



***EXPRESSÕES DE CORPOS DIVERSOS EM ESPAÇOS DE ENCONTRO  
DIGITAIS***  
***EXPRESIONES DE CUERPOS DIVERSOS EN ESPACIOS DE ENCUENTRO  
DIGITALES***  
***EXPRESSIONS AROUND THE HEGEMONY OF BODIES IN DIGITAL  
MEETING SPACES***

*Soraya Calvo González*<sup>1</sup>

*Ivan Gómez-Beltrán*<sup>2</sup>

*Diego Fernández-Fernández*<sup>3</sup>

**RESUMO**

Apresenta-se uma visita analítica, orientada para levantar alguns determinantes que configuram os processos de auto-representação e relação nos espaços digitais e que estabelecem as bases teóricas de uma abordagem didáctica desenhada pelo Conselho de Juventude das Astúrias (Espanha). Depois de se aprofundar nas características do modelo comunicativo e propor orientações estruturais para espaços de socialização online, o artigo enquadra a construção de simbolismos em torno das aplicações de citação (Wapo, Wapa, Tinder e Grindr) como seu tema central. O foco da análise é colocado nos usuários dessas aplicações, contemplados de uma perspectiva crítica com uma abordagem feminista. Propomos uma abordagem que aprofunda a hegemonia binária de gênero como força na auto-significação das identidades digitais e na dinâmica de interação. Finalmente, delineamos conclusões relevantes com o objectivo de

---

<sup>1</sup>Doctorado en Equidad e Innovación en Educación. Universidad de Oviedo, Asturias, España.

<sup>2</sup>Doctorado en Género y Diversidad. Universidad de Oviedo, Asturias, España.

<sup>3</sup>Máster en Intervención e Investigación en Educación. Universidad de Oviedo, Asturias, España.

despatriarizar a educação com base numa proposta de formação de professores e profissionais da educação apresentada no guia "Novos espaços de sedução".

**PALAVRAS-CHAVE:** Identidade digital. Relações interpessoais. Expressões de género. Apps de encontros.

## RESUMEN

Se presenta un recorrido analítico orientado a plantear algunos determinantes que configuran los procesos de auto representación y relación en espacios digitales y que sientan las bases teóricas de un planteamiento didáctico diseñado por el Consejo de la Juventud de Asturias (España). Tras profundizar en los rasgos del modelo comunicativo y plantear pautas estructurales de los espacios de socialización en línea; el artículo enmarca como tema central la construcción de los simbolismos en torno a las *apps* de citas (Wapo, Wapa, Tinder y Grindr). El foco del análisis se pone en las personas usuarias de estas aplicaciones, contempladas desde una perspectiva crítica con enfoque feminista. Planteamos un abordaje que ahonda cómo la hegemonía binarista de género se erige como elemento de fuerza en la autoresignificación de identidades digitales y dinámicas de interacción. Por último, se esbozan conclusiones relevantes con el objetivo de despatriarizar la educación a partir de una propuesta de formación del profesorado y profesionales de la educación planteada en la guía "Nuevos espacios de seducción".

**PALABRAS-CLAVE:** Identidad digital. Relaciones interpersonales. Expresiones de género. Apps de citas.

## ABSTRACT

In this article we present an analytical review oriented to raise some determinants that shape the processes of self-representation and relationship in digital spaces and that lay the theoretical foundations of a didactic approach designed by the Youth Council of Asturias (Spain). After delving into the features of the communicative model and proposing structural guidelines for online socialization spaces, the article frames the construction of symbolisms around the quotation apps (Wapo, Wapa, Tinder and Grindr) as its central theme. The focus of the analysis is placed on the users of these applications, contemplated from a critical perspective with a feminist approach. We propose an approach that deepens how the binary hegemony of gender stands as a force in the self-signification of digital identities and interaction dynamics. Finally, we outline relevant conclusions with the aim of depatriarizing education based on a proposal for training teachers and education professionals developed in the guide "New seduction contexts".

