

**UNIDAD XOCHIMILCO**  
**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**Erotismo del cuerpo femenino en redes sociales**

**TRABAJO TERMINAL**  
**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:**  
**LICENCIADOS EN PSICOLOGÍA**

**PRESENTAN:**

**Hernández Landeros Camila**  
**Olvera Guerrero Aurora Nallely**  
**Pelcastre Varela Victor Alberto**  
**Rangel Cabello Jorge Alejandro**

**ASESORES:**  
**Ortíz Tepale Armando**

**LECTORES:**  
**Alvarado Tejeda Verónica**

## Resumen:

El mundo digital ha avanzado y ha ido cubriendo las diferentes necesidades del ser humano, entre ellas la vivencia de la sexualidad y potencialización de la misma para llegar al cumplimiento del placer sexual. Dentro de la presente investigación se aborda la expresión del erotismo y del cuerpo femenino dentro del mundo y cultura digital y la interacción entre estos elementos. Para acceder a un conocimiento más amplio que nos permita realizar un análisis se toma como campo de intervención a las mujeres creadoras de contenido con la finalidad de aplicar entrevistas en profundidad como estrategia metodológica.

Posterior a la recolección de las narrativas que nos ofrecieron las tres creadoras de contenido participantes, desarrollamos el análisis del discurso para propiciar un mejor y más amplio entendimiento, se dividió en cuatro líneas de acceso: Interacción digital, reeducación, identidad y erotismo femenino. Con este orden en la narración a analizar nos encontramos con que las creadoras de contenido tratan de reconceptuar la feminidad apropiándose y reinterpretando los estereotipos dados a esta para integrarlo tanto a sus vidas como a su expresión erótica a través de las redes sociales. A su vez exploran sus propios placeres y también comparten los de el otro, en un intento de romper con los tabúes existentes alrededor de la sexualidad y el erotismo, sobre todo los de la mujer.

**Palabras clave:** Feminidad, redes sociales, erotismo.

# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Justificación	4
<b>2. Marco teórico conceptual</b>	<b>5</b>
2.1 Sexualidad y erotismo en la virtualidad	5
2.1.2 Género y estereotipo de lo femenino y masculino	10
2.2 Cultura digital	16
2.2.1 Redes sociales	19
2.3 Consumismo	25
2.3.1 Pornografía en la era digital	28
<b>3. Metodología</b>	<b>33</b>
<b>4. Análisis</b>	<b>41</b>
4.1 Interacción digital	41
4.1.1 Posición de privilegio	41
4.1.2 Conocimiento adquirido y Respeto	43
4.1.3 Sentido de pertenencia y superioridad	44
4.1.4 Redes independientes y con propósito	46
4.2 Reeducción	49
4.3 Identidad	53
4.4 Erotismo femenino	58
<b>5. Conclusión</b>	<b>67</b>
<b>6. Reflexiones finales</b>	<b>68</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>69</b>

## 1. Introducción

En su tesis doctoral Hernández Peris (2017: 209) menciona “Estas tecnologías han supuesto avances importantes [...] pero han ocasionado igualmente una serie de riesgos para la población más joven que es necesario abordar. Especialmente importantes son los riesgos ocasionados por el erotismo y la sexualidad.” pero ¿esas son las dos caras de la moneda o solo la perspectiva del usuario/consumidor común?

En cuanto al teatro burlesque nos encontramos en otro escenario: la sátira. Pues “se entiende por [...] un tipo de arte literario y escénico que tiene como objeto la ridiculización de un tema” (*Choppermonster, 2022*) Claro que no es mismo teatro burlesque del siglo XVI, pero aunque se siguen desfigurando de los elementos sociales, los cuerpos no.

Por lo tanto, es necesario ante el creciente fenómeno actual del contenido erótico (que puede concebir cualquier persona), es necesario enfocar con seriedad las luces a cómo los entornos virtuales construyen otros tipos de interacciones sociales, discursos, elecciones normativas, posiciones morales y el poder que las atraviesa. Lo que nos compete aquí es una de muchas expresiones de la sexualidad humana: la erótica-virtual y el teatro burlesque, en tanto las creadoras en las que indagamos emplean sus propios recursos para agenciar sus cuerpos sexuados, su feminidad y la virtualidad aún a pesar la dominación masculina para la que, en apariencia sirven, pues como veremos más adelante los actos eróticos pueden también llegar a ser: actos contestatarios contra las normas hegemónicas que encasillan a la mujer, una forma de vida, de autoconocimiento y/o una fuente de placer.

## 1.1 Planteamiento del problema

### - Pregunta de investigación

¿Qué significaciones genera la producción de contenidos eróticos digitales para creadoras de contenido digital y burlesque, en la conceptualización de lo femenino?

### - Objetivo general:

Analizar los significantes de feminidad y mujer, para las creadoras de contenido (CC) a partir de: la narrativa de dos CC en las plataformas de Instagram y Onlyfans, y una productora de performance de burlesque y cabaret.

### Objetivos específicos

- Explorar las motivaciones por las que las tres mujeres entrevistadas producen y distribuyen contenido erótico.
- Analizar los efectos que tiene la creación y producción de contenido erótico en la conceptualización de la feminidad para las tres mujeres entrevistadas.

## 1.2 Justificación

Los avances tecnológicos que se tienen al día de hoy han permitido que la gente pueda interactuar con personas de distintos lugares del mundo en tiempo real a partir de las redes sociales creadas en el medio digital como lo son: *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*. Entre los materiales que se comparten en dichas redes están aquellos de contenido erótico, que podría ser compartido como expresión de

la sexualidad o bien con fines económicos. Aún cuando se piensa que estos contenidos sirven para una liberación de los impulsos sexuales una parte de la sociedad considera pertinente su prohibición a los menores de edad (Parametría/El Colegio de México, 2008).

“El mundo social construye el cuerpo como realidad sexuada y como depositario de principios de visión y de división sexuales” (Bourdieu, 2000) Entonces, en un entorno que mercantiliza el cuerpo para producir contenido erótico ¿qué principios de visión sedimentan esta clase de producciones entorno al cuerpo de las productoras? Hay que pensar si el tratamiento sexista que se justifica, ante la visión de la desnudez de una figura, va en decremento o por el contrario, pese a todos los discursos en contra de la discriminación a las mujeres, se encuentra estático o en aumento.

El valor de la presente investigación reside en atravesar las redes de la virtualidad en un fenómeno cada vez más usual y encontrar respuesta en el panorama de las mujeres creadoras, las motivaciones y la conformación de su persona sexuada por medio de la venta de contenido; teniendo claro que muchas de sus acciones y herramientas eróticas siguen inscritas en un ciclo de dominación masculina.

## **2. Marco teórico conceptual**

### **2.1 Sexualidad y erotismo en la virtualidad**

Tomando como apoyo las obras de Michel Foucault, entendemos a la sexualidad por medio del “dispositivo de sexualidad” que está construido por interacciones sociales, discursos, instituciones, elecciones normativas, posiciones morales y el poder que las atraviesa. Dicho dispositivo desarrolla líneas de exposición y de expresión sobre la sexualidad, sus aplicaciones y sus restricciones (2007: 96- 98). Este “dispositivo de sexualidad” logra espotar en las maneras en las que el sujeto vive, experimenta y ejerce la sexualidad, siendo la sexualidad, una vía de comprensión y conceptualización de la configuración del sujeto mismo. Es de gran relevancia incluir esta línea de análisis para comprender las expresiones eróticas y

sexuales de las 3 mujeres entrevistadas y como utilizan la virtualidad y manifestaciones artísticas para hacer publicidad de su contenido y por lo tanto, lanzarlo al acceso ajeno.

La sexualidad y el erotismo, son términos afines que suelen vincularse, no son iguales. Tomando como referencia a Michel Foucault en *Historia de la sexualidad* (1984: 13 - 45), sabemos que vivimos en una sociedad en la que la sexualidad es una forma de poder ejercida sobre todos nosotros de diferentes modos, esclareciendo que la sexualidad es más que solamente la genitalidad. Foucault en este primer tomo nos da conceptos que van a responder a la necesidad del ser humano de explicarse y entenderse como ser sexuado: *Scientia sexualis* y *Ars erotica*.

Resumiendo en que consisten estos términos, por una parte *scientia sexualis* surge de las ciencias como la biología y la medicina que entienden la sexualidad a partir de elementos orgánicos y composiciones anatómicas del sujeto, éstas al verse limitadas únicamente por estos procesos biológicos tienden a ser una herramienta para obstaculizaciones del tipo moral y dándole a las restricciones generadas por estas limitantes el carácter de científico, por lo que Foucault (2007) hace mención a que en su intento de hablar del sexo más bien lo que generan es otro tipo de enmascaramiento al reducirlo al carácter reproductivo de las funciones orgánicas y así entrando a un tipo de negación.

Del otro lado del mundo tenemos el *ars erotica* que invita al autoconocimiento del sujeto respecto a sus propios placeres, la invitación es a explorar y reconocer para intensificar el placer erótico; sin embargo, este conocimiento tampoco escapa de la constante de ocultar lo sexual, puesto que se mantiene en la práctica de lo íntimo y secreto por la creencia de si se divulga dejaría de tener ese efecto de placer en el sujeto (Foucault; 2007).

Entonces surge una interrogante respecto a ambos conceptos ¿qué función tienen si se mantienen en el secreto? Los conocimientos que otorgan ambas herramientas no tienen otro fin que el obtener una verdad, dicha verdad se ve

cargada de un poder sobre aquellos que no pueden acceder a ella. Respecto al poder García Canal nos explica a qué se refiere Foucault de la siguiente manera:

El poder, para Foucault, no es más que una relación entre parejas, sean individuales o colectivas. Si no hay al menos dos, el poder, en tanto es una relación, no existe [...] El poder es una relación en la cual unos guían y conducen las acciones de los otros, es decir que el poder no sólo reprime, sino también induce, seduce, facilita, dificulta, amplía, limita y hasta puede prohibir, aunque no es la prohibición la forma más importante, ni siquiera la privilegiada. (2002)

Y es a partir de ahí, en esa búsqueda de la verdad que aventaja al sujeto en estas luchas de relación de poder que se desprende el erotismo y sus múltiples representaciones.

“El acontecer erótico representa, incluso, la cima de vida, cuya mayor fuerza e intensidad se revelan en el instante en que dos seres se atraen, se acoplan y se perpetúan. Se trata de la vida, de reproducirla, pero, reproduciéndose, la vida desborda. alcanzando, al desbordar, el delirio extremo. Esos cuerpos enredados que, retorciéndose, desfalleciendo, se sumen en excesos de voluptuosidad, van en sentido contrario al de la muerte que, más tarde, los consagrará en el silencio de la corrupción” (Bataille 1981: 48)

Mencionamos hace un momento que el erotismo y la sexualidad no son lo mismo, el primero se desprende del autoconocimiento en la expresión del placer, mientras que el otro tiene una carga más allá de lo biológico-orgánico al verse envuelto también en el aspecto moral. Entonces si el erotismo se centra en la subjetivación del placer finalmente este tiene lugar dentro de un área de la sexualidad y es, quizá, dicho placer que viene del erotismo aquel que se buscó regular de inicio para poder hacer del sujeto un ser limitado por normas para establecerse como sociedad.

El erotismo a pesar de concebirse en lo individual y la introspección del sujeto no escapa de lo social al verse atravesado por la etiqueta de la prohibición (Bataille,



1997), aquella que inclina al sujeto a mantener en el espacio asignado como íntimo la expresión y aceptación de los placeres. Así como etiquetar, aún para sí, aquello aceptable por las normas morales sociales.

Para esta investigación es fundamental tener el concepto de sexualidad así como el de erotismo en análisis para el desglose de los mismos dentro de un mundo digital en el que queremos adentrarnos ¿Cómo vive el sujeto la sexualidad a partir de su relación con las redes sociales? Esto es un ejemplo claro de que el poder es ejercido por diferentes fuentes de difusión.

Por otro lado, el erotismo muestra gran importancia y significación dentro de un encuentro íntimo ya sea digital o físico y, para términos de esta investigación lo que más se pone en juego son las sensaciones que genera el visualizar el cuerpo femenino, catalogadas como eróticas; y la producción de contenido con intenciones

Por lo tanto la sexualidad responde a la interacción con la parte erótica de otras personas, pasa de lo individual a lo plural. A través del erotismo y la identificación del sujeto, expresado en diferentes círculos de convivencia, la sexualidad se potencializa y se idealiza para seguir cumpliendo con las necesidades existentes en cada individuo.

Alejándose, sin separarse completamente del campo material, el uso de plataformas digitales como medio para llevar a cabo el erotismo, permite generar dinámicas distintas a las que podríamos etiquetar como tradicionales; se genera la sensación de abrir una ventana hacia la irregularidad, un espacio íntimo más no solitario. Se vislumbra una libertad navegable infinitamente por medio de una pantalla sin complicaciones.

Castro-Borràs y Uribe han hablado sobre el tema, “asistimos a la ‘liberación sexual’, pero cabe cuestionarnos la autenticidad de su libertad mientras observamos la dislocación entre lo real y lo virtual” (2011: 234) ¿qué tan libre se puede ser en un terreno sin limitaciones tangibles? Probablemente, lo libre que

sea permitido por la propia sociedad que lo habite. Existe en internet, en distintos sitios, una estructura que direcciona o encasilla las interacciones entre los usuarios, a veces es un mandato explícito, en otras, un acuerdo tácito estructurado en conjunto se hace presente.

El alcance de las distintas plataformas sociales rompe barreras culturales externas pero produce a su vez nuevas. La libertad sexual que se puede manifestar en la virtualidad obedece a los propios ocupantes de ella, está condicionada a las reglas del juego que se han establecido con la interacción y que se fortifican con la estructura de las páginas web que se utilizan. Un ejemplo claro puede observarse en un sin fin de portales pronográficos, muestran en pestañas diferentes categorías, y cada una un catálogo que responde a esas demandas ¿uno puede ver lo que quiera o debe tomar alguna de las opciones preestablecidas? Nos encontramos claramente con una sexualidad categorizada, una actividad virtual condicionada a la oferta.

Esta estratificación repercute también en la subjetividad de los individuos participantes, a fin de cuentas, la sexualidad deviene de lo corporal y el cuerpo en el terreno digital presente conceptualmente, se vuelve distinto, “el cuerpo no está conformado por las partes que se articulan y lo hacen un ‘todo’; el cuerpo en estas perspectivas es mostrado en pedazos” (2017: 4) menciona la maestra Saldaña en su artículo *“El erotismo y el cuerpo en las narrativas visuales web”*, y tiene mucho que ver con la anteriormente mencionada categorización de lo erótico y lo sexual.

El cuerpo se desdibuja, se cuestiona, se reduce y se virtualiza. La genitalidad se vuelve norma, el falocentrismo abunda, el hombre como figura se hace válido por y para su pene, pareciera que nada más se hace necesario. La mujer se destroza, se contempla únicamente como portadora de placeres carnificados aislados y segmentados para el consumo: su pecho, sus piernas, sus pies, y cada trozo de su materialidad se vuelve objeto de deseo, cada parte con un valor de distinta magnitud pero en la misma escala, la sexualizada.

En la digitalidad el consumo del cuerpo ajeno y el deseo de que el propio sea consumido se vuelve estandarte, la observación y exposición del cuerpo se vuelve el objetivo, la materia prima, y el camino del placer, se ve como puerta y se ve como llave, pero ya no como cuerpo humano.

### **2.1.2 Género y estereotipo de lo femenino y masculino**

Las estructuras de definición sexual entre los individuos son “producto de una construcción operada [...] a través de la acentuación de algunas diferencias o de la escotomización de algunas similitudes” (Bourdieu, 2000). Dichas diferencias se construyeron para un sistema social que buscaba “lo normal y natural” de lo cual respondía a ciertas necesidades excusadas por las diferencias del orden biológico para responder a la división de la fuerza de trabajo así como las responsabilidades correspondientes a esa división para funcionar como seres sociales. (*Ibidem*).

Desde el inicio de nuestras vidas, al momento de nacer somos asignados con un sexo de acuerdo a nuestras características biológicas, morfológicas y cromosomáticas. Esta determinación es la garantía para el principio de la visión social en que se sustenta. Justificando en esta cualidad corporal hasta los cuidados que recibimos dependiendo en qué grupo sexual nos encontremos: “vestidos rosas para la niña, pantalones y camisas azules para el niño”. Diría Bourdieu: “El mundo social construye el cuerpo como una realidad sexuada y como depositario de principios de visión y de división sexuales” (*ibid.*) Por otra parte la categoría de sexo no es lo único que permea el porvenir de los sujetos, pues también se encuentran los conjuntos de ideas arbitrarias construidas en torno a dichas características, como lo es el género, “los conceptos de masculinidad y feminidad, los cuales determinan el comportamiento, las funciones, las oportunidades, la valoración y las relaciones entre mujeres y hombres” (Instituto Nacional de las Mujeres, s. f: 1) No obstante, cabe señalar que dichas estructuras responden a una temporalidad histórica, por lo tanto son susceptibles al cambio.

