solo en la pantalla por la que la experiencia es comunicada, sino que se convierten en experiencia misma. [la traducción es mía] (404)

En términos simples, lejos de entender el "mundo virtual" como un espacio que nos ofrece un conjunto infinito de posibilidades a partir de las cuales podemos construir una identidad según nuestros deseos y decisiones (Turkle 1997), las interacciones mediadas por computadoras deben ser vistas como nuevos medios "completamente inmersos en un marco de imagen virtual", en el que las personas socializan tal y como lo harían en contextos comunicativos presenciales.

De esta manera, siguiendo los lineamientos básicos de la construcción discursiva de la identidad, no ocurre que especialmente uno reconstruya de una forma distinta su identidad en la Web: esta última se construye y reconstruye constantemente, ciertamente. Lo que ocurre, siguiendo a Benwell y Stokoe (2006), es un *proceso de compensación*: ante la ausencia de determinados elementos paralingüísticos propios de la interacción cara-a-cara, los usuarios se valen de las herramientas propias del espacio virtual para recrear su identidad.

Benwell y Stokoe (2006: 257-264, a partir de Crystal (2001)) consideran seis dimensiones del lenguaje que, en este proceso de compensación, definen la comunicación mediada por computadoras: el *cambio de turno*, la *textualidad*, la *pragmática*, la *ortografía*, la *grafología* y el *léxico*. Sobre el primero, refieren la ausencia continua de conectores, el uso de *nicks* para marcar los turnos y la falta de relevancia local entre turnos adyacentes; sobre la *textualidad*, la posibilidad de reeditar un mensaje antes de su envío final, lo que supone, en determinados contextos, una planificación del discurso más amplia; sobre la *pragmática*, se rescata que el anonimato conduce a la burla de las máximas de cortesía, las cuales chocan con las de comunicación; también se rescata el uso de una *ortografía* no estándar, que de hecho en estos espacios sirve, muchas veces, como un instrumento para marcar jerarquías sociales (Brañez 2012; Niño-Murcia 2012; Back y Zepeda 2013); esta último también se acompaña por una *grafología* tampoco estándar, que recurre a emoticones, marcas de puntuación con un valor distinto, etc.; y a un *léxico* compuesto por acrónimos propios de estos espacios y neologismos.⁵

⁵ Dada la fecha de publicación, es comprensible que los autores no incluyan reflexiones sobre el rol de la imagen en este proceso compensatorio de construcción de la identidad virtual. A pesar de esto, para este análisis resulta importante considerar el uso de la imagen como un medio de compensación visual discursivo. En la exposición del marco metodológico, ahondaré más en este punto.

En resumen, la identidad es un fenómeno dinámico intersubjetivo que se negocia en la interacción, sea que esta tienda más a la comunicación cara-a-cara o esté mediada por ordenadores. Estas últimas plataformas, ciertamente, constituyen una *virtualidad real*, mas no escenarios de creación infinita, en los que los usuarios se valen de las herramientas de las que disponen en la Web para compensar la ausencia de los rasgos paralingüísticos. En lo que viene, revisaremos las nociones culturales de género y raza, así como la propuesta de la *interseccionalidad*, en tanto asumimos que no es posible disociar la una de la otra.

2.2 Sobre la raza, el racismo y el blanqueamiento social

El racismo es una práctica social que parte de la creencia en la existencia de las razas. Muchas veces, el entendimiento de estas últimas implica asumir, en un extremo científico, un enfoque biológico natural y, en el otro extremo, uno cultural. Sobre este punto, Gotkowitz (2011) nos presenta cuatro tendencias en un recorrido histórico, las cuales podemos clasificar como (i) racismo biológico o científico, (ii) racismo cultural, (iii) racismo biológico/cultural y (iv) racismo cultural-biológico.

El primer enfoque presupone la existencia natural de las razas, las cuales son entendidas como biológicas. En esta línea esencialista, el racismo se fundamenta en la creencia de la superioridad o inferioridad genética de una raza sobre otra (Callirgos 1993). En este extremo, señala Gotkowitz, siempre que esta creencia esté ausente, no existe lugar para hablar del racismo.

No obstante, una segunda línea de pensamiento nos presenta el racismo como una construcción cultural. Esto quiere decir que surge un proceso de *racialización de lo cultural* (De la Cadena 2004), de tal manera que esto último se erige como la base de una práctica y pensamiento racista (Gotkowitz 2011). Así, el racismo cultural puede entenderse como una forma de demarcar diferencias culturales en términos raciales.

El tercer enfoque busca unificar los dos anteriores, entendiendo que "la raza y la cultura están tan completamente interrelacionadas que es imposible diferenciar un racismo biológico de uno cultural" [la traducción es mía]⁶ (2011: 8). La autora sugiere que el primero, de hecho, ya contiene una carga cultural en su interior, de tal forma que, "por un lado, los entendimientos de la biología son culturalmente específicos y, por otro, la cultura es por sí misma vista como una fuerza biológica". De esta manera, el racismo presupone la creencia en razas determinadas tanto biológica

⁶ En adelante, todas las citas de Gotkowitz son traducciones mías.

como culturalmente. Por ello, esta postura puede entenderse como un racismo biológico/cultural, en donde ciertamente no se enfatiza ni uno ni el otro, sino que se entienden en el mismo nivel.

Finalmente, la cuarta corriente resulta de sus dos predecesoras, aunque asigna un mayor peso a la carga cultural que a la biológica. En palabras de Gotkowitz:

Hemos atestiguado una transformación histórica importante, que refiere que las diferencias intrínsecamente biológicas tienen mucho menos fuerza en el mundo de hoy. Estas referencias [biológicas] existen, pero ocupan los márgenes del discurso racial. En el siglo XXI, *la cultura es la figura dominante del racismo*; esta reposa en el centro de toda retórica y práctica racista. [Las cursivas son mías] (2011: 9)

Así, la propuesta final de Gotkowitz sugiere que, en la actualidad, el discurso racial envuelve, en mayor proporción, un contenido cultural. Esto, evidentemente, no niega el factor biológico atribuido a estas diferencias; de hecho, considera la autora, este aún se mantiene con fuerza, "sigue vivo", pero lo cultural adquiere un papel más medular. Por tal motivo, este último enfoque puede entenderse como un *racismo cultural-biológico*, en donde el énfasis se vierte más en el primer aspecto que en el segundo, todavía vivo.

Enfatizar la carga cultural en la concepción de la raza implica entender este término en una amplitud de manifestaciones que, aparentemente, se muestran lejanas al racismo pero que, sin embargo, terminan perpetuando jerarquías. En este caso particular, es importante entender cómo, por ejemplo, jerarquizaciones fundamentadas en el poder adquisitivo constituyen ciertamente manifestaciones de un racismo colonial. Al respecto, dice Quijano lo siguiente: "La clasificación *racial* de la población y la temprana asociación de las nuevas identidades raciales de los colonizados con las formas de control no pagado, no asalariado, del trabajo, desarrolló entre los europeos o blancos la específica percepción de que el trabajo pagado era privilegio de los *blancos*" (2000: 207). En otras palabras, las oposiciones *remunerado/no remunerado* o *puiente/no puente* surgen como versiones de un racismo que opone lo *europeo/no europeo*.

Estas manifestaciones del racismo se evidenciarán, con mayor notoriedad, en los análisis posteriores. Como se verá, en el imaginario popular, las atribuciones hechas al *otros no macho peruano que se respeta* asumen a este como un sujeto europeo. Curiosamente, entre las asociaciones hechas sobre este personaje, se predica el ser racista, ante lo cual los participantes responden con distintas ofensas. A esta reacción adoptada por parte de las víctimas hacia sus victimarios se le conoce como *contrarracismo* (Callirgos 1993), y consiste en volcar el repudio hacia el sujeto discriminador. Asumir que el hombre *blanco* es, en tanto blanco, racista constituye,

claro está, también una forma de naturalizar una creencia fundamentada en su *raza* y, en consecuencia, de perpetuar el racismo. Nos referimos, pues, a dos grupos claramente marcados: un *nosotros macho peruano que se respeta* y un *otros no macho peruano que se respeta* construido sobre la base de jerarquías culturales naturalizadas, en las que el dinero, el trabajo y la masculinidad son el *sine qua non* que distingue a ambos conjuntos.

Como veremos, la narrativa del *macho peruano que se respeta* guarda estrecha relación con la figura del peruano perseverante y trabajador, que ha luchado *desde abajo* para crecer y lograr el éxito. En términos de Cánepa (2007), nos referimos al denominado *cholo emergente* enunciado desde el discurso del limeño⁷: aquel "de origen migrante que ha logrado consolidarse como clase media, con capacidad de consumo y aspiración a la profesionalización" (36). En esta conceptualización, señala la autora, surge, no obstante, un discurso contradictorio enunciado desde Lima: el *cholo emergente* es concebido como parte del *nosotros limeño* (discurso de inclusión social), pero en tanto es visto como inmigrante es también asociado al *otros no limeño* (discurso de exclusión social). Resulta interesante comprobar, pues, que la identidad del *macho peruano que se respeta*, en este espacio de afinidad, se enuncia a través de un *nosotros*; es decir, por medio de las constantes publicaciones, como veremos, los administradores y usuarios autoconstruyen su identidad tomando como base la conceptualización del *cholo emergente* vista como la otredad desde el discurso limeño.

No obstante, esta interpretación de la realidad implica una estratificación que sitúa al *nosotros* por debajo del *otros*, al que eventualmente el *macho peruano que se respeta* puede aspirar. A este proceso, Portocarrero (2010) lo denomina *utopía del blanqueamiento*: "Una promesa de reconocimiento que alienta una estrategia basada en el esfuerzo y la perseverancia. En concreto, en el caso de la América colonial esta promesa anuncia que los indígenas, en el transcurso de tres generaciones, podrían tener descendientes perfectamente blancos. [...] Implica entonces una transacción entre dos sistemas de estratificación social" (168). En otras palabras, se trata de una promesa de posible apertura al progreso social, que "*reconcilia la tensión entre la inmovilidad de la adscripción racial y la fluidez de la estratificación basada en el trabajo y el dinero*" [las cursivas son mías] (169). El "deseo de ser blanco", entonces, se convierte en un anhelo que implica la adscripción a un *otros* de mayor estatus y la desafiliación de un *nosotros* inferior; teñirse el cabello

⁷ La autora es clara en señalar la importancia de identificar de qué lugar y cuál es la voz que enuncia la narrativa del *cholo emergente*, pues el discurso del limeño tradicional no siempre coincide con el del inmigrante que llega a la ciudad.

o el gasto excesivo en prendas de lujo, señala Portocarrero, son algunas estrategias para *volverse blanco*.

Ahora bien, en el análisis comprobaremos que este proceso de blanqueamiento social al cual –según he comentado– el *macho peruano que se respeta* puede eventualmente aspirar tiene una implicancia que lo limita: lo blanco es visto como femenino, y, por ende, riesgoso para el mantenimiento de la identidad de *macho peruano que se respeta*. En este discurso, quien intenta blanquearse pierde masculinidad, y se convierte en lo que se interpreta como *princeso*. Así, pues, comprobamos que la configuración de la identidad del *macho peruano que se respeta* no solo nos exige la exposición teórica de la raza, el racismo y el blanqueamiento social, sino también la reflexión sobre el *género* y la *masculinidad*, puntos sobre los cuales discutiremos en la siguiente sección.

2.3 Sobre el género y la masculinidad

En un exhaustivo capítulo de *El género en disputa*, Judith Butler discute la concepción del género tomando como base los trabajos de Beauvoir, Irigaray y Wittig. Al respecto, la autora comenta que los debates se centran en determinar la localidad y el significado del "sujeto", el "género" y demás conceptos que de este debate se desprenden, tales como "sexo", "hombre", "mujer", etc. (2007: 63). Desde ya, descartamos cualquier postura esencialista que promueva la autodeterminación del género en función del *cuerpo*. Antes bien, asumimos el carácter dinámico del primero como un conjunto de posibilidades culturalmente delimitadas (2007: 58-59). Finalmente, para Butler el "ser" del género es *un efecto*, surgido por factores políticos que lo han condicionado como un "deber ser":

Afirmar que el género está construido no significa que sea ilusorio o artificial, entendiendo estos términos dentro de una relación binaria que opone lo "real" y lo "auténtico". Como una genealogía de la ontología del género, esta explicación tiene como objeto entender la producción discursiva que hace aceptable esa relación binaria y demostrar que algunas configuraciones culturales del género ocupan el lugar de "lo real" y refuerzan e incrementan su hegemonía a través de esa feliz autonaturalización. (2007: 97).

Así, la postura de Butler hace énfasis en que el género también puede entenderse como una construcción discursiva. En la actualidad, sin embargo, existen ciertos discursos que gozan de hegemonía y han posicionado ciertas categorías –entiéndanse las dicotomías "hombre"/"mujer"

emparentadas con las de "masculino"/"femenino" —, como *lo natural* y han relegado al campo de *lo artificial* a todo aquello que no se rige bajo esa perspectiva.

Así, pues, queda claro que el espectro de posibilidades de género no se reduce simplemente a "lo masculino" en oposición a "lo femenino". Por el contrario, como comprobaremos en el análisis de *Macho Peruano Que Se Respeta*, el género implica una lucha de poderes por imponer una forma particular de *masculinidad*, concepto que se intersecta con las nociones de raza y de clase. Sobre este punto, Pike (1996) considera que "las masculinidades basadas en la clase proveen a los hombres de diferentes mecanismos de poder interpersonal que, cuando son practicados, reconstituyen y validan las masculinidades dominantes y subordinadas" [la traducción es mía] (528). De esta manera, en la vida diaria, prosigue la autora, se actualizan múltiples masculinidades y feminidades, siempre que estos conceptos mantienen una relación de interdependencia con la raza y la clase (531).

2.3 Sobre la interseccionalidad

Hablar de la raza por un lado y del género por otro, ciertamente, implica caer en divisiones que promueven una separación irreal entre la una y la otra. En el imaginario popular, las identidades de género son racializadas, y las identidades raciales son generizadas. Esto último se enmarca en el concepto de *interseccionalidad* (Crenshaw (1991), relevante para entender la construcción de la identidad del *macho peruano que se respeta*.

El término surge en 1989 en el ámbito del Derecho por la investigadora norteamericana especializada en leyes Kimberlé Crenshaw. Originalmente, surgió por la necesidad de describir las prácticas de discriminación de las que eran víctimas las mujeres negras. En ocasiones, el rechazo hacia ellas se motivaba en formas similares a las que experimentaban los individuos negros, por lo que en su defensa se argumentaba con base en las leyes sancionadoras de la discriminación basada en la raza. Pero, en otras oportunidades, la discriminación era análoga a la vivida por otras mujeres, por lo que la defensa descansaba en las leyes sancionadoras de la discriminación basada en el sexo. Sin embargo, existían otras circunstancias en las que la discriminación de la que eran víctimas atendía a su identidad de *mujeres negras*, no tomando en cuenta la sumatoria de ser mujeres y ser negras, sino atendiendo al resultado de esta intersección, y, en este punto, ciertamente, las leyes proteccionistas presentaban grandes vacíos. Es así que surge la interseccionalidad como una propuesta teórica que implica que "tanto nuestro entendimiento propio e interno del *yo* como los

tipos de acceso, oportunidad y trato que recibimos son el producto de múltiples sistemas sociales de clasificación que se intersectan" [la traducción es mía] (Levon 2015: 297).

Como hemos visto, la propuesta surge en el ámbito del Derecho, pero, dado que el término es ciertamente crucial para el entendimiento de distintos fenómenos sociales, se ha trasladado y adaptado a otras disciplinas centradas en estos estudios académicos. Así, en la actualidad existen diversas posturas al respecto. Para este análisis, me inscribiré en lo que Levon (2015) denomina *sociolingüística interseccional*. Para entender este concepto, partiré por los tres principios básicos que reconoce el autor en este término⁸:

(i) *la experiencia vivida es, en el fondo, interseccional por naturaleza*. Este primer principio conserva la esencia de la propuesta de Crenshaw (1991), y refiere que lo interseccional ha de constituir el centro de nuestro análisis.

(ii) *las intersecciones son dinámicas*. Es decir, no puede sostenerse que existan patrones universales para entender las relaciones interseccionales entre el género y la raza; en tanto estos constituyen configuraciones culturalmente determinadas, las intersecciones varían dependiendo de cómo en una sociedad estos dos aspectos sean entendidos.

(iii) *estas categorías dinámicas no solo se intersectan, sino también se constituyen mutuamente la una a la otra*. En otras palabras, el estudio de las categorías en cuestión no debe aislarse; el significado que estas adquieren depende obligatoriamente de la interdependencia que mantienen con las otras categorías.⁹

Así, sobre la base de estos pilares, reposa lo que Levon denomina *sociolingüística interseccional*. La propuesta radica en dar cuenta de cómo determinadas prácticas lingüísticas asociadas a una categoría –por ejemplo, la racial– son empleadas para constituir otras –como el género– (301). Enseguida, el autor muestra la aplicación de su propuesta a partir de los estudios de Campbell-Kibler (2011, citado por Levon 2015: 302) y de Podesva (2011, citado por Levon 2015: 302), enfocados, el primero, en la percepción de sonidos en el inglés (variante [iŋ] y/-s/ frontal) como propios de los *gays competentes* y, el segundo, en la producción estilística de una estructura (la alternancia vocálica californiana) vista como *gay californiana*.

⁸ Véase Levon (2015: 297-298). Las cursivas corresponden a traducciones literales mías de las palabras del autor.

⁹ En este punto, cabe indicar que la propuesta de la *sociolingüística interseccional* marca distancias con la propuesta variacionista del lenguaje. Estos últimos estudios de corte cuantitativo prestan mayor atención a la *interacción* entre las distintas categorías, en lugar de la *intersección*.

Esta investigación se inscribe en el marco de la *sociolingüística interseccional*, pues buscará definir cómo la constitución, en primer orden, del sujeto *macho peruano que se respeta* y –por el principio relacional de la construcción discursiva de la identidad–, en segundo orden, del denominado *princeso*, surge por la intersección entre las categorías de género y de raza. Como veremos, se trata de un concepto masculinizado de la peruanidad, que reposa en los estereotipos culturales definidos socialmente.

Lo visto en esta sección corresponde con los aspectos teóricos necesarios para entender la configuración de las identidades materia de análisis. El estudio del *macho peruano que se respeta*, como se verá, está organizado en seis instancias, pero ello no debe sugerir la independencia en su conceptualización. En lo que viene, presentaré las principales herramientas metodológicas adoptadas para la investigación.

3. El foticom: una propuesta metodológica para su estudio

Para quienes nos adentramos en el estudio del espacio virtual, la metodología de trabajo supone ciertas complicaciones dada la naturaleza dinámica de este escenario. Sin embargo, sobre la base de lo hecho en Brañez (2012), he buscado optimizar las herramientas metodológicas para la presente investigación. En la primera parte de esta sección, me centraré en describir el proceso de delimitación de corpus adoptado en este trabajo. Luego, esbozaré una propuesta de marco que interrelaciona el Análisis Crítico del Discurso (Fairclough 1992) y el análisis de la imagen (Rose 2001; Poole 2000).

