

Carmen A. Cares Mardones

*Análisis transmedial de la Representación Social del amor romántico*

*Transmedial analysis of the Social Representation of romantic love*

Abstract

This study analyzes, from a gender perspective, the social representation of romantic love in transmedia traversals, determining the structure of multimodal representations and discovering resemiotization criteria. It analyzes the result of the top 30 images of internet in spanish, italian and english (90 images) using visual grammatic and central core of social representations. Out of the conclusions, it is possible to highlight that romantic love is an example of transmedia traversal where there are important differences of resemiotization in different linguistic contexts.

Key words: Gender perspective, social representations, transmedia, romantic love, resemiotization.

Abstract

Este estudio analiza, desde una perspectiva de género, la representación social del amor romántico dentro de los recorridos transmedia; determinando la estructura de las representaciones multimodales y descubriendo criterios de resemiotización. A través de la gramática multimodal y del estudio del núcleo central de las representaciones sociales, se han analizado los 30 primeros resultados de imágenes de Internet en español, italiano e inglés (90 imágenes). Dentro de las conclusiones se puede destacar que el amor romántico es un ejemplo de recorrido transmedia en el que existen importantes diferencias de resemiotización en los diferentes contextos lingüísticos.

Palabras clave: perspectiva de género, representaciones sociales, transmedia, amor romántico, resemiotización.

### *Introducción*

El amor romántico ha sido cuestionado durante las últimas décadas debido a que su imaginario colectivo sostiene y se sostiene en el desequilibrio de los géneros, y en la desigual condición en que mujeres y hombres acceden a los beneficios de la vida en pareja (Bosch Fiol, Herrezuelo, Ferrer Pérez, 2019; Herrera, 2019, 2018; Esteban, 2011; Esteban y Tavora, 2008; Biancheri, 2011).

Como concepto de plenitud, el amor romántico se ha adecuado a los tiempos actuales y ha traspasado las fronteras de la propia corporalidad (Pascual Fernández, 2016; Illouz, 2012, 2009, 2007), permitiéndose licencias impensadas y que podrían haber puesto en riesgo su propia existencia. El ideal romántico se ha transformado para continuar formando parte estructural de la vida humana, transitando por espacios dinámicos en donde la figura del destino como algo ineludible ha quedado en el olvido y con ello gran parte de la mística tradicional del romance.

El amor romántico continúa vivo, pero no es igual que antes, y gran parte del cambio de los últimos años se debe a la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La tecnología ha transformado la vida de las personas, pasando a formar parte de su cultura material y de su contexto social (Castells, 2004), lo cual ha propiciado a su vez cambios en la manera de construir significado y de diseminarlo.

Los recorridos transmedia son tránsitos de interpretación en donde los significados se articulan no en función de lo deseado por sus productores sino en base a las necesidades de cada usuario (Lemke, 2009a, 2009b). Los recorridos podrían tener un asidero cultural si se considera la lengua como un factor predominante en ese terreno, y los contextos sociales específicos tendrían de esa manera injerencia directa en la construcción de significados por medio de la resemiotización. Esto último se puede comprender, en algunos casos, bajo las dinámicas de la movilización transmedia (Constanza-Chock, 2013) y que tiene por objetivo modificar nociones, situaciones o imposiciones radicadas en la hegemonía; como sería el caso de la construcción del amor romántico desde occidente.

### *Crítica al amor romántico*

El amor romántico como mito, según Alicia Pascual Fernández (2016), podría tener parte de su origen en *El Banquete* de Platón, en donde Zeus castiga al conjunto de seres duales por intentar invadir el Monte Olimpo. Estos seres duales habrían contenido

características de ambos sexos (mujer/hombre) o por el mismo sexo (mujer/mujer, hombre/hombre). El castigo de Zeus fue un rayo que les dividió en dos y que les obligaría eternamente a buscar su otra mitad.

Aunque el “amor romántico” como lo conocemos es histórico y heredero del amor cortés, el amor burgués y el victoriano; se consolida en la dependencia entre hombres y mujeres, encontrando justificación en esa supuesta necesidad de complementación psicológica entre estos (Pascual Fernández, 2016, p.66).

El concepto de amor romántico o romanticismo, según Mari Luz Esteban (2011), se debe reservar para la “tradición amorosa, social y científica desarrollada en Europa y Norteamérica en los últimos siglos” (p.44), en donde el amor-pasión, sexual o de pareja se eleva y entra en tensión con otros tipos de amor (como el materno filial) y consolida ese orden desigual. De acuerdo con Rita Biancheri (2011), es en el siglo XIX donde el amor romántico surge como un concepto de afectividad y confianza sexual, un ideal arraigado a la esperanza femenina.

Los imaginarios del amor romántico emergen de entornos sociales e históricos definidos, en experiencias narradas y ligadas a discursos hegemónicos y contrahegemónicos (García Fernández y Montenegro Martínez, 2014). Los escritores se han encargado de construir gran parte del conocimiento sobre los seres humanos, ya que desde su sensibilidad se han ocupado de captar la profundidad de las emociones. Este espacio de conocimiento construido literariamente se definió como una especialidad femenina, quedando relegado de los conocimientos oficiales (Biancheri, 2011).

Según Eva Illouz (2009), la cultura cumple al menos cuatro funciones que permiten evolucionar de la excitación sexual al amor: define la excitación fisiológica y le aporta sentido (esta excitación puede ser entendida de formas diferentes de acuerdo a la cultura); coloca normas, prescripciones y prohibiciones a esas definiciones; evalúa las diferentes etapas del amor y le otorga valor diferenciado; y finalmente, "la cultura brinda símbolos, artefactos, historias e imágenes (...) que sirven para recapitular y comunicar los sentimientos románticos" (p.22).

Para las sociedades contemporáneas, los hombres son vistos como seres integrales e independientes que no necesitan ser complementados como las mujeres; que son sentimentalizadas, vistas como dependientes. Los contextos culturales producen y consolidan las diferencias atribuidas a cada sexo sobre la base fisiológica de las

emociones, convirtiendo al amor en el centro de la identidad o subjetividad femenina (Esteban, 2011).

TEMA

El amor como capacidad universal sería una forma de interacción y vinculación que comporta la idealización y erotización del otro, y el deseo de intimidad y de durabilidad de la relación. Una interacción que, como cualquier acción social e individual, involucra al cuerpo, ya que se compone de sensaciones, percepciones, expresiones, movimientos, gestos, actitudes, sentimientos, miradas, que articulan tiempos pasados y presentes y hablan de futuro (Esteban, 2011, p.42).