Ahora bien, conforme nos adentramos más en la vida en sociedad, las particularidades que definen sexualmente a mujeres y hombres dentro de sus grupos de convivencia pueden derivar en expectativas de lo que se espera de ellos. A este tipo de exigencias en función de la posición social (ya sea en la familia, madre, padre, hija o hijo; o en el entorno laboral como jefe y subordinado) que ocupe una persona se les conoce como *roles de género*.

Cabe hacer una aclaración y un ejercicio mental para comprender cómo la disposición de las partes de un cuerpo en que se recrea, primordialmente la dicotómica relación entre los sexos: Pensar en el cuerpo de una mujer, sus órganos sexuales, el aparato reproductor con todas sus partes se encuentra oculto; a diferencia de un hombre cuyo miembro se encuentra expuesto a simple vista. Pero ¿esto es excusa suficiente para que la diferenciación termine en dominación y sumisión? Claro que no, ni siquiera es una buena excusa. Sin embargo son consideraciones morfológicas. Lo que verdaderamente llama la atención de esta comparación de cuerpos es que “se establece el vínculo [...] entre el falo y el logos” (Bourdieu, 2000). De esta manera, continúa explicando Pierre Bourdieu, se organizan actividades en función del orden público y privado “los usos públicos y activos de la parte superior [...] son monopolio de los hombres; la mujer que, [...] se mantiene alejada [...] debe renunciar a la utilización pública de su propia mirada” (Laplanche & Pontalis, 1967)

Por lo que, entrado en años, los padres habrán de involucrar a su hijo en diferentes conjuntos de normas preestablecidas que dictamina la sociedad: para que las niñas deban realizar tareas domésticas demostrando su debilidad y sentimentalismo; mientras que los niños, dedicados a trabajos manuales o intereses por automóviles o deportes, tendrían que demostrar su valía y dominio masculino por sobre sus congéneres. De modo que más adelante en su vida, deberán reproducir dichas acciones y formas de pensar pues son las cualidades esperadas que un hombre o una mujer deben llevar a cabo.

De esta manera surgen

“ Las bases sobre las que se construyen los estereotipos de género, reflejos simples de las creencias sociales y culturales sobre las actividades, los roles, rasgos, características o atributos que distinguen a las mujeres y a los hombres” (Instituto Nacional de las Mujeres, s. f: 2)

Para entrar de lleno en el terreno de los estereotipos se debe entender una diferencia muy importante entre un rol y un estereotipo.

En primer lugar, hay que dejar en claro que el género trabaja como una construcción, una investidura de características cambiantes alrededor de hombres y mujeres haciendo referencia a las tareas y responsabilidades de cada cual, conferidas a partir del orden familiar, económico, del Estado, etc. Dicho sea de paso, es la construcción de las diferencias sexuales.

Entonces, un estereotipo, tal como lo vemos, se trata de un conjunto de conductas atribuidas (no demostradas) a determinado grupo de individuos de acuerdo a criterios ajenos a ellos. Son

“una opinión ya hecha que se impone como un cliché a los miembros de una comunidad [...] son en parte exageraciones de la realidad, pero que debidamente acuñadas sirven a las personas para orientarse socialmente y tener referentes de los desconocidos” (Barberá & Martínez Belloch, 2014: 111)

En el caso del género, brindan modelos que permitan definir lo que es un hombre o una mujer. Se trata de creencias dadas por válidas gracias a su intensidad y divulgación (a pesar de no siempre referir información verdadera) de acuerdo a factores externos. Por lo tanto, aunque ambas (roles y estereotipos) parecen ser los mismos, podríamos diferenciarlos en función de que: por un lado, el cliché refiere a una serie de idearios culturales; mientras que el rol, se basa en poner en acción dichos dogmas, pues se tratan de acciones esperadas, apoyadas de las creencias comunes acerca de lo que se debe o no hacer en función de lo que se es (hombre o mujer).

Estos estereotipos van a ser herramienta para la instauración de poder de un género sobre otro, en concreto de la dominación del género masculino sobre el femenino con la instauración de actitudes que van a responder a la sumisión de este último, con cosas que se internalizan y naturalizan como es no abrir las piernas al sentarse, al mantenerse de pie estar en una forma erguida ocultando a la vista de los otros los vientres abultados e incluso la vestimenta que incapacita de ciertas actividades física pensando en las faldas, corset, entre otras prendas. (Bordieu, 2000)

Viéndolo desde este lente

“En las relaciones de género es más común que los hombres, en tanto que grupo dominante, estereotipan a las mujeres que viceversa. Generalmente son los grupos dominados los que son víctimas de mayor número de estereotipos, sobre todo si éstos son negativos” (Barberá & Martínez Belloch, 2014: 112)

Ejemplo claro de ello en México, lo podemos encontrar en la invisibilidad de las mujeres en materia electoral y consideraciones como por ejemplo en 1859, en

“La Epístola de Melchor Ocampo [...] se mantenía la diferencia entre hombre y mujer, con un papel asignado a ésta de sierva y débil, difundiendo la costumbre de añadir a los apellidos de la contrayente el del esposo precedido por un “de”, costumbre aún bastante generalizada en la actualidad” (Ruíz Carbonell, s. f: 76)

De este modo nos encontramos con que las estructuras ideológicas en torno de la condición de mujer y hombre pueden provocar desequilibrios arbitrarios que atacan a quienes no siguen dichos roles, y en el peor de los casos, justifican la discriminación, violencia o minimización del grupo en desventaja. Así podemos encontrarnos en la actualidad con que:

“El sistema sexo-género se convierte en un gestor y reproductor de la sexualidad [...] cuyo condicionamiento y normalización de la vida sexual es retomado por la pornografía, la cual también se ha adecuado a través del

tiempo a la obsesión por lo extremo y a la tecnología extrema que promete bienestar a través de una biotecnofelicidad (Ruiz, 2003: 165)”

Ahora bien hay un concepto que quizá hasta ahora estamos suponiendo se entiende entre líneas y es como todas estas significaciones sobre el género se van a reflejar sobre el cuerpo del sujeto. Un cuerpo que sienten, se hieren, goza y, por supuesto, están sexuados, además expuestos al mundo social y cultural que habitan; sin embargo, hay críticas que apuntan ir en contra de este del cuerpo dominado: “el cuerpo no es un objeto del mundo como lo puede ser una piedra, un vaso o un libro, sino más bien, es un objeto que conlleva en su existencia la posibilidad de significar(se) y resignificar(se).” (Díaz Romero, 2013: 8) Con esto podemos empezar la noción de cuerpo en Beauvoir desde la lectura de Judith Butler (2013:308), nos explica cómo la autora francesa hace un traslado del cuerpo natural al cuerpo aculturado, donde no se nace con el género asignado si no que se llega a serlo (en específico se refiere a llegar a ser mujer) dándole este peso cultural y social al género.

Por tanto se apunta que al ser cultura es posible la resignificación del cuerpo y de esta manera también del género. Sin embargo, Beauvoir encuentra por sí misma las dificultades que esto conlleva, puesto que no es tan sencillo como sólo asumirse a un género o reconstruir la concepción de este:

“Llegar a ser género es un proceso, impulsivo, aunque cuidadoso, de interpretar una realidad cultural cargada de sanciones, tabúes y prescripciones. La elección de asumir determinado tipo de cuerpo [...] implica un mundo de estilos corpóreos ya establecidos. Elegir un género es interpretar las normas de género recibidas de un modo tal que las reproduce y organiza de nuevo [...] el género es un proyecto tácito para renovar una historia cultural en los términos corpóreos de uno.” (Buttler, 2013:309)

Beauvoir además va a definir como lo femenino o la mujer se sigue significando a partir de una mirada masculina refiriéndose a que el hombre se percibe y se ha concebido de manera tradicional a sí mismo como incorpóreo mientras que la

mujer ocupa por su parte el papel del “Otro”, quien va a representar lo corpóreo (Butler, 2013: 310). De esta manera aquel que se define como un “Yo” va a ser aquel que signifique y defina a un Otro; el Hombre al definirse Hombre ( con características como fuerte, viril, intelectual, etc.) define a la Mujer como su contrario en diversos aspectos (identificando en la debilidad, lo sentimental, etc.)[Castañón, 2010:73], características con la que se trata de luchar y desmitificar hoy en día para ambos sexos.

Cerrando este apartado hay que hablar de una perspectiva algo más contemporánea, Marta Lamas (1994) refiere sobre el género como la simbolización de las diferencias sexuales entre mujer y hombre, sin embargo esta misma simbolización evita que se pueda pensar en estos conceptos como “iguales” mientras que a su vez excluye la sexualidad entre individuos del mismo sexo. Puesto que en la actualidad el sujeto construye su identidad social, entre otras cosas, a partir de su identidad sexual la autora plantea una deconstrucción de lo que se conoce como género; citando el texto de Butler que hemos comentado, Lamas expresa al género como un proceso mediante el cual las personas reciben resignificación cultural y además innovan esta misma. Con esto las autoras plantean que se debe desarrollar la forma de desnaturalizar los cuerpos y darles nuevos significados a las categorías de lo corporal pensandolas más allá de lo binario (1994: 27).

Es una lucha y un esfuerzo que se seguirá haciendo tanto en la actualidad como en las generaciones que se encuentran por venir; poco a poco se busca ir desmitificando, así como ir reconstruyendo, las concepciones de lo que se cree “femenino” y “masculino” desde la cultura y con esto la sociedad porque finalmente como vimos en este apartado el cuerpo, el género, lo estereotipado van a estar conceptualizados a partir de el contexto social en el que habiten, por lo que en la actualidad y la virtualidad se continúa con la lucha por derribar esas instauraciones de dominación y sumisión.



## 2.2 Cultura digital

Cuando hablamos de “cultura digital” nos referimos al conjunto de comportamientos, reglas y protocolos que se construyen entre las personas por medio del uso de la tecnología digital. Para entender este proceso es necesario no perder de vista un par de puntos relevantes para comprender y poder trabajar con este concepto. El primero; las relaciones e interacciones que se generan son un vínculo entre dos seres humanos por medio de dispositivos tecnológicos, no entre un humano y el dispositivo. El segundo; la cultura digital y los protocolos de convivencia adjudicados a ella no son una estructura social independiente a la que existe fuera de los medios digitales.

Con esto se quiere decir que la cultura digital es el producto del cruce de la “cultura clásica” y los nuevos medios para ejercerla. Los aspectos de comportamiento destacables en la convivencia virtual obedecen en mayor o menor medida a las construcciones sociales externas a estos medios, por eso al estudiar las narrativas de los usuarios de servicios como redes sociales, se vuelve necesario el cuestionamiento del entorno donde se desenvuelve y desde qué posición accede a la dimensión virtual.

Cómo Bustamante explica en su libro *“Cultura digital: la nueva cultura clásica”*, es necesario regresar al concepto más ambicioso de la palabra cultura, cultivo de la mente, para poder hablar de su versión digitalizada. “La cultura sigue siendo irremplazable para designar todavía una actividad especializada, destinada exclusivamente a la creación, transmisión y recepción de valores simbólicos”. (2011: 60)

Desde esta perspectiva, se nos advierte el riesgo de adjudicar concepciones que no necesariamente forman parte de la cultura al estudio de la forma digital de la misma.

De las funciones principales por las que surge esta cultura en los medios digitales es principalmente comunicarse, tener cierta inmediatez y accesibilidad

tanto a información como a la interacción con el Otro que forma de la misma manera parte de este medio; se habla de que principalmente son los jóvenes quienes tienen una mayor inmersión a lo digital; sin embargo, la exclusión más notoria es solamente para aquel que no tiene los medios físicos para acceder a esta cultura (electricidad, conexión a internet, computadora, *smarthphone*, etc.), por lo que el uso de las tecnologías de acceso a la cultura digital no se asocian solamente a una generación o edad en específico (Ortega & Ricaurte en Ricaurte 2018: 23)

Con esta aclaración sobre la mesa, es necesario para nuestra investigación, mantener el enfoque en la parte que resulte sustancialmente útil y necesaria para conseguir los objetivos planteados. Respondiendo a ello, la visión de Carmen Lazo (2017: 27) sobre la cultura digital y su enfoque a las relaciones juveniles encaja de una forma prudente con el objeto de estudio de este texto. Una de las conclusiones de Carmen nos indica un fenómeno que se da, y debe seguirse dando; es necesario que los jóvenes se sepan y sientan partícipes de esta cultura desde las distintas posiciones que existen en la interacción digital.

Se genera una identificación al ser partícipe dentro de las áreas digitales donde se produce un encuentro entre los internautas. Es aquí donde por medio de blogs, comentarios en publicaciones, *likes*, *retweets*, etc. se dan pláticas y/o debates que permiten tener un panorama de un Otro donde se llega a acuerdos (y desacuerdos), pero sobre todo se les permite tener una voz que quizá en su cotidianidad no se puede expresar de la misma forma. Tal como nos relata Moreno Carrasco (2020) en su etnografía “Memes, jóvenes y tecnologías para hablar de sí mismos”, donde los jóvenes se hicieron de distintos medios digitales para mantener informada a la comunidad estudiantil acerca de las actualizaciones en los acuerdos de huelga, así como a su vez expresaban su opinión de un suceso tan cercano y relevante para ellos.

Por esto los roles tomados en una misma plataforma tiene importancia más allá del nombre, el convertirse en seguidor de alguna figura pública en redes sociales, es más que simplemente contemplar su contenido, y a su vez, el considerarse un

creador de productos digitales es más que el simple hecho de mostrar alguna fotografía. Es sentirse parte de una comunidad y poder sentirse identificado con esta misma.

La otra cara de la moneda, finalmente siendo lo digital una extensión o un medio más de expresión del sistema social en el que vivimos, es la réplica de conductas violentas de la sociedad física reflejando los contextos de violencia estructural que se manifiestan a través de la violencia en línea (ciberacoso, bullying) y la discriminación en los entornos digitales.(Ricaurte 2018: 24). Aunque Ricaurte se refiere en específico a las juventudes no se excluye de esta práctica a los demás actores que se encuentran conviviendo en lo digital; encontrando así que en este medio se puede vulnerar a los sujetos desde la cultura de la cancelación tan común en las redes sociales, extorsiones, acoso e inclusive terrorismo:

“La violencia, entendida como un amplio abanico de conductas y acciones presentes en los diversos escenarios de la vida cotidiana con la finalidad de ejercer poder y control, obstaculizando la equidad en una estructura de orden social, se presenta cada vez más en Internet. El no tener una única ubicación geográfica, facilita que este mundo virtual esté creando nuevas tendencias, comunidades, sectas y grupos que se unen en el ciberespacio, dando como resultado la transformación de diversas realidades que han escapado de un análisis y reflexión concienzudos acerca de sus ventajas (como la comunicación instantánea, los cursos on line, y las videoconferencias, entre otras) y desventajas (hackers, nula legalidad con la que cuenta este medio, vulnerabilidad y poca privacidad, etcétera)” (Trujano, Dorantes y Tovilla, 2008:7)

Esto pone en debate la aplicación de leyes y regulaciones a la navegación web (Otero y Suárez, 2021:5), que si bien es notoria la necesidad de estas dado el alcance que tiene la violencia por este medio, también se discute el atentado contra la libertad de expresión que podría sufrirse al establecer posibles legislaciones en la red digital.

Si bien existen estos fallos en el red, no cambia el hecho de aquello que vuelve esto una cultura digital: un conjunto de fenómenos sociales, siendo de esta manera, aquello que permite que el individuo se integre a una sociedad dada (pensando en los distintos blogs, los diversos grupos de opinión en *Facebook* y los *hilos* que se pueden seguir en *Twitter*) y se exprese a través de conductas y actitudes típicas (*memes, stickers, hashtag, etc.*) (Cucho en Podestá, 2006:27 ). Para bien o para mal de la humanidad la cultura digital es algo que se estableció y permanecerá en tanto se continúan usando las diversas tecnologías creadas para la interacción a distancia y virtual de los sujetos, siendo un aspecto importante de análisis para pensar la sociedad en que vivimos actualmente.

### **2.2.1 Redes sociales**

Inevitablemente, y más en la vida contemporánea, resulta imposible pensar en la cultura digital sin hacer especial hincapié en las redes sociales, servicios de fácil acceso público que se hacen presentes en la cotidianidad de millones de personas y donde la mayor parte de las interacciones digitales se producen. Esta presencia tan inmensa en la población en general causa que pase de ser un simple medio de expresión a una gran estructura creadora de realidades.