3.1 Delimitando el corpus de análisis: recolección de foticomos

La delimitación de corpus por analizar es, para toda investigación hecha en/sobre entornos virtuales, un punto de discusión interesante. Kozinets (2010) sugiere el término *netnography* para hablar de un trabajo etnográfico virtual; ello, sin embargo, ha recibido ciertas críticas por parte de la comunidad académica (básicamente en Antropología) por la carga de “trabajo de campo *real*” asociada al término “etnografía”. Esta última es cardinalmente entendida como la inserción del investigador-participante en el lugar de investigación; este, se entiende, participa activamente de la comunidad a través de una interacción directa (Kozinets 2010). El trabajo en medios virtuales, no obstante, no siempre presenta estas características, y es por esa razón que referir a investigaciones

de este corte como “etnografías virtuales”, “netnografías” o similares resulta, por lo menos, riesgoso y conflictivo.

Esta investigación me ha permitido elaborar un *sistema de sistematización de data virtual* cuyos principios básicos reposan en la noción de *foticom* propuesta en Brañez (2012). Este último resulta útil para describir a la combinación de una fotografía y los comentarios hechos sobre esta por los usuarios de la web (22). Existe, sin embargo, un criterio que motiva el replanteo del proceso de recolección de foticomos por analizar: el alto índice de interacción en la página Macho Peruano Que se Respeta. Con arriba de 170 mil seguidores, la página publicaba un promedio de 35 veces al día, y los comentarios hechos por los usuarios podían fácilmente sobrepasar los cien o doscientos, con contenido diverso: simples risas, etiquetas a terceras personas, comentarios a la publicación, respuestas a quienes comentan, etc. Ante esta situación, la selección de corpus por analizar atravesó tres etapas clave: (i) registro, (ii) filtración inicial y sistematización (iii) definición final del corpus.

(i) registro

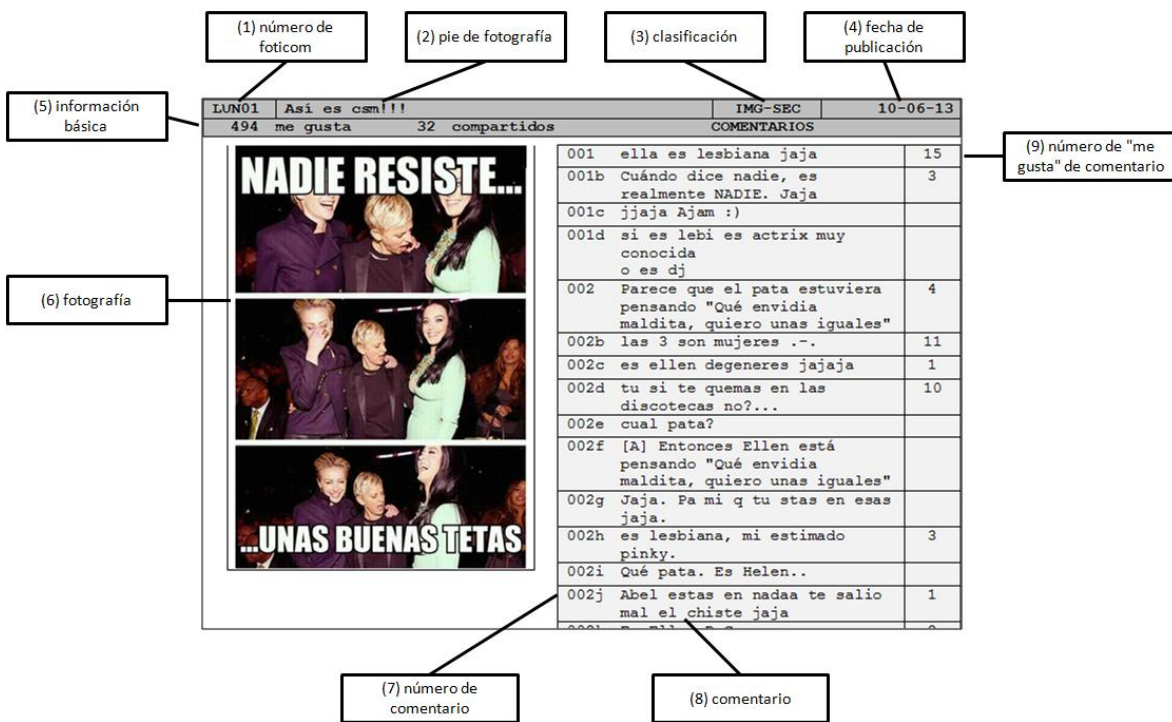
La primera instancia corresponde al registro del corpus virtual. El 20 de junio de 2013, fueron guardadas en computadora las publicaciones hechas del lunes 10 al domingo 16 de junio de 2013. La ventaja de seleccionar publicaciones pasadas está en que, al no ser precisamente entradas recientes, el nivel de interacción en ellas es prácticamente nulo, y en un entorno de interacción constante como el virtual, analizar un corpus “vivo” es similar a analizar una conversación en pleno proceso de realización. Durante el registro, hubo cuidado de recoger el 100% de las publicaciones: estas fueron expandidas en su totalidad para registrar absolutamente todos los comentarios; no obstante, existen ciertos vacíos (poquísimos, ciertamente) ahora irrecuperables. Toda la data fue guardada siguiendo las opciones del navegador Google Chrome.

(ii) filtración inicial y sistematización

Ciertamente, estos dos procesos fueron actividades realizadas en paralelo. Ya antes he mencionado que los comentarios a las publicaciones eran, en muchos casos, numerosos y que entre ellos encontramos una extensa variedad; muchos, a ciencia cierta, resultan intrascendentes para el propósito de la investigación, y lejos de enriquecer el análisis podrían terminar por estropearlo o

entorpecerlo¹⁰. Esta segunda etapa, por tanto, puede traducirse como el limpiado del corpus para su posterior análisis. Para esta investigación, he considerado los comentarios que generan discusiones en torno a las imágenes subidas por los administradores.

La data considerada relevante para la investigación fue sistematizada en tablas de Word. El formato de estas fue preparado especialmente para este trabajo, y me ha permitido leer de manera más sencilla el corpus de análisis. A continuación, presento las características del formato indicando en ella los distintos valores reconocibles:



(1) número de foticom: cada foticom está numerado siguiendo la fórmula DÍA + XX, donde XX sigue el orden cronológico de aparición de la fotografía el día indicado. Así, la publicación LUN01 refiere a la publicación número 01 del día lunes; la MAR02, a la segunda del martes; etc.

¹⁰ Es necesario mencionar que hablamos de entorpecimiento siguiendo los objetivos de la investigación. Claro está que dependiendo de cuál sea el motivo del análisis, un determinado tipo de comentarios puede resultar valioso o no: por ejemplo, el etiquetar a una tercera persona en un comentario puede ser data interesante para analizar la intertextualidad en el interior de los comentarios, pero si se busca estudiar la antroponimia de los *nicknames* de una comunidad, difícilmente lo sea.

- (2) pie de fotografía: en cada publicación, el administrador agrega un comentario personal al pie de la imagen. Cuando este es de una extensión relativamente extensa, se agrega el comentario al pie de la fotografía.
- (3) clasificación: este criterio ha servido para distinguir la data en función de a qué tipo pertenecía cada foticom; guarda correspondencia con la organización final del análisis.
- (4) fecha de publicación: hace referencia exacta a la fecha de publicación de la entrada.
- (5) información básica: esta está conformada por el número de *me gusta* alcanzados por la publicación y las veces que ha sido compartida por los usuarios.¹¹ Esta información ha de servir de índice del nivel de aceptación de la publicación por parte de la comunidad virtual.
- (6) fotografía: aunque comúnmente esta hace referencia a la imagen subida por el administrador, eventualmente puede tratarse de un estado, vídeo, link u otro.
- (7) número de comentario: los comentarios siguen una numeración que parte del 1. Cuando se formulan cadenas, se agrega la letra a al primer comentario y las sucesivas letras del alfabeto. Sirva el siguiente caso a modo de ejemplificación: en él, el usuario 1a ha comentado «ella es lesbiana jaja», y los comentarios 1b-1d constituyen réplicas al primero.¹²

- 1a ella es lesbiana jaja
- 1b Cuándo dice nadie, es realmente NADIE. jaja
- 1c jjaja Ajam :)
- 1d si es lesbi es actrix muy conocida o es dj
- ...

El número de comentario sirve también para mantener el anonimato de los usuarios participantes. En ocasiones, se generan conversaciones entre los usuarios; en estas, el número de primera intervención vale para posteriores referencias. Veamos un ejemplo:

- 9a Jajajajaja buena Xd
- 9b y las bebes xD

¹¹ No se ha considerado el número de comentarios por dos motivos esenciales: en primer lugar, porque los números de *me gusta* y *compartir* ya son *per se* indicadores del nivel de acogida de la publicación; y, en segundo lugar, por tratarse de información irrecuperable.

¹² Es relevante comentar que estos comentarios hechos sobre otros no siempre constituyen respuestas. En el citado caso, por ejemplo, podemos inferir que 1c y 1d sí lo son, pero 1b hace referencia, ciertamente, al pie de fotografía puesto por el administrador. Esto es usual en el espacio virtual.

9c[a] Maduras mierda
 9d[b] y las gordas tambien , si seeee xD

...

Así, por ejemplo, sabemos que quien comenta en 9c es el mismo usuario que lo hace en 9a; y que la persona de 9d es la misma de 9b.

- (8) comentario: se ha respetado la ortografía original del comentario dado que esta es un factor importante a través del cual se construye la identidad en el espacio virtual.¹³
- (9) número de *me gusta* de comentario: finalmente, se indica el número de *me gusta* alcanzado por cada comentario en particular siempre que este tenga, al menos, uno. Conviene comentar que la página, por *default*, coloca los comentarios con más *me gusta* al inicio. Es por ello que comúnmente las primeras son las que registran el más alto índice de *likes*.

Todo lo anterior me permitió tener un primer filtro para la *data* por analizar. En muchas oportunidades, fue vital esta etapa, pues data que supera los cien o doscientos comentarios resulta inmanejable. A la presentación de este trabajo, adjunto una bitácora general del corpus organizado por días; en esta se incluyen los links originales, aunque lamentablemente, luego del cierre de la web, estos quedaron desvinculados.

(iii) definición final del corpus

La tercera y última etapa constituye la definición final del corpus de trabajo. Ya con la data limpia y ordenada, seleccioné qué publicaciones del universo total iban a conformar el corpus final. Todo el corpus ha sido impreso y organizado para un análisis más práctico. En esta entrega mostraré data perteneciente a esta selección.

3.2 Analizando el foticom: el ACD y la economía de la imagen

En un artículo introductorio del análisis del discurso mediado por computadoras, Herring hace la siguiente precisión sobre las metodologías por adoptar en el trabajo de corpus virtual: “Los métodos analíticos en el ADMC [Análisis del Discurso Mediado por Computadoras] son tomados del análisis del discurso y otros paradigmas relacionados al lenguaje, adaptados para centrarse en las propiedades de la comunicación mediada por computadoras. En principio, prácticamente

¹³ Véase Brañez (2012).

cualquier método relacionado al lenguaje podría ser adaptado” [la traducción es mía] (2004: 16). Luego, Herring enlista al Análisis Crítico del Discurso (ACD) de Fairclough (1992) como uno de los paradigmas por ser tomados en cuenta para las investigaciones. En efecto, es válido aplicar este marco de trabajo para estudiar lo que ocurre en estas plataformas virtuales; ya en Brañez (2012) y Wong (2014) hemos visto la factibilidad de aplicar las herramientas al estudio de la construcción discursiva de la identidad “amixer” y de los “ppkausas”.

Así, pues, en esta investigación seguiré esta línea de trabajo, pero complementándola con herramientas propias del análisis discursivo visual. Me interesa, por tanto, complementar el marco del ACD con la noción de *economía visual* de Deborah Poole (2002) y las estrategias de análisis del discurso visual de Rose (2001). La justificación de esta unificación es sencilla: en el proceso de construcción de la identidad del sujeto *macho peruano que se respeta* y del denominado *princeso*, los discursos surgidos en la Web son multimodales; si solo estudiamos los comentarios hechos por los usuarios, dejamos de lado el enfoque de aquello que motiva a estos: las imágenes en cuestión; y viceversa, si solo estudiamos las imágenes, mas no atendemos a cómo estas son consumidas, el estudio resulta también incompleto. Como presenta Rose, las imágenes son discursos, o mejor dicho, son construcciones discursivas de la realidad (2001); en ese sentido, pueden ser vistas como los discursos orales o escritos. En lo que viene, presentaré brevemente los lineamientos generales del marco del ACD, el concepto de *economía visual* y cómo estos pueden complementarse para un estudio más completo de lo ocuriente en estos espacios de afinidad.

La propuesta del ACD de Fairclough (1992) parte de una premisa básica: a través de lo que decimos y de la forma como decimos lo que decimos, construimos constantemente la realidad, y estas representaciones, a su vez, condicionan los discursos particulares. Así, en tanto asumimos a esta como una construcción discursiva, consideramos que el estudio de las representaciones sociales debe partir del análisis microdiscursivo. Es por ello que es necesario reconocer el análisis crítico del discurso en tres niveles: como *textos*, como *prácticas discursivas* y como *prácticas sociales*.

El primer nivel del análisis hace referencia a la concepción del discurso a partir de las características formales que reconocemos en él. Fairclough enlista básicamente cuatro elementos: el *vocabulario*, la *gramática*, la *cohesión* y la *estructura textual* (1992). A lo que este autor se refiere es que debemos prestar atención, en un nivel de análisis microdiscursivo, a los términos empleados en

el discurso, a cómo las unidades léxicas se combinan entre sí, los medios de interconexión de las cláusulas (frases u oraciones) y a cómo estos discursos surgen en contextos más amplios.

En una segunda instancia, debemos reconocer que estos discursos no son construcciones aisladas y únicas, sino que pertenecen a un determinado género que condiciona su proceso de *producción, distribución y consumo*. Por ejemplo, para el estudio de la página Macho Peruano Que Se Respeta, entendemos que, de inicio, se trata de una página de *facebook*, a la cual pueden acceder personas de distintas partes del mundo, aunque su público objetivo sea inicialmente el “peruano”. Para mayores detalles de la confección del discurso como *práctica discursiva*, véase el capítulo cuarto de esta investigación.

Y así, tomando en cuenta las características microdiscursivas del discurso (como *texto*) y el proceso de producción, distribución y consumo al que este es asociado (como *práctica discursiva*), reconocemos que lo que las personas dicen respecto del sujeto *macho peruano que se respeta* en la interacción construye una representación de este en nuestra sociedad. Es así que los discursos, finalmente, se conciben como *prácticas sociales*. Estos, dice Fairclough, “reproducen, reestructuran y desafían los órdenes sociales existentes” [la traducción es mía] (1992: 95). De esta manera, vemos que, de forma más o menos consciente, a través de lo que decimos y de la forma como decimos lo que decimos, se actualizan configuraciones sociales que gozan de hegemonía en la sociedad, al punto que, muchas veces, se naturalizan, *id est*, son vistas como “lo normal”; y así también, podemos encontrarnos con discursos que pretenden desafiar estos órdenes sociales establecidos.

Estas tres dimensiones del discurso, ciertamente, corresponden a tres niveles de análisis por tomar en cuenta, mas no se encuentran una aislada de la otra. Así también, Fairclough (*apud* Halliday 1968) distingue dos elementales metafunciones del lenguaje: la *metafunción representacional* y la *interpersonal*; en conjunto, a lo que estas refieren es que a través del discurso se representa la realidad, y así construimos nuestras identidades, el *nosotros*, en paralelo a la representación del *otros*.

Hasta aquí, he querido resumir el marco de trabajo del ACD, mas habrase notado que el concepto de *discurso* asumido contempla las producciones orales y escritas; no se presenta el rol de la imagen en el proceso de construcción de la realidad. En el espacio virtual, incluso más que antes, prescindir de la imagen resulta perjudicial, pues, hoy por hoy, incluso podemos tener una conversación al 100% compuesta por imágenes. ¿Es posible asociar el marco del ACD con el análisis visual? En efecto, lo es; de hecho, es necesario.

En su trabajo sobre las representaciones visuales del mundo andino, Deborah Poole nos presenta la *economía visual* como un concepto “más útil para pensar en las imágenes visuales como parte de una comprensión integral de las personas, las ideas y los objetos” (2000: 5). Más adelante, la autora distingue tres niveles de organización de esta referida economía: (i) producción, (ii) circulación y (iii) consumo/posesión. Sobre la primera instancia, dice Poole, atendemos a quiénes *producen* estos discursos visuales, tanto en términos de individuos como de tecnologías. En el caso puntual de Macho Peruano Que Se Respeta, ciertamente, es difícil identificar a los productores de las imágenes: en su mayoría son anónimos; solo en ocasiones estas cargan consigo la firma del creador: algún usuario al que se le reconoce el aporte u otras páginas (como *somecards*).

El segundo nivel hace énfasis en la *circulación de las imágenes-objeto visuales*. En este punto, es importante rescatar que, en la estudiada web, el número de personas interactuantes superaba las 170 mil, lo que torna complejo el sistema de circulación: una vez que el producto es publicado, este circula indefinidamente en tiempo y espacio, pues la publicación permanecerá visible para cuando se desee revisar, a menos, claro está, como sucedió, que esta sea eliminada. Aún así, el alcance de la circulación en el espacio virtual es amplio.

Finalmente, el tercer nivel refiere al proceso de *consumo-producción* de las imágenes circuladas. Como precisa Poole, la segunda instancia se superpone a esta tercera fase, y se vincula con “los sistemas culturales y discursivos a través de los cuales las imágenes gráficas se aprecian, se interpretan, y se les asigna valor histórico, científico y estético” (2000: 8). Entendiendo mejor a Poole, debemos atender a cómo estas imágenes “adquieren valor” (2000: 8) para el público receptor, *id est*, los usuarios participantes de Macho Peruano Que Se Respeta.

Asumimos, pues, que las imágenes son discursos, y como tales son formas de representar la realidad: *sicut dicit* Poole, personas, ideas, objetos. Nótese ahora, luego de la exposición del marco del ACD de Fairclough (1992) y de la definición de *economía visual* de Poole (2000), dos puntos en común que encontramos entre ambas propuestas: (i) los procesos de producción y circulación de esta última guardan una estrecha relación con la concepción del discurso como práctica discursiva del ACD; (ii) y el nivel del consumo nos habla, en términos lingüísticos, del *significado* que adquieren las imágenes en un contexto determinado, y en ese sentido se vincula con la concepción del discurso como práctica social del ACD¹⁴.

¹⁴ Conviene aclarar que, en el marco del ACD, también se habla del *consumo* en el nivel de la práctica discursiva. Nótese, no obstante, que no estamos entendiendo el término de la misma forma: Poole entiende este término

Así, pues, comprobamos que es factible unificar ambas propuestas con el fin de lograr un marco de análisis apto para el estudio de las plataformas virtuales. La imagen es un discurso, tan relevante como las producciones escritas u orales. Son formas de significación de la realidad a partir de la composición de las imágenes en un nivel microdiscursivo. Es en este punto donde resulta particularmente interesante revisar la propuesta de Rose (2001) para la concepción del *discurso como texto*.