Las mujeres están condicionadas al ideal del amor romántico al margen del amor sexual, en donde se promueve relaciones no equitativas en donde las personas participantes de la relación no tienen igual capacidad de decisión (Esteban y Tavora, 2008). Así también, la idealización del amor masculino no solo se restringe al amor de pareja al no sostenerse solo en términos sexuales sino también en juegos de oposición; fortaleza/debilidad, sabiduría/ignorancia o experiencia/juventud, que determinan la constancia de la dualidad masculino/femenino. La ausencia del amor del padre o del marido deja huellas en algunas mujeres y las hace sentir incompletas o vacías, les provoca miedo a un futuro en soledad y a no ser amadas nunca (Herrera, 2018).

El deseo de las mujeres de empoderarse colectivamente y el miedo a no ser amadas constituye una paradoja en la que el sacrificio y la renuncia implican la entrega del poder (Herrera, 2018). El contexto feminista permite la reflexión crítica sobre estas contradicciones del amor romántico, y aunque no puede escapar totalmente de las condiciones culturales sí permite explorar nuevas posibilidades (Esteban y Tavora, 2008).

Algunas mujeres sueñan con el paraíso romántico en donde la relación entre ellas y sus amados sea horizontal, pero ese escenario no se produce. Las mujeres se han formado, han hecho terapia, han cuestionado los designios del amor romántico, pero los hombres no y siguen anclados a sus privilegios y a los espacios donde se sienten seguros (Herrera, 2018).

Según Coral Herrera (2019), el hombre romántico tenía un gran gusto por el sufrimiento y el masoquismo mucho antes del Romanticismo. Había heredado del cristianismo la cultura del tormento, que mitificaba a Jesús como el salvador que murió para demostrar su amor a la humanidad. Pero el hombre romántico era también un

ególatra que no aceptaba un no por respuesta, que responsabilizada a las mujeres de su felicidad y pasaba rápidamente del amor al odio.

El ethos del amor romántico tiene un doble impacto sobre la situación de las mujeres. Por un lado, ha contribuido a poner a la mujer “en su sitio”, que es la casa. Por otro lado, en cambio, el amor romántico puede ser visto como un compromiso activo y radical contra el “machismo” de la sociedad moderna. El amor romántico presupone que se puede establecer un lazo emocional duradero con el otro sobre la base de unas cualidades intrínsecas en este mismo vínculo. Es el precursor de la “pura relación”, aunque esté en tensión con ella también (Giddens, 1995, p.12).

Las generaciones jóvenes mantienen aún algunas concepciones tradicionales sobre el amor romántico; como el ideal de renuncia y sacrificio. Hoy en día, para los jóvenes varones hacer sacrificios por amor resulta más aceptable que para las mujeres, porque si bien muchas cosas han cambiado desde la época romántica, ellos han adquirido nociones de entrega diferentes con respecto a las mujeres y sus renuncias siempre son menores (Bosch Fiol, Herrezuelo, Ferrer Pérez, 2019).

El amor romántico contribuyó a la ideología capitalista industrial, fundamentalmente al individualismo, la familia nuclear y la separación de esferas según género. "Es decir, los modos en que la experiencia romántica se tradujo en prácticas económicas y, a su vez, éstas se trasladaron a una estructura de sentimientos" (Illouz, 2009, p.49), como funciones programadas para capitalizar al máximo los recursos.

Todo lo comentado responde a un modelo cultural amplio y con matices, pero situado en occidente, en donde la figura masculina oficia un rol decisivo para el rumbo de la relación y en donde aparece como el sujeto mayormente beneficiado en el acuerdo amoroso. La perspectiva de lo amoroso puede ser muy diferente en otros lugares del mundo, e incluso tener considerables diferencias en los modelos de masculinidad y en la forma en que estos se posicionan dentro de la relación amorosa.

Un ejemplo de las diferencias sobre la concepción del amor romántico y las múltiples posibilidades que pueden jugar las masculinidades en él es el estudio realizado por Min Joo Lee (2019) sobre los dramas televisivos coreanos. En estas historias de ficción se muestra un tipo particular de masculinidad andrógina, *kkonminam* (chico flor), que a través de diversas producciones (dramas románticos, médicos, policiales, etc.) manifiesta

una sexualidad contenida y el amor por su contraparte femenina se manifiesta a través del deseo romántico con miradas comunicativas y actos de cuidado.

La construcción del amor romántico coreano y del *kkonminam* ha levantado una serie de fans alrededor del mundo, mujeres que atraviesan todo el globo en búsqueda del romance perfecto propiciando un tipo de turismo específico (*hallyu*). Según Min Joo Lee (2019), las representaciones masculinas coreanas son «descaradamente románticas y afeminadas», y mientras que la moda andrógina en occidente no ha pasado de la alta costura y de grupos muy concretos, en Corea el cambio ha sido mucho más radical. Incluso las celebridades masculinas visten como mujer ocasionalmente para reforzar su identidad *queer*, como una estrategia de marketing que les permite resaltar su belleza y enfatizar lo andrógino.

El ejemplo coreano tiene muchas aristas, la mayoría no descritas en este artículo porque el objetivo de considerarlo ha sido colocar sobre la mesa la discusión de cómo influyen los productos mediáticos en los cambios sociales, pero resulta interesante evidenciar cómo dos formas de comprender el amor romántico pueden oponerse a partir de la transformación del ejercicio de una masculinidad diferente.

#### *Amor romántico en un mundo transmedial*

Los medios de comunicación y sus productos se han convertido en un elemento central de la socialización porque “apelan a la emoción y no siempre de forma clara y perceptible” (Pascual Fernández, 2016, p.70). Por una parte, los medios de comunicación transportan discursos sobre la realidad, y por otra, los significan otorgándole un contexto atemporal en el cual su permanencia es permeable a otros discursos, pero al mismo tiempo estable y resiliente.

Uno de los cambios más importantes que ha atravesado el amor en la modernidad<sup>1</sup> es la elección romántica (Illouz, 2012). Internet ha favorecido esa transformación aportando espacios para la elección a través de la consulta de perfiles y concibiendo espacios para establecer contactos previos que permitan corroborar la idoneidad de las futuras parejas; modificando una de las características más tradicionales del amor romántico, ser lo inesperado, lo que llega sin más, lo que no se puede evitar ni negar.

---

<sup>1</sup> Eva Illouz se refiere a modernidad como el período que ha transcurrido desde la Primera Guerra Mundial hasta nuestros días.

Las emociones y el amor romántico están anclados a las experiencias del cuerpo, pero la sensibilidad romántica ha cambiado. La espontaneidad del amor romántico, la novedad y la atracción sexual de los cuerpos formaban parte de la ritualización del romance como parte de un proceso irracional, desinteresado, exclusivo y único. Para el sujeto romántico anterior a internet "el amor desencadenaba la imaginación por medio de procesos de idealización. Amar era sobrevalorar, es decir, atribuir a otro (real) un valor adicional" (Illouz, 2007, p.215). El sujeto actual convive en espacios en que el romance es tecnológicamente asistido, aunque el mito platónico de la otra mitad sigue manteniéndose bajo el anhelo de que esa otra parte se encuentre tras la pantalla (Lardellier, 2014).