**KEYWORDS:** Digital identity. Interpersonal relationships. Gender expressions. Datingapps.

\* \* \*

## Introducción

En el marco contextual de la sociedad red, con todos los elementos estructurales que la sostienen (patriarcado, capitalismo, conceptos hegemónicos de ciencia y tecnología), se ha generado un universo de contextos y herramientas destinadas al

acercamiento, encuentro, disfrute y vivencia común. Las aplicaciones y redes sociales referentes como WhatsApp e Instagram acaban conformando el plano TIC más inmediato y relevante para la mayoría de la población; que ve cómo sus accesos digitales están orientados explícita o implícitamente a la satisfacción de anhelos relacionales. No en vano, la motivación relacional parece ser la prioritaria por la que las personas utilizan Internet en su vida cotidiana.

El contexto al que nos enfrentamos cuando hablamos del influjo de las TIC es muy complejo. Existe una cultura no siempre evidente que establece patrones de conducta y modos de expresión que son asumidos y repetidos por las personas que habitan estos espacios sin que sean en muchos casos conscientes. Ni todas las redes sociales se utilizan para lo mismo, ni todos los elementos analógicos de la comunicación verbal tienen representación directa en estos espacios de encuentro. Asimismo, estos espacios presentan la necesidad de negociar la dualidad público/privado; planteando la intimidad como algo que gestionar (FERNÁNDEZ Y GUTIÉRREZ, 2017).

Las tecnologías se estructuran, mediante la acción de las personas usuarias y del entorno cultural en el que se presentan, como mediadoras emocionales y espacios líquidos que sientan bases estratégicas y estructurales de relaciones significativas. Son posibilitadoras de la vida social pero, a su vez, es incoherente entenderlas como “espacios tecnológicamente parcelados” debido a su influencia en las vivencias analógicas, nutridas y engarzadas de manera directa con ellas. Existe continuidad entre planos, permaneciendo conectados y pudiendo verse en ambos los cambios que a través del otro se suceden (BOYD, 2007).

En estos planos nos presentamos gracias a un proceso de auto identificación y representación. Las identidades digital es responden a la realidad auto percibida y/o deseada del “yo”, generalmente a modo de soporte de la asumida analógicamente (LEMUS, 2017), y se extienden a través de los diferentes contextos sociales en forma de perfiles. Estos perfiles se convierten en una primera presentación pública de la persona que derivan en “primeras impresiones” y funcionan como simulacros de la presencia física en formato “tarjeta de visita”. Tales simulacros muestran una clara orientación a los/as otros/as en donde las respuestas recibidas (comentarios, “Me Gustas”, reacciones, etc.) a las pruebas puestas en juego ofrecen información sobre lo que socialmente es valorado en clave positiva o negativa. A través de este mecanismo se

construyen imágenes personales que conjugan los deseos de cada cual y lo percibido en lo/as otro/as.

El papel que la cultura hegemónica y patriarcal tiene en la construcción de las identidades digital es debe ser tenido en cuenta. En los procesos de auto-conceptualización identitaria los imaginarios cultural es tienen una fuerza determinante y el sistema de valores desplegado dependerá de percepciones personales, experiencias y grado de alineación social. Los referentes sociales que influyen en el proceso de socialización, digitalizado o no, atiende a modelos estereotipados asentados en un contexto de mercado, de gran consumo, y que perpetúan diferencias de género sexistas. Los referentes sociales se promueven a través de diferentes vías, que van desde los tradicionales medios de comunicación, hasta formas novedosas y muy adecuadas a este contexto digital, como los y las influencers (TARAMONA, 2018). ¿Cómo entender y atender a la diversidad de los “yo es” en un marco en el que prima la individualidad acordada y la homogeneidad superficial?

Tras la situación y presentación del “yo” ideal, con todo lo que ello conlleva, llega el proceso comunicativo. En las siguientes líneas trataremos abordar rasgos definitorios del modelo de comunicación afectiva en entornos digital es aludiendo a aquellas cuestiones definitorias que nos permitan comprender las dinámicas interactivas y emotivas. Para ello, partimos de una concepción de las identidades no solo digitales en donde el poder de la performatividad y la superación de la dicotomía masculinidad-feminidad hegemónica tienen importancia clave.