Rose (2001) trabaja sobre la base de Foucault, y distingue dos tipos de análisis discursivo: uno que “tiende a prestar más atención a la noción de discurso como articulada por medio de varios tipos de imágenes visuales y textos verbales que a las prácticas implicadas en discursos específicos” [la traducción es mía]¹⁵ (140) y otro que “tiende a prestar más atención a las prácticas de instituciones que a las imágenes visuales y textos verbales” (140). Me interesa revisar brevemente, respecto del primer tipo de análisis discursivo, lo que Rose comenta sobre la organización retórica del discurso:

En el caso de las imágenes visuales, puede ser que las herramientas de descripciones detalladas ofrecidas por la interpretación composicional tengan un rol aquí en el proceso de hacer ver detenidamente a cada elemento de una imagen, y a la interrelación de estos. Permite [tú] que este proceso de leer y ver tome su tiempo. Intenta sumergirte en los materiales con los que estás lidiando. Lee y relea los textos; observa una y otra vez a las imágenes. (2001: 150)

En otras palabras, lo que la autora propone es prestar atención a la *confección del discurso visual*, nivel de análisis análogo al discurso como texto, y que corresponde con la categorización de los elementos que componen las imágenes. El análisis del contenido, como lo expone Rose (2001), debe ser (i) *exhaustivo*, “cada aspecto de las imágenes que son preocupación del investigador deben estar cubiertas por una categoría” (60); (ii) *exclusivo*, “las categorías no deben sobreponerse” (60); y (iii) *esclarecedor*, “las categorías deben producir ‘una ruptura del imaginario que será analíticamente interesante y coherente’ (Slater 1998: 236)” (60). Las categorías por reconocer, evidentemente, variarán dependiendo del análisis en cuestión¹⁶. Así, haciendo un paralelo con la propuesta de Fairclough (1992), es posible definir a los elementos de las imágenes como *vocabulario visual*, cuya disposición nos permite construir una *gramática de la imagen* en términos

haciendo énfasis en cómo el discurso significa la realidad, mientras que Fairclough se enfoca en quiénes consumen el discurso.

¹⁵ En adelante, todas las citas de Poole corresponden a traducciones mías.

¹⁶ La autora ejemplifica este proceso de categorización con el trabajo de Lutz y Collins (1993: 285, citadas por Rose 2001: 60-61), en el que, tras una revisión de 598 fotografías, se distinguen 22 categorías; entre estas se distinguen la locación del mundo, el género de los adultos de las imágenes, su edad, si sonríen o no, etc.

de cómo estas piezas están *cohesionadas*, y asumiendo que pertenecen a *estructuras visuales* mayores.

En síntesis, la imagen es un discurso que, como *texto* (Rose 2001), debe estudiarse a partir de los elementos micro que la componen (*vocabulario visual*) y de la forma como estos están combinados (*gramática de la imagen, cohesión visual*), y asumiendo que pertenecen a tradiciones discursivas mayores (*estructuras visuales*); como *práctica discursiva*, se asumen como pertenecientes a un determinado proceso de *producción y circulación* (Poole 2000); y como *práctica social*, su *consumo* implica una representación del mundo que puede mantener el *status quo* o desafiarlo (Poole 2000).

De esta manera, la propuesta metodológica que asumiré en esta investigación busca concebir la producción discursiva multimodal del espacio virtual en sus distintas manifestaciones. La siguiente sección tiene el propósito de dar cuenta de la dinámica de funcionamiento de la web, lo que puede entenderse como la conceptualización de los discursos como propios de una *práctica discursiva*.

4. Macho Peruano Que Se Respeta: entendiendo la dinámica de la web

Una etapa importante en el estudio de entornos virtuales consiste en sentar las bases del escenario de análisis en el que se desarrolla la investigación. Para este fin, esta sección tiene dos objetivos: en primer lugar, presentaré el concepto de *espacio de afinidad* (Gee 2004) para caracterizar a la web materia de estudio; luego, revisaremos brevemente la historia de la página Macho Peruano Que Se Respeta atendiendo a los eventos más resaltantes desde su creación hasta la actualidad.

4.1 El espacio de afinidad

El concepto de *espacio de afinidad* es una propuesta de Gee (2004) útil para definir las distintas plataformas virtuales en las que interactúan los usuarios¹⁷. Para comprenderlo con mayor claridad, lo descompondremos en dos unidades: *espacio* y *de afinidad*. El primer concepto se constituye principalmente por tres elementos: uno o más *generadores*, uno o más *portales* y una organización

¹⁷ Gee opta por este término en oposición al clásico concepto de *comunidad de práctica* (Wenger 1998). Este último, si bien resulta útil en otros contextos, presenta una serie de obstáculos por el concepto mismo de *comunidad*: esta tiene connotaciones de pertenencia y lazos de unión entre los participantes, y ha sido adaptado para definir distintos grupos sociales (2004: 77); en entornos virtuales, es difícil que estas características encajen en plataformas tan interactivas y disponibles para millones de usuarios.

de contenido e interaccional. Los generadores hacen referencia a los contenidos que generan la actividad entre los participantes; por ejemplo, en el interior de una página de *facebook*, es posible afirmar que las continuas publicaciones son generadores, y que la sección *fotos* es el generador nuclear en Macho Peruano Que Se Respeta, en tanto es la que más actividad estimula. Cuando hablamos de portales, nos referimos a todos aquellos enlaces que nos direccionan al espacio; por ejemplo, no solo podemos acceder a la página de Macho Peruano Que Se Respeta escribiendo la dirección url en un navegador, sino también existen muchos otros caminos: vale decir que cada vez que algún usuario comparte contenido de la web en su muro de actividades, el ingreso al espacio queda a disposición de todos los usuarios amigos de este, de forma que es válido afirmar que constantemente se generan portales de acceso a la web. Finalmente, la organización de contenido hace referencia al diseño de la *fanpage*, como señala Gee (2004), la distribución de los elementos del espacio suele depender de los *webmasters* –aquellas personas dedicadas a la elaboración de la página–, y aunque suelen ser formatos estándares mantenidos estáticos por períodos prolongados en el tiempo, varían dependiendo de los gustos de los participantes: si un formato no tiene éxito, es más que probable que su diseño cambiará con miras a captar más interactuantes. Por su parte, la organización interaccional describe lo que los usuarios hacen con el contenido producido en la web; vale decir, por ejemplo, que en Macho Peruano Que Se Respeta, los usuarios consumen los productos de distinta forma: algunos los comparten en sus muros o en el de otros amigos, otros comentan invocando a los suyos para que también vean la publicación, otros critican la publicación, responden a otros comentarios, etc.

Por otro lado, el concepto de *afinidad*, en términos sencillos, refiere al hecho de que, inicialmente, los usuarios se reúnen en estas plazas virtuales por intereses afines, y se determina, según Gee (2004) por once características, de las cuales cinco constituyen las más importantes para este estudio. Para comenzar, diremos que (i) *todos los interactuantes comparten el mismo espacio común*, sean estos administradores de la página, usuarios que se oponen a esta, verdaderos seguidores, visitantes de paso o comentaristas constantes. Esto, sin embargo, no significa que todos tengan un estatus inamovible; en el interior de los espacios, señala Gee, (ii) *hay distintas rutas para ganar prestigio*; si bien suelen ser los administradores los que gozan de un estatus marcado por su condición de tales (que les permite censurar usuarios, editar o eliminar publicaciones e incluso dar por concluida toda actividad en la web), otros pueden ganar estatus comentando con frecuencia o por algún comentario en particular que reciba un alto índice de respaldo evidenciado en los *me gusta*. En general, la dinámica de la web consiste en recoger distintos materiales del ciberespacio y

compartirlos con los usuarios del *fanpage*, de forma que estos últimos aumentan sus conocimientos respecto de lo que se está comentando; así, se considera que, por un lado, (iii) *el conocimiento disperso en la web* y, por otro, (iv) *el conocimiento individual son reforzados*. Muchas veces el contenido que se comparte en Macho Peruano Que Se Respeta hace referencia a distintos lugares específicos de la realidad social peruana y mundial. De esta forma, a través del dominio especializado de ciertas materias, el sujeto en cuestión busca posicionarse como conocedor y aleccionador, pues así también goza de la aceptación de los usuarios interactuantes, quienes responden con comentarios igual de especializados; por ello, siguiendo a Gee (2004), rescatamos como última característica particular de esta plataforma virtual el que (v) *los conocimientos más y menos especializados son reforzados*. Así, pues, es válido caracterizar a Macho Peruano Que Se Respeta como un espacio de afinidad: una plaza virtual de interacción en la que los usuarios se reúnen inicialmente por intereses afines compartidos, en este caso, es la figura que proyecta el *macho peruano que se respeta*.

4.2 El espacio de afinidad Macho Peruano Que Se Respeta

Esta investigación se centra en el estudio de una de los espacios de afinidad más populares en el Perú de mediados del 2012-2014: la página de *facebook* Macho Peruano Que Se Respeta bajo el url [fb.com/MachoPeruano](https://www.facebook.com/MachoPeruano). Esta web tuvo se apogeo entre estos años, con un registro que superaba los 170 mil seguidores y una incontable cantidad de publicaciones diarias. Dado su alto índice de popularidad, la página se extendió a otros medios virtuales: la cuenta de twitter @MPQSR (anagrama formado de las siglas de la web) y el blog #MachoPeruanoQueSeRespeta con url machoperuano.pe; todo esto nos da un índice sobre el grado de institucionalidad del referido portal¹⁸. A fines de 2013, Macho Peruano Que Se Respeta recibió el premio Social Day Perú 2013 en la categoría de entretenimiento (Perú 21 2013), hecho que generó opiniones encontradas y una serie de denuncias virtuales a *facebook* pidiendo el cierre de la web por considerarla misógina (Castro 2013; Faverón 2013). Esto finalmente se concretó en octubre de 2014: Macho Peruano Que Se Respeta fue suspendida por unos meses, tiempo en el que los administradores decidieron abrir otra cuenta bajo un nuevo url: [fb.com/oficial.machoperuano](https://www.facebook.com/oficial.machoperuano). Una vez cumplida la sanción, la primera versión de la web fue repuesta en *facebook*, pero solo se conservó el número de

¹⁸ Nótese que el poseer una dirección URL www.página.com supone una inversión de dinero.

seguidores, pues todas las publicaciones pasadas fueron eliminadas de manera automática¹⁹. Por esta razón, los administradores invocaron a sus seguidores a abandonar la primera versión de la web y unirse a la segunda. Los resultados de todos estos movimientos han hecho que la primera versión reduzca su número de seguidores a poco más de 130 mil y la nueva plataforma albergue solo a un promedio de 16 mil. Evidentemente, esta última se encuentra lejos de alcanzar el éxito de los años previos, hecho que se evidencia en el bajo índice de interacción que la web registra hoy en día.

Es interesante dar cuenta de que, a diferencia de Hi5amixer.com (Brañez 2012) o Vergüenza Democrática (Wong 2014), el nombre de esta página hace referencia a un sujeto específico: el *macho peruano que se respeta*, el cual incluso se acompaña con la imagen de perfil del personaje "Machín" de Carlos Alcántara proveniente de la serie Pataclaun. De esta forma, estamos ante una página de *facebook* que adquiere una identidad propia autoatribuida²⁰. En una entrevista ofrecida al programa A las Once (América Televisión 2013), sin embargo, los administradores de la página comentan que son seis los encargados de generar la actividad en la página, cuatro hombres de Lima y dos de Trujillo. También afirman que la web se concibe no solo como un medio generador de contenido humorístico, sino también como un canal para transmitir denuncias ciudadanas y discusión sobre temas de actualidad sociopolítica. Así, pues, los seis administradores asumen el rol del *macho peruano que se respeta* como un actor social que proyecta su imagen de tal en el escenario virtual en la interacción con los miembros del espacio que él dirige.

Entender la dinámica de la web es importante para la definición de los discursos emitidos como elementos insertos en una práctica discursiva (Fairclough 1992). En efecto, podemos identificar procesos de producción, distribución y consumo del contenido, que ordenaremos de la siguiente forma: sobre los procesos de *producción del contenido*, debemos señalar dos aspectos fundamentales: que (i) los contenidos compartidos suelen ser mayormente memes (discursos visuales con un fin humorístico), y en menores proporciones links compartidos y actualizaciones de estados de *facebook*; y que, (ii) salvo por estas últimas, los administradores no suelen ser los productores del contenido distribuido. Lo más frecuente, según comentan ellos mismos en la entrevista y como ocurre con las dinámicas de muchas otras páginas de *facebook*, es que sean los usuarios seguidores los que envíen sus "aportes" vía buzón interno; en algunos casos, estos mismos

¹⁹ Lamentablemente, este hecho impidió registrar la fecha de inicio de la página.

²⁰ No es poco común el surgimiento de estas páginas en la actualidad. Otros ejemplos con formatos similares son la página de *facebook* El Chico de la Polera Verde o las cuentas de twitter Señora Católica o La Tía Chuchi.

generan los memes, mientras, en otros, los toman de algún otro portal. Cuando estos son compartidos, los administradores suelen agregar los créditos de quien envió el contenido: "aporte de X".

Una vez recogido, se produce la *distribución del contenido*. Según comentan en la referida entrevista, los administradores ocupan sus ratos libres para revisar el contenido recibido en su buzón interno para luego compartirlo con los usuarios de la plataforma virtual. El corpus recogido, no obstante, muestra una interacción bastante fuerte de la web: en promedio se registran 35 publicaciones al día. Vale decir que los usuarios a los que se les distribuyen las publicaciones pueden también compartirlas al punto de formar cadenas extensas de distribución.

Finalmente, el *consumo del contenido* por parte de los usuarios seguidores se manifiesta de múltiples formas. Como veíamos, una gran parte de ellos le da *me gusta* a la publicación, hecho que se puede entender como un respaldo a lo dicho por el *macho peruano*, pero existen otras formas de consumir los contenidos: en otros casos, replican al sujeto cuestionando su identidad como tal, quien eventualmente responde a estos comentarios. Existen contenidos que generan más actividad que otros; un claro ejemplo es un chiste hecho sobre el expresidente Alberto Fujimori, que generó un intenso debate político acerca de su rol frente al combate del terrorismo y en el que incluso intervino el *macho peruano*.

En general, el corpus que analizaré está compuesto por 245 entradas (lunes, 36; martes, 40; miércoles, 34; jueves, 28; viernes, 36; sábado, 30; domingo, 41) recogidas entre el lunes 10 y el domingo 16 de junio de 2013. Como adelantásemos, los contenidos son, en primer orden, memes (176), y en un cifras mucho menores encontramos las actualizaciones de estado (43) y los links compartidos (26). Toda la data ha sido revisada, y de ella se han escogido los ejemplos más representativos. En la siguiente sección analizaremos cada uno de estos.

5. El *macho peruano que se respeta* en el ciberespacio

La revisión del corpus recogido nos muestra que, en el imaginario popular, la identidad del *macho peruano que se respeta* se construye a partir de una serie de características identitarias que intersectan estereotipos culturales de género y raza. Como veremos, no cualquier peruano es ni puede ser un *macho peruano que se respeta*, en la medida en que *incumple* con los estereotipos aludidos. Para este análisis, como hemos revisado en el marco metodológico, asumimos que la construcción del discurso abarca manifestaciones multimodales: los fotocomes que presentaré serán

analizados en conjunto tomando en cuenta tanto la imagen expuesta como los comentarios que sobre ella se generan. Al respecto, considero necesario precisar que, aunque por cada rasgo me concentraré en el análisis de un foticom, ello no implica que se trate de una muestra individual e irrepitente en otros; de hecho, estos han sido escogidos de una preselección, en tanto los he considerado como los más productivos para el estudio. Vale agregar que, en la parte final de cada sección, haré referencias a otros foticomos en donde también se evidencia el rasgo expuesto.

Por fines metodológicos, dividiré este análisis en dos grandes secciones. En la primera parte, me interesa hacer énfasis en la representación discursiva del *macho peruano que se respeta* como un sujeto culto, político, trabajador, antirracista y poco agraciado, rasgos que, por tanto, definen su peruanidad, lo que, por tanto, define su masculinidad; en paralelo, en el análisis iré dando cuenta de aquellas características que, por oposición, se reconocen como propias del *otros no macho peruano que se respeta*. La segunda mitad está enfocada en el estudio del denominado *princeso*, personaje cuya identidad surge por oposición a las asociadas al primero, y cuya constitución implica, por tanto, también la intersección de valoraciones sobre su raza y género.

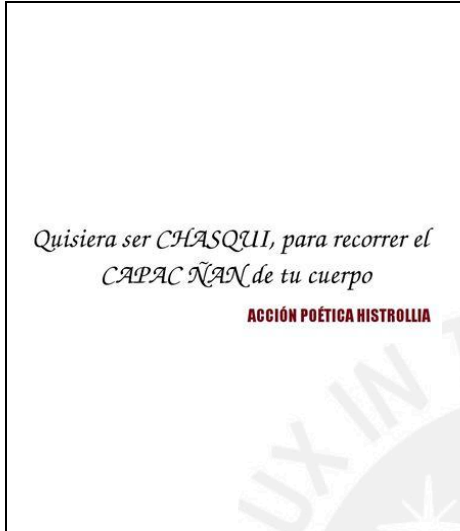
5.1 *Macho peruano: emergente inferior masculino vs. blanco superior femenino*

Entender la construcción del *macho peruano que se respeta* aislando la raza por un lado y el género por otro es prácticamente imposible, pues, en el imaginario popular, la masculinidad de este sujeto está internamente ligada con su nivel educativo, su activismo político, su posición laboral, su activismo antidiscriminatorio, su peruanidad y su fenotipo. En lo que viene, iré presentando aquellos rasgos que lo definen a este y, por oposición, también al *no macho peruano que se respeta*.

5.1.1 El macho peruano es culto

Para comenzar, el *macho peruano* se concibe como un sujeto culto, conocedor de su historia y de su realidad sociopolítica. Evidentemente, este posicionamiento implica asumir un rol aleccionador: el *macho peruano* es un sujeto que educa a los miembros de su comunidad. Veamos el siguiente foticom:

MIÉ30	Felicitaciones a Histrollia del Perú [HDP] por haber llegado a los 10mil seguidores. Sus memes y datos caletas son de lo mejor. Hoy celebramos con tu hermana.	IMG-CUL	12-06-13
12	me gusta	358	compartidos
COMENTARIOS			



1a	¡Chevere Chochera! Saludos. [HDP]	8
1b	sigan asi k ya llegamos a los 10mil y asi llega nuestra historia a mas peruanos para k puedan comprender nuestro pasado y poder proyectar el futuro	1
2a[a]	HAY UN GRAVE ERROR, ES " QHAPAQ ÑAN "	2
2b[b]	No te equivocas, pero la terminología se puede castellanizar.	
2c[a]	soy cusqueño, se puede para los q hablan mal al igual que decir "CUZCO" xq es "CUSCO" Y VIENE DE "QOSQO"	1
2d[b]	Y está bien. Si pronunciaras la palabra sonaría igual. Como te digo, se puede castellanizar.	
3[a]	www.rutaqhapaqnan.pe ¿Qué es el Qhapaq Ñan?El Qhapaq Ñan o Camino Inca es una extensa red de caminos ...perfeccionada por los incas, que tuvo como objetivo unir los diversos pueblos del Tawantinsuyu para una eficiente administración de los recursos existentes a lo largo del territorio andino. Gracias al Qhapaq Ñan, los inc...Ver más	1

En este foticom, el administrador felicita a la página Histrollia del Perú (sitio web muy popular por su trato cómico de la historia del Perú) por haber llegado a los 10 mil seguidores. La imagen subida es una frase recogida tal cual de la *fanpage* felicitada. El posteo de frases expuestas como imagen es un recurso muy empleado en la web, y adoptado por páginas como Acción Poética (constituye, en este sentido, una práctica discursiva); esta última se centra en la distribución de frases populares capturadas de zonas urbanas bajo la firma del mismo nombre. En este caso, por tanto, lo que vemos es una sátira de Histrollia del Perú hacia la referida web compartida por Macho Peruano Que Se Respete.