En los espacios transmediales los significados viajan, se transforman y se nutren, pasando de un medio a otro, de un modo semiótico a otro, en recorridos que Jay Lemke(2009b) define como aleatorios y creativos, y que dan cuenta del cambio en los hábitos y las expectativas de vida. Los recorridos transmedia hacen posible la construcción de un producto o significado a través del uso simultáneo de diferentes recursos y medios semióticos (Lemke, 2009a), a los cuales se puede acceder hoy en día por medio de los espacios transmediales como Internet.

Considerando estos aspectos, podría analizarse la construcción del amor romántico a través de la literatura, el cine, la fotografía y la música, indagando en cómo se articulan los recursos semióticos dentro de estos -y entre estos- para darle sentido. Por ejemplo, una fotografía de la Torre Eiffel, una canción de Charles Aznavour, una comedia romántica, una pintura de dos siluetas caminando al atardecer, etc. conforman un repertorio diferente en términos semióticos pero asimilables y relacionables en cuanto a significado.

Pero el amor romántico es más que un ideal de vida sintetizado en una cena a la luz de las velas, forma también parte del sostenimiento de un orden social y de una estructura de inequidad que legitima la distribución de libertades por medio de la división de los sexos. Por ello, junto con la apreciación de los recorridos transmedia, que tienen en parte algo de construcción y algo de azar, emergen las movilizaciones transmedia (Constanza-Chock, 2013). Las movilizaciones transmedia tienen por finalidad fortalecer las identidades colectivas para transformar la consciencia social y encontrar adeptos a través de todos los medios disponibles.

Las estrategias de movilización transmedia propuestas por Sasha Constanza-Chock (2013) se pueden comprender como "un repertorio de acciones orientadas a desafiar el poder simbólico" (Cárdenas Neira, 2014, p.178), en donde la elaboración de los recursos

mediáticos se hace de forma colaborativa, construyendo una narrativa coherente para la representación del movimiento social que le origina.

Parte importante de la construcción narrativa de la movilización transmedia surge a través de la resemiotización y la reapropiación de los conceptos que se consideran como bases del sistema que se desea modificar. De acuerdo con Rick Iedema (2003), la resemiotización tiene que ver en cómo afecta a la significación el cambio de contexto, de práctica o de etapa. Implica historizar el significado para establecer vínculos con la transformación de los conocimientos, las prácticas y las relaciones personales en una sociedad y cultura determinadas.

Sobre la producción transmedial feminista para la resemiotización del amor romántico poco o nada se ha dicho, pese a que existe un amplio repertorio sobre el uso de los espacios virtuales para desarrollar el activismo feminista. Sí, y desde varios ángulos se ha problematizado sobre ciberfeminismo; como un feminismo para internet y no como feminismo en internet (García Manso y Silva e Silva, 2017); como grupos cerrados que muestran a las mujeres como sujetos pasivos (Sádaba y Barranquero, 2019); “un *continuum* entre la militancia feminista convencional y la online” (Sánchez Duarte y Fernández Romero, 2017, p. 900); etc. Sin embargo, yendo más allá del mero estudio de la presencia y las prácticas feministas en internet, el análisis de las estrategias y los recursos semióticos podría entregar nuevas fórmulas de cómo se estructuran las relaciones y las redes en torno a las representaciones que definen la identidad feminista, o que construyen discursos contrahegemónicos sobre los roles de género.

### *Objetivos y metodología de investigación*

Este estudio, de carácter exploratorio, tiene por objetivo analizar la representación social del amor romántico en el espacio transmedial, para reconocer procesos primarios de construcción y resemiotización del concepto en diferentes contextos lingüísticos. Se destaca el carácter exploratorio del estudio para evidenciar que los resultados ofrecidos no son conclusiones sino orientaciones determinadas por su propia naturaleza, que pueden resultar útiles para proyectar estudios sobre la representación multimodal en las diferentes comunidades lingüísticas observadas.

La propuesta metodológica de este estudio recoge dos vertientes de pensamiento diferentes, que se han combinado para responder a la construcción multimodal y transmedial del amor romántico, por una parte; y por otra para comprender por qué

determinadas concepciones sobre algo se naturalizan, permanecen en el tiempo, se desvanecen o cambian su significado.

Se ha considerado a la teoría de las representaciones sociales (Moscovici, 1979) porque entrega algunas aportaciones interesantes para orientar sobre cómo se construye la idea del amor romántico en la actualidad. Discriminando partes de los procesos cognitivos formulados en la propuesta de representaciones sociales, se ha llegado a la teoría del núcleo central (Abric, 2001) que permite simplificar el análisis de las representaciones en un estudio de carácter exploratorio como este.

En la actualidad las tecnologías de la comunicación han transformado la forma en que se accede a la información, pudiendo servir de soporte y difusión masiva a las representaciones sociales; o, por el contrario, siendo un mecanismo útil para romper con su continuidad. Los espacios transmediales gozan de una gran cantidad de modos semióticos dispuestos para entregar información (imagen en movimiento, sonido, color, texto, etc.), y la interacción con ellos y dentro de ellos puede resultar muy intensa. No es que la comunicación antes no haya sido multimodal o multisemiótica, siempre lo ha sido, pero la existencia de soportes digitales y de las tecnologías de realidad virtual ya no permiten las lecturas tradicionales realizadas sobre los discursos y sobre la propia construcción de las representaciones sociales.

Los estudios de multimodalidad de Gunther Kress y Theo van Leeuwen (2010, 2006, 2001) y de Bill Cope y Mary Kalantzis (2009), situados en la tradición de la gramática visual/multimodal, son una posibilidad de indagar en los espacios transmediales (Lemke, 2009) y determinar las condiciones que permiten que esos conocimientos cotidianos y vulgares se masifiquen y traspasen fronteras. Y así también, para comprender cómo transita la representación en diferentes contextos y pensar en los cambios que se producen en su significación y que dan como resultado una resemiotización (Idema, 2003).

### *Las representaciones sociales y la Teoría del Núcleo Central*

La teoría de las representaciones sociales surge como una manera de revitalizar la propuesta de representaciones colectivas del sociólogo Emile Durkheim (Wagner y Flores Palacios, 2010; Valencia Abundiz, 2007), pero desde una mirada psicológica, en donde la relación simbiótica entre sujeto y sociedad se puede comprender como un proceso conjunto e inalienable.

Las representaciones sociales son una forma de comunicación que emplea la representación (de algo o alguien) para dar sentido a la realidad cotidiana. Son

conocimientos prácticos, espontáneos e ingenuos, transmitidos culturalmente, a través de las tradiciones o la educación, y por ello son comprendidas como sentido común o pensamiento natural (Jodelet, 1986). Se forman a través de la relación entre un objeto, las experiencias del sujeto y el sistema de normas y actitudes (Abric, 2001). Determinándose que la primera aproximación a algo desconocido es nombrarlo y clasificarlo en base a algo similar y que le presupone su significado (Jodelet, 1986).