Como ya en su momento expuso Orihuela-Colliva (2008: 58), las redes sociales “son servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto. Estas aplicaciones son la nueva forma en la que se representa nuestra red social, pero también son el modo en el que se construye nuestra identidad...”.

Siendo estos dispositivos únicamente medios que facilitan y ofrecen nuevas vías para la interacción humana, no es de extrañar que logren exaltar los productos de estas relaciones. Si bien es cierto que algunos elementos como el contacto físico

no se hacen presentes a través de medios de comunicación virtuales, es también cierto que la masificación de interlocutores y las, a veces, millonarias cifras de personas que se vuelven partícipes de un mismo diálogo justamente por la carencia de limitaciones físicas, generan una repercusión distinta en los sujetos.

¿De qué formas se vinculan con otros los jóvenes en las redes sociales? Si bien puede pensarse que todo inicia con las publicaciones o los mensajes, la actividad social inicia desde antes, como explican Morduchowicz y otros (2012: 7-12) en “*los adolescentes y las redes sociales*”, desde que se crea una cuenta en alguna red como *Facebook*, *Twitter* o *Instagram*, el joven se conceptualiza a sí mismo por medio de la recepción del otro, se cuestiona su identidad, lo que quiere que la gente perciba de él, y en general, hablan de ellos pensando en las audiencias, aprenden sobre sí en relación a los demás. A grandes rasgos, las redes sociales ofrecen una vía para la producción de subjetividad devenida del sujeto y de su desenvolvimiento en este caso, en la digitalidad.

Es también mencionado aquí que las redes proporcionan una nueva faceta del sujeto, no es el mismo quien habla en persona que quien lo hace por medio de un teclado. La virtualidad da una percepción de menor exposición aunque se pueda alcanzar a más gente con cada oración, los jóvenes viven nuevos roles y conductas que son más difíciles de practicar fuera de la dimensión digital, pueden monitorear las respuestas a sus acciones y con ello construir una personalidad que termina por influir en sus comportamientos externos a la red y su subjetividad.

Pareciera entonces que en línea, el trazo que separa lo público y lo privado se desdibuja, en internet se cuenta una vida para ser visible, se vuelve un mundo de ver/ser visto, consumir/ser consumido. Esta facilidad de interacción, sumada a la sensación de anonimato descrita, y a los intereses de los usuarios de las redes sociales, facilitan y favorecen el producir y el consumir contenido de índole erótico y sexual, ya sea de forma personal, o de forma pública.

El terreno de las redes sociales es uno siempre activo, donde siempre se está con otro, pero que a su vez permite salir de esa perpetua interacción con un botón, en estos servicios es fácil hacer y deshacer así como es fácil sentirse otro, y como menciona Lara Pulido y Colín (2007: 215) “No es la posibilidad de conexión la que hace tan exitosas a las redes electrónicas de comunicación, sino precisamente la posibilidad de desconexión en el momento que se desee.”

### a) Onlyfans

Como se menciona en el artículo “*Only Fans, ¿qué es y cómo funciona?*” (2020) “*Only Fans* es un portal web a modo de **servicio de suscripción** de contenido. Es decir, quienes crean productos y los suben a la plataforma, pueden ganar dinero de los usuarios que pagan por ver ese contenido y se suscriben a su perfil”

Al ingresar la página requiere que el usuario se registre únicamente con una cuenta de correo electrónico, un nombre de usuario (*nickname*), una contraseña adecuada y aceptar los términos y condiciones. Además de contar con la mayoría de edad (dependiendo de la legislación de cada país, la edad puede variar). En el apartado de *Términos de uso para todos los usuarios* nos encontramos con los conceptos que utiliza el sitio para referirse tanto a quienes suben y consumen contenido (“incluidas fotos, videos, audio (por ejemplo, música y otros sonidos), material de transmisión en vivo, datos, texto (como comentarios y hashtags), metadatos, imágenes, funciones interactivas, emojis, GIF, memes y cualquier otro material”). (*TERMS OF USE FOR ALL USERS*, s. f.)

Traduciendo los *TERMS OF USE FOR ALL USERS*, s. f. del sitio web: De un lado se encuentran los usuarios con la cuenta configurada como *Creador* en Only Fans, que publican contenido para que lo vean otros usuarios. Por el otro los *Fans*, consumidores que “siguen” a un Creador y pueden ver sus publicaciones. La *Transacción de Fan/Creador* se refiere a cualquier convenio entre los dos pares

anteriores, mediante lo cual se otorga el acceso al Contenido del Creador, incluso en cualquiera de las siguientes formas:

(I) Una Suscripción.

(II) Pagos realizados por un Fan para ver el Contenido de pago por evento de un Creador

(III) El uso, por parte del Fan de la función de interacción de fans en la cuenta de un Creador .

La interacciones Creador/Fan se lleva a cabo, en primera instancia según los *TERMS OF USE FOR ALL USERS*, s. f. bajo una Suscripción (acción que le permite a un internauta tener acceso a determinado servicio, ya sea de paga o gratuito), por un mes o como parte de un paquete que comprende una suscripción por más de un mes.

De tal forma que Only Fans no es un sitio web exclusivamente para el contenido sexual explícito, sino más bien un intermediario. Un sitio que resguarda el material con que los usuarios comercian, un punto de encuentro para las transacciones. Cabe mencionar que, según una nota de BBC News Mundo (2021) “la plataforma reportó un aumento del 75% en el número de creadores en mayo de 2020, en pleno confinamiento por la pandemia de covid-19. {...} Actualmente tiene unos 150 millones de usuarios en todo el mundo”

La página se refiere, en cuanto al

“Material para adultos: reconoce que es consciente de que parte del Contenido en Only Fans contiene material para adultos, y acepta tener esto en cuenta al decidir dónde acceder y ver el Contenido. No seremos responsables ante usted si sufre alguna pérdida o daño como resultado de su acceso o visualización de Contenido que contenga material para adultos de una manera que lo ponga en incumplimiento de cualquier contrato que tenga con un tercero (por

ejemplo, su contrato de trabajo ) o en violación de cualquier ley aplicable” (*TERMS OF USE FOR ALL USERS*, s. f.)

### **b) Facebook**

Facebook es un sitio web gratuito en el que se accede a una de las más utilizadas redes sociales en la actualidad, con herramientas y dinámicas que favorecen a la interacción amistosa entre individuos o grupos.

Esta red social tiene múltiples señalamientos, límites y reglas de convivencia para poder continuar con una interacción a través de dicho sitio web. Como la misma página digital lo refiere:

“Facebook restringe la exhibición de desnudos o actividad sexual para evitar que determinados sectores de nuestra comunidad mundial que muestran una especial sensibilidad ante ellos se puedan sentir mal, en particular, por su contexto cultural o su edad. Sin embargo, las personas suelen compartir desnudos con un fin determinado, por ejemplo, para campañas de concientización o proyectos artísticos.”

Sin embargo, es posible encontrar grupos en los que se hace invitación, ya sea por otras redes u otro tipo de contacto (correo o número de teléfono), a acceder a contenido explícito o de consumo de la corporalidad.

Esto nos da lugar a pensar que se encuentran las maneras en diferentes redes sociales, aunque tengan políticas de seguridad que regulen los contenidos explícitos, de evadir las mismas, con el fin de cubrir una demanda, en este caso, el consumo de contenido erótico/explicito.

### **c) Instagram**

Esta red social se basa en permitir a sus usuarios compartir solamente fotografías y archivos de video muy cortos con otros usuarios, denominados Seguidores, que pueden interactuar entre sí gracias a la posibilidad de chat, y reacción de “me gusta”.



En cuanto a cierto contenido inapropiado “Podemos eliminar cualquier contenido o información que compartas en el Servicio si consideramos que infringe estas Condiciones de uso o nuestras políticas (incluidas nuestras Normas comunitarias de Instagram), o si la ley nos lo exige o nos lo permite. Podemos negarnos a proporcionarte o dejar de proporcionarte la totalidad o una parte del Servicio (incluido cancelar o inhabilitar tu acceso a los Productos de Meta” (*Facebook - Meld je aan of registreer je*, s. f.)

#### **d) Twitter**

Segun la pagina en la que se puede descargar la aplicación digital de acceso directo a la plataforma de Twitter (Play store) se puede explicar Twitter como:

“La red social ideal para informarte sobre las tendencias actuales. Desde noticias nacionales hasta las últimas novedades en vivo de todas partes del mundo. Conecta con la gente más influyente: desde bloggers, políticos, influencers, activistas a famosos del espectáculo y el deporte. Etiquetalos con hashtags y lee con facilidad sus comentarios, mensajes y publicaciones. Encuentra contenido digital sobre política, chismes de la farándula, noticias sobre videojuegos o tendencias de moda.”

Entonces, se puede asegurar que Twitter, el menos en oferta, no es una plataforma que tenga como único o específico fin, la publicación de contenido erotico y/o explícito, sin embargo, es una de las plataformas en las que más se genera el comercio del contenido antes mencionado, a través de cuentas privadas a las que solo se les permite “seguir” después de haber realizado un pago específico de la cuenta a la que se quiere acceder.

Esto considerando que las políticas de seguridad de la plataforma twitter si tiene un apartado referido a contenido explícito:

“Contenido multimedia de carácter delicado, incluida la violencia gráfica y el contenido para adultos: No puedes publicar contenido multimedia que sea excesivamente morboso ni compartir contenido violento o para

adultos en videos en vivo o en imágenes de perfil o encabezados. El contenido multimedia donde se representa violencia o abusos sexuales tampoco está permitido.”

## 2.3 Consumismo

“Compro, luego existo... como sujeto” nos dicen Lara y Colín (2007: 212) en su reseña “*Sociedad de consumo y cultura consumista*”, texto de Zygmunt Bauman, esta frase resuena con la forma de vida de la sociedad actual puesto que nos movemos en el consumo. Pensando en que este nos permite la comodidad para satisfacer las necesidades, pero también está ahí para crear otras necesidades nuevas con las cuales el consumo se hace esencial en la sociedad.

Viviendo en el consumo el sujeto se permite la sensación de una falsa libertad al creerse perteneciente de opinión y elección, pensando que al dar *click* sobre lo que él considera el mejor precio es quién tomó esa decisión, sin embargo, nos encontramos en primer lugar que todo está preestablecido en el mar de opciones, en segundo la información jamás es suficiente o completa puesto que no se tendrá el acceso a todas las opciones posibles, como menciona Rodríguez Díaz (2012: 34), elige sólo las opciones accesibles o las que tuvieron una mejor publicidad a la vista.

“La sociedad posmoderna considera a sus miembros primordialmente en calidad de consumidores, no de productores [...] la vida organizada en torno del consumo debe arreglárselas sin normas: está guiada por la seducción, por la aparición de deseos cada vez mayores y por los volátiles anhelos, y no por reglas normativas.” (Bauman, 2004: 82)

Hay algo más que puede brindar esta sensación de libertad; hacer sentir al consumidor que no hay barrera de clase cuando en realidad el consumo sólo está al alcance de aquel que se lo puede permitir “y puesto que en el mercado el dinero es el que da la libertad de elegir resulta que en el mercado llamado ‘libre’ los poderosos efectivamente eligen mientras que los débiles se resignan con lo inferior o nada” (Sampedro citado en Rodríguez, 2012: 34) repitiendo el patrón de

exclusión que mencionamos con Butler (2002) que es aplicable a otras situaciones sociales.

Volviendo a las necesidades que tiene el ser humano, el consumo o el mercado más bien se sirve de éstas para llegar a su consumidor; de la que mejores resultados ha obtenido para atraer al sujeto es al deseo sexual. Los medios de comunicación a partir de los cuales se tiene alcance a los consumidores se sirven de la hipersexualización<sup>1</sup> para atraer hacia él el producto que ofrecen y volverlo deseable para el público al que están llegando, dicho deseo llega de distintas formas como la atracción hacia lo que están observando, aunque también el deseo del estatus así como la posible identificación que les da el conseguir dicho producto, al pensar que tenerlo les permite acceder a una condición de vida que de otra manera no se permitirían, además de pertenecer a una clase la cual usualmente estaría fuera de su alcance, como menciona Bauman consumir es invertir en la propia pertenencia a la sociedad (Lara Pulido, G.M. Colín, G, 2007: 213)

Como antecesor de los procesos actuales relacionados al consumismo con relación al placer personal, podemos remontarnos un siglo en el pasado, a la década de los 20's del siglo XX, como expone Daros en su análisis del discurso de Bauman, “se requirió estimular el apetito, el deseo de consumir placer: se introdujo, entonces, un giro en el sistema de valores” (2014: 4), la sociedad, guiada ya por los procesos de consumo impuestos sobre otras necesidades, y motivada intencionalmente por un grupo de industrias que si bien eran relevantes, no habían sacado el máximo provecho que se avizoraba en sus consumidores, se buscó generar una nueva conducta mecánica, el apreciar por sí misma a la acción de poseer placer, se valorizó, y se hace aún en la actualidad, el ser un consumidor de placer mismo en forma de música, turismo, diversión, etc.

Por añadidura, como Alba Carosio nos ha dado a entender, este consumismo generalizado pudo relacionarse con las mujeres de una forma más represiva y

---

<sup>1</sup> La hipersexualización es la obsesión por resaltar los atributos sexuales por encima de todas las demás cualidades que pueda tener un individuo. (Meléndez, 2018)

brusca que con los hombres, en primera instancia, por la visión cultural que encadena a la mujer con la maternidad, el cuidado y la familia. “El hogar es la privilegiada unidad de consumo del nuevo capitalismo desarrollado a partir del fordismo, cuya agente es el ama de casa” (Carosio: 130-169). La cualidad de consumo en la mujer se consideró mayor precisamente por la idealización de la familia tradicional.

En este esquema, el hogar es un hogar en tanto se consume para él y para la familia; ropa, comida y servicios para los integrantes, pero también productos de consumo indirecto por ellos como los electrodomésticos, los productos de limpieza y demás artículos de las viviendas. La responsabilidad de la adquisición y la gestión de estos productos y del presupuesto destinado para ellos, recae en los hombros de la mujer, el título de “ama de casa” era comprendido por el mercado capitalista como un demográfico importante al cual debía de vendérselo.

¿Qué trae esta dinámica para la parte masculina? Primeramente cierta desvinculación con las responsabilidades relacionadas al abastecimiento del hogar, una participación limitada a la entrega de dinero periódicamente, y esto le permitía entonces destinar más recursos al consumo del placer anteriormente mencionado. Por otra parte, las necesidades del hogar en los hombres no desaparecen junto al desinterés sobre ellas, un hombre sigue necesitando comer y bañarse pese a no enterarse de las visitas al supermercado, esto generó una nueva manera de satisfacer esas necesidades, tener una esposa empezó a verse como el consumo de una mujer, casarse era adquirir la respuesta a esos menesteres.

En un análisis de Foucault para la revista Polis, Sossa menciona que “el cuerpo adviene a ser tomado más allá de instituciones disciplinadoras como la cárcel o la escuela, ahora se ha ido implantando como un claro objeto de consumo presente en la cotidianidad”. El cuerpo pasa a ser un objeto de consumo para el propio humano que lo encarna y para los otros también, y bajo la lógica capitalista, donde si algo se puede, entonces se debe consumir, el paso hacia adquisición simbólica del cuerpo ajeno era inminente, se hace aquí presente la hipersexualización.

Aunque el fenómeno de la hipersexualización se reproduce en el género femenino y masculino, quien más se ve expuesta a ser imagen de este es la mujer, puesto que incluso productos que pretenden ser para el público femenino hacen uso del erotismo femenino para terminar llegando a un público masculino, como ejemplo está la revista argentina *La mujer*, que utilizaba este método para llegar a los hombres jóvenes y solteros que llegaban al país por las campañas inmigratorias del Estado argentino desde finales del siglo XIX (Vicens, 2018: 12). El caso de la revista argentina es sólo uno de muchos más que han ocurrido al paso de la existencia y expansión de la sociedad.

### 2.3.1 Pornografía en la era digital

A lo largo de la historia, la humanidad ha llevado un registro -en ocasiones hasta involuntario- de incontables representaciones visuales o táctiles. Sin embargo hay un motivo que de entre todos, a ojos del quehacer artístico, ha excitado la creatividad de las y los artistas por lo polémico y controversial que puede llegar a ser, y la belleza que conlleva: el cuerpo humano. Pero a pesar de que una representación artística pueda contener tintes pornográficos o viceversa, no son lo mismo:

“El arte promete: desordenar lo que aparece como insoportablemente ordenado, complicar lo que se muestra desesperantemente simple. El porno promete ordenar lo que aparece desordenado, simplificar lo complejo “el arte promete la disolución del tedio. El porno promete la disolución en el tedio”” (Barba & Montes, 2007: 183).