En tanto texto, esta pudo haber sido posteada simplemente como una actualización de estado, pero el *imagnarla* implica acceder a posibilidades restringidas por esto último, como definir un tipo de fuente, color de letra, ubicación del texto (centrado), color de fondo, etc. Si se optase por lo primero, dada la dinámica de funcionamiento de *facebook*, la frase en cuestión pasaría desapercibida; al convertirla en una imagen, se busca volverla más visible. Es, en consecuencia, una forma de captar la atención del lector a través de una estrategia visual: la gramática de la imagen permite que su léxico adquiera notoriedad.

Por otro lado, si analizamos la frase compartida «Quisiera ser CHASQUI, para recorrer el CAPAC ÑAN de tu cuerpo», son cuatro los elementos que debemos considerar: (i) la frase se formula en primera persona («[yo] Quisiera») dirigida a una segunda («de tu cuerpo»); (ii) se resalta con mayúsculas los quechuismos «chasqui» y «capac ñan», recurso compensatorio propio del espacio virtual como marcador de énfasis; (iii) la frase toma la estructura [quisiera (ser)... + para...], comúnmente empleada como estrategia de analogía para demarcar la posibilidad de intervención del hombre en el cuerpo de la mujer²¹; (iv) y que la frase toma elementos propios de la lengua quechua, que en nuestro contexto social indexa conocimiento de la historia prehispánica del Perú. Por tanto, cuando el *macho peruano* comparte la frase de Histrollia del Perú, busca posicionarse como un sujeto que pregona su masculinidad sobre la mujer de una manera satírica pero culta. Busca, por tanto, no solo perpetuar una autoatribuida posición superior, sino que lo hace recurriendo a elementos que indexan conocimiento y, en este contexto, ser un personaje culto.

En lo que refiere a los comentarios, podemos distinguir dos secuencias relevantes. La primera comprende los comentarios (1a)-(1b), en donde la misma web de Histrollia del Perú interactúa con Macho Peruano Que Se Respeta para agradecerle el saludo; en este caso, recurre a un léxico coloquial («chévere» y «chochera») para entablar una relación de afinidad con este sujeto; la selección de estos términos es un medio para adscribir al *macho peruano* a su comunidad conocedora de la historia, un círculo académico letrado. El usuario de 1b también reconoce su pertenencia a este grupo al emplear la primera persona plural («llegamos a los 10 mil») y se distingue de un *otros no letrado* que, según manifiesta, no conoce la historia del Perú y debe ser aleccionado: «a mas peruanos para k [ellos] puedan comprender nuestro pasado y poder proyectar el futuro».

La segunda secuencia comprende los comentarios (2)-(3), en donde presenciamos la interacción entre los usuarios [a] y [b]. El primero señala un error en la frase relacionado con la ortografía del término quechua, mientras el segundo le replica indicándole que esta última atiende a un proceso de castellanización; enseguida, [a] insiste citando la escritura de «QOSQO», y [b] con el mismo argumento del comentario anterior; finalmente, [a] responde en un comentario aparte con un link que refiere la etimología del término en discusión. Al respecto, es interesante destacar la recurrencia a verbos que describen procesos existenciales (Halliday 2004: 170) por parte del usuario [a]: «HAY UN ERROR», «ES " QHAPAQ ÑAN " » y «es "CUSCO" Y VIENE DE

²¹ Puede revisarse la web Piropos para acceder a una gran colección de frases con esta estructura: <http://piropos.celeberrima.com/piropos/piropos-de-quisiera/>.

"QOSQO"», pues se busca presentar el "error" como un hecho *real*, con lo que se reta la autoridad del *macho peruano* como un sujeto culto, al no tener conocimiento de la ortografía *verdadera* del término quechua. Por su parte, los enunciados de [b] recurren a modalizadores para no atentar contra la imagen pública de [a]: nótese el salvaguardo de su cara positiva²² (Goffman 1970) en «No te equivocas, pero...» y en «Y está bien.» y de la negativa en «la terminología se puede castellanizar.», en «Si pronunciaras la palabra sonaría igual.» y en «Como te digo, se puede castellanizar.». Aunque, en términos de Brown y Levinson (1986), las construcciones de [b] resultan corteses, estas también buscan posicionar a este sujeto como uno aleccionador, que ante el comentario de [a] *aclara* que su postura no es del todo acertada. La discusión cesa con el posterior comentario de [a], en donde recoge una definición de una web con el nombre que él mismo propone; esta recurrencia a una voz externa de autoridad constituye una estrategia intertextual (Fairclough 1992) que busca zanjar el debate, el cual más allá de enfocarse en la escritura "correcta" de un término, parece centrarse en qué sujeto es más culto que el otro.

Así, pues, vemos que, de inicio, la identidad del *macho peruano* involucra un estatus de *sujeto culto* al evocar el administrador conocimientos propios de disciplinas como la historia. En otros fotocomes, es posible identificar análisis similares. Sirvan las menciones de JUE07, en el que la interacción surge a partir de una publicación de un ejercicio matemático, y de MIE13, en donde se habla acerca del origen del arroz chaufa y su nombre. En este caso, como hemos visto, el debate se prolonga también hacia los comentarios, pues los mismos usuarios interactuantes buscan retar no solo al administrador sino a los demás miembros sobre sus conocimientos, enfocados, en este caso particular, en el dominio de convenciones ortográficas de la lengua española y quechua. De esta forma, la construcción del *nosotros macho peruano que se respeta* intersecciona la masculinidad con estereotipos culturales asociados a su nivel educativo, y lo promociona como un *macho culto*.

5.1.2 El macho peruano es político

Por otro lado, concebir al *macho peruano* como un sujeto culto implica también asumirlo como un conocedor y crítico de su historia reciente y escenario político actual. En la interacción, este sujeto se posiciona como uno políticamente activo. Es muestra de ello el intenso debate que generó una

²² El concepto de *imagen/cara pública* (en inglés, *social face*) parte de la propuesta de Goffman (1970) sobre la cortesía verbal. Se entiende que todas las personas tienen una cara social y que, en la interacción, uno procura salvaguardarla o atacarla. La vertiente positiva se asocia con el deseo de afiliación a la comunidad, esto es, de formar parte del Nosotros; en tanto, la vertiente negativa es relacionada con el deseo de independencia, *id est*, de tener libertad dentro del Nosotros.

publicación asociada al expresidente Alberto Fujimori, la más larga registrada en la web. Se ha revisado la interacción completa, pero para fines de este análisis solo se recogerá una primera parte de la discusión²³. Veamos el foticom en cuestión:

LUN23	jajajajajaja lo siento por los fujimoristas pero es un cague de risa jajajajajaja	IMG-POL	10-06-03
2899	me gusta	1350	compartidos
COMENTARIOS			



1a	No se puede hacer el bien sin pasar por el mal y el chino lo hizo. Pero al menos gracias al chino se fue el terrorismo. Cuantos recuerdan esos tiempos.	93
1b [adm]	Sí pero fue el GEIN	41
1c	me tienen cojudo con la mierda del terrorismo, al final cambiamos terrorismo por corrupcion, robo y asesinatos, que es la misma cagada, pobre imbecil. no hay nada que agradecerle a ese hijo de puta, que pague lo que hizo y que se pudra en la carcel.	106
1d	Yo solo recuerdo muchos asesinatos que fueron hechos por apegada al gobierno	8
1e	a eso se le llama DOBLE MORAL, él está en cana por las cosas malas que pudo dejar de hacer, no por las buenas que hizo.... el no esta por encima de la ley.	10
1f	El pais como lo conocemos hoy fue gracias a las acciones de ese hombre, aunque hayan muchos puntos negativos en el sistema de hoy en dia. Opiniones de idiotas como el de arriba no pueden ayudar en nada. Si quieres cambiar todo eso se tiene que partir desde la educacion.	13
1g	No fue el chino rata, hace años se sabe que fue la policía, que justamente logró desarticular todo gracias a no decírselo, el chino solo hacía negocios con los narcos, y lo sigue haciendo... ignorantes de su propia historia nacional everywhere... -.-'	13
2	Jajaja.. fujimoristas arenosos en 3..2...1..	11

En esta publicación, el administrador comparte un meme secuencial en el que se hace una broma acerca de la excarcelación del expresidente Alberto Fujimori; la publicación data del 10 de junio de 2013, tres días después de que el presidente Ollanta Humala le negara el indulto solicitado por sus familiares. Los comentarios posteriores muestran opiniones divididas entre los que consideran que este se encuentra encarcelado con justicia y los que piensan que se trata de un acto injusto.

²³ Considero que esta reúne las ideas básicas desarrolladas en los más de mil comentarios, y que eventualmente referir extractos independientes de su contexto de aparición inmediato puede resultar contraproducente para el análisis.

En este caso, las imágenes seleccionadas buscan construir una secuencia de dos instancias. En la primera, figura el exmandatario junto con dos personas más viendo cómodamente el programa deportivo Fútbol en América; así también, la posición de los sujetos interactúa con el escenario de fondo: un salón bien amoblado y acondicionado; de esta forma, concluimos que los elementos léxicos visuales que articulan la gramática de la primera imagen componen un escenario no solo de aparente tranquilidad, sino también de opulencia. En tanto, la segunda parte de la imagen nos muestra en primer plano a un periodista del programa en cuestión riéndose, enmarcado en un set de risas de las personas acompañantes.²⁴ En términos de cohesión visual, esta segunda instancia contrasta con la primera, pues muestra un ambiente de jolgorio ante el rechazo al pedido de indulto; constituye, por tanto, una construcción adversativa visual.

El meme en cuestión va acompañado por dos enunciados que deben leerse en conjunto: «FUJIMORI DEBE ESTAR VIENDO FÚTBOL EN AMÉRICA, PERO LO QUE ÉL NO SABE ES QUE... NO VA A SALIR.». La construcción adversativa que marcábamos en relación con las imágenes es también notoria en el ordenamiento de las cláusulas del discurso escrito: nótese el adversativo «PERO», que en términos funcionales describe una relación de oposición entre lo que va antecedido y precedido a él, de forma que se busca enfatizar lo que viene luego: Fujimori no va a salir. Es también interesante notar el juego de colores de esta última frase, que contrasta con el blanco habitual.

Discutir la violencia generada en época del conflicto armado interno es aún un tema tabú en nuestro país. Hoy en día, el respaldo del que goza el expresidente Alberto Fujimori es aún considerablemente alto. No sorprende, por ello, que esta sea la publicación más comentada de todo el corpus recogido, ni tampoco el que el mismo administrador procure guardar distancia en su comentario de pie de foto; en este último, vemos una construcción similar a las de [b] del foticom anterior: dos cláusulas unidas por el adversativo *pero* que pretende mitigar el posible daño a la imagen pública de los seguidores del exmandatario.

Mención aparte merece la risa que encierra el discurso, pues guarda relación con el comentario (5) «Jajaja.. fujimoristas arenosos en 3..2...1..». En este último caso, el término «arenosos» busca describir a un sujeto que se molesta con facilidad porque, según se toma de un

²⁴ El *quid* de la broma radica en que, precisamente, el día en que se produjo la negación al pedido de indulto se disputaba un partido de fútbol de la selección peruana. El reportero que aparece en primera plana en la segunda etapa del meme es Juan Carlos Orderique, conocido en el ámbito del fútbol por su popular frase "no va a salir".

conocido programa de televisión, tiene "arena en la vagina"²⁵. Se trata, ciertamente, de una expresión muy popular y extendida en el espacio virtual, que connota, evidentemente, una carga sexista: "las mujeres se irritan con facilidad"; por oposición, el *macho peruano* no lo hace: es un sujeto que sabe tolerar las bromas. De esta manera, tildar de *arenosa* a una persona se convierte en una estrategia de jerarquización, en tanto en el imaginario popular el *macho peruano* ocupa un estatus de superioridad al de la mujer. Así lo entiende, pues, el administrador de la web, quien entrecomilla su discurso con expresiones de risa.

En lo que concierne a los demás comentarios, lo que de inicio llama la atención es que directamente ninguno discute la imagen por sí misma, sino lo que esta connota: el justo o injusto encarcelamiento del expresidente Alberto Fujimori. Al respecto, los comentarios (1a) y (1f) manifiestan su respaldo al exmandatario (de hecho, el primero es el que inicia la larga discusión). En la actualidad, existe una serie de acusaciones, en muchos casos, fuertemente respaldadas en contra del régimen fujimorista, motivo por el que mostrar respaldo hacia este suele ser políticamente incorrecto en determinados ámbitos, más aún en escenarios tan expuestos como la Web. Sobre este punto, es interesante notar que, precisamente estos comentarios buscan justificar su posición enfatizando lo considerado positivo y desenfatiando lo considerado negativo (Van Dijk 1999:333): (1a) «No se puede hacer el bien sin pasar por el mal y el chino lo hizo.», «Pero al menos gracias al chino se fue el terrorismo...» y (1f) «El país como lo conocemos hoy fue gracias a las acciones de ese hombre, aunque hayan muchos puntos negativos en el sistema de hoy en día.». Es pertinente señalar que la primera parte de (1a) está compuesta por dos cláusulas; la primera de ellas recurre a un «no se puede» que pretende establecer la naturalidad del hecho en cuestión, de forma que define un proceso existencial (Halliday 2004: 171), mientras que la segunda, partiendo de esta primera, nos presenta un proceso material (Halliday 2004: 171): «el chino [Fujimori] lo hizo». Con ello, el usuario busca defender su posición tomando como base un hecho asumido como existencial y, por tanto, incontrolable. De alguna manera, busca restar responsabilidad a las acciones del exmandatario en virtud de que "no tenía mayores alternativas" y, con ello también, distanciarse de una posible sanción pública.

No obstante, comprobamos que más allá del respaldo expresado en el alto número de *me gusta* ganados por su comentario, las respuestas de rechazo son numerosas. En primer orden,

²⁵ Concretamente, el término en cuestión proviene del primer capítulo de la quinta temporada de la serie South Park (Parker y Stone 2001). Uno de los personajes se burla de otro diciéndole que es intolerante y se enfada fácilmente porque "tiene arena en la vagina".

tenemos el enunciado del administrador de la página (1b): «Sí pero fue el GEIN», que claramente se distingue del resto por su corta extensión. Escandell (2006: 139) señala una tensión entre las estrategias de cortesía y el principio de cooperación²⁶; según esta autora, al elaborar enunciados que tienden a respetar las máximas conversacionales, estos se convierten en menos corteses. El mensaje del administrador cumple con el principio de cooperación, y en ese sentido se puede decir que es propenso a ser interpretado como descortés: no incluye modalizadores que intenten salvaguardar la imagen pública de (1a); por el contrario, su concisión es sentenciante. Similar análisis merece el comentario (1d), cuya corta extensión se ve reforzada por la construcción «Yo solo recuerdo...»; esta describe un proceso mental experimentado por el usuario, a través de la cual se busca enfatizar lo considerado negativo del gobierno de Alberto Fujimori.

Finalmente, de los comentarios (1c), (1e) y (1g) resalta la extensa longitud con la que son formulados. Prensky (2010), entre las distinciones que establece entre los llamados *nativos digitales* de los *inmigrantes digitales*, sugiere que, mientras los primeros construyen "paquetes breves de información", los segundos elaboran "textos extensos y continuados". Así, pues, la construcción de comentarios complejos está asociada a una generación entendida como mayor en términos etéreos a la de los *nativos digitales*, pero entendida también como "más madura". Con ello, se puede inferir que el *macho peruano*, en su rol de sujeto político, elabora comentarios más extensos y desarrollados. Esta es una constante a lo largo de todas las cadenas conversacionales que se desprenden de esta publicación.

Así, pues, el análisis del foticom nos muestra que el *macho peruano* se asume también como un sujeto activamente político. Cabe mencionar que esta conceptualización del *macho peruano* puede verse también en otros foticomos. Por ejemplo, en MIE08 y MIE22, se debate en torno a la "protección" del Gobierno al expresidente Alejandro Toledo; en MIE03 y MIE28, se discuten políticas de Estado relacionadas con el accionar de la policía y la obligatoriedad del servicio militar respectivamente; y en MAR37 y JUE28 se comenta de política internacional, en cuanto en el primero se discute sobre la salida al mar de Bolivia y en el segundo, sobre la condena del exmandatario argentino Carlos Menem.

5.1.3 El macho peruano es trabajador

²⁶ El principio de cooperación es una propuesta de Grice (1975) que sugiere cuatro reglas implícitas empleadas por los interactuantes de una conversación. Estas cuatro, denominadas máximas conversacionales, son la de *calidad*, di la verdad; *cantidad*, di lo necesario; *relevancia*, di lo que venga al caso, y *modo*, sé ordenado.

En tercer lugar, la data también nos muestra a un *macho peruano trabajador*. Como revisáramos en el marco teórico, los estereotipos culturales asociados a su oficio son una pieza fundamental para entender el posicionamiento racial de este sujeto en el imaginario popular. Habíamos dicho antes que no cualquier peruano es –ni puede ser– un *macho peruano que se respeta*. Al respecto, el siguiente foticom nos puede dar algunas luces más.

SÁB11	Por eso no regalo ni 10 centimos CSM!	IMG-TRA	15-06-03
4051	me gusta	3076	compartidos



COMENTARIOS		
1	si ya se sabe todo eso pero los pastores son los peores porque encima se creen importantes y ni siquiera son castos mi amiga era hijadel pastor tenían dinero sin trabajar ellos encima si no eres de su religión no te ayudan y te ven como pecador estúpidos	
2	Nadie obliga? es falso te obligan es un negocio utilizar la fé de dios, yo me pregunto cuantas sectas existen? son cientos que utilizan y encima te ponen en contra de tu familia, existen mormones, pentecostes, hermanos de jehova etc.etc. como viven los pastores ellos no trabajan sino viven de los feligreses incautos.	1
3	[muj] Pobre es el que no trabaja y no tiene aspiraciones se conforma con lo poco que tiene y lo poco que le dan yo no soy pastor ni hija de pastor soy bien católica pero vivo mejor que el pastor.....en la vida tenemos que aprender a superarnos para vivir mejor y sabes como estudiando una carrera..	1
4	Es excatamente igual: Jefe del Polit Burù, Familiares de os integrants del politburò, Burocratas prncipales y al ùltimo los trabajadores.	
5	Y uno matándose trabajando.	
6	si pez injusto que unos tengan que trabajar y darles eel sueldo a otros conchu... que se agarran la plata y se dan el lujo de decir que son pastores, lastima no .like si estas de acuerdo.	1
7	- - ' ja! Para que discutir este tipo de cosas... MPQSR además de farcelonista... un gran especulador...debes trabajar en la BVL. Mejor sigue colgando las de BEMBOS! ;)	

En este foticom, la imagen que apreciamos se organiza en cuatro instancias, en las que figuran cuatro viviendas asociadas a los pastores de iglesias²⁷, sus familiares, sus hijos y al sujeto con el que interactúa la imagen. El administrador manifiesta su conformidad con esta y, similar a lo ocurrido con el *post* anterior, surge un alto número de comentarios a favor y en contra.

²⁷ Aunque comúnmente el término refiere a iglesias protestantes, es también utilizado para hacer mención de los líderes de la iglesia Católica Romana.

El meme compartido está compuesto por cuatro etapas cuyo significado se adquiere a partir del significado de las partes (su gramática visual) y a cómo estas están combinadas (su cohesión visual). Las tres primeras imágenes nos muestran, dentro de su léxico, viviendas de dos, tres y cuatro pisos, con automóviles, palmeras, personas vestidas de blanco y un acabado completo; en el fondo, resalta un cielo despejado y claro. La cuarta imagen es particularmente distinta: la primera gran diferencia es que en esta no se enfoca ninguna vivienda; de hecho, estas aparecen casi al extremo derecho. La panorámica abarca un conjunto de casas de material precario, hacia la izquierda una persona adulta y una menor, una mototaxi y un perro pequeño; todo esto contrasta con el cerro del fondo y el cielo apagado.