La teoría de las representaciones sociales considera que existen dos procesos para su construcción; objetivación y anclaje. El primero de ellos permite que los elementos abstractos se vuelvan algo concreto y familiar, que se conviertan en imagen y en palabra a través de tres fases: construcción selectiva, esquematización estructurante y naturalización (Rateu y Lo Monaco, 2013; Gutiérrez Vidrio, 2004; Moñivas, 1994; Jodelet, 1986).

La primera fase de objetivación permite seleccionar, descontextualizar y traer al propio terreno los nuevos elementos. En la segunda fase, los elementos son organizados en torno a un núcleo en donde la imagen se reproduce sobre una estructura conceptual. Y la última fase, convierte los elementos del pensamiento en algo real (Rateu y Lo Monaco, 2013; Jodelet, 1986).

Por su parte, el proceso de anclaje permite que el objeto y su representación formen parte del sistema social de pensamiento, insertándose en un conocimiento ya constituido (Jodelet, 1986). Este proceso se realiza en tres dimensiones; dimensión de actitud, dimensión de información y campo de representación.

Podemos resumir su composición como un conocimiento colectivo, situado culturalmente, que permite el acceso a los grupos sobre la base de una construcción de interpretación de la realidad y del comportamiento. De sus dos procesos mayores, objetivación nos permite identificar el objeto de representación y sus atributos, y el anclaje lo naturaliza y lo vuelve algo de sentido común (Cares Mardones, 2017, p.126).

Una vez expuesta la forma en que la teoría de representaciones sociales comprende los procesos de construcción del conocimiento y la realidad, nos detendremos en la propuesta de Jean Claude Abric (2001, 1996). La teoría del núcleo central considera que las representaciones sociales se componen de dos sistemas; el sistema central y el sistema periférico.

El sistema central o núcleo central sería el más estable y que menos modificaciones sufre, pero cualquier impacto sobre él transformaría la representación. Permite que los elementos cobren sentido al transformarlos y al determinar las relaciones que se dan entre ellos (Pardo, 2007; Perera Pérez, 2003). Identificarlo es encontrar la llave para decodificar un contenido y dilucidar qué está siendo representado (Abric, 2001).

Según Abric (2001), los elementos centrales se distinguen de los periféricos por tres características:

1. Valor simbólico: Su cuestionamiento afecta al sentido de la representación
2. Valor asociativo: Se vincula otros elementos de la representación a través de su significado.
3. Valor expresivo: La frecuencia de su aparición.

La frecuencia de su aparición no es lo que otorga la relevancia al núcleo central sino su capacidad de establecer lazos con otros elementos de la representación (Guimelli et Rouquette, 1992). Puede componerse de uno o dos elementos, y tiene una posición privilegiada por la naturaleza del objetivo y por la relación que el sujeto o el grupo mantienen con él (Abric, 2001).

Los elementos periféricos, por su parte, tienen menor estabilidad, pero son igualmente importantes para mantener la representación al hacer de nexo entre el núcleo y el contexto de representación (Abric, 2001; Flament, 1994). Según Abric (2001), los elementos periféricos tienen tres funciones; la función de concreción, colaborar con la comprensión y transmisión de la representación en un contexto determinado; la función de regulación, permitir que la representación se adapte a los cambios del contexto; y la función de defensa, impedir la modificación del núcleo central y permitir, por tanto, el mantenimiento de la representación.

### *Gramática multimodal*

La gramática multimodal es heredera de la lingüística sistémico funcional, que considera que los modos de comunicar influyen en la significación del lenguaje (Halliday, 1982; Matthiesen, 1993), y que contempla la idea de que los seres humanos tienen la necesidad de crear sentido a través de diferentes procesos semióticos (Iedema, 2003) contrariando a la tradición monomodal de la cultura occidental (Krees, 2005; Kress y van Leuween, 2001).

Existen diversas propuestas sobre cómo analizar el mundo multimodal o multisemiótico, y Bill Cope y Mary Kalantzis (2009) consideran que es preciso una nueva forma de alfabetizar, una “multialfabetización” que considere la diversidad de modos semióticos que se están produciendo de manera simultánea a través de las nuevas tecnologías y para la representación.

La línea de Cope y Kalantzis (2009), Martín Kaltenbacher (2007) y Gunther Kress y Theo van Leeuwen (2001) ha sido seguir las estructuras de la Gramática sistémico funcional de Michael Halliday y hacerla evolucionar con las transformaciones sociales que no han dejado de sucederse.

Los procesos analíticos de los productos multimodales pueden conllevar una alta complejidad, porque se sostienen en procedimientos que se multiplican de acuerdo a cada modo semiótico involucrado y que pueden ser a su vez multifocales e ir desde lo macro hasta los detalles.

Desde una perspectiva general, el análisis multimodal se sostiene en el significado representacional, que establece la relación entre los participantes de una imagen y sus acciones; el significado interactivo, que manifiesta el vínculo entre quien crea el producto y el usuario/a; el significado composicional, que organiza los elementos de acuerdo al valor de la información que otorga su ubicación (derecha/lo conocido, izquierda/lo nuevo, arriba/ideal, abajo/real, central/sobresaliente, periférico/marginal) (Kress y van Leeuwen, 2006, 2001).

La propuesta de Cope y Kalantzis (2009) especifica los modos semióticos que se producen de forma simultánea en los tiempos actuales y amplía los tres significados propuestos por Kress y van Leeuwen (2006).

Significados

---

Significado lingüístico

---

Significado visual

---

Significado espacial

---

Significado gestual

---

Significado auditivo

---

Significado multimodal

---

Dimensiones de los significados

Dimensión representacional	Quiénes participan de la representación y tipos de participación.
Dimensión social	El rol de los participantes.
Dimensión organizacional	Características de la forma de comunicar
Dimensión contextual	Cómo funcionan los significados dentro de un contexto más amplio.
Dimensión ideológica	Los intereses que manipulan los significados.

Tabla 1: Significados y dimensiones en el análisis multimodal. En base a Cope y Kalantzis (2009).

### *Procedimiento de análisis y resultados*

Para este estudio se ha considerado un corpus general de 90 imágenes multimodales, obtenidas a través del buscador de Google(.com) imágenes. La búsqueda se ha realizado en tres procesos diferenciados por idioma: castellano, italiano e inglés, desde un ordenador personal situado en territorio español (sin geolocalización activa) y utilizado por una única usuaria. Dado el carácter exploratorio de este estudio, no se han establecido mecanismos para limitar los sesgos del buscador.

Los criterios de selección para la muestra consideran los resultados espontáneos (en un único momento) de la búsqueda independizada de los términos amor romántico, *amore romantico* y *romantic love*, y la selección de las treinta primeras imágenes por búsqueda. Se han excluido de esta selección los elementos publicitarios ajenos al tema planteado y que son resultado una acción de búsqueda previa.