La pornografía, se define como: los tratados, publicaciones o dibujos obscenos referentes al cuerpo humano creados con la intención de excitar la lascivia personal del espectador. Que responde a ciertas necesidades específicas relacionadas con la sexualidad, sobre todo involucrando el autoerotismo y auto-complacencia del placer sexual. Sin embargo, aunque la imagen de contenido sexual explícito sea frecuentemente un vehículo óptimo para la experiencia porno, no siempre

imágenes así son porno. Y viceversa: imagen porno no siempre es imagen sexual” (Barba & Montes, 2007; 26).

Dichas necesidades han ido evolucionando y con ello, las especificidades a las que se busca que la pornografía responda. Edith Peña, en su paper “*La pornografía y la globalización del sexo*” nos explica:

“La pornografía, en lo general, se clasifica en tres amplios géneros: *softcore*, considerado como la expresión gráfica del cuerpo que integra desnudos parciales del cuerpo femenino y masculino, pero no incluye primeros planos de los genitales ni de prácticas sexuales, las cuales siempre aparecen encubiertas, difuminadas y en la oscuridad, sugiriendo una escena sexual, pero sin enmarcarla explícitamente [...] *mediumcore*, expresión gráfica del cuerpo que integra desnudos totales y primeros planos de los genitales, pero no prácticas sexuales explícitas (ejemplo de ello son algunas revistas como Hustler, Playboy y películas de carácter erótico); y *hardcore*, expresión gráfica del cuerpo basada en la demostración de un acto sexual explícito de cualquier tipo” (Peña Sánchez, 2012: 48)

Aquí nos centraremos en la primera categoría, para comprender como la hipersexualización femenina funge como parte fundamental de la pornografía, que, históricamente y de acuerdo al estudio *(Des) información sexual: pornografía y adolescencia* (Sanjuán 2020: 19-44) , es consumida en mayor medida por varones y por tanto, el contenido suele ser dirigido a un público masculino.

El mismo estudio, aborda en como para los jóvenes, la pornografía es una referencia para su vida sexual activa a manera de encuentros personales; lo que convierte a la pornografía en un marco referencial no solo para sus encuentros íntimos, si no también para el ideal que se tiene acerca de los diferentes cuerpos, entre los más consumidos, el de la mujer.

Veamos, para que pueda cohabitar dentro de la sociedad, la pornografía, menciona Edith Peña, se requieren varios elementos: principalmente, una industria (que produzca y comercialice el contenido); y el público, los consumidores del mismo. Por último, Edith hace hincapié en un conjunto de actores que se entrometen en la creación y la distribución.

Se trata ni más ni menos que los

“requerimientos tecnológicos {...} para producir; el mercado de trabajo; la industria; una situación médico-legal concreta o regulaciones sanitarias y legales que ponen un límite sobre los cuerpos, las edades y las prácticas sexuales que se pueden llegar a realizar de manera explícita sin rayar en el delito o soslayar los derechos humanos de las personas participantes; la generación de productos comerciales vendibles (por tanto, se sujeta a oferta y demanda del mercado); la distribución masiva por medios tecnológicos y su reforzamiento con eventos; un medio tecnológico para mediatizar el encuentro y, por supuesto, un espectador consumidor del producto.” (Peña Sánchez, 2012, pp 50-51)

De este modo, la creación, circulación, venta y usos se encuentran establecidos dentro de un marco que propicia (o debería) la privacidad y la libertad, aunque en ocasiones no se cumplen ninguna de las dos. No obstante, cabe señalar que la relación entre ambas partes (productor-consumidor) respecto del producto generado permanece cubierta bajo un halo de impersonalidad gracias a la aparente característica ideal de “no ser dañina, física o moralmente para nadie”.

El consumidor es atraído en función de no ver una persona sino un cuerpo *profanado* (que se trata del “*restablecimiento del uso de las cosas que, por la consagración {...}, quedan reservadas a los dioses y, con ello, se sustraen al uso general*” [Han, 2014: 25]), estrictamente delimitado a la tarea de la relación sexual (o la insinuación de la misma), por el anonimato que representa ser el observador detrás de una revista o pantalla. Se debe estar comprometido, a no pensarse a sí mismo viendo pornografía ni pensar en los otros viendola, pues el disfrute de dicho material no consiste en una supresión “de lo real, sino {...} es en sí misma una

busqueda de afirmativa que impone su propia y nueva retórica para ver {...} El milagro: <<Ese enigma de una carne que no es como nuestra carne>>” (Barba & Montes, 2007, pp. 142)

Por otra parte, las y los productores del contenido que desconocen la identidad de los espectadores y el uso que dan del material, “la indiferencia descarada lo que {...} las *pornostars* y las otras profesionales de la exposición deben, ante todo, aprender a adquirir: no dar a ver otra cosa que un dar a ver (es decir, la propia absoluta medianía)” (Han, 2014: 27). Que se encargan de realizar esta labor en busca de compensación (véase económica, o de cualquier otra índole).

El comercio de la pornografía, como se ha mencionado antes, se encuentra sustentado bajo la normatividad política que indica las pautas de lo correcto e incorrecto respecto a este material. Y excluyendo claros ejemplos que incumplen con las normas, los actores que se involucran en el acto, de alguna manera hacen uso de la libertad individual (o eso aparenta) y los consumidores, ignorantes de si esa libertad existe o no, los cuales buscan satisfacer su inquietud. Una relación de trabajador-consumidor, que en todo caso “la pornografía se convierte en la manifestación de una nueva normalización de la sexualidad a través de la expresión de los límites de lo que se puede hacer dentro de un nuevo sentido de libertad” (Peña Sánchez, 2012, pp 51)

Bajo estos andamiajes, la pornografía florece. Kenneth J. Gergen narra en *El Yo saturado* como la evolución técnica ha dado los frutos en la tecnología de saturación social, donde el individuo contemporáneo deja de focalizar su atención en estrechar las relaciones humanas con sus pares más cercanos a ampliar su círculo e intensidad de las relaciones diseminadas por el mundo. Nacen los entornos virtuales y la colonización de nuestras vidas aparece en forma de identidades parciales, cada una reservada a la multiplicidad de relaciones indirectas que la tecnología ayuda a vincular. De tal manera que se puede “estar” en cualquier lugar, en cualquier momento sin necesidad de moverse físicamente.



Byung-Chul Han le llamaría *musealización*, en consecuencia a que la “exposición de las cosas aniquila precisamente su valor cultural a favor del valor de exposición” (Han, 2014: 26). De esta forma, una red social cualquiera, podría ser comparada con un museo. Para explicar mejor esta idea, Byung-Chul Han describe la tesis de Agamben acerca de que “toda forma de separación conserva en sí un núcleo genuinamente religioso” (Han, 2014: 25), dado que considera ciertas muestras, acciones, etc. en algún tiempo restringidas (y devueltas). Pero, volvamos a la comparativa con un museo: obras expuestas al público común, que de cualquier otra forma no podrían ver, pero que sin embargo, gracias a este recinto que las resguarda, se les puede admirar. Lo mismo ocurre en internet. Con tan solo una búsqueda en este museo virtual, toda una gama de información es desplegada ante cualquiera. “La nueva posibilidad de acceso universal al porno ha resuelto la cuestión por la vía de los hechos: basta con hacer clic” (Barba & Montes, 2007: 12)

Aquello que era restringido solo para quienes tienen posibilidad de acceder es ahora público en la red: desde un monumento histórico, pasando por un suceso social, hasta acceder a la vista de un cuerpo ajeno dispuesto ante cualquiera que decida buscarlo. Lo mismo para quien decida producirlo, pues, si bien los recursos que presidían la producción de una obra pronográfica (audiovisual), hace algunos años, dependían de recursos de producción: sonido, cámara, asistentes, histriones, etc., en la actualidad no hace falta más que tener un dispositivo celular con cámara, una conexión a internet y una plataforma web donde ubicar cualquier clase de material.

En la red existe infinidad de material pornográfico *amateur* circulando en el catálogo de cualquier sitio para adultos. Incluso es considerado una categoría por sí misma. Por lo tanto el consumidor puede ser productor si lo desea, y puede recibir dinero por ello. El ejemplo más claro se encuentra en los sitios de contenido en tiempo real (*streaming*) dedicado por entero a usuarios de todo el mundo que con tan solo un correo electrónico y una cuenta bancaria practican la masturbación o relaciones sexuales frente a la cámara de sus dispositivos; mientras que cientos

o miles de espectadores transfieren dinero a modo de regalos para que las y los *pornstars amateur* realicen alguna acción en particular o ingresen a una sala privada en el sitio donde sólo se encuentre el donador. Palabras más, palabras menos, de eso se trata el sitio llamado Cam4.com. Que a pesar de no ser el sitio web a analizar, es la muestra perfecta de la transformación de un sujeto consumidor en generador activo, cuyo cuerpo sexuado es profanado a fin de convertirse en un cuerpo pornográfico parte de un catálogo aún mayor de “productos” ordenados en función de su sexo, orientación sexual, nacionalidad e incluso forma de cuerpo.

Sería arriesgado y generalizado decir que el interés que brinda esta categoría es la de toda aquella falta de “maquillaje” que las producciones más elaboradas poseen, una manera de encontrar un tipo de pornografía con mayor naturalidad, pese a la propia antinaturalidad que el espectáculo del cuerpo pueda ofrecer: en ver “lo que se nos da a ver” (parafraseando a Byun-Chul Han) de una persona como cualquiera a nuestro alrededor que se desentiende de privar para sí misma los rincones más íntimos de sí.

Ahora, a modo de ramificación, más o menos a fin de la anterior subyacen las redes sociales y sitio de mecenaje que interesa analizar (facebook, twitter, instagram y onlyfans). Cuyos objetivos no son precisamente los de albergar contenido sexual explícito.

### **3. Metodología**

El procedimiento inicial llevado a cabo se enfocó en la recolección de información que ayuda a configurar el panorama para plantear realmente la significación del

cuerpo femenino, temas que recorren desde la sexualidad y lo que conlleva, pasando por conceptos como rol de género y estereotipos, para llegar al punto de unión central entre todas las ideas, la cultura digital y las redes sociales.

Con esta información establecida se precisó elaborar una investigación de corte cualitativo que apela a la significación de la realidad (Castro, 1996) para las creadoras de contenido tanto en lo cotidiano como en lo virtual, cuya herramienta a trabajar será la entrevista a profundidad.

“Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación, y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. El rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas.” (Taylor y Bogdan, 1992: 101)

Por tanto, se pretende apelar y fomentar la narrativa de las creadoras de contenido para explorar dentro de sus propias significaciones y concepciones de lo que es y lo que rodea su contenido elaborado. Basándonos en el concepto de narrativa crónica de Coffey y Atkinson (2003) que refieren a esta como relatos donde los actores sociales organizan su vida por medio de los relatos y al organizarlos encuentran un sentido.

Presentamos una guía de preguntas exploratorias y con palabras que evoquen un significado, con fin de fomentar un libre discurso encaminado a los objetivos de la presente investigación, basado en la expresión de asociación libre por parte de la entrevistada que nos refiere Diaz Barriga:

“La entrevista a profundidad se basa en la promoción de un discurso producido en una especie de asociación libre. Busca encontrar disparadores de la palabra del otro, intenta reconocer elementos significantes en los cuales el entrevistado pueda efectuar libremente una serie de asociaciones. Se trata, por tanto, de procurar la palabra del otro, de producir los significados del otro.”  
(Barriga. 1991: 172)

Inicialmente nos propusimos tener más tiempo destinado a las entrevistas, al ser el proceso dialógico con las chicas nuestra materia prima, teníamos la idea de extenderlo lo más posible, contemplamos al realizar nuestra planificación, llevar a cabo con cada una de las mujeres participantes cuatro o de verse necesario hasta cinco entrevistas, mismas que se habían previsto con una duración de sesenta minutos como mínimo y noventa como máximo, para conseguir en sumatoria un tiempo de discurso que en su momento consideramos apropiado.

Empero, al empezar el trabajo de campo, es decir el llevar a cabo las primeras entrevistas, nos dimos cuenta de que nuestra planeación previa era muy difícil de emplear, llegando a ser incómodo y pesado tanto para las mujeres entrevistadas como para nosotros entrevistadores. Las respuestas fueron interesantes y con contenido claramente útil para el posterior análisis, pero en la práctica la duración de cada entrevista se vio reducida porque así lo requería la propia conversación, y se manifestaba ya que la cantidad de encuentros previstos tampoco sería alcanzada. Lejos de interpretar estos hallazgos como un error, entendimos entonces que era necesario ajustarnos a lo que el propio campo nos exponía, decidimos no forzar los tiempos sino delimitarlos por las necesidades de las entrevistas mismas.

Las entrevistas se desglosaron a partir de tres ejes principales: Sexualidad y erotismo, Cultura digital y Consumismo. Para llevar a cabo estas sesiones se contactó con tres creadoras de contenido por medio de sus redes sociales, dos de ellas centradas en la producción de fotografías y videos para su distribución digital, y la tercera, enfocada en contenido para su difusión por medio de presentaciones y talleres enfocados al burlesque y cabaret. Con cada una de las mujeres, se

llevaron a cabo tres sesiones; en la primera se realizó una presentación del proyecto y de todos los integrantes del equipo, en un intento de entablar *rapport* con ellas, mientras que las dos sesiones sucesivas fueron dedicadas a las entrevistas en profundidad. Se empleó a cada sesión de entrevista un tiempo estimado de 45 a 55 minutos con cada participante.

Al concluir las entrevistas y sus respectivas transcripciones, se realizaron relecturas para establecer ejes de análisis que resultaran útiles para dar una contestación a nuestros objetivos y a la pregunta de investigación. Después de un diálogo en equipo se decidió establecer cuatro ejes que obedecen tanto a los fines de nuestro trabajo como a los discursos que las tres mujeres que entrevistamos nos brindaron; Interacción digital, Reeducción, Identidad y Erotismo femenino. El desarrollo posterior a la creación de los ejes de análisis consistió en un proceso de subrayado de todas las transcripciones para catalogar los fragmentos de las respuestas de las entrevistas en el eje más apropiado para su estudio, manteniendo siempre una visión general y la flexibilidad suficiente como para no reducir el peso de los enunciados a solo uno de los ejes.