Cada imagen lleva consigo un rótulo que la complementa, el cual no hace referencia a las viviendas *per se*, sino a la persona a las que estas son asociadas. Se entiende, pues, que las tres primeras indexan opulencia, y se vinculan respectivamente con el «PASTOR», la «FAMILIA DEL PASTOR» y el «HIJO DEL PASTOR»; en tanto, la cuarta indexa pobreza, y se vincula con «TÚ, EL HERMANITO QUE DA EL DIEZMO». Como hemos visto antes, el contraste entre los discursos no solo es visual, sino también escrito: véase que, mientras las tres primeras muestran frases nominales sencillas, la cuarta agrega información predicativa sobre "tú" («EL HERMANITO») que incluye incluso una oración subordinada que, ciertamente, tiene una función adjetival²⁸ («QUE DA EL DIEZMO»). Sobre la recurrencia al diminutivo, Zavala y Zariquiey (2007) señalan que este suele emplearse "para referirse a personas que también se conciben como inferiores pero que a su vez son serviles y 'funcionales' para las relaciones de poder hegemónicas" (352); en este caso, el término se añade a *hermano*, término utilizado en el lenguaje coloquial y religioso para referirse a una persona en lazos de compadrazgo. Finalmente, la construcción subordinada recurre al verbo ditransitivo *dar*, en donde se entiende que es *el hermanito* el que da *el diezmo* al pastor y su familia. Se pretende describir un proceso material (Halliday 2004: 171) que corresponde con un evento de la realidad.

Al compartir este meme, el administrador se dirige a los miembros de su espacio y agrega, en el pie de imagen, una frase formulada en primera persona singular: «Por eso [yo] no regalo...», con la que se adscribe al grupo de *personas que dan el diezmo*. De esta manera, completamos los elementos que nos llevan a entender el significado de la imagen en plenitud: el *hermanito* refiere al *nosotros macho peruano*, el cual se opone al *otros opulento no macho peruano* de las tres primeras

²⁸ Nótese que solo para el caso de «el hermanito que da el diezmo» se agrega información adjetival, id est, que predica algo del sujeto en cuestión. No ocurre lo mismo con los otros tres.

imágenes. La estructura visual completa, por tanto, promociona la representación de un *macho peruano* como un sujeto que ciertamente no posee riqueza en abundancia. Sin embargo, como veremos en los comentarios posteriores, esto no significa que el término refiera a un sujeto de extrema pobreza. He aquí donde se evidencia la figura del *cholo emergente* enunciada desde el discurso limeño de la que nos habla Cánepa (2007). Véamoslo con detenimiento.

De los centenares de comentarios vertidos sobre la imagen, he recogido aquellos que se enfocan en el trabajo. Los comentarios (1) «mi amiga era hijadel pastor tenían dinero sin trabajar», (2) «como viven los pastores ellos no trabajan sino viven de los feligreses incautos.» y (6) «si pez injusto que unos tengan que trabajar y darles eel sueldo a otros conchu...» refieren a un *ellos* (nótese el uso de la tercera persona en todos los casos) opulento que toma el dinero de un *nosotros* no solo pobre sino también incauto. Lo anterior se refuerza con los comentarios (4) «Es excatamente igual: Jefe del Polit Burù, Familiares de os integrants del politburò, Burocratas pncipales y al último los trabajadores.» y (5) «Y uno matándose trabajando.». El primero muestra una pirámide social definida con el verbo *es* que, como ya hemos revisado, en este caso define un proceso existencial: el ordenamiento describe un *status quo* naturalizado en el que en la última escala están *los trabajadores*; en tanto, el usuario de (5) se inscribe precisamente en este grupo social, al que, como hemos revisado, pertenece el *macho peruano que se respeta*.

El comentario (7) llama particularmente la atención: «MPQSR [...] ...debes trabajar en la BVL. Mejor sigue colgando las de BEMBOS! ;)». Reconozcamos en este tres partes: (i) el anagrama MPQSR es un vocativo que direcciona el mensaje del usuario al *macho peruano que se respeta*. Lo que sobre este se dice es que (ii) "debe trabajar en la BVL [Bolsa de Valores de Lima]". Esta entidad comercializa las acciones de, generalmente, las grandes empresas del país, y en ella trabajan principalmente economistas y matemáticos; se trata, pues, de una institución que indexa un estatus de opulencia. Sin embargo, esta primera cláusula tiene su contraparte: (iii) "mejor sigue colgando las [publicaciones] de BEMBOS! ;)". Con esto último, el usuario descalifica el hecho de que el *macho peruano* pueda trabajar en la Bolsa de Valores: este, de hecho, ha de seguir en su trabajo poco remunerado como administrador de las redes sociales, entreteniéndolo a las personas y nada más.

De esta forma, la idea del *macho peruano* como un sujeto de un poder adquisitivo alto es vista como un hecho utópico. Tanto la publicación como los comentarios nos presentan a un *nosotros macho peruano que se respeta* que se opone a un *otros no macho peruano que se respeta*

sobre la base de un fundamento socioeconómico: el primero se asume como un sujeto trabajador, que genera sus ingresos por su propio esfuerzo, mientras el segundo es visto como uno no trabajador, que, no obstante, goza de un poder adquisitivo alto por herencia familiar. Así, esta oposición, ciertamente, se actualiza como la pervivencia de las dicotomías coloniales de poder basadas en el nivel adquisitivo (Quijano 2000): según se infiere de los comentarios, el *otros no macho peruano* es, "por naturaleza", más rico que el *nosotros macho peruano*. La figura de este último como trabajador, en esta línea, aparece como la del *cholo emergente* que Cánepa (2007) define como migrante con capacidad adquisitiva. No obstante, esta *emergencia* del *macho peruano* parece tener límites de ascenso social: por más que se esfuerce y trabaje mucho, y que, por consecuencia, acceda a una remuneración alta, este proceso de blanqueamiento social (Portocarrero 2010) no es definitivo, pues el poseer dinero, según se ve en los comentarios, no corresponde con su "orden natural".

El discurso del *macho peruano trabajador* es también constante en las publicaciones y comentarios del portal. En MAR02 (que se analiza en la siguiente sección) surge una alusión de este sujeto con los «descendientes de los incas»; así también, en JUE14, en donde se reclama una intervención del serenazgo de un distrito de Lima, aparece también la figura del peruano que labora para generar ingresos; y en LUN23 (foticom analizado en 5.1.2) se hace también mención del sujeto trabajador.

Así, hasta el momento hemos visto que la identidad del *macho peruano que se respeta* se construye a partir de estereotipos relacionados con su grado de "cultura", su activismo político y su predisposición al trabajo. Todo esto se relaciona con su posición socioeconómica, entendida como inferior en relación con el *otros no macho peruano que se respeta*. Más adelante, comprobaremos que esta configuración de su identidad guarda relación con su masculinidad, vista también como parte de su "esencia".

5.1.4 El macho peruano es antirracista

Un cuarto aspecto interesante asociado al sujeto *macho peruano* es su –aparentemente– clara oposición al racismo. Como veremos, ante diversos casos de discriminación racial, la web asume una postura sancionadora. Sobre este punto, recordamos que, en la entrevista concedida al programa Al Aire, los administradores ya habían declarado que la plataforma se había vuelto espacio de denuncias. Un claro ejemplo de esto lo vemos en el siguiente foticom²⁹.

²⁹ En este foticom, los recuadros negros han sido añadidos por mí con el fin de salvaguardar las imágenes de perfil de los participantes. Solo he convenido dejar el apellido del usuario posteador, pues este es importante para el análisis siguiente tomando en cuenta el comentario de pie de imagen del administrador. Por otro lado, dado que la captura puede resultar ininteligible, paso a reescribirla para una mejor lectura: Publicación: «El hecho de que este

MAR02	Descendiente de Jorge Basadre, que debe de estar revolcándose en su tumba. Acá está su facebook --> [hipervínculo]	IMG-ANT	11-06-03
77	me gusta	13	compartidos
COMENTARIOS			



1	No se que mierda tienen contra la gente q ellos llaman «indios», si todos descendemos de una misma raza, o de donde mierda vienen de NARNIA?...por favor muchas de estas personas son ejemplo de superacion, no esperan que papi le traspase la empresa o lo ponga como gerente...somos Cholos,serranos,indios,negros...pero somos PERUANOS...	146
2a [muj]	pfffffff que imbeciles tanto como hizo el post y los amigos racistas... si tiene un auto del anho o casa o que se yo es porque la gente trabaja duro para conseguirlo... no son hijos de papi que heredan todo sin sudarla! hasta cuando con este tipo de gente idiota.. ah es cierto generalmente estos no tienen cerebro...	14
2b	Por eso amas tanto a tu raza que te buscaste un blanquito jajaja.. Acomplejada	6
3	MPQSR Esta en contra del racismo así que gente empezando ha trollar !!!	3

En este foticom, el administrador comparte una imagen de captura de pantalla, la cual corresponde a una interacción en una cuenta personal de un usuario X de apellido Basadre. Enseguida, en el pie de imagen, establece un vínculo entre este con Jorge Basadre, personaje histórico, y anuncia la cuenta de *facebook* del involucrado. La invocación a iniciar las ofensas al discriminador es correspondida por los usuarios, quienes en los comentarios anuncian su reacción.

La imagen en cuestión recoge una publicación y sus respectivos comentarios propios de un usuario de esta red. En este caso, el proceso de captura implica un posterior proceso de edición, en el que se recorta solo el segmento en cuestión y se cubren los nombres de los participantes salvo el del usuario de la publicación misma. Vemos, sin embargo, que no se cubren las imágenes de perfil, pero sí la palabra *mierda*. El hecho de decidir qué se oculta y qué no implica, por supuesto, que existe una intención por enfatizar ciertos elementos léxicos visuales no ocultados: a saber, son los discursos racistas aquellos que se pretende resaltar, así como la identidad del sujeto que los pronuncia. En el pie de imagen, el administrador hace alusión a un personaje histórico del Perú:

manejando un auto del año, no te cambia indio de mí[]!» // Comentarios: «Crudoo ke pasooo!????? Jajajajaaj» / «El racismo hace mal hijo al hígado, a tu imagen y cultura.» / «Jajaaaj que chistoso !!!! Pero si hay cada indígena que se creen la muerte!!!» / «jajaja!» / «jajajaja... pero de esos abundan, para desgracia..» / «k fuerte, pero es la pura verdad....» / «ciertoo».

Jorge Basadre³⁰, a quien compara con el sujeto de la captura. Al respecto, comenta que este «debe de estar revolcándose en su tumba», expresión coloquial utilizada para señalar que determinado personaje ya fallecido debe estar lamentándose de aquello que lo que se hace con su herencia (o lo que sus herederos hacen) básicamente por pregonar acciones contrarias a la línea ideológica del fallecido. En este caso puntual, la referencia procura enfatizar la *peruanidad* del sujeto apellidado Basadre, quien "menos que nadie" puede discriminar por su antepasado histórico. Queda claro también que compartir el hipervínculo que conduce al perfil del apellidado Basadre no se realiza simplemente con la intención de informar sobre este aspecto. La dinámica de exponer al juzgamiento público al sujeto es muy conocida en la web (Brañez 2012; Wong 2014), y puede entenderse en términos de acto de habla directivo (Searle 1969: 23): se busca dirigir al lector hacia la realización de una acción, a saber, reprobar el acto racista y censurar a quien incurre en él. De esta forma, al compartir esta imagen, el administrador no solo muestra su postura antidiscriminatoria visibilizando los discursos racistas que ha identificado, sino que incita a los otros participantes a la reacción colectiva.

Los comentarios hechos sobre la imagen resultan interesantes para identificar cómo es que se representan las identidades del *nosotros macho peruano que se respeta* y el *otros no macho peruano que se respeta*. Para comenzar, nótese que, en el primer comentario, el usuario intercala enunciaciones en tercera y primera persona: «No se que mierda tienen contra la gente q ellos llaman «indios», si todos descendemos de una misma raza, o de donde mierda vienen de NARNIA?...por favor muchas de estas personas son ejemplo de superacion, no esperan que papi le traspase la empresa o lo ponga como gerente...somos Cholos,serranos,indios,negros...pero somos PERUANOS...». Este discurso contradictorio reconoce un *otros discriminador*, que «llama 'indios'» a determinada «gente» y que «espera [a] que papi le[s] traspase la empresa o lo[s] ponga como gerente». Por oposición, el *nosotros* en el que se inserta el usuario se imagina como uno *no discriminador*, pero aunque hasta en dos oportunidades crea un *nosotros peruano* junto con los que él también llama *indios* («todos descendemos de una misma raza», «somos Cholos,serranos,indios,negros...pero somos PERUANOS...»), el usuario se desafilia de este al reconocerlo también como un *ellos*: «la gente q ellos llaman 'indios'», «muchas de estas personas son ejemplo de superacion», «...serranos,indios,negros...». Esta alternancia entre un *nosotros* y un *ellos* en el discurso anterior describe claramente los procesos constantes de inclusión y exclusión que Cánepa (2007) explicaba como propios de la percepción limeña del denominado *cholo*

³⁰ Se trata de un reconocido historiador, cuyo imagen está perpetuada en los billetes de 100 nuevos soles.

emergente: según expone la autora, esta conceptualización funciona, en paralelo, como una estrategia de inclusión social, en tanto se asume al inmigrante trabajador como parte del nosotros, y como otra de exclusión social, en tanto se le sigue viendo aún como el no limeño distinto al limeño tradicional.

Por otro lado, este primer comentario resulta interesante también porque, profundizando en el *otros discriminador*, nos percatamos de características identitarias asociadas a su nivel socioeconómico que ya habíamos advertido en el foticom SÁB11: *el otros no macho peruano que se respeta* es un sujeto que no trabaja, sino que vive cómodamente por herencia familiar. Así, pues, esto se evidencia en el primer comentario: «no esperan que papi le traspase la empresa o lo ponga como gerente», que –vale decirlo– alcanza los 146 *me gusta*, y en el tercero: «son hijos de papi que heredan todo sin sudarla!».

Sobre el comentario (2a), también es interesante anotar la adjetivación de los sujetos discriminadores como personas que «generalmente [...] no tienen cerebro». Recuérdese la autoatribución de cultismo del *macho peruano* que discutimos en el foticom MIÉ30. En este caso, comprobamos nuevamente que, por oposición, se representa al *otros no macho peruano que se respeta* como un sujeto "que no tiene cerebro", o sea "que no piensa". Pero hemos de notar también que, en respuesta a (2a), (2b) cuestiona las palabras de la usuaria: «Por eso amas tanto a tu raza que te buscaste un blanquito jajaja.. Acomplejada». De inicio, vale decir que se recurre a una estructura comparativa del tipo [(verbo) tanto... que...] empleada comúnmente para señalar contradicciones en la emisión de un discurso; luego, el conector de consecuencia «Por eso» busca establecer una relación entre el comentario de (2b) con (2a), de forma que se predica sobre la identificada inconsecuencia ideológica de (2a). Por su parte, la segunda cláusula de este enunciado cierra una cadena iniciada en (2a): «que te buscaste un blanquito jajaja..». En conjunto, por tanto, las piezas léxicas seleccionadas parecen sugerir, pues, que ese *otro discriminador* no solo vive en opulencia por herencia familiar y no piensa, sino que es, además, *un blanquito*³¹, clara alusión al *otros europeo* del cual nos habla Quijano (2010).

En tanto, como se agrega en el comentario (3), el «MPQSR Esta en contra del racismo»; es un sujeto *antidiscriminador* que, sin embargo, sí está en la posibilidad de insultar y ofender al *otro discriminador*: «así que gente empezando ha trollear !!!». En este caso, el verbo *trollear* es un

³¹ Es interesante notar también la construcción «te buscaste», en tanto da a entender que los sujetos *blanquitos* (entendido en los términos arriba descritos) son, por decirlo de forma descriptiva, *buscables* por la mujer: es decir, es esta última la que pretende al *blanquito* por un ánimo de ascenso social.

neologismo coloquial adaptado del inglés *to troll* con el significado de 'acción de hacer mofa de otra persona'; así, podemos interpretar este enunciado, nuevamente, como un acto de habla directivo (Searle 1969:23) que busca incitar al resto de usuarios a que hagan burla del sujeto de la imagen. Este fenómeno lo describe Callirgos (1993: 163-164) como contrarracismo: el rechazo por quienes son víctimas de discriminación se vuelca sobre los entendidos como el grupo dominante. Es conveniente recordar que no es atípico el surgimiento de este discurso, pues ya Wong (2014) ha dado cuenta de su aparición en su análisis sobre los denominados *ppkausas* (véase la sección de Antecedentes).

Así, pues, el *macho peruano que se respeta* se construye como un sujeto que, en la teoría, rechaza cualquier práctica racista. Pueden verse los fotocomes LUN02 y MIE02 como otras dos muestras de este rechazo expreso; en el primer caso, se critica el calificativo de *animal* a Evo Morales y, en el segundo, los adjetivos peyorativos que recibió Tula Rodríguez por escribir "la fisión" en lugar de "la afición". Pero, como hemos visto, entender al sujeto discriminador como racista implica, de hecho, naturalizarlo como tal: el denominado en estos discursos como *blanquito racista* (relación también vista con claridad en MIE02 y MIE28).

Así, pues, es válido sugerir que la oposición *nosotros macho peruano que se respeta* vs. *otros no macho peruano que se respeta* guarda relación con la oposición *emergente* vs. *blanco*, tomando como referencia lo visto en Cánepa (2007) y Portocarrero (2010). Según la narrativa de los administradores de la página y los participantes del espacio, el primer sujeto es un trabajador, culto, activo político y antirracista, mientras el segundo se constituye como lo opuesto a este, uno que no necesita trabajar, pues por naturaleza se le asume como de poder adquisitivo alto, uno inculto y sin accionar político, uno racista. En este punto, nótese que las identidades en cuestión han sido naturalizadas: *id est*, se asume que "el peruano es" de una forma en particular. Es esto a lo que Gotkowitz (2011) refiere como una conceptualización de la raza entendida en relación con las prácticas culturales que le son asociadas al sujeto *macho peruano*, pero que no cancelan esa carga biológica atribuida como natural de este.

5.1.5 El macho peruano es un cholo feo

La conclusión del capítulo anterior tiene un correlato en el fenotipo asociado al sujeto *macho peruano que se respeta*; como veremos, este también se intersecta con su poder adquisitivo. En los discursos surgidos en este espacio, este sujeto no solo es culto, político, trabajador y antirracista,

sino también fenotípicamente feo. Sin embargo, cuando este accede a una remuneración alta, el dinero lo empodera y blanquea temporalmente. Veamos el siguiente foticom:

LUN22	Campeones!! jajaja	IMG-MAS	10-06-03
3792	me gusta	1946	compartidos



1	Cualquiera que tenga plata se la come a Tilsa! No solo el Loco !	145
1b	tu ni con plata xD	122
1c[a]	Igual que tu [b] :)! Acepta tu realidad !	6
1d	clarisa ps, ais es por mas feo q seas si le invitas a tragar a esa flaca en un restaurant de lujo al tq	
2	csm antes recuerdo k a vargas le decian Chucky ,despues se fue a europa gana en euros ahora es papasito,galan,cuerpon mas bello k un angel csm las mujeres son ams convenidas k la mierda	2
3	no os preocupéis loco que tilsa nunca mas te volvera a mirar porque ya estas en bajada e iras a jugar de seguro a la U jejejejejejejejejeje	
4	el que tiene plata se agarra a cualquier vedette, sino miren a cronwuel talvez se agarro a cuanto pudo. Por eso el loco que se cuide, se le va acabar la plata y lo va a chotear.	