El resultado de la muestra permite componer tres subcorpus denominados Subcorpus de «amor romántico», Subcorpus de «*amore romantico*» y Subcorpus de «*romantic love*».

Cada corpus se ha sometido a un análisis multimodal mixto, que ha considerado elementos de la teoría del núcleo central y la gramática multimodal, quedando establecido un esquema que privilegia solo algunos elementos de ambas.

---

Teoría del Núcleo Central

---

Elemento central

---

Elementos periféricos

---

Gramática multimodal

---

Significado visual
Significado lingüístico (textual)
Dimensión representacional
Dimensión social
Dimensión organizacional
Dimensión contextual
Dimensión ideológica

Tabla 2: Esquema de análisis. En base a Abric (2001) y Cope y (2009).

Si bien cada subcorpus puede entenderse como una muestra de cómo se representa el amor romántico de acuerdo con los tres idiomas propuestos, este estudio solo constituye una referencia incipiente que no ha contemplado -por ejemplo- la proveniencia cultural de las imágenes. Éstas han sido analizadas como un conjunto, como la mirada primaria (y desde occidente) de quien observa la pantalla del ordenador.

Se han realizado acercamientos a determinados elementos que puedan destacar y otorgar algunas claves de la representación, teniendo como soporte algunas premisas básicas de cómo se constituye la representación de lo femenino y lo masculino en términos de elementos. La asociación de determinadas apreciaciones de la realidad, como olores, colores, texturas, formas, etc. con el género femenino o masculino es algo internalizado de forma diversa en las diferentes sociedades y ha sufrido cambios a lo largo de la historia.

La construcción de lo femenino y lo masculino en el mundo occidental ha sido realizado en términos de oposición, en donde existe un imaginario en el cual lo femenino no es y nunca podrá ser lo masculino, y a la inversa. Así, lo cálido y lo frío, lo redondo y lo anguloso, lo suave y lo áspero, constituyen elementos de un repertorio que permite comprender (y construir) la realidad de los géneros. En esta vinculación entre elementos semióticos y un género u otro puede operar la identificación de lo femenino como naturaleza y el caos, y lo masculino como lo cultural y el orden, propuesto por Sherry Ortner (1974).

Lo femenino es un género sólidamente constituido en todas sus formas semióticas y dispone de un amplio repertorio de elementos que permiten su enunciación y representación. Lo masculino, en cambio, utiliza menos recursos y con un núcleo central

más definido y asociado a la condición de ser sexuado (el falo, la rudeza propia de los machos, lo distante, lo frío, lo controlado, las formas cerradas, etc. Por esto se podría decir que lo masculino se construye sobre todo en oposición a los elementos representacionales de lo femenino (Cares Mardones, 2017).

A nivel semiótico la representación del amor puede tener múltiples dimensiones, porque que amor como tal está presente en distintas expresiones de las sociedades humanas (materno, filial, religioso, etc.). El amor romántico, en cambio, tiene un ámbito restringido al amor de pareja, y, como se ha expuesto antes, a un tipo determinado de pareja heterosexual, por lo que el binomio masculino y femenino se encuentra imbricado con la de los sexos.

### *Subcorpus de «amor romántico»<sup>2</sup>*

---

#### Teoría del Núcleo Central

---

*Elemento central:* en este conjunto de imágenes el símbolo del corazón rojo, la tradicional forma estilizada del órgano vital de las personas representa el elemento más significativo. Esta forma de representación otorga una connotación infantilizada, de mito o de irrealidad que construye, junto a su animación y a otros elementos, la idea de resistencia al amor romántico. Aún cuando este elemento constituye lo más evidente, en el trasfondo lo que unifica al corpus es la presencia de lo femenino.



Imagen 1: Ejemplo 1 de Subcorpus de «amor romántico». Imagen en red (10 de mayo de 2020).

---

*Elementos periféricos:* la pareja heterosexual, los colores cálidos e infantiles, los discursos críticos.

---

Gramática multimodal

---

Significado visual

---

Significado lingüístico

---

---

<sup>2</sup> [Captura general del subcorpus de amor romántico.](#)

---

*Dimensión representacional:* los(as) participantes son mujeres, parejas heterosexuales y el amor romántico (personificado). La representación del amor romántico se construye de diferentes maneras, y el amor (personificado) puede actuar solo, personificándose en un símbolo (corazón rojo/un sapo) o por medio de las parejas heterosexuales. el amor puede desaparecer como participante cuando las participantes femeninas se encuentran solas. No hay representaciones de participantes masculinos en solitario. Se desarrollan sobre todo procesos verbales unidireccionales, dirigidos a quien observa de forma indirecta o directa a través de algún participante. El conjunto de imágenes muestra un repertorio cromático muy reducido, establecido en tonalidades cálidas y de baja intensidad, sin texturas destacables; recuerdan a tonalidades infantiles atribuidas comúnmente a las niñas.

---

*Dimensión social:* La mayoría de participantes se encuentra solo o sola en la representación. En prácticamente todas las imágenes no existe interacción entre ellos/ellas y quienes observan, pero cuando hay dos participantes la interacción es entre ambos (abrazarse, besarse, estar uno junto a otro/a). Solo una representación muestra interacción con quien observa, la de una figura femenina estilizada, pero esa interacción no a través de la mirada sino por medio de su posición y por la relación entre el significado visual y el textual, generando además un desequilibrio que la deja superioridad.

---

*Dimensión organizacional:* la mayoría de los casos los participantes se encuentran al centro de la imagen y en prominencia, inclinándose un poco más hacia la derecha la posición de participantes femeninos (lo conocido). Destaca, nuevamente, la representación de una figura estilizada de mujer ubicada a la izquierda (lo nuevo).

---

*Dimensión contextual:* La metáfora más persistente es la del amor, representado en el símbolo de corazón. rojo Aparece también el corazón orgánico como personificación del ser humano (herido o autoabrazándose). Y destaca el uso de la metáfora del sapo (“comerse el sapo”), para denunciar las imposiciones del género en el amor. Existe una presencia importante de ironía, sobre todo en el contraste entre los significados textual y visual.

---

*Dimensión ideológica:* El conjunto del corpus como una denuncia contra el amor romántico, considerado como una imposición negativa, en donde las figuras estilizadas, infantilizadas y romantizadas potencian el significado de irrealidad o mito.

---

Se ofrece también una fuerte intención educativa que busca contrarrestar los efectos negativos del amor romántico.



Imagen 2: Ejemplo 2 de Subcorpus de «amor romántico». Imagen en red (10 de mayo de 2020).

*Comentarios:* La mayoría de las imágenes del corpus son multimodales, lo que ha permitido un análisis con mayor profundidad. El análisis del Subcorpus de «amor romántico» da como resultado notorias diferencias con los otros dos subcorpus, sobre todo en lo que respecta a la dimensión ideológica de las imágenes multimodales.