A continuación se anexa la guía de entrevista utilizada:

Eje temático	Subtemas	Preguntas
Sexualidad y erotismo	Erotismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Háblanos de lo erótico ¿qué es lo erótico?</li> <li>- ¿Conoces el trabajo de otras creadoras de contenido?</li> <li>- ¿Cuáles son las similitudes de lo que tu creas con los otros? ¿y cuáles las diferencias? ¿Qué distingue tu trabajo?</li> <li>- ¿Cuéntanos cómo identificas el erotismo dentro de tu producción de contenido?</li> <li>- ¿Cómo eliges las temáticas para cada proyecto?</li> </ul>
	Corporalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Haces ejercicio? ¿Te maquillas? ¿Cómo eliges las prendas que vas a utilizar? ¿Sigues alguna dieta? ¿Qué accesorios utilizas?</li> <li>- ¿Cómo te hace sentir la exposición del cuerpo ante el medio digital?</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Te piensas como la misma persona cuando te encuentras en redes que cuando vives tu día a día?</li> <li>- Háblanos acerca de estas diferencias / háblanos acerca de esa similitud</li> <li>- ¿Cómo te sientes cuando miras/observas los cuerpos en la realización de tu trabajo?</li> <li>- ¿Quién eres cuando estás realizando tu trabajo?</li> </ul>
	Género	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es lo femenino?</li> <li>- ¿Qué es la mujer en la creación de contenido?</li> </ul>
Cultura digital	Digitalidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Háblame acerca de la creación de contenido</li> <li>- ¿Cuéntanos que percibes tú por digitalidad?</li> <li>- ¿Cómo comenzaste a crear contenido?</li> <li>- ¿Quiénes dentro del medio te inspiran o influyen?</li> <li>- ¿De qué forma tu personalidad en lo digital empata con la persona fuera que eres fuera del medio digital?</li> <li>- ¿Cómo te hace sentir el posible anonimato que ofrece la digitalidad?</li> <li>- ¿Cómo diseñas una sesión de contenido?</li> </ul>
	Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué entiendes por redes sociales?</li> <li>- ¿Cuáles son las redes sociales que utilizas?</li> <li>¿Por qué dichas redes?</li> <li>- ¿Cómo te promueves?</li> <li>- ¿Tienes redes independientes entre las redes que utilizas en tu cotidianeidad y tu venta de contenido?</li> </ul>
	Sobre los seguidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué sentiste al comenzar a tener seguidores?</li> <li>- ¿Cómo es tu relación con ellos?</li> <li>- ¿Cuál es el acuerdo de convivencia entre los seguidores y tú?</li> <li>- ¿Cuáles límites has establecido en la interacción con ellos?</li> <li>- ¿Qué respuesta presentan los seguidores ante estos límites?</li> <li>- ¿Qué apreciación tienen los consumidores acerca de tu trabajo?</li> <li>- ¿Qué te parece la respuesta de los consumidores?</li> <li>- ¿Qué piensas de la opinión que tienen los</li> </ul>

		consumidores de tu trabajo?
Consumismo	Sobre lo económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son tus fuentes de ingresos principales?</li> <li>- ¿De qué manera decides cuál de tu contenido será de paga?</li> <li>- ¿Cómo defines el precio de ese material?</li> <li>- Independientemente de ser creadora, ¿consumes el contenido de otros en las redes?</li> <li>- ¿Cuál es el contenido que prefieres?</li> <li>- ¿Consideras que existe algún tipo de competencia entre creadores?</li> </ul>
	Pornografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si tuvieras que clasificar o definir tu contenido ¿De qué forma lo describirías?</li> <li>- ¿Cuál es tu opinión sobre la industria pornográfica?</li> <li>- ¿Has recibido propuestas de hacer contenido de carácter pornográfico?</li> <li>- ¿Qué pensarías/ qué pensaste con la propuesta?</li> <li>- ¿Alguna vez has consumido material pornográfico?</li> <li>- ¿Crees que este es diferente al contenido que se encuentra en plataformas como <i>Only Fans</i>?</li> <li>¿De qué manera lo es?</li> </ul>

Nuestra estrategia metodológica, a partir de las pre nociones expresadas en el marco teórico conceptual, proyectaban la introducción al campo de estudio a modo de observación de las redes sociales que se mencionan en el presente escrito (*Twitter, Facebook, Instagram y OnlyFans*) con la primera intención de centralizar esta investigación en el campo de la digitalidad.

Cada miembro del equipo busco a mujeres creadoras de contenido erótico en las 4 redes sociales mencionadas, con la noción errónea de que tendríamos al menos

4 mujeres creadoras para entrevistar y si el campo lo permitia, se entrevistaria un numero mayor de creadoras de contenido. Dos integrantes del equipo crearon una cuenta de *OnlyFans* para familiarizarse con los términos y condiciones, dinámicas de la red de interacción y con la logística de la misma página, siendo la única que no formaba parte de la cotidianidad de los integrantes (a diferencia de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* que son redes que el equipo utiliza en su día a día) y después de observar grupos en los que se anuncian varias mujeres con la intención de que se compre su contenido, realizamos un primer acercamiento que consistió en presentarnos a través de mensajes con múltiples mujeres y pedir la colaboración de las mismas, dicho acercamiento resultó fallido porque no se obtuvo la respuesta esperada, o simplemente se careció de una respuesta.

Hubo mujeres que contestaron mostrando destellos de interés por la investigación y por tener participación en la misma, pero al agendar encuentros a través de las plataformas *Zoom* o *Google Meet* ya no hubo respuesta hacia el equipo para la participación de dichas chicas. Los acercamientos dieron distintos resultados como el bloqueo de la cuenta de una de las integrantes, respuestas sarcásticas o con leves agresiones verbales.

La búsqueda del sujeto de estudio se dificulto por la poca o nula respuesta que obtuvimos hacia la propuesta de participación a través de una serie de entrevistas (3 o 4) respondiendo al plano teórico - metodológico de recolección y análisis del discurso del sujeto. Después de semanas sin respuesta comenzamos a plantearnos el hacer un estudio de caso considerando las condiciones en las que nos encontrábamos.

Una de las integrantes logró hacer contacto con tres mujeres que si bien, las tres tienen expresiones eróticas en sus redes (principalmente *Instagram*) no incursionan de la misma manera su expresión artística, erótica y corpórea.

Después de acordar fechas con las tres mujeres a entrevistar, se llevó a cabo un primer acercamiento de modo exploratorio y con planes de establecer y propiciar un *rapport* para crear un ambiente seguro en el que las entrevistadas se sintieran



cómodas para la resolución de la entrevista. El primer encuentro fue con “C” quien nos contó sobre su participación en cabarets y shows de burlesque y, sin ahondar mucho en el tema también nos habló de cómo implica en sus prácticas sobre el escenario su corporalidad y la de las mujeres que se acercan a su academia de performance burlesque y de cabaret. La sesión de presentación y *rapport* duró 24 minutos con 48 segundos y tras esa primera presentación el equipo no solo sintió alivio por comenzar a incursionar en el campo de investigación, también creció en el equipo la intriga de a donde comenzaría a direccionarse la investigación, puesto que a partir de lo poco hablado con “C” se hizo notar la falta de contenido explícito (como lo hicimos llamar al inicio de la investigación) en redes sociales y la falta de participación de “C” dentro de un comercio de su corporalidad a través de fotos o videos distribuidos en redes sociales. Dentro de este primer encuentro y por lo que destaca de los otros dos primeros acercamientos, en cuestión de lo que teníamos previsto con las entrevistas, es por la invitación que “C” le hizo a las integrantes mujeres del equipo de investigación: asistir a una puesta en escena de burlesque por parte de su academia.

Al aceptar la invitación, la investigación tuvo que transitar desde solo una perspectiva del cuerpo a través de la digitalización y extrapolarlo, o mejor dicho, ampliar la investigación hacia una producción de significaciones, vistas desde la digitalidad y la puesta en escena, siendo ambas una manera de interpretación artística del erotismo y la feminidad pero consumido desde diferentes accesos.

## **4. Análisis**

### **4.1 Interacción digital**

Este eje de análisis es particularmente interesante debido a que es, aún dentro de un trabajo de investigación que tiene como pilar el testimonio de las mujeres entrevistadas, un segmento que responde y rescata gran parte de su contenido de las propias anécdotas y descripciones que ellas nos brindaron, veremos aquí una forma de interpretar ciertos comportamientos y actitudes que emergen de la convivencia que existe entre nuestra muestra de creadoras de contenido y los consumidores de su trabajo, así como los existentes entre los propios seguidores a partir de los medios digitales.

Nos apoyamos de cierta categorización dentro de este mismo apartado para plasmar de una manera más organizada las reflexiones que se han producido a partir de los discursos rescatados, dichas categorías surgieron de una forma muy orgánica, en el proceso de análisis se destacaron varias ideas en torno a la interacción digital que terminaron asentadas de la forma a continuación expuesta.

#### **4.1.1 Posición de privilegio**

Posiblemente el elemento más visible y lógico de nuestro listado, es notorio para nosotros como investigadores que todas las mujeres involucradas como sujetos en nuestro trabajo de campo tienen una posición única respecto a sus seguidores, pero es notorio también para ellas mismas y para los propios seguidores, no estamos ante una característica oculta o que se busque disimular, es algo reconocido y aceptado por todas las partes involucradas, de hecho lo es también por entes externos como personas que no siguen a estas mujeres, las propias redes sociales y sus algoritmos, o marcas y empresas que buscan publicitarse con influencers.

Estas mujeres, en su participación digital, han conseguido por sus propios medios un crecimiento natural en las plataformas que utilizan, todas tienen como mínimo algunos miles de seguidores en sus perfiles de redes sociales, es un número superior al que suele tener una persona común. Son números relativamente altos,

y la gran mayoría de las personas que están representadas en esos dígitos se han sumado voluntariamente por un genuino interés en lo que se muestra en estas cuentas, de ahí el término “natural” usado para describir su crecimiento.

Foucault en “El sujeto y el poder” (1996), menciona que parte de lo que define a un “sujeto” es precisamente la sujeción a otro, una subordinación, y en los casos contemporáneos que se efectúan en el mundo digital, cada seguidor, pese a que las mujeres no lo conozcan, implica una relación de poder, y en este contenido en específico cada frase o imagen publicada implica cierto nivel de influencia en miles de personas, a veces incluso millones, es lógico que en las redes sociales, unos cuantos dígitos en el perfil representen mucho más que un simple número, representan una cantidad de conexiones humanas enorme, y una potencial intervención inmediata de la persona “influencer” en sus seguidores.

Las mujeres que participaron con nosotros saben de esta capacidad que poseen, la utilizan a su favor, dentro del trabajo de campo, “M” dijo; *“El poder que tienes tú de decirle a la gente como “ten compra esto” y lo compran, existe, el... el influenciar a los demás existe, y claro que eso tiene un costo”*. Esta posición respecto a los seguidores es percibida como valiosa por ellas mismas, se entienden como agentes de peso en las decisiones de las personas que las han seguido.

Cada una con distintos fines o estrategias, pero todas aprovechan su posición, se saben poderosas en este aspecto, saben que pueden influir, o mejor dicho que ya influyeron y siguen influyendo en mayor o menor medida en la gente que las observa a través de las pantallas. Las personas que con un toque se volvieron seguidores obedecen muy correctamente a este concepto, al seguir, están buscando, observando y queriendo figurativamente tener más de la persona a la que han decidido continuar mirando.

La posición de privilegio que tiene las mujeres creadoras de contenido se da por el vínculo entre creadora y seguidor, pero no está limitado a esos participantes, una persona que mira un perfil con una gran cantidad de seguidores piensa inmediatamente en que el propietario de la cuenta tiene algo especial, no necesita

conocer su contenido o a la persona, el mero hecho de saber que tiene muchos seguidores la hace parecer especial, se asume directamente su poder.

#### **4.1.2 Conocimiento adquirido y Respeto**

Cuando los seguidores de estas mujeres pagan por el acceso al contenido privado que ellas producen, la interacción cambia, no se limita a simplemente la capacidad de apreciar el material que impulsa el pago, los usuarios se insertan en un nuevo círculo de interacción, uno más reducido y ya establecido que está conformado por otros usuarios que como él también han pagado, y por la propia creadora que ha recibido ese pago.

Como en cualquier conjunto de personas interactuando, de forma consciente o involuntaria se establecen ciertas reglas o normas de comportamiento para la convivencia, y aunque en este caso que es por medio de los espacios digitales y de una forma menos expuesta, las regulaciones generadas por los propios participantes no se enuncian, pero están ahí; no existe un reglamento redactado y que se pueda consultar, sin embargo la línea de comportamiento que se mantiene es bien entendida y asimilada por los seguidores participantes, se han adaptado a la situación y han regulado su comportamiento pese a haber pagado.

Nombramos este apartado como “conocimiento adquirido” por la carga comercial que incluye el término de la adquisición, el uso o consumo de algo que puede ser o no material, como consecuencia de un pago monetario, refiriéndonos así a la acción que da acceso a este círculo privado, en otras palabras, el pago de la mensualidad de alguna plataforma, a nivel práctico definitivamente no se limita a ver fotos o vídeos, el usuario que paga adquiere también una nueva convivencia, se hace partícipe de un mecanismo previo a él, ha pagado para insertarse en un campo más privado pero que tiene a su vez otras restricciones.

Cuando un usuario paga por primera vez, no sabe qué es lo que le espera más allá del material promocionado, sin embargo al acceder y desempeñarse como miembros de ese círculo, aprenden las formas en las que se convive en el grupo,

por medio de la observación se dan cuenta de cuáles comentarios están permitidos y cuales prohibidos, de los límites que ha podido superar con el pago y los que se le establecen posteriormente, de cuánta interacción puede tener con la creadora a la que le ha pagado, de las sugerencias o peticiones que es pertinente hacer, de los límites que la chica ha establecido, si puede o no enviar mensajes privados etc.

Cuando le preguntamos a las mujeres entrevistadas si habían recibido propuestas para hacer otro tipo de actos o publicaciones, las respuestas fueron bastante similares, *"Creo que al final de cuentas saben un poco de qué va mi contenido... Saben por lo que han visto"* respondió "S".

Es una dinámica social que se aprende cuando se ingresa, las prohibiciones se asimilan y se respetan, y con cada mensualidad pagada se reafirman, se vuelven a aceptar las condiciones, reincidir con el pago implica aceptar de nuevo todos los acuerdos, implica respeto con los otros usuarios y con la creadora que se sigue, contrario a lo que se pudiera pensar en un inicio, es un ambiente que se describe como respetuoso y agradable en la gran mayoría de las ocasiones.

Según los testimonios, sí se han dado conflictos con seguidores, algunos insisten con intentos de obtener algo que no se ofrece, o usan insultos y amenazas, pero la cantidad de casos con problemas son insignificantes si se les compara con la cantidad de casos de respeto y admiración. Además, por las funciones de las propias redes sociales es fácil evitar todo tipo de contacto con esas personas con un bloqueo. Cabe añadir a su vez, que todos estos seguidores conflictivos se limitan a lo gratuito, no acceden a las opciones con costo.

#### **4.1.3 Sentido de pertenencia y superioridad**

Hemos hablado ya del círculo cerrado que se genera entre los usuarios de pago que se suscriben al perfil de alguna chica en particular y cómo se adaptan a la convivencia presente. Con esa base es importante plasmar algunas de las ideas que las chicas nos compartieron respecto a lo que han notado a través del tiempo

en las personas que las siguen. Abrimos este apartado con la pertenencia como algo que se siente, que se percibe y que se toma como un hecho, “pertenencia” aquí, es una palabra interesante porque responde no a un único comportamiento dado sino a dos; el primero es cuando el usuario que ya ha pagado su espacio se considera a sí mismo como un elemento ingresado y ya perteneciente a ese gremio, se sabe parte de la cifra final, se entiende como fragmento del todo y como equivalente a los demás usuarios “*premium*”, es perteneciente a un grupo reducido y como vimos con anterioridad esto es conciente. El segundo comportamiento que evoca el concepto de pertenencia es descrito por las chicas como uno de los motivos por los que se les paga, y de hecho, como uno de los motivos que hacen rentable la existencia de estas plataformas, no solo las cuentas de ellas, es un motor general para la compra de contenido digital a una persona en específico.

Un seguidor ya tiene una idea de la persona a la que está siguiendo, más o menos alejada de la realidad, pero tiene la tiene ya establecida como una figura, y es esta figura específica la que genera atracción, se desea, pagan para acercarse, por eso hay muchas cuentas y siguen funcionando, porque este mercado (al menos hasta ahora) no se ha saturado, ni parece que esté próximo a hacerlo, porque cada producto es único. Hay millones de imágenes y videos eróticos o pornográficos disponibles en internet de manera gratuita, incluso si un usuario se siente atraído por características físicas en particular basta con unos minutos de búsqueda para poder encontrarlas en material de este tipo, sin embargo hay gente dispuesta a pagar para observar a una persona en particular, porque ya la han concebido como un objeto de deseo más allá de su apariencia o de lo únicamente sexual, la atracción es hacia toda la figura de esa persona, lo que representa y lo que implica que sea ella y no otra, no buscan mirar un cuerpo simplemente por que les resulta bonito, buscan mirar un cuerpo porque es una forma de acercarse íntimamente a un ser, los consumidores sienten de cierta forma que se apoderan un poco de esa persona, que gracias a esas fotos y videos se adueñan de una parte de ellas, de ahí que paguen incluso dinero extra para obtener fotografías únicas y personalizadas, el placer no está en mirar el contenido de esa foto, está en saber

que nadie más va a mirarlás, en sentirse por ese medio únicos.

De forma más breve tocamos la superioridad, y a diferencia del concepto anterior aquí las chicas creadoras no son un elemento tan central o importante, hablamos de una relación entre los propios seguidores, el que paga se siente más cercano a la chica, como un seguidor más valorado que el que no paga aún si es consciente de que la creadora no lo reconoce individualmente. Queremos dar a entender aquí que en gran medida, el atractivo y el placer que se siente no depende como podría pensarse de la cercanía con la creadora de contenido, sino por la pertenencia a un grupo más reducido. En ocasiones los usuarios de pago aclaran en comentarios de redes públicas que pagan y que adquieren el contenido privado, buscan que los otros usuarios lo sepan y que les sea reconocido, no por el valor monetario sino por todo lo que implica este pago.