Este artículo plantea el posicionamiento teórico que en marca una propuesta formativa de carácter no formal contextualizada en la Comunidad Autónoma de Asturias (España) y desarrollada en la guía “Nuevos espacios de seducción”(FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ; GÓMEZ-BELTRÁN, 2019). La guía está publicada por el Consejo de la Juventud del Principado de Asturias, un organismo autónomo de la administración pública asturiana orientada al trabajo socioeducativo y comunitario con la juventud del entorno. Se plantean cuatro unidades didácticas diseñadas para el trabajo con personal docente y educador, formadores/as y profesionales. La guía incorpora materiales de apoyo y estrategias de evaluación formativa orientadas a la mejora. El objetivo principal de este planteamiento didáctico es generar espacios formativos críticos y reflexivos sobre los agentes de socialización patriarcal (MARTÍNEZ Y RAMÍREZ, 2017) de manera que las personas profesional es

ejerzan efecto multiplicador y sean capaces de atender a grupos diversos en cuanto a género y sexualidad.

### **Narrativas y comunicación afectiva en espacios digitales: determinantes, transformaciones y dinámicas**

Las iniciativas comunicativas son cada vez más numerosas, están desubicadas de un plano físico y su naturaleza es muy compleja; estando el proceso de estudio en torno a las tendencias contemporáneas de la comunicación todavía en procesos reflexivos iniciales (GIRALDO-DÁVILA; MAYA-FRANCO, 2016). Los rasgos a analizar requieren un estudio multifocal debido tanto a la no fácilmente monitorizable diversidad de herramientas digitales incorporadas potencial o efectivamente como a las particularidades de uso y despliegue. Para poder analizar este modelo debemos acudir a la naturaleza de los relatos y al aparataje que supuso un punto de inflexión verdadero: las narrativas digitales de vida.

Las narrativas digitales no ficcionales o de vida (CALVO, 2014) refieren los relatos desplegados en entornos digitales y socializados para la expresión y la comunicación en el marco de las relaciones personales. Desde la irrupción de los entornos interactivos y la democratización de las aplicaciones de comunicación instantánea, estas narrativas se plantean desde la sincronía y suponen una alternativa real a la comunicación analógica y/o a la digital de tipo asíncrona, como el email. Existen narrativas digitales de vida públicas, semi públicas y privadas en función de con quién nos relacionamos, lo que estamos contando y el espacio en el cuallo estamos haciendo.

La palabra, aun estando presente en las narrativas digitales, no asume el carácter dominante del que presume en los relatos analógicos; siendo incorporados en este tipo de narraciones elementos multimedia de significación y sentido que, además, se implican en la reconstrucción del código articulado en las interacciones personales. Pasamos del texto plano uní media a un discurso transmediático (SCOLARI, 2016) que reclama a los sentidos en su conjunto y que ha generado un intenso debate académico.

Con el fin de superar el discurso que antepone la comunicación verbal analógica a la comunicación digital es pertinente señalar que la evidencia nos muestra que la convivencia entre ambos modelos es evidente. Se sustituyen ciertos elementos de la

comunicación analógica (especialmente aquellos que hacen referencia a la llamada comunicación no verbal) por estrategias que aprovechan las tecnologías existentes y las ponen al servicio de la intencionalidad de las personas y sus mensajes. Un ejemplo es el uso de en fatizaciones que sirven para remarcar y dar más importancia al significado de las palabras o expresiones, como la adicción de letras al final de la palabra, la inclusión de caracteres especiales, signos de exclamación, negritas, diminutivos o mayúsculas. En lo que se refiere a la comunicación verbal más textual, destaca el que las palabras también se personalizan, creando nuevas versiones íntimas que son resignificadas circunscribiéndose a las propias realidades emocionales y solo tienen sentido en torno a idearios compartidos privados. Esas construcciones personales o grupales a partir de palabras cotidianas pueden llegar a convertirse en mensajes simbólicos propios, “lemas” o “himnos”. Una cuestión llamativa en esta vertiente es la que tiene que ver con los *hashtags*, que vienen incorporándose como nuevo recurso de personalización del lenguaje, asumiendo estas etiquetas un comportamiento enfatizador o vinculador según su uso.

Junto a determinadas estrategias textuales, la primacía de la imagen como agente expresivo parece sobradamente demostrado. Los medios de comunicación de masas se sirven de las imágenes continuamente para comunicar, narrar e informar; siendo además un elemento simple y rápido más eficaz para fidelizar. La imagen es el elemento básico de la representación de uno/a mismo/a en las redes sociales, muy potenciado por su propia naturaleza tecnológica en donde priman cuestiones técnicas y estéticas. Existen muchos tipos de imágenes: desde las fotográficas, realistas; las icónicas, como los selfies (CALVO; SAN FABIÁN, 2018), hasta aquellas más abstractas.