Con ello se puede deducir que el concepto de «amor romántico» ha sufrido un proceso de resignificación en el que se le han asignado características negativas, que afectan, sobre todo, a las mujeres. Sin embargo, la presencia de lo femenino atraviesa el conjunto y ello le emparenta con los restantes subcorpus.

Tabla 3: Análisis de Subcorpus de «amor romántico». Elaboración propia.

En el Subcorpus de «amor romántico» el discurso coge un cariz contrahegemónico que no es visible en ninguno de los otros dos subcorpus, y se vale de elementos comunes (corazones, color rojo, la pareja heterosexual, etc.) para contrarrestar sus efectos. Pero todos los elementos continúan presentes y en fortalecimiento continuo.

El discurso disidente tiene como estrategia fundamental la ruptura con el sentido de la realidad al hacer un uso constante de imágenes estilizadas e infantilizadas, y omitiendo la utilización pulcra de referencias visuales como la fotografía. Así también, los enunciados educativos no permiten la instalación de dudas o dobles lecturas, reforzando el discurso crítico y convirtiéndose en un eco narrativo a través de las imágenes que componen el conjunto. Esta característica, de resignificación y elaboración de un discurso de disidencia, no se presenta en los otros subcorpus.

### *Subcorpus de «amore romantico»<sup>3</sup>*

TEMA

---

#### Teoría del Núcleo Central

---

*Elemento central:* el color rojo es la simbolización más evidente y que representa al amor romántico como el elemento central. Lo femenino, expuesto en elementos como colores y formas, está también muy presente y atraviesa todo el conjunto representacional.



Imagen 3: Ejemplo 1 de Subcorpus de « amore romantico». Imagen en red (10 de mayo de 2020).

---

*Elementos periféricos:* como elementos periféricos destacan la pareja heterosexual, la rosa roja, el atardecer en el mar, el símbolo del corazón y la figura femenina, siempre bajo condiciones de realidad y convicción al emplear imágenes realistas.

---

#### Gramática multimodal

---

#### Significado visual

---

#### Significado lingüístico

---

*Dimensión representacional:* Los participantes son parejas heterosexuales, que son quienes a su vez representan al amor romántico. El amor romántico puede ser representado también a través del símbolo del corazón y del color rojo. No hay predominancia de representaciones femeninas. Se manifiestan procesos verbales entre participantes o entre participante y espectador, siempre de forma unidireccional. El conjunto muestra contrastes y claroscuros, que aportan dramatismo a las escenas; o paletas en tonos pastel, proyectando escenas de ensueño y oníricas. La presencia de la imagen romantizada, y cultivada en la tradición muestra una manera de representar el amor romántico cercana al ideal del arte; que siempre se presupone más elevada y con una ficción más depurada.

---

---

<sup>3</sup> [Captura general del subcorpus de amore romantico.](#)

---

*Dimensión social:* La mayoría de participantes se encuentra en compañía, representado parejas heterosexuales en donde existe interacción cercana (besarse, abrazarse, cogerse las manos, pedir matrimonio, hablar, etc.). Las participantes femeninas tienen una acción directa con su contraparte masculina en la mayoría de los casos y ejercen una acción de atrapar o mantener. También hay interacción unidireccional de manera textual con quien observa. Hay una ligera predisposición a establecer una relación de desigualdad entre la figura femenina y la masculina. En el ideal de pareja romántica, el hombre siempre es más alto y fuerte que la mujer.

---

*Dimensión organizacional:* Al centro se ubica generalmente el símbolo de corazón en rojo, los cuerpos de la pareja, flores rojas. El elemento en rojo es fundamental en la imagen y se muestra siempre en posición de relevancia; si no es al centro en predominancia se ubica en prominencia, a la derecha (lo conocido), y algunas ocasiones arriba (ideal). Los cuerpos de mujeres suelen destacar más que el de los hombres, ya sea porque se encuentran en posiciones que direccionan o porque llevan el pelo recogido generando líneas de dirección.

---

*Dimensión ideológica:* El amor romántico aparece reforzado como idea vital, como placer, como condición humana, como compromiso, como la necesidad de vivir en pareja (heterosexual).



Imagen 4: Ejemplo 2 de Subcorpus de « amor romántico». Imagen en red (10 de mayo de 2020).

---

*Comentarios:* A diferencia del Subcorpus del «amor romántico», este tiene una menor presencia de imágenes multimodales. Probablemente este corpus sea el más tradicional y no ofrezca muchos elementos para suponer algún proceso de resemiotización, se ofrecen estructuras y articulaciones tradicionales sostenidas sobre todo en procesos de compromiso y entrega.

El subcorpus de «amor romántico», al compararlo con los otros dos, parece de otro tiempo. A primera vista se diferencia del primer subcorpus por la ausencia de imágenes estilizadas e infantilizadas. El conjunto proyecta un ideal romántico tradicional y emplea recursos simbólicos que no permiten otras lecturas. La aparición de imágenes que recuerdan al arte romántico o estilos de música asociados a la cultura romántica, potencia aún más el discurso pasional y normado del amor comprometido, en donde la relación entre amor y sufrimiento sí aparece como una fantasía entre muchas verdades de felicidad.

Lo interesante es el sostenimiento de la representación, que no haya sufrido transformaciones aun cuando los procesos sociales apuntan precisamente al retroceso de ciertos rituales, como el matrimonio o la petición de mano.

Tanto en el subcorpus de «amor romántico» como en el de «amore romantico» la referencia al amor heterosexual es una constante, pero surge también de la observación de ambos subcorpus que existe un componente que no es representado por una única simbolización pero que impregna todas las imágenes: lo femenino.

#### *Subcorpus de «romantic love»<sup>4</sup>*

---

Teoría del Núcleo Central

---

*Elemento central:* El elemento central en el conjunto de imágenes es la pareja joven, bella y heterosexual, que pasa a personificar el amor romántico, perfecto, ideal. Al igual que en el resto de los subcorpus, lo femenino forma parte de la representación de lo que es el amor romántico, teniendo espacios y disposiciones protagónicas.

---

---

<sup>4</sup> [Captura general del subcorpus de \*romantic love\*.](#)

---

*Elementos periféricos:* El color rojo, el símbolo del corazón y la palabra *love*. El beso en los labios forma también un referente importante, que supera al propio símbolo del corazón rojo, tan presente en todos los corpus. La figura femenina, al igual que en los corpus anteriores, destaca por su presencia y por su disposición dentro de las imágenes. El mar y su atardecer tienen un papel destacado en el conjunto de imágenes, una dimensión que retorna otra vez a la idea de lo femenino como naturaleza y su presencia inagotable.



Imagen 5: Ejemplo 1 de Subcorpus de «romantic love». Imagen en red (10 de mayo de 2020).