*"yo lo veo con only fans o sea, subo por ejemplo a tiktok un video donde pongo dos, tres capturas de fotos mías de instagram, y en seguida salen por ahí suscriptores que tengo en only fans a poner como de "uff y eso que no han visto el only" a mi me encanta cuando hacen eso porque para mi es publicidad gratis ¿no? es como el morbo, "vayan a ver el only, aquí no hay nada que se parezca a lo que hay allá, y este vato que está aquí, es superior a ti porque tiene acceso a esa parte de mi vida que tú no conoces" y la quieren" - M*

#### **4.1.4 Redes independientes y con propósito**

Este es un elemento que durante nuestro proceso metodológico se hizo evidente, y que después fue confirmado en el trabajo de campo. Pese a no ser algo aplicable en el 100% de los casos se notó desde la búsqueda de chicas a entrevistar que la mayoría de ellas usan las redes sociales relacionadas a su trabajo con cuentas separadas a sus cuentas personales, en redes de uso más común, en las que no suben su contenido de forma directa sino que sirven para promocionarlo como Instagram o Twitter, la mayoría de las creadoras tienen como

mínimo dos cuentas, la que usan de manera personal como un usuario promedio para hablar con sus amigos o de forma recreativa, y la que usan para su trabajo.

Ya sea por razones organizativas, por temas como la privacidad o la identidad que se tocará en otra de nuestras categorías de análisis, las cuentas que usan para promover su contenido así como las cuentas de otras plataformas en las que este se publica tiene un objetivo claro, determinado y delimitado. Entendemos entonces que estas mujeres, por su experiencia, son conocedoras del alcance interactivo que pueden poseer con números tan grandes en las redes sociales, y lo sencillo que es para cualquier otra persona tener visibilidad en las cuentas de estas mujeres a través de comentarios por ejemplo. Sumado a eso, es cierto que con número grandes en las plataformas el contacto con personas en particular se vuelve más complicado, por lo que una red de influencer se utiliza de forma muy diferente a un red personal.

Contemplemos que del mismo modo que el uso de “influencer” dificulta el uso personal de una cuenta, el uso personal afecta la efectividad de otras actividades como la comercial o el activismo en un mismo perfil, las cuentas de contenido de las chicas están creadas desde un inicio con un propósito fijo, la actividad que tienen en estas redes obedece directamente a esa idea inicial, está totalmente enfocada a una tarea previamente establecida y se lleva rigurosidad equivalente a la importancia que se le da a la creación del contenido, que es elevada en estos casos.

*“No me sirve tener muchos seguidores si esos seguidores no son unos seguidores activos, a mí me interesan los seguidores que tengo porque ellos si van a mi teatro, si pagan, si van a mi taller”* mencionó “C” en una de las entrevistas, nos dejó en claro que no se busca un número inflado con cualquier tipo de seguidores, no se tienen intenciones de cambiar el contenido o llevar a cabo otro tipo de actividades para obtener popularidad porque esa no es la finalidad de la cuenta.

Un número elevado de personas siguiendo un perfil de redes sociales no es, como mucha gente piensa, un objetivo, un número alto no es por sí mismo lo que



buscan, es una herramienta, un eslabón indispensable en la cadena de actividades que se realizan, un elemento que se usa para conseguir los objetivos reales que tienen estas cuentas en redes sociales, ya sean fines monetarios o de activismo y divulgación.

## 4.2 Reeducción

La reeducación en la presente investigación funge de manera bilateral, tanto por el impacto que tiene el contenido y discurso de las mujeres entrevistadas, como por develar la implicación que tuvo el equipo de investigación como, precisamente, investigadores.

Nos topamos con enfrentamientos entre nuestras pre- nociones y la realidad que nos dejó avizorar nuestro campo de intervención. En el que no solo nos dimos cuenta que no eran mujeres agenciadas por un sistema consumista del cuerpo femenino, si no que ellas mismas son quienes son agentes de su propia corporalidad, feminidad y erotismo, aparte de apropiarse de condiciones y espacios como lo son los cabarets, las redes sociales y las áreas de divulgación, para realizar activismo y una propuesta de re educación acerca de la feminidad y el erotismo que la misma conlleva.

El concepto de reeducación se toma y emplea bajo la noción de la educación, formal o informal, que se obtiene acerca del cuerpo femenino y del placer que este mismo confiere a quien accede, en este caso, a el cuerpo a través de un incentivo monetario y considerando que esta información es algo con lo que ya existe cierta familiaridad y por tanto es difícil separarse de tabúes y prenociones que dicha educación impartida proporciona.

“nuestra forma de aprender es a través de los demás, y pienso que esta no debería ser la excepción, o sea, la sexualidad también debería ser una cosa compartida”

Y si bien, de las tres chicas solo una se posiciona activa y actualmente como activista (“Mi activismo no solamente se queda como en el escenario, si no que mi activismo es... pues todos los días en mi persona”), dentro del discurso de nuestras otras dos entrevistadas se avizoran comentarios que aluden a un aprendizaje y alza de voz de ellas mismas desde su feminidad, al ser creadoras de contenido que proponen (a veces no de forma totalmente explícita) una reconfiguración de la imagen femenina y del goce de las mismas mujeres, sin caer

en una reducción de sujeto que responda a una moralización y que por ende, se vea reducida la mujer a solo una de las actividades que realiza ya sea con creación de contenido directa o con un performance sobre un escenario.

“La gente cuando no te conoce y le dices que haces burlesque, que voltean a ver con cara de “Ah esta es prosti” o sea te ven con cara de “ah esta es puta” ¿No? Y ya pues les explicas...”

Los tres discursos recogidos convergen en una línea peculiar y que no se haya dentro de una hetero normativa patriarcal: El goce femenino sin responder al falocentrismo y normativa hegemónica de los cuerpos.

“No tienes idea de la cantidad por ejemplo de mujeres anorgásmicas que hay en el país, yo he platicado con muchas amigas que de verdad tienen ese problema y ni siquiera lo expresan, o sea tienen que andar fingiendo orgasmos por la vida, en lugar de agarrar la vato y decirle como de “wey no estoy sintiendo ni madres, haz las cosas bien ¿no? ven te enseño como, porque yo me conozco, porque yo ya exploré esa parte” –M

“Hay una chica que hace prono para chicas, para mujeres, y entonces no me, no recuerdo el nombre de esta morra pero hace un porno para mujeres, y entonces ves como relaciones diferentes, cuerpos diversos, hay pelos ¿sabes? no sé, estas cosas”

- C

“Intento ser yo la que disfrute” –S

En gran escala, los discursos de estas chicas, que aunque no se impartan a una audiencia masiva y que no sea expresado de manera tácita, suplen la educación que sus seguidores han llegado a tener sobre la feminidad, erotismo, corporalidades, goce, etc. Y todo esto se hace a través de una adaptación del

dispositivo que capitaliza el placer sexual y sus devenires como, en este caso, representaciones eróticas.

Las tres entrevistadas son conscientes del ideal que se suele tener de la mujer y de qué temas, presentaciones, fotos, videos, etc. Están totalmente relacionado a una línea de consumo en su mayoría masculina, así pues ellas, siendo conscientes de esta posibilidad de capitalización de su contenido que de antemano ya disfrutaban, ahora son ellas las agentes de sí mismas que deciden cómo mostrar su cuerpo y expresar su erotismo y recibir una remuneración económica a cambio.

“Pues si, como que si es un poquito satisfactorio saber que algo que ya disfrutabas te da un beneficio extra, entonces eso está *cool*. Te genera gozo.” –S

Si bien esta línea de análisis no va del todo de una línea ampliamente teórica y conceptual, se logra rescatar los puntos clave en los que se dejó ver, durante las entrevistas, la importancia que tiene para estas tres mujeres el poder ejercer sobre su cuerpo y la importancia que tiene también el deshacerse de múltiples tabúes, normas, miedos y moralidades que rodean, en este caso específico, a las corporalidades femeninas junto con sus múltiples maneras de expresión. La relevancia que tiene el ideal de la mujer y el conocimiento que tienen del mismo, a un nivel que logran vender lo que la gente quiere comprar sin importar que no responda como tal a una realidad, si no a un conjunto de ideales y necesidades de consumo para experimentación del goce, situaciones de las que ellas son totalmente conscientes, lo suficiente para, sumado a lo dicho anteriormente, utilizar su imagen para transmitir algo, ya sea un discurso político, divulgación e información científica o el propio goce que te puede generar la consciencia del cuerpo mismo.

“con estas vaginas infantilizadas ¿no? mujeres sin pelos, con vaginas operadas para que se vean infan, eh vaginas de este, vulvas perdón, de niñas, está bien cabrón ¿no? porque en realidad ha hecho, que... que ha sido la educación sexual por generaciones ¿no? por eso creo que tenemos tantos problemas para

relacionarnos sexualmente, muchas generaciones” -C

### 4.3 Identidad

La realidad para el histrión encarnado es la propia realidad del personaje interpretado. Cuando se interpreta un se “anula temporalmente” quien se fue antes de entrar en papel y no se vuelve a ser hasta que se termina la función, con relación al arte dramático en el Burlesque C diría que “es bailar siendo un personaje”. De esta forma no nos encontramos con una forma muy particular en el desenvolver diario de estas mujeres, atravesando de un lado a otro, como por un portal de su vida pública (trabajo, perfil de redes sociales, sesiones fotográficas, actuación teatral, etc.) a la vida privada (familia, relaciones personales, motivaciones, etc.) ¿Quién actúa cuando otro la ve y quien vuelve a ser en lo íntimo?.

“ el crearte máscaras es una de las cosas más humanas que puede haber incluso en la convivencia real digámoslo así ¿no? fuera de redes sociales, tú tienes una cara ante tu familia, tienes una cara con tus amigos, tienes una cara con tu novia tienes... o sea ¿sabes? No puede ser por mas que se pueda catalogar como una carencia de personalidad yo creo que al contrario ¿no? Saber adaptarse es lo que te hace una persona inteligente, una persona astuta, una persona equilibrada y sana porque también no puedes pretender que todos tus espacios funcionen de la misma forma y yo creo que es lo mismo pero llevado al extremo” - **Respuesta de M**

“Creo que parte del encanto de hacer contenido es que puedes diversificarte y ser de cierta manera "otra persona" que no eres” - S

Erving Goffman narra que “el actuante puede creer por completo en sus propios actos [...] convencido de que la impresión de realidad que pone en escena es la verdadera realidad” (Goffman, 1997) y podemos dar cuenta de ello con las aseveraciones que las mujeres creadoras hacen constantemente, principalmente en este donde M. dice: “preparo mis cosas como a ropa del personaje” o “en *Twitter* [...] soy la cosa más depresiva de este mundo [...] en *Instagram* [...] solo lo muy muy cuidado [...] fotos que ya llevan edición previa [...] muy filtradas, pues”. Aquí tenemos varias cuestiones, la primera consiste en la indumentaria, desde las plumas para la joven que actúa en el burlesque hasta las sesiones de fotos que se realizan; la segunda, la puesta en escena de las dos mujeres en su entorno virtual.

De este modo, el escenario o la red social en la que se encuentren propicia una acción distinta. Mientras en *Twitter* se incentiva al usuario a expresar sintéticamente un pensamiento, *instagram* está sujeto por completo a la visualización de imágenes, más que de texto. Lo cual requiere una forma de interacción distinta, en la que el usuario debe adaptarse.

Otra herramienta de la que estas mujeres se sirven es la edición, es decir la modificación de los valores (de color o de luz) de una representación digital para que cambie el tono y la intencionalidad: “les estoy vendiendo un cómic básicamente o sea es una edición tan cañona, tan irreal, que por eso se la compran ¿no? Nadie tiene ese cuerpo, nadie tiene esa cara, nadie tiene esos fondos, nadie... termina siendo una composición más que una fotografía” -M.

La gente compra una irrealidad y al mismo tiempo se trata de su propio cuerpo ¿cómo es esto? principalmente por su propia condición de espectadores, gracias a esta desventaja “para ver el juego que la persona que lo desempeña” (*ibid.*), es decir muestra lo que quiere mostrar gracias a los filtros digitales (que estrictamente ella revisa y avala) y que la terminan convirtiendo en una persona muy diferente de cómo es físicamente, tal vez sus seguidores duden o no de si lo que está en las fotografías sea la “verdad” o no, pero poco importa por dos probables motivos: la imagen por si sola es ya una realidad para ellos (los seguidores) en tanto no vislumbran más allá de lo que ven, por otro lado, puede que si compran este material no sea exactamente para dudar si lo que tienen frente suyo sea cierto o no.

Las reacciones que suscita esta clase de materiales podría ser por sí solo un tema de investigación a parte. Por lo que de momento no podemos sino conjeturar esto gracias a varias respuestas: así como las jóvenes en las representaciones teatrales que usan un vestuario para encarnar la personalidad ajena, la rectificación virtual de su aspecto funciona para “guiar la convicción de su público solo como un medio para otros fines” (*ibid.*) ya sea obtener ganancias monetarias o simple satisfacción que nutre la estimación hacia su propia persona, como

menciona S. “yo me di cuenta que me gustaba eso de las fotos y los videos... pues no sé yo creo que mucho fue por ego”.

Entonces, las redes sociales son un entorno controlado por los dueños de los perfiles para inducir en otros usuarios, las respuestas que desean. ¿cómo se hace? Gracias a la no interacción “real”, las acciones dentro del sitio: se muestra lo que se desea mostrar, y aunque algo redundante esta aseveración, requiere verse de modo en que haciendo uso de la edición fotográfica se pueden lograr efectos que posibilitan a las jóvenes la capacidad de desentenderse de sí mismas a pesar de que ellas mismas son las que aparecen retratadas. Estos elementos (véase vestuario, escenificación y edición) conforman parte de una “fachada”, es decir de acciones particulares presentes solamente frente a espectadores y a que, establecen influencia sobre ellos. Goffman, aunado a esta definición también se refiere a las herramientas que antes nombramos como *Settings* (“incluye el mobiliario, el decorado, los equipos [...] propios del trasfondo escénico [...] para el flujo de la acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él” (*ibid*)).

“ el crearte máscaras es una de las cosas más humanas que puede haber incluso en la convivencia real digámoslo así ¿no? fuera de redes sociales, tú tienes una cara ante tu familia, tienes una cara con tus amigos, tienes una cara con tu novia tienes... o sea ¿sabes? No puede ser por más que se pueda catalogar como una carencia de personalidad yo creo que al contrario ¿no? Saber adaptarse es lo que te hace una persona inteligente, una persona astuta, una persona equilibrada y sana porque también no puedes pretender que todos tus espacios funcionen de la misma forma y yo creo que es lo mismo pero llevado al extremo” - M

Como se puede notar, estas jóvenes son conscientes que los artilugios que ocupan conforman parte (no de su identidad fuera de las redes) del personaje o personajes que encarnan en sus perfiles y que al mismo tiempo este es formado gracias a las peticiones, especulaciones o prejuicios de seguidores o no seguidores suyos. Pues, por desgracia, podemos encontrar casos en que la interpretación llega a interferir con las relaciones sociales que la joven tiene:

“... del trabajo, los horarios, mmm... y otras cosas que he estado haciendo, **me dejan mucho tiempo, más bien me dejan muy poco tiempo para poder... ver a alguien,**



más específico, en el ámbito que sea, si salimos hasta, como weyes que te invitan a salir hasta weyes que te sal... al hotel. ¿No? Entonces yo creo que ahí empieza esa, esa "diferencia" y... Qué me genera que me vean en mis vídeos, pues ... en realidad, nada, no me genera, digo, se siente cool ver que suben los seguidores y qué a lo mejor le dan likes a mis fotos." - S

La parte del diálogo resaltada tiene más que decir que lo propiamente enunciado. Este simple equívoco demuestra lo contrario a lo que la entrevistada deseaba decir, en otras palabras, que inconscientemente sí tiene tiempo para “ver a alguien” en los términos que ella prefiera sin embargo, se encuentra investida bajo el halo del propio personaje que decide actuar, esto recrea en sus espectadores la ilusión de verla como una mujer sexualmente (genitalmente) activa (dado su contenido en redes sociales), en consecuencia quienes la contactan para socializar más allá de lo digital buscan de ella al personaje erótico, más no a la joven que lo interpreta. Ellas son conscientes de este hecho, de la propia limitación y estigmas que sus acciones provocan. Una de ellas afirmó en su sentir que es: “... deseada, pero... no emocional. Osea porque al final, [...] al final del día la persona no te quiere conocer y no quiere saber de salir...” -S. Y que incluso su círculo social se ha reducido.

En otro aspecto: “a mi me hantachado por ejemplo de no poder ser feminista por tener un only fans, y yo le digo como, wey yo puedo ser lo que se me de mi pinche gana porque no hay como un... una agenda” - M

Pero ¿qué ocurre aquí? bien pues “la pornografía se desarrolló como negocio para estimular la sexualidad masculina” (R. Gubern, 1967), tenemos esto por un lado, no obstante algunas jóvenes afirman que lo que crean no es pronografía sino arte pero al mismo tiempo todo incide en que es, a fin de cuentas, contenido erótico. Puede que estas dos líneas parecen separadas, pero permitamos desarrollar más esta idea.