En la imagen anterior, se muestra un meme de tres etapas: en la primera, aparece, en primer plano, el jugador de fútbol peruano Claudio Pizarro con la copa de la Liga de Campeones de la UEFA 2013. En la segunda, figura el también futbolista peruano Paolo Guerrero sosteniendo el premio a tercer mejor jugador del Mundial de Clubes 2012. En estas dos primeras, los personajes figuran cada uno con el uniforme de sus clubes, hecho que no ocurre en la tercera etapa: en esta, figuran dos personajes: a la izquierda el también futbolista peruano Juan Manuel Vargas desnudo en captura de medio cuerpo para arriba y al lado la modelo peruana Tilsa Lozano de espaldas y en bikini.

En las dos primeras imágenes que componen el meme, el mensaje que las acompaña se formula con el verbo *campeonar* entendido en un sentido literal: coronarse campeón en una competencia. En ambos casos, los participantes aparecen en primer plano sosteniendo los trofeos que acreditan dicho logro. Como ya hemos visto, en estos memes secuenciales el significado del todo se obtiene a partir del significado de los elementos léxicos visuales y de cómo estos están cohesionados. En ese sentido, es importante recordar que el ordenamiento de la secuencia conduce

a enfatizar siempre la etapa final. En esta última, aunque también se recurre al verbo *campeonar*, este ha experimentado un proceso de resemantización: siguiendo la clasificación de Blank para describir el cambio léxico semántico (1999: 80), entendemos *campeonar* como un *concepto marcado emocionalmente*: a partir de este, el significado de *coronarse campeón en una competencia* se ha proyectado a *tener relaciones sexuales con una mujer*. Este último evento conserva la carga de triunfo aludida a su significado inicial, y a partir de la cual se entiende que el concretar el coito con la mujer es visto socialmente como un triunfo en donde *los hombres* compiten y uno gana. En ese sentido, «CAMPEONÓ CON TILSA» perpetua la masculinidad del *macho peruano* y el dominio que este ejerce sobre el cuerpo de la mujer. En este caso, el enunciado va en conjunto con la figura desnuda de cuerpo para arriba de Juan Manuel Vargas sonriendo y posicionado en dirección a Tilsa Lozano, desnuda también y de espaldas. Evidentemente, la gramática de la imagen implica un proceso de selección previo de los elementos léxicos que la integran: elegir, entre las miles de fotografías dispersas en la Web de ambos personajes, precisamente estas no es un evento casual: en el caso de Tilsa Lozano, se enfatiza en primer plano su trasero. Entonces, tomando en cuenta la estructura visual mayor en que la imagen se inserta, el meme también busca perpetuar la masculinidad del *macho peruano* a través de la imagen, en la que principalmente el cuerpo de la mujer es visto como un trofeo en analogía con las copas que levantan los otros dos personajes.

El meme en cuestión genera un sinnúmero de comentarios, que en conjunto con la imagen nos dan cuenta de cómo se entiende al *macho peruano* en términos fenotípicos: es un cholo feo, pero que se empodera cuando posee mucho dinero. En (1), se comenta que «Cualquiera que tenga plata se la come a Tilsa! No solo el Loco !», en donde se recurre al verbo *comer* en el sentido de *fornicar*³². El objeto directo del verbo se sitúa como un elemento comestible, mientras que el sujeto que realiza la acción de comer, en este caso, es equivalente a «cualquiera que tenga plata». En otras palabras, el enunciado predica que el *macho peruano*, cuando adquiere un estatus socioeconómico alto, adquiere también un poder mayor sobre el cuerpo de la mujer.

Lo anterior es una constante que se evidencia también en (1d) «clarisa ps, ais es por mas feo q seas si le invitás a tragar a esa flaca en un restaurant de lujo al tq». En este caso, el usuario se dirige al del comentario anterior siguiendo la línea impuesta por el primero. La recurrencia a jergas coloquiales como «clarisa», «tragar», «flaca» «al tq» (*<al toque>*) y a prácticas neográficas estándares

³² El proceso de resemantización, en este caso, es similar al de *campeonar*. El verbo entra en la categoría de palabras marcadas emocionalmente (Blank 1999: 80) cuyo sentido se ha proyectado por una relación metonímica en donde la mujer es el objeto comido y el hombre es el sujeto que come. En ese sentido, *comer* se entiende como *fornicar*.

del español (Brañez 2012) como «ps», «q» y «tq» es una estrategia discursiva empleada por (1d) para adscribirse al grupo al que pertenece (1) y, en ese sentido, crea una representación del *nosotros macho peruano*. En efecto, (1b) hace referencia a «un restaurant de lujo», los cuales indexan opulencia y están fuertemente asociados a un poder adquisitivo elevado.

El usuario (2) plantea en su comentario una relación de eventos que describen un proceso: «antes recuerdo k a vargas le decian Chucky ,despues se fue a europa gana en euros ahora es papasito,galan,cuerpon mas bello k un angel». En conjunto, lo que se describe es que el sujeto en cuestión era, inicialmente, fenotípicamente feo, pero luego migró a Europa y ahora ya es un sujeto bello. En el contexto social actual, la referencia a *irse a Europa* y *ganar en euros* suele percibirse como sinónimo de un estatus elevado, por tanto indexa superación personal. Se entiende, por tanto, que el ir a tierras europeas y ser remunerado en euros ha *embellecido* al sujeto, o sea, lo ha *blanqueado* (Portocarrero 2010).

Esto último debe verse en paralelo con los análisis previos: básicamente, el *macho peruano que se respeta* se representa como un sujeto trabajador que se distingue del *otro* por generar sus ingresos con su propio esfuerzo. El *otro*, como habíamos visto, se imagina como un sujeto adinerado perteneciente a un estrato superior. Lo que vemos ahora es que su estatus está íntimamente ligado con su fenotipo: el *otro no macho peruano que se respeta* es bello y el *nosotros macho peruano que se respeta* es feo; en ese sentido, se deduce, pues, que cuando este último sujeto adquiere dinero, de alguna manera, se aleja de su *esencia* de *macho peruano*, se *blanquea*. Véase en esta visión innatista de la raza la carga biológica aún viva referida por Gotkowitz (2010), pero que se define básicamente por los estereotipos culturales antes descritos.

Es interesante hacer ver que, en los comentarios (3) y (4), se da cuenta de que por más dinero que pueda poseer el *macho peruano que se respeta*, *su esencia limita su ascenso social*: (3) «nunca mas te volviera a mirar porque ya estas en bajada e iras a jugar de seguro a la U jejejejeejejejejejeje» y (4) «Por eso el loco que se cuide, se le va acabar la plata y lo va a chotear.». La primera construcción afirma sobre la mujer, de manera categórica («nunca más»), que esta no le prestará atención porque «ya está en bajada e irá jugar de seguro a la U»; esta expresión se construye con un verbo que describe un proceso material (Halliday 2004: 170): el sujeto *está de bajada* de un lugar entendido como *superior* a otro entendido como *inferior*. Este último escenario se asocia con «la U», club en que debutó el referido jugador y que participa de la liga *peruana*. De esta manera, la expresión promueve una representación de la peruanidad como inferior al mundo

europeo: si vuelves al Perú, pierdes dinero, pierdes estatus, pierdes belleza, pierdes blancura. Así, una vez más atestiguamos que la oposición europeo/no europeo expuesta por Quijano (2000) como una base colonial del racismo surge para distinguir entre el sujeto superior y el inferior, en donde este último resulta, pues, menos bello, menos blanco. El comentario de (4) coincide, en esta línea, con la conclusión anterior, pues versa del sujeto que «se le va [a] acabar la plata», lo que implica asumir que, eventualmente, su estado de superioridad adquirido por el acceso al dinero tiene un final, después del cual este vuelve a ser un personaje de un estrato inferior. En otras palabras, comprobamos que, en la narrativa surgida en esta plataforma virtual, el *macho peruano que se respeta* puede acceder a una remuneración alta, pero ello no implica necesariamente un ascenso social, pues este se entiende como solo ficticio, momentáneo.

En resumidas cuentas, la data nos muestra que el *macho peruano que se respeta* se enuncia desde un nosotros que puede entenderse como el *cholo emergente* descrito por Cánepa (2007). Sin embargo, el acceso a una alta remuneración no implica para este sujeto el cumplimiento completo de la promesa de progreso social, tal y como lo plantea Portocarrero (2010): el *cholo emergente*, aunque genere mucho dinero, según se ve en los comentarios, nunca dejará de ser un *cholo*, feo por "naturaleza", entendido como biológicamente inferior en relación con el *otros no macho peruano que se respeta*. Así, todo este discurso que opone lo europeo con lo no europeo muestra una pervivencia del racismo colonial que describe Quijano (2000): concebir a Europa como el centro del capitalismo mundial implica un proceso de *reidentificación histórica* que otorga nuevas identidades geoculturales a lo no europeo (209).

5.1.6 El macho peruano es, por tanto, peruano

Hasta aquí, hemos revisado la concepción del *macho peruano que se respeta* como un sujeto culto, político, trabajador, antirracista y fenotípicamente feo. Todo esto, aunque se haya enfocado en distintas secciones para situar el énfasis en cada característica identitaria, debe entenderse de manera conjunta, pues, finalmente, guarda una estrecha relación con su identidad como un *peruano masculino* (que en el sujeto se traduce como *macho peruano*). En las dos siguientes etapas del análisis, quiero enfatizar, finalmente, la identidad del *macho peruano*, primero, como *peruano* y, luego, como *macho*. Para enfocarnos en lo primero, sirva el siguiente foticom:

LUN12	jajajaja Perú lo mejor csm!!	IMG-PER	10-06-03
3297	me gusta 2736 compartidos	COMENTARIOS	



1	JUEVES DE PAVITA ES MEJOR QUE LA HUEVADA DE AGUITA DE COCO	94
2a	y aguita de coco?	30
2b	como puedes estar orgulloso de esa mierda ? a mi me da verguenza ajena rcsn.	7
2c [adm]	Típico lo extranjero sí es chévere, pero lo peruano da vergüenza ajena!! No jodan pues!	27
2d	oe como puedes estar orgulloso del aguita de coco no me jodas , somos motivo de burla en muchos países por eso , yo del jueves de pavita soy hincha csm pero de la otra cagada que salio no ! y no es qe sea antiperuano , y es qe lo otro no representa nada de las costumbres de aca , nisiqiera tiene un ritmo selvatico si no una alienacion entre el electro y los gritos sin sentido de una señora	10
2e	esa canción no puede representar al país,..., osea si es un buen remix pero no tiene mensaje y ademas hay mejores canciones en el peru	
2f	jueves de pavita es la voz! por que es PERUANO, aguita de coco mmm... mmm,, es pa burlarse para eso fue creada ese era su fin	

Nuevamente, para entender el significado total de la imagen, debemos analizar el léxico visual que la componen y la cohesión interna entre estas piezas. En la primera imagen, se muestra el viralizado baile llamado Harlem Shake³³. La escena corresponde a uno de las miles de versiones de este, en la que, en primer plano, figura un joven con la bandera de los Estados Unidos, enmarcado por varias personas bailando. La segunda imagen corresponde al Gangnam Style del cantante coreano PSY; este aparece en primer plano, y detrás de él otras personas imitando el paso que él guía. La tercera corresponde al jingle comercial Jueves de Pavita surgido en Perú; en este caso, se agrega una captura de pantalla del mismo spot publicitario en la que figuran, en el centro, dos niños bailando negroide acompañados por los aplausos de quienes los rodean.

Existen, ciertamente, dos diferencias entre las dos primeras escenas que deben llamar la atención. En primer lugar, en lo que concierne al proceso de producción, es importante resaltar que, por fines publicitarios, el comercial de Jueves de Pavita está filmado en un estilo casero con

³³ El Harlem Shake es un baile de treinta segundos que adquirió notoriedad a mediados de 2013. Este consta de dos etapas: en la primera, aparece una situación cotidiana con un personaje haciendo él solo un único caso; en la segunda, todos los participantes aparecen haciendo cada uno un paso en particular hasta el final del vídeo. Existen diversas versiones dispersas en el ciberespacio.

cámara en mano, mientras las dos primeras han sido grabadas con un estilo más profesional. En segundo lugar, mientras las dos primeras muestran un conjunto numeroso de personas adultas bailando, la tercera solo incluye a dos niños; esta última se matiza con las personas que aplauden alrededor. Si consideramos que estos últimos no constituyen exactamente un paso de baile, y ciertamente se entienden como una acción sencilla, podemos concluir que, en conjunto, las imágenes representan una comparación entre lo extranjero (lo no peruano) y lo peruano mostrando a esto último como menos elaborado, más simple y sencillo en oposición a las grabaciones extranjeras más planificadas; esto se refuerza con los textos insertos en cada instancia: mientras en los dos primeros los títulos de los bailes resaltan en color blanco, en el tercero este se muestra menos perceptible, conjugando el estilo casero del vídeo mismo. Sin embargo, al compartir el mensaje, el administrador comenta a pie de página lo siguiente: «jajajajaja Perú lo mejor csm!!»; aunque el enunciado constituye un acto de habla expresivo que da cuenta de una valoración positiva hacia el Perú, este se matiza con las expresiones de risa que lo anteceden. En síntesis, lo que vemos es una imagen que significa al Perú de una forma sencilla en oposición a lo extranjero, sobre la cual el administrador se ríe pero que celebra. Con esto, el *macho peruano* representa su peruanidad: *lo peruano*, según se anuncia, no muestra el nivel de desarrollo de lo extranjero, pero se debe celebrar porque es nuestro.

Este discurso sobre la peruanidad, de hecho, se ve reforzado en la discusión que la imagen misma genera entre los participantes; estos discuten acerca del Jueves de Pavita y la también popular canción Agüita de Coco surgida en Iquitos. El primer comentario sigue una estructura comparativa [a es mejor que b] en donde el segundo elemento es introducido primero por un adjetivo de forma despectiva: «JUEVES DE PAVITA ES MEJOR QUE LA HUEVADA DE AGUITA DE COCO»; nótese, además, que todo el texto se escribe con letras mayúsculas, estrategia comúnmente empleada para marcar énfasis. La valoración negativa hacia Agüita de Coco se expresa también en los posteriores comentarios a través de la selección de términos peyorativos (2b) «esa mierda» y (2d) «la otra cagada». Aparentemente, dicha canción no es una buena representante de la llamada peruanidad.

El comentario (2a) inicia una serie de respuestas que son interesantes de analizar. La primera cuestiona directamente el orgullo que el hit pueda generar en el usuario, a lo que (2b) es claro en señalar que a él le causa «vergüenza ajena». El cuestionamiento debe entenderse no solo como un debate girado en torno a los gustos personales, sino uno que trasciende a la conformación del *nosotros macho peruano*: lo que (2b) busca es dar cuenta de que un *macho peruano* no puede

estar orgulloso de una canción como Agüita de Coco, y aclara enseguida que, evidentemente, él no piensa así. En otras palabras, (2b) cuestiona la pertenencia de (2a) al *nosotros macho peruano*.

Enseguida, interviene en la conversación el administrador recriminando a (2b) por mostrar su rechazo al Agüita de Coco. En el comentario en cuestión, podemos distinguir dos enunciados que van de la mano. El primero está compuesto por tres cláusulas: (i) «Típico» (ii) «lo extranjero sí es chévere,» y (ii) «pero lo peruano da vergüenza ajena!!». La primera corresponde con una expresión que anuncia un enunciado que se entiende como descriptivo de un hecho recurrente; lo que viene a continuación se interpreta como una *enunciación en voz ajena* (Brañez 2012) en la medida en que el administrador no se adjudica la autoría de lo que va a decir. Las dos siguientes cláusulas operan en conjunto como una construcción adversativa que busca oponer dos eventos entendidos como reales; nótese que, para el primero, se emplea un verbo que describe un proceso relacional con el fin de dar cuenta de una creencia naturalizada: «lo extranjero sí es chévere», mientras que para el segundo, uno que describe un proceso mental («da vergüenza ajena»), para hacer ver una experiencia naturalizada. En conjunto, por tanto, las tres cláusulas buscan dar cuenta de una creencia entendida como errada pero lastimosamente difundida y aceptada. El segundo enunciado, «No jodan pues!», cierra lo antes explicado: un *macho peruano* no puede sentir vergüenza de Agüita de Coco porque ello implicaría avergonzarse de su *peruanidad*, la cual –como se ha visto en el análisis de la imagen– si bien no es ni puede ser tan refinada como lo extranjero, debe ser valorada por ser *nuestra*.

Sin embargo, el común de comentarios posteriores coincide en rechazar el Agüita de Coco como expresión de peruanidad. Aparentemente, los usuarios se muestran en desacuerdo con la postura asumida por el administrador de la página, y así se lo hacen ver: (2b) establece cadenas léxicas en las que equipara al «agüita de coco» con «eso», «la otra cagada que salio», «lo otro» y «una alienación entre el electro y los gritos sin sentido de una señora». Van Leeuwen (1996) nos comenta que, a través del discurso, se emplean distintas estrategias para representar a los actores sociales. Una de ellas es la despersonalización (59), la cual implica la personalización de un elemento menos humano de forma tal que los actores asociados a este se vean despersonalizados³⁴; así, el uso de *agüita de coco* se entiende, en este discurso, como una estrategia de este tipo: la

³⁴ Sirva como ejemplo el enunciado «cuando Chacalón canta, los cerros bajan», en donde «los cerros» aparecen como los actores de un proceso material (*bajar*). Se entiende que *los cerros* son objetos inanimados que, ciertamente, no pueden bajar ni subir a ninguna parte. Lo que vemos es un proceso de *personalización* de un elemento objetivo (el cerro), que implica la *despersonalización* de las personas que viven en los cerros.

referencia a este elemento abstracto despersonaliza a los actores que participan de la referida canción.

Así, también, Van Leeuwen (1996) nos habla de las estrategias de personalización, entre las que distingue la indeterminación de la determinación (51). Sobre lo primero, hace referencia a las construcciones que recurren, básicamente, a elementos deícticos menos específicos; un claro ejemplo es la etiqueta de «lo otro», con la que el usuario también refiere a la popular canción. Sobre lo segundo, el autor se refiere a aquellas fórmulas en las que sí se recurre a mecanismos más específicos de representación. Se reconocen varios subtipos, de los cuales conviene mencionar, primero, la categorización (52), entendida como la referencia a una categoría colectiva mayor: un ejemplo válido sería «la otra cagada que salio»; y, segundo, la asociación (50), descrita como el vínculo entre dos o más elementos representados en una sola: la cláusula «una alienacion entre el electro y los gritos sin sentido de una señora» es una clara muestra, en la que la canción es descrita en términos de la asociación entre los dos elementos subrayados. En conjunto, todas estas estrategias empleadas en el discurso constituyen mecanismos de representación social que buscan configurar la identidad de los participantes del videoclip de Agüita de Coco como menos peruanos. Esta narrativa no debe verse solo como la mera percepción de un usuario, pues el rechazo surge a lo largo de los distintos comentarios hechos sobre la imagen.