Gramática multimodal

---

Significado visual

---

*Dimensión representacional:* Prácticamente en todos los casos, como participantes a parejas prototípicas; heterosexuales, jóvenes, bellas y apasionadas. Se producen procesos verbales, unidireccionales, la mayoría se realizan entre los participantes. El conjunto presenta la predominancia de los cuerpos sobre el plano, no por medio de contrastes cromáticos sino por diversos desenfoques o distorsiones del fondo; el estilo de imagen es cercano a las comedias románticas televisivas. El mar, la playa, la Torre Eiffel, la naturaleza semi difusa otorgan un marco de intimidad dentro de espacios amplios en que la cámara parece invadir sin respeto los momentos más privados.

---

---

*Dimensión social:* En prácticamente en todas las imágenes los participantes se encuentran por parejas, dándose una interacción íntima (abrazarse, besarse, estar uno sobre otro/a) mucho más intensa que en los corpus anteriores. Existe también una predisposición a la desigualdad de la figura femenina, como en el Subcorpus de «amor romántico», que se invierte solo en las imágenes más erotizadas y la que refleja compromiso (petición de mano).



Imagen 6: Ejemplo 2 de Subcorpus de «romantic love». Imagen en red (10 de mayo de 2020).

---

*Dimensión organizacional:* Al centro de la imagen se encuentra la pareja, pudiendo reconocerse una mayor disposición de la figura femenina en esa posición. Generalmente, la ubicación de la pareja a la izquierda (lo nuevo) incluye una declaración amorosa a la derecha (lo conocido). En la parte superior (el ideal) se encuentra la unión de los cuerpos, el encuentro de los rostros.

---

*Dimensión ideológica:* Se propone una mirada del amor romántico hipersexualizada, idealizada, con una mayor posesividad y proteccionismo declarado.

*Comentarios:* La presencia de imágenes multimodales es baja. Sin embargo, aquellas que sí lo son, incluyen textos más densos que en el Subcorpus de «amor romántico», aunque en menor medida que el primer corpus. Se manifiesta una forma de resemiotización del amor romántico que apunta a la erotización, al retorno del cuerpo como forma de goce, pero se mantiene la posición social de lo femenino y el rol masculino de protección y sostén.

---

Tabla 5: Análisis de Subcorpus de «amor romántico». Elaboración propia.

La resemiotización del concepto de amor romántico propuesta por el primer subcorpus analizado difiere totalmente de la que surge en el subcorpus de «romantic love». Hay un proceso de resemiotización en que el amor romántico se transforma y no es lo que era

TEMA

tradicionalmente, pero no deja ser una representación de un tipo de amor romántico en la cual existe un desequilibrio entre los sexos.

La presencia femenina es inequívoca, es una presencia corporal potenciada sexualmente y transformada en icono del amor romántico y sexual; la mujer es el amor romántico hecho carne. A diferencia de los otros subcorpus, no hay sutilezas ni estrategias metafóricas, tampoco parece relevante las características del amor romántico como algo doloroso, como la entrega sin medidas o el sacrificio. El amor es goce y no sufrimiento; no es compromiso en términos formales sino en capacidad de decisión. Pero estas posibilidades de decisión y libertad se otorgan a los participantes masculinos, a través de procesos activos a través de los cuales dirigen a los participantes femeninos.

### Discusión

Las diferencias ofrecidas en los tres subcorpus refuerzan la idea de que la representación social del amor romántico es una construcción social mediada culturalmente, en donde los procesos de transformación son influenciados por los cambios globales (tecnológicos, sociopolíticos, etc.) pero que mantienen sedimentos representacionales útiles para la renovación de discursos hegemónicos y para el levantamiento de discursos contrahegemónicos.

Dada la estabilidad de la representación hegemónica del amor romántico las estrategias de subversión resultan complejas. La invariable presencia de lo femenino construye la representación del amor romántico, aunque como elemento omnipresente puede resultar útil para subvertir las dinámicas que definen la construcción social de los géneros.

Como se manifiesta en el Subcorpus de «amor romántico», es posible emplear los elementos de la representación para la construcción de discursos hegemónicos que funcionen como artefactos de interferencia entre los usuarios y el significado tradicional. Construyendo a su vez narrativas que hacen posible la movilización transmedia feminista o de movimientos afines a la igualdad de género, al hacer uso de medios, recursos, símbolos y elementos constitutivos de la representación social del amor romántico.

Aunque la creación de discursos contrahegemónicos contribuye a la distancia entre el objeto (el amor romántico) y parte de la sociedad, se sostiene en elementos constitutivos nucleares que -contradictoriamente- permiten su permanencia como un conjunto estable. A diferencia del primer subcorpus, los siguientes no manifiestan la intención de generar un movimiento transmedia e introducen muy pocas modificaciones de base a la representación tradicional del amor romántico. Sí es mencionable el hecho de que ambos subcorpus, el de «amor romántico» y «romantic love» son muy diferentes entre sí a pesar de que puedan considerarse como dentro del discurso hegemónico.

Todos los corpus hacen referencia a que el amor romántico se sostiene en la relación de parejas heterosexuales, no se habla del amor romántico entre parejas del mismo sexo, y este es uno de los elementos primordiales que permiten el sostenimiento de la representación social del amor romántico.

Para finalizar, si se retoma la discusión sobre otras formas de amor romántico y las masculinidades diferentes a las cimentadas en occidente (*kkonminam*) es posible imaginar que este vínculo entre el amor romántico y lo femenino puede traspasar las barreras del sexo y tener, quizás, resultados diferentes en cada cultura. Por lo que, además de profundizar en el estudio de las representaciones sociales del amor romántico y cómo se

TEMA

articulan a nivel semiótico y semántico, sería interesante conocer y contrastar las diferencias y similitudes que emergen en cada contexto.

## Bibliografía

- Abric, Jean Claude. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán.
- Abric, Jean Claude, (1996). Specifics process of social representation. *Paperon social representation. Textessur les représentations sociales*, 5(1), 77-80.
- Biancheri, Rita. (2011). Legami di coppia e affettività. Dall'amore romantico alla relazione pura. *Società Mutamento Politica. Rivista Italiana di Sociologia*, 2(4), 115-136.
- Bosch Fiol, Esperanza., Herrezuelo, Raquel. y Ferrer Pérez, Victoria. (2019). *Femeris*, 4(3), 184-202.
- Cárdenas Neira, Camila (2014). Inútiles y subversivos: Representación transmedia de los estudiantes chilenos en redes sociales. *Romanica Olomucensia*, 26(2), 173-190.
- Cares Mardones, Carmen. (2017). Arte, género y discurso: Representaciones sociales en el Chile reciente (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona: Barcelona. Disponible en <https://www.tdx.cat/handle/10803/402144>
- Castells, Manuel. (2004). Prólogo. En M. Castells (ed.), *La sociedad red: una visión global*(pp. 21-24).
- Constanza-Chock, Sasha. (2013). Transmedia Mobilization in the Popular Association of the Oaxacan Peoples, Los Angeles. In B. Cammaerts, A. Mattoni y P. McCurdy (Eds.), *Mediation and Protest Movements* (pp.65-144). Chicago: Intellect-The University of Chicago Press.
- Cope, Bill. y Kalantzsis, Mary. (2009). A grammar of multimodality. *The International Journal of Learning*, 16(2), 361-425.
- Esteban, Mari Luz. (2011). *Crítica del pensamiento amoroso*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Esteban, Mari Luz y Távora, Ana. (2008). El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas. *Anuario de Psicología*, 39(1), 59-73.
- Flament, Claude. (1994). Consensus, Saliency and Necessity in Social Representation. Technical note. *Papers on Social Representations. Textes Sur les Représentations Sociales*, 3(2), 1-9.
- García Fernández, Nagore y Montenegro Martínez, Marisela. (2014). Re/pensar la producciones narrativas como propuesta metodológica feminista: experiencias de investigación en torno al amor romántico. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 14(4), 63-88.