En repetidas ocasiones, las entrevistadas admiten que, si bien desconocen el paradero de las fotos que producen y venden, quedan claros e implícitos los usos que el público (mayormente masculino) le dan. Es decir que son conscientes que

el sus fotos o videos pueden o son usados para la autosatisfacción sexual de los consumidores (por ejemplo la masturbación). Quizas, ellas nieguen que su contenido sea pornografía pero por sus afirmaciones, el fin con que los usuarios les compran es parecido: estimular parte de la sexualidad de otra persona. Sin embargo, nos encontramos con algo por demás particular: que estas jóvenes igualmente disfrutan de hacer este contenido. Entonces encontramos este contenido, muy en particular, no sólo sirve para complacer al público sino también a las creadoras.

El contenido que históricamente hablando sirvió nada más que para el placer masculino ahora también sirve para el femenino (ya sea que lo consuman o lo creen). Así pues, por un lado los hombres que tratan a estas mujeres las limitan en sus identidades de redes sociales y por el otro ciertos las tachan de no poder pertenecer a grupos que velan por las garantías de las mujeres, siendo que como una de ellas menciona: están llevando a cabo un trabajo en donde se invierte tiempo y se invierte el propio cuerpo, como cualquier otro.

De modo que el personaje que ellas crearon para vender y promocionar su contenido erotico en redes sociales les impide, de cierta forma, llegar a entablar relaciones sociales libres de cualquier implicación que su trabajo como modelos. Es decir, a pesar de ser mujeres con amplios conocimientos, otras profesiones, gustos, ocupaciones y formas de vida parece ser que la investidura del modelaje les persigue bajo el estigma que las personas a su alrededor les tienen. No obstante para ellas, si bien puede ser molesto lo consideran una forma de filtro que les ayuda a seleccionar las personas que realmente desean tener en sus vidas, a quienes pese a su labor de modelaje o de actuación ven más allá de un cuerpo adornado y editado, cuya identidad y valor individual no se define por su labor, por una sublimación más de su sexualidad como cualquier otra.

#### 4.4 Erotismo femenino

Como se ha mencionado con anterioridad, aquello que tiene que ver con la sexualidad usualmente se mantenía como algo secreto, algo que se debe ocultar; fue desplazado al ámbito de lo privado como una forma de control así como de investidura del poder (Foucault, 2007). El erotismo no escapa de estos tabúes pero en demasía se le encubrió y ocultó al erotismo de la mujer (Beauvoir en Castañón 2010); en cierta medida estas prácticas continúan restringiendo a las mujeres en sociedad, puesto que los acuerdos y normas sociales sólo permitían conocer acerca de los placeres de los miembros masculinos de la sociedad.

Hoy día a pesar de las diferentes luchas y revoluciones sociales en busca de liberaciones de distintos tipos, entre ellas las que buscan una visibilidad de la sexualidad, aún es complicado poder establecer un espacio en el que se permita hablar del erotismo sin que se genere un aura inconsciente de incomodidad para los participantes, esto en parte por naturalización de la dominación la cual refiere Bordieu (2000) y también por las dinámicas sociales que refiere Foucault (2007) por mantener un control sobre los sujetos a partir de la sexualidad

“yo creo que estas como prohibiciones y tabúes que se tienen sobre estos temas no nos han permitido conocernos a través del otro en muchísimas facetas, o sea el conocer la sexualidad ajena, entender algunas filias ajenas, te hacen cuestionarte si a lo mejor a ti no te provoca algo eso ¿no? o porqué no, o porqué sí, o de qué manera ¿no? entonces yo creo que es una... los seres humanos somos gregarios ¿no? nuestra forma de aprender es a través de los demás, y pienso que esta no debería ser la excepción, o sea la sexualidad también debería ser una cosa compartida, no en el sentido de vamos a hacer una orgia mundial pero sí en el sentido de tener una comunicación más abierta sobre las posibilidades infinitas que tiene esa área”

#### **Respuesta de M.**

Inmersos en el trabajo de campo hemos encontrado como siguen presentes los esfuerzos de los sujetos, en específico de las mujeres, de que se hable de sexualidad, ¿de qué forma lo hacen? Para poder analizar esto es necesario retomar el *ars erótica* generada por Foucault (2007) centrándonos en el ejercicio de introspección que hace el sujeto en esta práctica para poder entender sus

propios placeres, y así de esta manera generar un conocimiento transmisible para la intensificación de estos, con este concepto en mente encontramos que ha cobrado fuerza por las necesidades propias de la sociedad actual. Muestra de ello es la creación de contenido de índole erótico que se encuentra en diversas redes sociales como lo son: *Instagram*, *Twitter*, entre otras.

Anteriormente se habló de la importancia de estas redes en lo que respecta a la virtualidad y la comunicación, en este apartado lo que nos compete es la función que tienen como medios donde las creadoras de contenido se apropian de estos para poder usarlos como una extensión de su expresión.

Para esto fue importante primero conocer lo que ellas entienden por erotismo. Aunque las chicas fueron entrevistadas por separado, y en momentos distintos, comparten una idea similar acerca de dicho concepto asociando lo erótico a un plano gobernado por la fantasía y la imaginación: “algo que deja volar la imaginación [...] te estimula, pero no llega a ser explícito” nos compartía S entendiendo por explícito el acto coital.

“Nuestros cuerpos son eróticos de muchas formas ... y creo que estamos un poco negados a verlo [...] cuando uno habla de erotismo suena así como... que tienes que ser de ciertas, características, que lo erótico tiene que ver necesariamente con sexual o con coito, y no, ¿no? puede haber... un placer tremendo en ponerte unas medias [...] creo que nuestros cuerpos son... son eróticos de muchas formas ¿no? en hablar, en tocar, en movernos ¿no? eh... y creo que estamos un poco negados a verlo ”

**Respuesta de C.**

“Yo creo que es como... La romantización...? De algo que es biológico, que empezó siendo biológico ¿no? A mí me gusta mucho como notar estas partes de lo que se considera erótico o sensual o demás, que realmente pertenecen a áreas mucho más formales, mucho más serias [...] Entonces, el erotismo siento que es como la forma poética de mostrar estas partes burdas de la biología que tienen que ver con lo más fundamental que tenemos que es el instinto de reproducción de... preser... de preservación de la especie.” **Respuesta de M.**

Esto que ellas entienden por erotismo lo trasladan y recrean de la fantasía a la realidad con sus performances, sesiones de fotos y talleres. Pero ¿cómo es está

expresión? Podemos encontrar ese uso del *ars erotica* de dos maneras; una es la propia puesto que en el caso de las chicas con Onlyfans trabajan el contenido original donde ya sea a partir de su imaginación, gusto personal, o bien porque es la tendencia que hay en su campo, ellas pueden hacer uso de diversas formas para transmitir en quien observa la fotografía o el vídeo esa sensualidad; además tienen contenido comisionado, que es a petición de algún suscriptor donde vuelven realidad y plasman está fantasía que juega con el deseo del espectador hacia la creadora de contenido. Deseo que podríamos pensar también va cargado de la necesidad de poseer al otro, puesto que al pagar la suscripción así como la comisión se obtiene algo de las creadoras, una imagen, un momento; si bien no transitamos en que sucede con el espectador o suscriptor, si exploramos el sentir de las creadoras respecto a cumplir estos deseos de los suscriptores. Ahora bien por parte del burlesque ocurre en la tallerista al hacer la puesta en escena , así como al preparar el taller, y a su vez con las participantes de estos al hacer el descubrimiento de la expresión que les da el burlesque.

Bataille (1997) nos explica de la interiorización del erotismo, mencionando que aunque normalmente se está buscando el placer propio a partir de la experiencia con el Otro, es un ejercicio de índole personal, el cual responderá al deseo del propio sujeto que está viviendo la experiencia erótica a partir de su gusto personal; sin embargo, aún continúa esa socialización, efectivamente se tiene que hacer un ejercicio profundo por el sujeto para identificar aquello que le agrada, lo que le desagrada, lo que intensifica su placer. No obstante, retomando lo de la socialización, en el trabajo de nuestras entrevistadas sobre todo, continúa involucrando al Otro como un participante de la práctica; por el hecho de ser suscriptor que recibe este contenido y se vuelve partícipe al solicitar un contenido específico de la creadora a la que está siguiendo o bien al aplaudir y convivir en la función de burlesque, así como participante del taller solicitando las temáticas para las funciones.

Refiriendo a las CC de *OnlyFans* en un principio para ejemplificar mejor aquello a los que nos referimos; tenemos por un lado la experiencia de M quien se siente a

gusto de cumplir esas comisiones por el hecho de estar compartiendo el placer del Otro a través de su solicitud así como el propio puesto que en su opinión, y empatando con lo que se hablaba acerca del conocimiento del sujeto, la sexualidad es algo que se aprende y comparte no solamente desde lo personal, si no en esa interacción con el Otro, que el hablar de erotismo es algo debería volverse aún más social de forma consciente en el entendido de facilitar la comunicación a estos saberes:

“Me encantan porque también siento que aludir a la... no solamente a la sexualidad, te lo, se los decía en la sesión pasada, o sea el porqué empecé con esto de la foto y de posar para dibujo y demás tiene que ver con verte a través de los ojos de alguien más [...] nuestra forma de aprender es a través de los demás, y pienso que esta no debería ser la excepción, o sea la sexualidad también debería ser una cosa compartida, no en el sentido de vamos a hacer una orgia mundial pero sí en el sentido de tener una comunicación más abierta sobre las posibilidades infinitas que tiene esa área”

Con S, la segunda creadora ocurre algo diferente, puesto que ella conceptúa el placer a través de la mirada del Otro, ella de inicio no está pensando ni queriendo observar al Otro que está consumiendo su contenido. Esto porque en un momento de la interacción se le cuestionó si ella ponía algún límite en la interacción con sus seguidores a lo que comentó acerca de que no permite le manden fotos propias sus suscriptores

“Yo no tolero esto de que me empiezan a mandar , eh... fotos de ellos. Entonces yo no admito eso, gracias, también cuando me empiezan a mandar que mensajes, que empiezan «es que ¿por qué no me contestas?» y «es que te tardas», o sea es como wey, o sea... por eso yo tengo novio. Entonces ahí es como... bloqueado, vale [...] a los que me han mandado más veces sí les digo «wey yo no quiero verte, no necesitas mandarme»”

Sin embargo, continuando la interacción no negó consumir contenido de otras creadoras y en ocasiones creadores, aunque mencionó que era sobre todo para inspirar su propio contenido así como saber las tendencias del momento en su campo virtual; tuvo un momento en la narración donde pudo compartirnos una revelación que tuvo días antes de la entrevista con el equipo. Al hacer un recuento

de las cuentas donde participa como seguidora de otras y otros CC, mientras buscaba ideas para su propio contenido notó un punto en común de aquello que le parece atractivo de dichos creadores y es que para ella, desde su subjetividad, considera expresan ternura y reforzando que para ella lo erótico se relaciona a tener un aspecto tierno, y eso lo refleja en su propia expresión erótica virtual.

En cuanto a nuestra tercer entrevistada nos compartió acerca del trabajo realizado con las participantes de sus talleres en la representación con el burlesque donde se enseña primero a saber qué es lo que a ellas les gusta, conocer aquello que para sí despierta placer, deseo y sensualidad para de está manera poderlo proyectar al momento de presentar su número. Y la otra parte importante de esto, bien se mencionó anteriormente en el apartado de Reeducación, es aquello de reconectar con su corporalidad, para de está manera ser más asertivas no solo con está identificación de los placeres sino también para sanar heridas emocionales acerca de diversas experiencias de violencia.

“Tuve la fortuna de que siempre que, pues que... pues que siempre trabajaba con mujeres [...]no importa la edad, la condición social, nada, todas tenían como una situación bien complicada con su cuerpo ¿no? esta relación de amor y odio, de no quererse ver al espejo, de verse incompletas, imperfectas y... y sentirse insuficientes [...]por medio de mis talleres que empecé a dar, pues las chicas eh... comienzan como a explorar ¿no? a conocer sus historias, escuchar las historias de otros, de otras y se dan cuenta que... compartimos mucho más de lo que nosotros creemos [...] trabajamos mucho como que identifiquen cuales son las zonas ¿no? que ellas eh... les causan placer, que les gusta verse, cosas que ellas les gusta ¿sabes? porque, por lo general la gente está super focalizada en esas cosas en las que no me gustan, y esas cosas que no me gustan invaden todo”

El caso de los talleres de burlesque y nuestra entrevistada visualiza aún más está socialización, pero no sólo de los placeres, además de la violencia que se vive al género, a la cual se refería Bordieu (2000) como violencia simbólica donde a partir de relaciones de dominio naturalizadas en el sujeto se le desvaloriza a la mujer y, en la experiencia previa de las participantes del burlesque, repercute en está aceptación de sus cuerpos, de su feminidad y de su erotismo; con la práctica del

burlesque ellas pueden volver a conectar consigo mismas y de esta manera subjetivarse como mujeres en la expresión de su erotismo.

A través del uso de herramientas como son pelucas, encajes, diferentes tipos de prendas, maquillaje, plumas, las creadoras de contenido van adentrando al espectador en la plataforma a este mundo donde ellas comparten sus placeres, y aunque bien en algunos casos no se espera (o no se quiere) una respuesta del observante se despierta el deseo y/o admiración del espectador. Aquí también encontramos que estas dinámicas de hacer transmisible el erotismo van inevitablemente con la conceptualización de la feminidad:

“Como cosas demasiado tiernas, muy delicadas o suaves. Como que dices la palabra feminidad y eso es lo primero, como algo suave, algo tierno, algo muy cuidado, muy delicado. Ese es mi concepto de feminidad” **Respuesta de S.**

Aunque no de forma explícita identifican algunos elementos propios del estereotipo relacionados con lo femenino, como la manera de maquillarse, el uso de cabello largo, entre otras cosas, y que se reflejan en su creación de contenido:

“Yo siempre uso cosas rosas, no uso otro color [...] porque tiene que ver con mi historia ¿no? porque mi mamá me vestía de rosa, [...] para mí las cuestiones del rosa en esta sociedad y en muchas tiene que ver cómo con esta cuestión de resguardar la inocencia [...] yo nada más uso rosa, eso es como mi... mi toque, y pues sí yo ya uso, ya le invierto ya más en mi vestuario ¿no? pues ya me dedico a esto, pero en el caso de las chicas sí es un tema [...] porque todas, en general, creo que todas, les encanta, les encanta, creo que tiene el burlesque tiene esta, esta eh... yo lo llamaría este, como encanto seductor ¿sabes? De que es tan hermoso [...] creo que todas son muy felices cuando se trata de los vestuarios son las más felices, porque creo que es el momento en el que pueden hacer lo que en otro momento de su vida no se podrían atrever, que en otro momento no van a poner lo que se van a poner en el show ” **Respuesta de C.**

Como se había planteado dentro del marco teórico estas características responden a las dinámicas que dominan sobre el género femenino y responde a la naturalización de estos conceptos dentro de la sociedad como lo planteaba Bordieu (2000), de forma consciente o inconsciente siguen permeando en la vida



de los sujetos y en la creación de contenido, aunque se trate de hacer algo contra estas significaciones en el hecho de rechazar estas mismas se admite y se afirma la fuerza que dichos conceptos aún tienen en la sociedad.