A pesar de todo lo expuesto líneas arriba, llama la atención la aclaración que realiza el usuario: él aclara que «no es que sea antiperuano». Según entiende, dicha canción «no representa nada de las costumbres de acá, ni siquiera tiene un ritmo selvático si no una alienación entre el electro y los gritos sin sentido de una señora». Con ello, se entiende que, para (2b), Agüita de Coco no puede ser considerada una expresión de peruanidad, dado que es una alienación que incorpora elementos que no le pertenecen. Es decir, según el usuario, al combinar rasgos entendidos como "no peruanos" con los "peruanos", la peruanidad se pierde o daña: si quiere ser *peruano*, debe, por tanto, mantenerse su esencia cultural, es decir.

De esta manera, lo que distinguiría a esta canción del Jueves de Pavita radicaría en que mientras el segundo no altera el orden social establecido, el primero sí lo reta. En esta narrativa, el *nosotros macho peruano que se respeta* se anuncia a sí mismo como inmóvil en una posición jerárquica que, en relación con su contraparte *otros no macho peruano que se respeta* es inferior. Los comentarios (2e) y (2f) coinciden con la postura de (2d): «esa canción no puede representar al país» y «jueves de pavita es la voz! por que es PERUANO, aguita de coco mmm... mmm., es pa burlarse» respectivamente. El primer enunciado constituye un acto de habla asertivo, en el que el usuario emite un enunciado con contundencia. El segundo recurre a las mayúsculas para,

precisamente, resaltar que, mientras el Jueves de Pavita sí constituye una expresión de peruanidad, el Agüita de Coco no.

Así, hemos visto que la construcción del *macho peruano que se respeta* que surge en los discursos de los interactuantes del referido portal involucra una serie de características identitarias asociadas a su conocimiento de distintas disciplinas (es "educado"), a su activa participación política (es "conocedor de su realidad sociopolítica"), a su entendida como innata voluntad de trabajo (es "emergente", "luchador"), a su postura igualitaria (es "antirracista"), a su también asumido como esencial aspecto físico no bello (es un "cholo feo"), en general, a su peruanidad (es "peruano"). Estas distintas conceptualizaciones nos orientan hacia una peruanidad que se naturaliza discursivamente como *emergente inferior*, opuesta a una no peruanidad *blanca superior*. La base cultural en la que se construye la "raza" del *macho peruano que se respeta* aún incorpora en ella la carga biológica entendida como inherente (siguiendo el concepto planteado por Gotkowitz 2010), y perpetua la dicotomía *europeo/no europeo* de la que nos habla Quijano (2010), pero reformulada en un discurso de aceptación de un estatus de inferioridad por parte del *nosotros macho peruano*: el sujeto emergente, que a los ojos del discurso limeño (Cánepa 2007) es visto como el inmigrante que llega a Lima para crecer socialmente, puede acceder a un estatus económico superior, pero este blanqueamiento social nunca retirará su condición de emergente, tal y como lo presenta Portocarrero (2010) en la *utopía del blanqueamiento*.

Las discusiones en torno a la peruanidad del *macho peruano* también constituyen una constante en las interacciones de los administradores y participantes en general. La data fue recogida en una semana en la que se jugaba un partido de fútbol entre la selección peruana y la colombiana. Entre los distintos foticomos publicados al respecto, resalta el LUN21, en el que se comenta sobre lo que es *ser y sentirse peruano*. Por otro lado, en DOM22 también surgen debates similares en relación con la figura de Francisco Bolognesi, personaje de la historia del Perú.

5.1.7 Y en tanto peruano es, por tanto, masculino

Ahora bien, a lo largo de los análisis anteriores, hemos visto que, en la narrativa de los participantes de la web, surgen alusiones no solo al *macho peruano* entendido en términos raciales culturalmente definidos (como los expuestos en la parte final de la sección anterior), sino también a su masculinidad. Ciertamente, resulta imposible desligar la carga masculina que este sujeto se autoatribuye como parte de su identidad. En esta sección, el énfasis se centrará en la masculinidad

del *macho peruano*, categoría que se intersecta con las anteriormente analizadas. Veamos el siguiente foticom.

SÁB09	JAJAJAJA esa cara de #Pizarro!!! Imposible no joderlo!!!	IMG-MAS	15-06-03
2160	me gusta	680	compartidos
COMENTARIOS			



1	lo perdimos ksm xD!	27
2	Claudio Picabro y André Cabrilla :D	3
3	y la vargas q hace con los dedos parece una vengadora	1
4	Claudio es el terror de las mujeres casadas.....se les roba a los maridos...kbrazo..las tres asereje	2
5	Jajajajaa y carrillo haciendole la seña del marica xD	
6	Que seria de "ellas" si no fueran futbolistas???	
7	ptm!!!!... ahora q se dediquen al voley!!... los perdimos carajo!!	

La imagen del foticom corresponde a una fotografía tomada, aparentemente, en medio de una celebración, en la que figuran tres futbolistas peruanos que juegan en Europa: de izquierda a derecha, Juan Manuel Vargas, Claudio Pizarro y André Carrillo. El primero marca una V con su mano; el segundo aparece con los ojos y boca abiertos, y el tercero junta el pulgar con el índice mientras estira los otros tres dedos. La imagen incluye, además, un proceso de edición posterior: a los tres personajes se les ha asignado un discurso particular: «ESTAS DOS SON UNAS BEBITAS», «Y TU QUE ME MIRAS ¡HUEVONAAAA!» y «Pizarro es GAYtorade» respectivamente.

El análisis de esta imagen debe prestar especial atención a su proceso de producción: el trabajo de edición implica la asignación de un determinado discurso a cada personaje en razón de la postura y los gestos que estos adoptan en ella. Al hacer esto, el editor busca construir una determinada representación de la realidad. Inoue (2006) comenta que el uso del lenguaje de grupos sociales particulares puede sobredeterminarse (como *masculino*, *femenino*, *correcto*, *moso*, etc.) en virtud de la *percepción ideológica y lingüística del oyente*. Es decir, se entiende, por ejemplo, que una expresión como la de «¡HUEVONAAAA!», adjudicada a Claudio Pizarro, no es *per se* femenina o masculina, ofensiva o lisura; su significación debe entenderse en virtud de cómo la perciben lingüística e ideológicamente los sujetos oyentes. Esto quiere decir que la inserción de este

texto a la voz de Pizarro está condicionada, por un lado, por cómo el editor del meme percibe ideológica y lingüísticamente el término añadido y, además, por otro, por cómo se le está percibiendo al sujeto a este en esta imagen.

Como ya hemos comentado, Claudio Pizarro aparece en la imagen con los ojos y boca abiertos a modo de sonrisa; al respecto, Santos Jiménez (2011: 13), en un estudio sobre la representación visual del travesti, señala que precisamente estos gestos indexan «bastante femeneidad» (14). Por otro lado, en el imaginario colectivo, aunque se le reconoce como un futbolista exitoso, no suele asociársele la figura del peruano emergente que surge de estratos bajos y asciende socialmente gracias a este deporte; de hecho, Claudio Pizarro proviene de un estrato socioeconómico alto. Así, pues, Pizarro parece estar siendo concebido como un sujeto *menos masculino* tomando como punto de partida no solo sus gestos sino también la percepción ideológica que tiene el editor de la imagen sobre el futbolista. Nótese, para comenzar, que precisamente el administrador llama la atención de su rostro en el pie de fotografía: «JAJAJAJA esa cara de #Pizarro!!!». Así también, en la misma imagen se refieren a él como «BEBITA» y «GAYtorade». Por otro lado, el usuario (2) parte de la estructura morfofonémica de los apellidos de Pizarro y Carrillo para construir los términos «Picabro» y «Cabrilla» y en (4) se le llama «kbrazo». En todos estos casos, se hace alusión a adjetivos despectivos que refieren a personas homosexuales. Por tanto, es válido afirmar que, en términos visuales, el editor de la fotografía ha entendido la postura y los gestos de Pizarro como *menos masculinos, más femeninos*.

Ciertamente, no existen investigaciones recientes referidas al tratamiento, uso o percepción sociolingüística del término «¡HUEVONAAAA!» en el español del Perú, pero de lo que sí disponemos es de una innumerable colección de memes ([fb.com/Huevonaa](https://www.facebook.com/Huevonaa)) que nos dan luces acerca de cómo es comúnmente percibida esta etiqueta. Con una escritura que alarga el final, la frase es asociada con el lenguaje de los grupos femeninos limeños de clase alta. De esta manera, se entiende con claridad la motivación del editor de la imagen para añadir puntualmente este texto al personaje: se busca reforzar su *feminidad* ya de por sí generada por sus gestos faciales y su percibida condición socioeconómica alta.

Cabe un análisis similar en relación con los otros dos personajes que acompañan la imagen. Sobre Juan Manuel Vargas, (3) comenta: «y la vargas q hace con los dedos parece una vengadora»; en este caso, se le asigna al personaje una identidad femenina, de «vengadora», nombre con el que se identifica a las integrantes del grupo Las Vengadoras, modelos famosas en el Perú; nótese

también el artículo femenino que precede al nombre del jugador, el cual constituye también una estrategia discursiva de feminización del sujeto. Sobre André Carrillo, (5) menciona: «Jajajajaa y carrillo haciendole la seña del marica xD»; esta vez se parte de una asociación entre la seña de su mano con el ser homosexual dirigido hacia Pizarro. De esta manera, queda claro que, en los tres casos, los participantes de la web buscan restarles masculinidad a través de las distintas estrategias discursivas que hemos revisado. Nótese que, además, existen también alusiones grupales: en (4), «las tres asereje», se les equipara con el grupo español femenino Las Ketchup³⁵; en (6), «Que sería de "ellas" si no fueran futbolistas???»», se recurre al pronombre de tercera persona plural femenino para referírseles; y en (7), «ahora q se dediquen al voley!!...», se comenta que, dado que ahora han perdido masculinidad, deben dejar de ser futbolistas (deporte visto como propio de los hombres) y pasar a ser voleibolistas (deporte visto como propio de las mujeres).

Todo lo anterior es clave para entender la representación masculina de la peruanidad. Para ello, los comentarios (1) y (7) tienen especial trascendencia. En ambos se comparte la frase «los perdimos», formulada en primera persona plural (nosotros) y dirigida a los demás miembros del espacio. Quien enuncia el mensaje habla en representación del *nosotros macho peruano que se respeta* para predicar sobre los sujetos de la imagen, es decir, *los perdidos*. Así, se deduce que este sujeto se imagina como *masculino* mientras que el *otros* es *femenino*. En otras palabras, la peruanidad de este personaje se define fuertemente por una base masculina, mientras que su contraparte *otros macho peruano que se respeta* es configurada como *menos masculino, más femenino*.

La figura de Claudio Pizarro como un sujeto *menos masculino* es bastante frecuente en este espacio de afinidad (véase MAR29, MIE06). Vale decir que se trata de un personaje que, ciertamente, no es percibido por el imaginario colectivo como un *peruano emergente*, en tanto proviene de una familia de estatus social alto. En ese sentido, es válido afirmar que se define, en esta narrativa, como un *otros no macho peruano que se respeta*, ubicado en un estrato social alto, pero también concebido como *más femenino*. Por su parte, el *nosotros macho peruano* surge en un discurso que lo posiciona como un sujeto *emergente inferior, pero más masculino*.

Otros fotocomes que refuerzan este estereotipo son DOM01 y JUE17, en donde se discute las diferencias entre el *macho peruano* y la denominada *hembra peruana que se respeta*. Así también, en DOM34, se publica la imagen de un hombre peinando a su hija con el lema "Todo

³⁵ Por su popular canción *El aserejé*.

padre tiene algo de madre", imagen que recibe dos respuestas interesantes: «con dos princesas me volvi especialista en en colitas, trensitas y moñitos jajaja» y «Cambie pañalesa mi nena, la peine, juegue con muñecas, dejé que me ponga ganchitos en el pelo. Eso para mí es el verdadero MACHO PERUANO QUE SE RESPETA.» Estas prácticas suelen ser vistas como *más femeninas*, por lo que llama la atención el respaldo del que gozan por parte de los integrantes del espacio. Nótese, no obstante, que quienes construyen los discursos se posicionan como expertos agentes de estas actividades («me volvi especialista», «cambie... la peine... juegue...»), y que solo cuando aparece como un sujeto pasivo (al que le «ponen ganchitos en el pelo») se precisa una previa autorización de él: él dejó que su hija lo hiciera, *id est*, le dio el permiso respectivo. Nótese, por tanto, que estas acciones, contrariamente a lo que se esperaría, son aprobadas como masculinas en tanto son vistas como muestras de paternidad (un usuario responde: «no tiene nada de cabro, sólo es amor de padre»). Entonces, es válido afirmar que se trata de prácticas que no desafían la identidad masculina del *macho peruano*.

Aunque he querido presentar los distintos estereotipos asociados al sujeto de manera aislada, el propósito de esto ha sido enfatizar con más claridad determinados rasgos en cada sección. Ello, sin embargo, no debe llevarnos a entenderlo de forma descompuesta, pues todas las piezas guardan una estrecha relación. A través de las distintas manifestaciones discursivas, hemos visto que el denominado *macho peruano que se respeta* representa, finalmente, a un peruano que proviene de los estratos más bajos de la sociedad, pero es culto, político, antirracista y trabajador, aunque su remuneración no es alta; por naturaleza, se concibe como no bello, pero al mismo tiempo como masculino. En términos sencillos, esta figura coincide con la que Cánepa (2007) describe como el *cholo emergente* visto desde los ojos del limeño tradicional, aunque con un matiz de *más masculino* que define también su autoatribuida "esencia". Es válido decir, por tanto, que este *nosotros macho peruano que se respeta* es la voz de la otredad inmigrante, asumida no solo como *emergente*, sino también como *inferior* en relación con su contraparte *no macho peruano que se respeta*, a quien se le asocia con un sujeto de un estatus socioeconómico alto, que vive plácidamente no por su propio esfuerzo sino por herencia familiar; es visto como inculto, flojo y racista; y, por naturaleza, no solo es bello, sino también femenino. Nos referimos, a fin de cuentas, al construido como *blanco*.

Como vemos, esta oposición del *nosotros macho peruano que se respeta* / *otros no macho peruano que se respeta* reproduce un fundamentalismo colonial del racismo (Quijano 2000), uno que distingue entre un peruano *emergente inferior masculino* de un sujeto *blanco superior femenino*. En ambas conceptualizaciones, queda claro que la significación social de estos dos personajes intersecta las categorías de género con las asociadas a la raza (Levon 2015). Se puede

entender, siguiendo a Pike (1996), como la configuración de una masculinidad basada en la clase, reconocida como propia del sujeto *emergente* que, por más esfuerzos que realice, siempre permanecerá encasillado en su atribuida esencia cultural (Gotkowitz 2011); si eventualmente accediere a un ingreso económico alto (como los futbolistas que surgen de estratos sociales bajos), se asume que este blanqueamiento social no es absoluto, y tarde o temprano puede terminarse y volver a su entendido como estado natural. Y, además, este proceso de blanqueamiento también implica uno de feminización; en términos simples, el dinero no solo blanquea y empodera, sino también feminiza, pues aproxima al *nosotros* a un *otros femenino*. En la siguiente sección del análisis, la atención se vuelca hacia el denominado *princeso*, sujeto que emerge continuamente en los discursos de los participantes de Macho Peruano Que Se Respeta y que, como se verá, se conforma también a partir de estereotipos que intersectan el género y la raza.

5.2 *Que se respeta*: la constitución del *princeso*

La construcción del *macho peruano que se respeta*, como hemos visto, se genera por la intersección entre categorías culturales de género y raza, en la que se asume una inmovilidad social del *peruano emergente inferior masculino*, cuyos esfuerzos por blanquearse nunca tendrán un éxito absoluto dada su atribuida esencia de inferioridad. La data revela, sin embargo, un dato interesante: un eventual intento de blanqueamiento puede convertir a un *macho peruano que se respeta* en un *princeso*. Esta última categoría se construye sobre la base del análisis anterior, y es clave para el reforzamiento de la identidad del *macho peruano que se respeta*. En ese sentido, en la interacción con el *princeso*, el primero hace *respetar* su identidad de *macho peruano*. Veamos el siguiente foticom.

VIE35	Ya deja la chompa de lana de la abuela, mas bien esa enmarcala y ponte una nueva. Marca : Bloo Do pueden encontrarlo en : https://www.facebook.com/estilo.bloodo.7?ref=ts	IMG-PRI	14-06-03
775	me gusta	61	compartidos
COMENTARIOS			



1	Mpqsr usa chompa hecha con todo el cariño de la abuelita.	175
2	tbm hay para MPQSR ? .. O sólo esas para íntimos d peluchin	74
3	No es por nada, pero tiene una pinta de ropa para princesos, que... no se...	33
4	macho peruano anda con su polo de educacion fisica x lacalle ! eso solo se pone peter ferrari, chibolin, jimy santi! beto ortiz	55
4b	MPQSR! creo que ahora es -MPQSR cada	

	dia :D	
5	MUY PIRAÑA	27
6	Esos son polos para princesos a lo Cristiano Ronaldo, Macho peruano que se respeta usa polo de educación física, máximo la camiseta de algún equipo de futbol marca Lomas.	8
7	Oe que feas chompas 1. Muy entalladas 2. Ese diseño parece hecho para ElCausha	2
8	Eso le keda bien a los AMIXERS!!! Naranja guando con esa ropa si es ke se le puede llamar ropa. JAJAJA.	
9	Que xuxa, la'chompa de mi vieja no la cambio por esa webada para pitucos misios	

En este foticom, el administrador comparte una imagen en la que figuran dos poleras en maniqués; las prendas son de color negro y rojo respectivamente, incluyen una capucha y diseños en las mangas y en el pectoral izquierdo; según se muestra, son de un estilo muy entallado; en la parte central de la imagen, figura la tienda en donde estas se están vendiendo. Al compartirla, el administrador establece una comparación entre este producto y «la chompa de lana de la abuela», que inmediatamente produce un sinnúmero de réplicas.

El comentario (1) «Mpqsr usa chompa hecha con todo el cariño de la abuelita.» se presenta como un enunciado asertivo siguiendo una estructura muy común en estos espacios: [mpqsr (<*macho peruano que se respeta*) + verbo en tercera persona singular en tiempo presente]. Se busca así describir un evento entendido como *real* que desafía entonces la imagen social del administrador. El respaldo hacia el comentario de (1) es alto, por lo que queda clara la oposición generalizada hacia las prendas compartidas. Lo interesante está en las asociaciones que se generan sobre los sujetos imaginados como posibles usuarios de estas. Veamos.

En los comentarios (2) y (3), se establece claramente una oposición entre el denominado *macho peruano que se respeta* y el considerado *princeso*. Cuando (2) pregunta «tbn hay para MPQSR ?», se infiere que precisamente quien pertenece a este nosotros no usa este tipo de prendas. Por su parte, la enunciación de (3) recurre a la estructura comentada en el párrafo anterior: «macho peruano anda con su polo de educacion fisica x lacalle !». Se establece entonces una comparación entre la ropa publicitada y «su polo de educacion fisica»; esta última prenda es la empleada en la etapa escolar para los bloques de deporte, por lo que en el imaginario social es interpretada como *ropa de trabajo físico*. En ese sentido, hablar de *su polo de educación* (nótese el posesivo de tercera persona) implica que el *macho peruano que se respeta* no solo es ajeno a la

recurrencia a prendas lujosas sino que a él le pertenece la vestimenta de trabajo físico. Al respecto, recuérdese que, precisamente, una de las estrategias de blanqueamiento que señala Portocarrero (2010) corresponde al despilfarro de dinero en ropa lujosa; en el imaginario popular, consumir este tipo de prendas no corresponde, pues, a la identidad del *macho peruano que se respeta*.