- García Manso, Almudena. y Silva e Silva, Artenira. (2017). Ciberfeminismo o feminismo en red: Haciendo arqueología en Internet. *Antropología Experimental, 17 (19)*, 277-286.
- Giddens, Anthony. (1998). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra Teorema.
- Guimelli, Christian et Rouquette, Michel-Louis. (1992). Contribution du modèle associatif des schémas cognitifs de base à l'analyse structurale des représentations sociales. *Bulletin de psychologie, 45(405)*, 196-202.
- Gutiérrez Vidrio, Silvia. (2004). Representaciones Sociales, argumentación y lógica natural. *Anuario de Investigación 2003, UNAM*, 620-634.
- Halliday, Michael (1982). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica
- Herrera, Coral. (2019). *Hombres que ya no hacen sufrir por amor: Transformando las masculinidades*. Madrid: Los libros de La Catarata.
- Herrera, Coral. (2018). *Mujeres que ya no sufren por amor. Transformando el mito del amor romántico*. Madrid: Los libros de La Catarata.
- Iedema, Rick (2003). Multimodality, Resemiotization: Extending the Analysis of Discourse as Multi-Semiotic Practice. *Visual Communication, 2 (1)*, 29-57.
- Illouz, Eva. (2012). *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*. Madrid: Katz Editores.
- Illouz, Eva. (2009). *El consumo de la utopía romántica: El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- Illouz, Eva. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- Jodelet, Denise (1986). La representación social: fenómenos, conceptos y teoría. En Sergi Moscovici, *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós.
- Kaltenbacher, M. (2007). Perspectivas en el análisis de la multimodalidad: desde los inicios al estado del arte. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, 7(1)*, pp. 31-57.
- Kress, Gunther. (2005). Gains and losses: New forms of text, knowledge, and learning. *Computers and composition, 22*, 5-22.
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. London & New York: Routledge.

- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo. (2006). *Reading images*. UK: Routledge.
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo. (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold.
- Lardellier, Pascal. (2014). El liberalismo a la conquista del amor. Algunas constataciones y reflexiones sobre el consumo sentimental y sexual de masa en la era de Internet. *Revista de Sociología, 29*, 77-87.
- Lemke, Jay. (2009a). Multimodality, Identity, and Time. In C. Jewitt (ed.), *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (pp.140-150). London: Routledge.
- Lemke, Jay. (2009b). Transmedia Traversals: Marketing, Meaning and Identity. In A. Baldry & E. Montagna (eds.), *Interdisciplinary Perspectives on Multimodality: Theory and Practice. Proceedings of the Third International Conference on Multimodality*. Campobasso: Palladino, 576-596.
- Lee, Min Joo. (2019). Romantic Love: Mechanism for Feminist Empowerment or Orientalist Legacy? *Sare, 56(2)*, 26-42.
- Matthiesen, Christian M.I.M. (1993). Register in the round: diversity in a unified theory of register analysis. In M. Ghadessy (Ed.), *Register Analysis: theory and practice* (pp. 221-292). London: Pinter.
- Moñivas, Agustín. (1994). Epistemología y representaciones sociales: concepto y teoría. *Revista de Psicología General y Aplicada, 47 (4)*, 409-419.
- Moscovici, Sergi. (1979). *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Ed. Huemul.
- Ortner, S. (1974). Is female to male as nature is to culture? In M. Z. Rosaldo and L. Lamphere (eds), *Woman, culture, and society* (pp.68-87). Stanford: Stanford University
- Pardo, Neyla. (2007). *Discurso, impunidad y prensa*. Bogotá: Centro Editorial Facultad de Ciencias Humanas.
- Pascual Fernández, Alicia. (2016). Sobre el mito del amor romántico. Amores cinematográficos y educación. *DEDiCA. REVISTA DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES, 10*, 63-78.
- Perera Pérez, Maricela. (2003). *A propósito de las representaciones sociales: apuntes teóricos, trayectoria y actualidad*. Caudales. La Habana: CIPS Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas.

- Rateau, Patrick y Lo Monaco, Grégory. (2013). La teoría de las Representaciones Sociales: Orientaciones conceptuales, campos de aplicaciones y métodos. *Revista CES Psicología*, 6(1), pp.22-42.
- Sádaba, Igor. y Barranquero, Alejandro. (2019). Las redes sociales del ciberfeminismo en España: Identidad y repertorios de acción. *Athenea Digital*, 19(1), 1-24.
- Sánchez. Duarte, J.M. y Fernández Romero, D. (2017). Subactivismo feminista y repertorios de acción colectiva digitales: prácticas ciberfeministas en Twitter. *Comunicación política II*, 26 (5), 894-902.
- Valencia Abundiz, Silvia. (2007). Elementos de la construcción, circulación y aplicación de las representaciones sociales. En T. Rodríguez Salazar y M. de L. García Curiel (coords.), *Representaciones Sociales. Teoría y e investigación* (pp.89-136). Guadalajara: Editorial cucsh-udg, Universidad de Guadalajara.
- Wagner, Wolfgang y Flores-Palacios, Fátima. (2010). Apuntes sobre la epistemología de las representaciones sociales. *Educación matemática*, 22, 139-162.

Carmen A. Cares Mardones

PhD. In Arts and education (University of Barcelona), professor at the Faculty of Humanities and Social Sciences of the Isabel I University (Spain), researcher in gender, culture, education and social and political participation of women and young people.

Doctora en Artes y educación (universidad de Barcelona). Profesora de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Isabel I (España), investigadora en temas de género, cultura, educación y participación social y política de mujeres y jóvenes.

Dottore di ricerca in Arte e Educazione (Università di Barcellona). Professore presso la Facoltà di scienze umane e sociali dell'Università Isabel I (Spagna), ricercatrice su genere, cultura, educazione e partecipazione sociale e politica di donne e giovani.