“lo femenino también se me, me hace ruido ¿sabes? porque es como, es que tienes que, esta cuestión de tener que ser femenina es como, ¡ay!, súper aburrida ¿sabes? es súper aburrido y es súper hegemónico ¿no? Porque la mujer que es femenina es la que usa vestido, la que se maquilla, la que se peina, la que no grita, la que se calla, la que no dice vulgaridades ¿sabes? eso, eso es, lo que nos han enseñado que es lo femenino ¿no? la que es sumisa,[...], para mí la obediencia es lo femenino ¿no? y la obediencia es muy peligrosa, muy peligrosa, entonces sí traigo, traigo rollo con esa palabra de lo femenino porque si como que mucha gente dice “¡Ay! no si ya me voy a meter a tus talleres voy a ser más femenina” ¿cómo? o sea, ¿cómo... cómo más femenina? ¿no? o sea te digo, [...] lo femenino es sumisión, [...]y el control ¿no? y lo que se tendría que ser y creo que, no, no va por ahí” **Respuesta de C**

Como bien se mencionó antes, C se pronuncia a sí misma como activista feminista, por lo que busca reconceptuar a lo femenino y a la mujer con apoyo de la práctica de burlesque, que sí bien esta responde a los estereotipos que mencionamos, el trabajo que hace en sus talleres y presentaciones logra al menos que las participantes comiencen a plantearse de otra manera como tomar estas características y pensar de otra forma lo que significa para ellas ser mujer y la expresión de su erotismo femenino, para una vivencia que busque responder a sus propias exigencias y placeres, donde puedan aceptarse en su propio cuerpo, de acuerdo a las palabras de la entrevistada, puedan reconocerse como poderosas

“creo que lo hacemos en el escenario ¿no? eh... creo que al ver una mujer desnuda, la gente sabe de lo que son capaces ahí en el escenario, y la gente se sorprende [...] sabe lo poderoso que son sus cuerpos, y también saben lo poderoso que son sus historias, creo que ese es, ese es el nuevo, eso es lo nuevo femenino, lo femenino o lo, lo que hemos logrado nosotras ¿no? que... que darle ese valor, como diferente al desnudo ¿no? que hace que sea un desnudo poderoso, que no sea... ¿sabes? como no sea como “vamos a atraer muchos hombres a la función” ¿no? porque “esperemos y le guste a los hombres” ¿no? como esta cuestión de... de ser eh... aceptada, o que tu físico es aceptado sino más bien es, es este mi cuerpo, así está, no me importa si no te gusta ¿no? pero sí esta es mi piel y es la que tengo y te voy a contar y me vas a

escuchar ¿no? es un día que ese, esos cuerpos poderosos son lo nuevo ¿no? sí me, me gusta mucho y todo eso y he visto a muchas morras en brasier, y se me hace bien poderosos ¿sabes? o morras que en otro momento serían criticadas por usar ombligueras ¿sabes? y que eso se me hace bien poderoso,[...] Creo que ese retomar el poder de nuestras corporalidades, eso es muy poderoso, y tendría que ser lo nuevo femenino.”

Ellas tienen una posición de control, e incluso podemos pensar en posición de poder, desde el hecho de ser las creadoras de su contenido así como el poder de elegir gran parte del contenido lo que van a publicar o representar desde aquello que les causa placer como en el caso de S que lo encuentra por el hecho saberse mirada por un Otro, o de C al vivir sus presentaciones de burlesque y la impartición de talleres. No obstante, como se mencionó en un inicio, el poder sólo aparece si está entre al menos dos sujetos y esta no es la excepción; puesto que el intercambio viene a partir de la interacción misma de los suscriptores desde el momento en que eligen pagar una suscripción, además de solicitar algún vídeo o sesión de fotos en particular; así como de las chicas en el momento que deciden participar de los talleres, proponer temáticas, etc; además del público que elige acudir a las presentaciones. Si bien no se va a profundizar en esto, no se puede dejar de lado que este intercambio en el ejercicio del poder no se escapa siquiera de la virtualidad, porque nuevamente continúa siendo un espacio social entre los sujetos que interactúan de este para obtener algo que les beneficie. En este caso es el compartir la expresión de lo erótico desde la virtualidad.

Utilizan el erotismo y sus cuerpos para contar historias, y retomando a Beauvoir (Buttler, 2013) que refiere que los cuerpos reflejan su propia cultura, esto sigue trascendiendo al tener una parte de la sociedad actual que busca la visibilidad y normatividad de la diversidad de cuerpos así como de la expresión del erotismo femenino; puesto que como menciona la autora el erotismo y la sexualidad van a responder a la búsqueda del ser. y bajo esta concepción de ser lo que encontramos con estas chicas a lo largo de sus entrevistas es eso; reflejar en el contenido virtual una parte de su ser, que puede o no ser aceptada por si mismas, e incluso podría recibir algún tipo de crítica por la sociedad del mundo físico

terrenal pero que con los algoritmos de la virtualidad les permite llegar a otras y otros que pueden compartir desde un gusto en común de algo en su contenido como pueden ser los colores, las prendas e incluso las ideas que se pueden expresar a través del contenido de las creadoras.

Finalmente la expresión del erotismo continúa siendo subjetiva, cada persona lo va a vivir y sentir diferente desde el contexto social, histórico, cultural, etc, en el que se encuentre. Sin embargo, como se dijo con anterioridad, este aún se ve envuelto por estereotipos que se han instaurado y construido en la sociedad a lo largo de bastantes años, con la creación de contenido no se busca ocultar o negar que existan dichos conceptos o estereotipos, más bien podríamos considerar que las CC toman estos conceptos, se apropian de ellos reconceptuándolos para sí mismas a un modo de entenderse de otra manera, para así aquellas y aquellos que llegan a su contenido puedan pensar de distinta forma también empezando por el ejercicio de aceptar que el erotismo ahí está en cada sujeto y se debe hablar de este, así como cada sujeto debe permitirse espacios y momentos para poder expresarse eróticamente, sobre todo que se de expresividad y lugar al erotismo femenino.

## 5. Conclusión

En el presente proyecto de investigación nos dimos a la tarea principal de obrar a lo largo de todo su abordaje un fenómeno de un amplio trasfondo histórico que, gracias a la intervención de nuevas tecnologías de comunicación ha gestado una nueva oleada de usuarios que crean, comparten y consumen contenido erótico en redes sociales. Asimismo, brinda un testimonio de primera mano que habla desde la manifestación teatral del cuerpo femenino a modo de afrenta y activismo contra la opresión que las mujeres han recibido (y reciben).

En este tópico se desentrañan múltiples factores que contribuyen y condicionan (en su labor y su vida cotidiana) a las protagonistas de esta investigación: jóvenes creadoras del contenido y una bailarina de teatro burlesque. Por medio de entrevistas a profundidad llevadas a cabo por vía remota fue posible conocer cuestiones subjetivas que enriquecieron nuestra visión sobre la libertad del cuerpo y las expresiones sexuales, que por desgracia, han sido tachadas de obscenas o que rebajan a la mujer, siendo que (paradójicamente) dichos actos re-apropian y dan voz al deseo femenino que por mucho tiempo fue acallado por la sociedad.

De modo que el proyecto esclareció una fachada completamente distinta de un tema poco explorado: la libertad corporal, la sublimación sexual y el trabajo detrás de las cámaras y el telón. Pues detrás del maquillaje y los vestuarios exóticos se encuentran las vidas de mujeres que a pesar de lo que la sociedad pueda pensar de ellas, continúan realizando lo que les satisface sin que ello sea una razón para que no dejen de tener ambiciones, pasatiempos o seres queridos, ni tampoco para que sean consideradas menos por hacer uso de sus cuerpos como mejor les place. Finalmente ni estar arriba de un escenario, ni expuesta en la interfaz de una red social va a definir quién son, pues como dijo una de las jóvenes entrevistadas: “La sensación se queda en los likes, no en el cuerpo”.

La virtualidad es parte de la vida social, como una herramienta más de convivencia y de expresión entre los sujetos; por ello no es de extrañar que en las redes sociales también se explore una parte de la sexualidad y el erotismo pero acompañado de este activismo que hace frente a los estereotipos de la feminidad, del cómo debería verse y lo que debería ser una mujer. De esta manera se van formando otros espacios donde se permita a los sujetos, y en específico a las mujeres, compartir, entender, poder hablar y hacer visible el erotismo femenino.

## **6. Reflexiones finales**

Este trabajo de investigación si bien recorre un camino poco explorado por su novedad, deviene de un contexto histórico en el que se desglosan diferentes líneas de pensamiento que responden a una estructura cultural que se ve socializada por la virtualidad. Con el creciente paso de la tecnología y el uso que se le da a la misma, las redes sociales se han vuelto una herramienta generadora de sentido para el sujeto que las utiliza.

El fácil acceso a estas plataformas y la cualidad que tienen para mantener en cierto anonimato a sus usuarios les permite un sencillo acceso a contenidos eróticos, con los cuales exploran una parte de su sexualidad. La virtualidad permite explorar el erotismo tanto para creadoras de contenido como para los usuarios que consumen sus productos a la vez que visibilizan la sexualidad femenina. Si bien sigue funcionando por el sistema de dominación las creadoras de contenido tiene cierta noción de estas características pero, buscan apropiarse de ellas para entendimiento de sus placeres.

## Bibliografía

*Attention Required!* | Cloudflare. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de

[https://hubite.com/es/onlyfans-stats/#OnlyFans\\_insights](https://hubite.com/es/onlyfans-stats/#OnlyFans_insights)

Barba, A., & Montes, J. (2007). *La ceremonia del porno*. Anagrama.

Barberá, E., & Martínez Belloch, I. (2014). *Psicología y género* (Revisado ed., Vol.1). Pearson. Disponible en:

<http://www.carlosgonzalez.mx/pdf/PsicologiayGenero.pdf>

Bataille, G (1981). *Las lágrimas de eros*. Barcelona: Tusquets

Bataille, G (1997). *El erotismo*. Barcelona: Tusquets

Bauman, Z. (2004) *Modernidad líquida*. 3ra ed. Buenos Aires: Fondo de cultura de Argentina.

BBC News Mundo. (2021, 25 agosto). *OnlyFans rectifica y no prohibirá el contenido pornográfico tras las críticas recibidas.*

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-58335319#:~:text=Auge%20de%20OnlyFans,la%20pandemia%20de%20covid%2D19>.

Bourdieu, P (2000) *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Bustamante, E. (2011). *Cultura digital: la nueva cultura clásica*. Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación.

Butler, J. (2013) *Variaciones sobre sexo y género: Beauvoir, Wittig y Foucault*. En M. Lamas (comp.) *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. (pp. 303-326). México: Miguel Ángel Porrúa

Carosio, A. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. La ventana. *Revista de estudios de género*, 3(27), 130-169.

Castañon, L. E. (2010) *Simone de Beauvoir y la condición femenina*. En: *Revista Melibea*, Año 2010, vol. 4, p. 67-80. Dirección URL del artículo: <https://bdigital.uncu.edu.ar/9505>.

Castro, R. (1996) *En busca del significado: supuestos, alcances y limitaciones del análisis cualitativo*, en Szasz, I. (comp) *Para comprender la subjetividad. Investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad*. México: El Colegio de México.

Castro-Borràs, F., & Uribe, C. (2011). *Cam4Cam, la práctica del erotismo frustrado*. En Sanabria, Fabián, *Vínculos virtuales*. Bogotá (Colombia): Universidad Nacional de Colombia.

Centro de ayuda: Reglas de Twitter (2022) Twitter. Recuperado de [https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/twitter-rules]

Coffey, A., Atkinson, P. (2003) *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.

Chopper\_monster. (s/f). *BURLESQUE, EL ARTE DE LA INSINUACIÓN – Choppermonster*. Choppermonster.com. Recuperado el 09 de septiembre de 2022, de <https://choppermonster.com/burlesque-rock-and-roll-al-desnudo/>

Daros, W. R. (2014). *El Consumismo en la posmodernidad según Zygmunt Bauman*. Argus-a (Artes e Humanidades), 3(12), 1-35.

Díaz Barriga, A. (1991) *La entrevista a profundidad. Un elemento clave en la producción de significaciones de los sujetos*. México: Revista Tramas N.3.

Disponible en: <https://tramas.xoc.uam.mx/index.php/tramas/article/view/54/53>

Díaz Romero, P. (2015). *Cuerpo Existido, Cuerpo Situado: reflexiones sobre el cuerpo en la obra de Jean-Paul Sartre*. Argentina: Síntesis, N. 4. Recuperado a partir de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/sintesis/article/view/12221>

Facebook - *Meld je aan of registreer je*. (s. f.). Facebook. Recuperado 5 de mayo de 2022, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

Fernández, A. M. (1993). *La mujer de la ilusión: pactos y contratos entre hombres y mujeres*. (1.<sup>a</sup> ed.). Buenos Aires. Paidós.

Foucault, M. (1996). *El sujeto y el poder*. Revista de Ciencias Sociales, v. 11, n. 12, pp. 7-19.

Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad I la historia del saber*. Madrid, España: Siglo veintiuno.

García Canal, M. I. (2002) *Foucault y el poder*. México: Universidad Autónoma Metropolitana



Gergen, K. J. (2006). *El yo saturado*. Paidós.

<https://fdocuments.in/document/el-yo-saturado-kenneth-gergen.html?page=2>

Goffman, E. (1997). *PRESENTACION DE LA PERSONA EN LA VIDA COTIDIANA*, LA. Amorrortu.

Google Play (2022) Recuperado de...

[[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.twitter.android&hl=es\\_MX&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.twitter.android&hl=es_MX&gl=US)]

Han, B-C. (2014). *LA AGONÍA DE EROS*, Herder Editorial, S. L. Instituto Nacional de las Mujeres. (s. f.). *Impacto de los estereotipos y roles de género en México* (Revisado ed., Vol. 1). S/E.

[http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100893.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf)

Lamas, M. (1994). *Cuerpo: diferencia sexual y género*. México: Debate Feminista, N. 10. Disponible en:

<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.1994.10.1792>

Lara Pulido, G. M; Colín, G. (2007) *Reseña de "Sociedad de consumo y cultura consumista" de Zygmunt Bauman*. Distrito Federal: Argumentos, vol. 20, núm. 55.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59505508>

Lazo, C. M. (2017). *Los jóvenes en la cultura digital*. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)

Melendez, N. (2018) *¿Qué es la hipersexualización?* Recuperado en:

<https://medium.com/@asexualidadmx/qu%C3%A9-es-la-hipersexualizaci%C3%B3n-b3230a03bbb>

Morduchowicz, R., Marcon, A., Sylvestre, V., & Ballestrini, F. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Orihuela-Colliva, J. L. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. pp. 58

Otero-Escobar, A. D., Suárez-Jasso, E. (2021). *Estudio de la legislación del Internet de las cosas en México*. México: Interconectando Saberes N.12.

Disponible en: <https://is.uv.mx/index.php/IS/article/view/2721>

Peña Sánchez, E. Y. (2012). *La pornografía y la globalización del sexo* (174.<sup>a</sup> ed.).

El Cotidiano. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32523137006>

Pérez, E. S. (2017, November). *El erotismo y el cuerpo en las narrativas visuales web*. In *I Jornadas Internacionales "Cuerpo y violencia en la literatura y las artes visuales contemporáneas"*.

Podestá C., P. (2006) *UN ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE CULTURA*. Perú: Journal of Economics, Finance and Administrative Science, vol. 11, núm. 21.

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733601002>

R. (2020, 24 septiembre). *Only Fans, ¿qué es y cómo funciona?* El Universal.

Recuperado 11 de mayo de 2022, de

<https://www.eluniversal.com.mx/techbit/only-fans-que-es-y-como-funciona>

Ricaurte Quijano, P. (2018) *Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina*. Ecuador: Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 137. Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3664>

Román, G. (1967). *Imagen Pornográfica Y Otras Perversiones*. ANAGRAMA.

Rodríguez Díaz, S. (2012) *CONSUMISMO Y SOCIEDAD: UNA VISIÓN CRÍTICA DEL HOMO CONSUMENS*. Roma: Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical

Ruiz Torres, M. A. 2003. "Ciberpornografía o el paraíso de la extrema juventud: hardcore, lolitismo y pornografía infantil en Internet". En Miano, M. (coord.), *Caminos inciertos de las masculinidades*. México: enah/inah.

Ruiz Carbonell, R. (s. f.). *LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN MÉXICO*. Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Recuperado 27 de enero de 2022, de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2758/5.pdf>

Sabido Ramos, O. (2010) *Una reflexión teórica sobre el cuerpo. A propósito de una contingencia sanitaria*. México: El Colegio de México, A.C. Estudios Sociológicos, vol. XXVIII, núm. 84. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59820671006>

Sciences, vol. 34, núm. 2, 2012- Euro-Mediterranean University Institute. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18126057019>

Servicio de ayuda de Meta para empresas (2022) Facebook. Recuperado de [https://www.facebook.com/business/help/725672454452774?id=208060977200861]

Sossa Rojas, A. (2011). *Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo*. Polis. Revista Latinoamericana, (28).

Taylor S. J., Bogdan. R. (1992) *Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de los significados*. Ed. Paidós, España. 1992 Pág. 100-132

TERMS OF USE FOR ALL USERS. (s. f.). Onlyfans. Recuperado 5 de mayo de 2022, de <https://onlyfans.com/terms.html>

Trujano Ruiz, P., Dorantes Segura, J., Tovilla Quesada, V. (2009) *VIOLENCIA EN INTERNET: NUEVAS VÍCTIMAS, NUEVOS RETOS*. Lima: Liberabit. Revista Peruana de Psicología. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68611923002>

Vicens, M (2018) *¿El sexo vende? Erotismo, moralidad y público femenino en La Mujer (Argentina, 1899-1902)*. Chile: REVISTA NOMADÍAS, Número 25. Disponible en: <https://nomadias.uchile.cl/index.php/NO/article/view/51503>