Pero los comentarios (2) y (4) también nos ofrecen una serie de nombres a los que se le asocia la vestimenta de las poleras en cuestión: (2) «íntimos d peluchin» y (4) «eso solo se pone peter ferrari, chibolin, jimy santi! beto ortiz». Todos los personajes señalados o son personas abiertamente declaradas homosexuales o asociadas en el imaginario colectivo por diversas actitudes asumidas y percibidas de esa manera. Con ello, se deduce que el uso de la prenda está asociado a la comunidad gay y, por tanto, no corresponde al *macho peruano que se respeta*. En este punto, el comentario (4b) da, precisamente, cuenta de cómo estas acciones restan masculinidad al sujeto: «MPQSR! creo que ahora es -MPQSR cada día :D»; aunque la construcción incluye un «creo que», este aparente mitigador de cualquier posible sanción a la imagen pública pierde sentido en tanto el mensaje termina con «:D» emoticón que representa una cara muy sonriente, y que en el espacio virtual es comúnmente empleado como una estrategia de compensación para la risa (Benwell y Stokoe 2006); en ese sentido, la predicación sobre el *macho peruano que se respeta* lo configura a este como un sujeto menos masculino en virtud de la imagen compartida.

Sin embargo, (6) y (3) nos ofrecen información interesante que complementa lo antes analizado: (6) «Esos son polos para princesos» y (3) «No es por nada, pero tiene una pinta de ropa para princesos». En el primer caso, el enunciado recurre a un verbo que refiere un proceso existencial (Halliday 2004: 170), de forma que busca dar cuenta de un hecho entendido como verdadero, natural e incuestionable: el *princeso* usa la prenda de la imagen. En tanto, en (3), el enunciado sigue la estructura [no es por..., pero...] empleada comúnmente para mitigar una posible sanción a la imagen pública; esto, sin embargo, parece no lograr su propósito performativo, pues el comentario recibe 33 *me gusta*, que evidencian un respaldo a sus palabras. En ambos casos, se menciona al denominado *princeso*, entendido como el usuario al que le corresponden las prendas en imagen.

Nótese, por tanto, que se establece una primera relación entre el sujeto homosexual y el *princeso*, pero al que se le atribuye también una vestimenta de trabajo físico. En efecto, las referencias a la masculinidad de este sujeto presentan también una carga racial: el *princeso* no solo

es visto como gay, sino también como un sujeto sin dinero, que corresponde con la clase obrera. Véase que, al igual que en (4), en (6) también se hace referencia a la vestimenta de trabajo físico.

En esta línea, el comentario (9) se refiere a las prendas expuestas como «esa webada para pitucos misios». La selección léxica, como hemos visto, no constituye una decisión azarosa, sino que está condicionada por las percepciones ideológicas asociadas a determinadas palabras. En este caso, Portocarrero (2006) comenta sobre el denominado *pituco* que refiere a un sujeto que vive en Miraflores, San Isidro, Surco o La Molina principalmente –es decir, distritos limeños asociados a un alto nivel socioeconómico–, y que además margina al *no pituco* (7). Pero a este sustantivo se le adjetiviza como «misio», término que se opone a la semántica social de *pituco*, pues este es inicialmente una persona adinerada. El «pituco misio» define, entonces, a una persona que aparenta tener dinero pero no lo tiene. De esta forma, comprobamos que el denominado *princeso* no solo es visto como homosexual, sino también, en simultáneo, como un sujeto que pretende atribuirse una identidad que no le corresponde, un estatus de superioridad al cual no pertenece.

Finalmente, en (5) «MUY PIRAÑA», (7) «Ese diseño parece hecho para ElCausha» y (8) «Eso le keda bien a los AMIXERS!!!», completamos los eslabones restantes en la cadena léxica que define al denominado *princeso*: es *muy piraña*, *el causha* y *amixer*. Sobre el término *amixer*, en Brañez (2012) se da cuenta de que el término es empleado para referirse a personas asociadas a un estrato socioeconómico bajo, con un nivel de educación inferior, fenotípicamente feas, provenientes de la sierra a la capital y de un dominio pobre de las convenciones ortográficas de la lengua española; en sencillo, constituye lo que se denomina una *virtualización del cholo*. Por otro lado, las referencias a *el causha* y *muy piraña* van de mano: el primero es un personaje popularizado en la Red como un delincuente; su estereotipación, sin embargo, está íntimamente ligada con lo denominado *amixer*³⁶. Su nombre proviene, además, de una pronunciación africada del sonido [s] en la palabra *causa*, término percibido socialmente como propio de grupos socioeconómicos bajos. En ese sentido, es válido afirmar que los tres términos van de la mano: *el causha* es un *piraña amixer*, y también es un personaje asociado a las prendas publicadas.

Reuniendo todas las piezas léxicas, comprobamos que *el princeso* no solo se define como un *homosexual*, sino también como un *pituco misio amixer*. Es decir, el término hace alusión a un sujeto cholo que aspira a tener mucho dinero, pues considera que este le conferirá estatus, lo blanqueará. No obstante, el blanqueamiento social implica, en este caso, un proceso de

³⁶ Ciertamente, explorar la identidad atribuida a *El causha* es una tarea pendiente que debería ser incentivada con miras a esclarecer nuevas formas de discriminación difundidas en el espacio virtual.

desmasculinización, pues en tanto se aproxima a un *otros femenino*, este se vuelve *menos masculino*.

De esta forma, comprobamos que la identidad del sujeto *macho peruano que se respeta* implica en paralelo la construcción del denominado *princeso*, sobre el cual el primero establece una relación de superioridad: puede burlarse de él, denunciarlo como tal, exponerlo para que el resto también lo haga, etc., porque este, en realidad, *no es blanco*. En ese sentido, no solo se perpetua una representación de la peruanidad como masculina, sino que incluso en su interior se reconocen elementos más y menos masculinos. Nótese, nuevamente, que estos procesos se definen sobre la base de estereotipos culturales asociados al género y a la raza que se intersectan para definir esta identidad.

6. Reflexiones finales

Una de las apuestas de esta investigación ha sido proponer un marco metodológico de estudio que permita analizar de forma más integral las interacciones sociales comunes en las plataformas virtuales. Dando cuenta del desorden metodológico de investigaciones predecesoras, la propuesta de unificación del marco del Análisis Crítico del Discurso (Fairclough 1992) con el concepto de economía visual (Poole 2000) ha permitido una exploración del foticom atendiendo tanto a la imagen como a los comentarios que los usuarios vierten sobre esta. Este, sin embargo, constituye aún un primer intento por promover el trabajo interdisciplinario en estas áreas académicas, que deben buscar complementarse con miras a un mejor entendimiento de las dinámicas sociales.

Así, la revisión y análisis de la data nos ha permitido entender la configuración discursiva de las identidades de los sujetos *macho peruano que se respeta*, *no macho peruano que se respeta* y *princeso*. A modo de resumen, en la interacción entre los participantes del *fanpage*, se generan representaciones discursivas (visuales y escritas) que construyen un *nosotros macho peruano que se respeta* y un *otros no macho peruano que se respeta*, cuyas identidades surgen por la intersección de categorías culturales asociadas tanto a su género como a su raza. El *macho peruano que se respeta* es, a fin de cuentas, un peruano emergente, leído, trabajador, político y antirracista, pero con un techo que no puede sobrepasar; por naturaleza, es entendido como feo, pero al mismo tiempo como masculino. En tanto, el *no macho peruano que se respeta* se define como un sujeto blanco, poseedor de un estatus socioeconómico superior, pudiente, por naturaleza bello y femenino y discriminador. Finalmente, el *princeso* define a un *macho peruano desmasculinado*,

que en su búsqueda por volverse blanco se aproxima a lo femenino, y en relación al cual el *macho peruano que se respeta* es superior.

La configuración social de estas tres categorías surge, pues, por la intersección entre categorías de género y raza. Y el análisis ha buscado partir de las herramientas sociolingüísticas para evidenciar estos procesos tomando como base los planteamientos de Levon (2015) sobre la denominada *sociolingüística interseccional*.

Finalmente, cabe destacar que la investigación revela la pervivencia de jerarquizaciones sociales que reproducen estereotipos históricamente formulados en distintos escenarios virtualizados y no virtualizados. Ciertamente, el aporte radica en ver cómo estos ocurren en plataformas como las redes sociales, mas ello no implica un proceso absolutamente novedoso. En esta línea, siguiendo la conceptualización del espacio virtual de Castells (2010), estos resultados no hacen sino evidenciar estereotipaciones surgidas en la vida cotidiana.

7. Bibliografía

AMÉRICA TELEVISIÓN (canal #4)

2013 *A las Once*. Lima. Emisión: 16 de agosto de 2013. Consulta: 14 de setiembre de 2015.
https://www.youtube.com/watch?v=26MVBy7_M5g

ANDROUTSOPOULOS, Jannis

2013 “Online Data Collection”. En MALLINSON, Christine, Becky CHILDS y Gerard VAN HERK (eds.). *Data Collection in Sociolinguistics: Methods and Applications*. Nueva York: Routledge, pp. 236-249.

2008 “Potentials and Limitations of Discourse-Centred Online Ethnography”. *Language@Internet*. Lima, vol. 5. Consulta: 07 de julio de 2013.
<http://www.languageatinternet.org/articles/2008/1610>

BACK, Michele y Miguel ZEPEDA

2013 “Performing and Positioning Orthography in Peruvian CMC”. *Journal of Computer-Mediated-Communication*. Vol. 18, núm. 2, pp. 233-249. Consulta: 10 de octubre de 2015.
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12004/epdf>

BENWELL, Bethan y Elizabeth STOKOE

2006 *Discourse and identity*. Edimburgo: Edinburgh University Press Ltd.

BLANK, Andreas

1999 "Why do new meanings occur? A cognitive typology of the motivations for lexical semantic change". En BLANK, Andreas y Peter KOCH (eds.). *Historical Semantics and Cognition*. Berlín, Nueva York: Mouton de Gruyter.

BOLANDER, Brook y Miriam LOCHER

2014 "Doing sociolinguistic research on computer-mediated data: A review of four methodological issues". *Discourse, Context and Media*. Vol. 3, pp. 4-26.

BOUVIER, Gwen

2012 "How Facebook users select identity categories for self-presentation". *Journal of multicultural discourses*. Vol. 7, núm. 1, pp. 37-57.

BRANEZ, Roberto

2012 *La construcción discursiva de las identidades "amixer" y "no-amixer" en el espacio virtual. Un caso de racismo cultural justificado a través de la ortografía*. Tesis de licenciatura en Lingüística y Literatura con mención en Lingüística Hispánica. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Consulta: 07 de julio de 2013.

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1618/BRANEZ_MEDINA_ROBERTO_CONSTRUCCION.pdf

BROWN, Penélope y Stephen LEVINSON

1987 *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

BUCHOLTZ, Mary y Kira HALL

2005 "Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach". *Discourse Studies*. Londres, vol. 7 (4-5), pp. 585-614.

BUTLER, Judith

2007 *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Traducción de M.^a Antonia Muñoz. Barcelona: Paidós.

CÁNEPA, Gisela

2007 "Geopoética de la identidad y lo Cholo en el Perú". *Revista Crónicas Urbanas del Centro Guamán Poma de Ayala*. Vol. 12, núm. 3, pp. 29-42 Consulta: 10 de octubre de 2015.

http://www.guamanpoma.org/cronicas/12/3_geopoetica.pdf

CASTELLS, Manuel

2010 "The culture of Real Virtuality: the Integration of Electronic Communication, the End of the Mass Audience, and the Rise of Interactive Networks". *The Rise of the Network Society*. Segunda edición. Cambridge: Wiley-Blackwell, pp. 355-406.

CASTRO, Raul

2013 "Macho peruano suelto en la red". *El Comercio*. Lima, 29 de octubre, p. 12.

CRENSHAW, Kimberly

1991 "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color". *Stanford Law Review*. California, vol. 43, núm. 6, pp. 1241-1299.

ESCANDELL, María Victoria

2006 "Capítulo VIII: El estudio de la cortesía". *Introducción a la pragmática*. Segunda edición. Barcelona: Ariel, pp. 135-154.

FAIRCLOUGH, Norman

1992 *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

FAVERÓN, Gustavo

2013 "Macho Peruano Que Da Vergenza". *Blog de Gustavo Faverón Patriau*. Lima, 27 de octubre. Consulta: 09 de setiembre de 2015.
<http://gustavofaveron.blogspot.pe/2013/10/macho-peruano-que-da-verguenza.html>

GEE, James Paul

2004 *Situated language and learning. A critique of traditional schooling*. Nueva York: Routledge.

GOFFMAN, Erving

1970 "Sobre el trabajo de la cara. Análisis de los elementos rituales de la interacción social". *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, pp. 13-47.

GOTKOWITZ, Laura

2011 "Introduction: Racisms of the Present and the Past in Latin America". En GOTKOWITZ, Laura (ed.). *Histories of Race and Racism: The Andes and Mesoamerica from Colonial Times to the Present*. Londres: Duke University Press, pp. 1-56.

GRASMUCK, Sherri, Jason MARTIN y Shanyang ZHAO

2009 "Ethno-racial Identity Displays on Facebook". *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 15, núm. 1, pp. 158-188.

GRICE, Paul

1975 "Logic and conversation". En Cole y otros. *Syntax and semantics 3: Speech arts*. Londres, pp. 41-58. Consulta: 10 de octubre de 2015.
<http://www.ucl.ac.uk/lis/studypacks/Grice-Logic.pdf>

HALLIDAY, Michael

2004 *An introduction to functional grammar*. Tercera edición. Nueva York: Oxford University Press.

HERRING, Susan

2004 "Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior". En Barab, Sasha, Rob Kling y James H. Gray. *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. Nueva York: Cambridge University Press, pp. 338-376. Consulta: 5 de agosto de 2012.
<http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmda.pdf>

HILTZ, Starr y Murray TUROFF

1978 *The Network Nation*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

HUBER, Ludwig

2002 *Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado. Estudios de caso en los Andes*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

INOUE, Miyako

2006 *Vicarious language: Gender and linguistic modernity in Japan*. Berkeley: University of California Press.

KOZINETS, Robert

2010 *Nethnography. Doing Ethnographic Research Online*. Londres: SAGE Publications Ltd.

LEVON, Erez

2015 "Integrating Intersectionality in Language, Gender, and Sexuality Research". *Language and Linguistics Compass*. Massachusetts, vol. 9, núm. 7, pp. 295-308.

MACHO PERUANO QUE SE RESPETA

2013 *Macho Peruano Que Se Respeta*. Consulta: 20 de junio de 2013.
<http://www.facebook.com/MachoPeruano>

MANRIQUE, Nelson

2013 "Amixers: redes sociales y racismo". En PORTOCARRERO, Gonzalo (Ed.). *Sombras coloniales y globalización en el Perú de hoy*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, pp. 115-142.

2012 "Los justos títulos de la guerra. De Ginés de Sepúlveda a los ppkausas". En ROSAS LAURO Claudia (Ed.). *La marginación en el Perú. Siglos XVI a XXI*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

NIÑO MURCIA, Mercedes

- 2011 "La buena o mala ortografía como instrumento de jerarquización social". En LORENZATTI, María del Carmen (ed.). *Procesos de literacidad y acceso a la educación básica de jóvenes y adultos*. Córdoba: Vaca Narvaja, pp. 54-71.

PARKER, Trey y Matt STONE

- 2001 "Golpea al aficionado". *South Park*. Temporada 05, capítulo 1. Consulta: 05 de octubre de 2015.
<http://www.southpark-latino.com/2011/05/golpea-al-aficionado.html>

PERÚ21

- 2013 "Polémica por premio a 'Macho Peruano Que Se Respeta' en 'Social Day Perú'". *Perú21*. Lima, 27 de octubre. Consulta: 07 de julio de 2015.
<http://peru21.pe/actualidad/polemica-premio-macho-peruano-que-se-respeta-social-day-peru-2155190>

PIKE, Karen D.

- 1996 "Class-Based Masculinities: The Interdependence of Gender, Class and Interpersonal Power". *Gender and Society*. California, vol. 10, núm. 5, pp. 527-549.

POOLE, Deborah

- 2000 *Visión, raza y modernidad: Una economía visual del mundo andino de imágenes*. Lima: Sur Casa de Estudios del Socialismo.

PORTOCARRERO, Gonzalo

- 2010 "La utopía del blanqueamiento y la lucha por el mestizaje". En CLACSO. *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. Buenos Aires, pp. 165-200.
http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20130722095432/Gonzalo_Portocarrero.pdf
- 2006 "Tensiones de la subjetividad popular". En CISEPA. *Coyuntura: Análisis Económico y Social de Actualidad*. Núm. 5, pp. 6-8. Consulta: 10 de octubre de 2015.
<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/47219/portocarrero.pdf>

PRENSKY, Marc

- 2010 *Teaching digital natives: partnering for real learning*. California: Corwin.

QUIJANO, Aníbal

- 2000 "La colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina". En LANDER, Edgardo (compilador). *Colonialidad del saber, eurocentrismo y ciencias sociales*. Buenos Aires: CLACSO, pp. 201-246. Consulta: 11 de noviembre de 2011.
<http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Anibal%20Quijano.pdf>

ROSE, Gillian

2001 *Visual methodologies*. Londres: SAGE Publications Ltd.

SALEM, Verónica

2012 *Amixer está en facebook: una investigación sobre la choledad virtual*. Tesis de magíster en Antropología Visual. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado. Consulta: 06 de julio de 2013.

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4643/SALEM_VERONICA_AMIXER.pdf

SANTOS JIMÉNEZ, Noé

2011 "Euforia de género: la representación del travesti en la fotografía regiomontana de Aristeo Jiménez". *Revista Versión Nueva Época*. Núm. 26. Consulta: 10 de octubre de 2015.

http://version.xoc.uam.mx/DownloadFile.php?&file=art_vm_31.pdf

SEARLE, John

1969 *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*. Londres: Cambridge University Press.

TURKLE, Sherry

1997 *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. Londres: Phoenix.

1884 *El segundo yo: las computadoras y el espíritu humano*. Traducción de Horacio C. Reggini. Buenos Aires: Galápagos.

VAN DIJCK, José

2013 "'You have an identity': performing the self on Facebook and LinkedIn". *Media Culture Society*. Vol. 35, núm. 2, pp. 199-215.

VAN DIJK, Teun

1999 "Estructuras ideológicas del discurso". *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa, pp. 328-344.

VAN LEEUWEN, Theo

1996 "The representation of social actors". En CALDAS-COUTHARD, Carmen Rosa y Malcolm COULTHARD (eds.). *Texts and practices. Readings in Critical Discourse Analysis*. Londres: Routledge, pp. 32-70.

VILLANUEVA, Eduardo

2015 *La incursión digital y la política pública: nuevos actores a partir del conflicto del derecho de autor en el campo digital*. Tesis de doctor en Ciencia Política y Gobierno. Lima:

Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado. Consulta 09 de setiembre de 2015.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/80>

WONG, Isabel

2014 *Prácticas racistas en la 'democracia' virtual: la construcción de identidades en la fan page Vergüenza Democrática en Facebook*. Tesis de magíster en Lingüística. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado. Consulta: 07 de junio de 2015.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5729>

ZAVALA, Virginia y Roberto ZARIQUIEY

2007 “Yo te segrego a ti porque tu falta de educación me ofende: una aproximación al discurso racista en el Perú contemporáneo”. En VAN DIJK, T. (coord.). *Racismo y discurso en América Latina: una introducción*. Barcelona: Gedisa, pp. 333-370.