En cuanto a los emojis, estos personalizan el contenido compartido y se convierten en un elemento de gran importancia tal y como aclaran revisiones precedentes (MARTINELL, 2018; CUADRADO, MARTÍN-MORA; FERNÁNDEZ, 2015). El lenguaje al que estos emoticonos refieren requiere una alfabetización muy específica y de tipo casi contextual, ya que sus significados varían poderosamente según el contenido de las narrativas digitales en formato texto y las fotografías que los acompañan. Los emoticonos, al igual que los *hashtags*, son utilizados para sustituir aspectos de la comunicación no verbal y enriquecer emotivamente el lenguaje. Revelamos una apropiación social de los significados pre-determinados de los emoticonos, lo que deriva en una resemantización significativa que convierte estos

elementos en códigos profundamente íntimos, posibilitando nuevas posibilidades de comunicar emoción.

No podemos hablar de emojis sin incluir otro elemento dotado de carga simbólica: los memes. Desde sus inicios, los memes han sintetizado idearios extensos en forma de imágenes, palabras o montajes visuales. Los memes suponen un anclaje de significantes diversos enraizados en la base profunda de la cultura de Internet que por sí mismos tienen carácter explicador, generador y de sentencia. La forma en que se insertan en las interacciones cotidianas ya sea privadas o públicas justifica la relevancia que tiene tenerlos en cuenta para analizar modelos de comunicación en entornos digitales (GAL; SHIFMANY KAMPF, 2016).

### **El papel de las interacciones en la socialización digital: más allá de los “Me Gustas”**

Las dinámicas de interacción en espacios digitales son cambiantes y están en continuo proceso de contextualización ya que dependen en gran medida del formato y espacio en donde son desplegadas. Estas interacciones son el resultado tanto de un aprendizaje vicario tras asumir el rol de personas espectadoras ante los contactos presentados por personajes mediáticos relevantes en sus perfiles sociales; como de un aprendizaje por experimentación, tras la propia puesta en marcha de actuaciones en base a concepciones previas y habilidades comunicativas propias (GENNER YSÜSS, 2017).

Uno de los elementos más representativos de estas interacciones son los “Me Gustas”. Estas reacciones parecen medir la salud en clave de popularidad y estatus social de los perfiles de chicos y chicas y suponen una de las motivaciones esenciales, junto a la búsqueda de contacto íntimo y emocional del uso de las tecnologías (JANG, HAN; SHIH; LEE, 2015). Los “Me Gustas” son usualmente relacionados con el auto concepto y la autoestima, así como con la sensación de pertenencia a un grupo social. Debemos de tener en cuenta esas relaciones tanto en positivo como en negativo: obtener “Me Gustas” será un refuerzo en positivo, y no obtener “Me Gustas” podría vincularse con dificultades sociales o sensaciones de abandono o de “no valía”. Los “Me Gustas” también se ejecutan en clave de competición, asumiéndose no solo el número de “Me Gustas” que una persona ha recibido, sino también su distancia multifocal con las cifras del grupo de pares. El número de “Me Gustas” no es, por lo tanto, una cifra abstracta y descontextualizada. Viene a ilustrar el nivel de popularidad y valorización social, ya sea

esta digital o analógica, que tiene el perfil concreto y de esta manera, la persona que da vida analógica a ese perfil (CALVO, 2017). En las cuentas personales, los “Me Gustas” recibidos parecen no ir en la línea de una evaluación puntual del contenido divulgado, es decir, no expresan aisladamente la opinión sobre una foto o un texto. Los “Me Gustas” parecen tender a evaluar el aprecio sentido hacia la propia persona. No es un “Me Gusta tu publicación”, es un “Me Gustas Tú”, de ahí su posible importancia a la hora de entender el propio proceso de auto identificación y auto representación en espacios digitales. En la actualidad, y tras el estándar promovido por los “Me Gustas” que consiste en interacciones simples y ágiles para expresar una opinión limitada sobre la otra persona, la irrupción de nuevas utilidades que posibilitan la interacción, como las historias de Instagram, han complejizado este espacio de estudio.

Debido a las múltiples y actualizadas posibilidades (tanto en cantidad como en formatos) de interacción que presentan los espacios digitales, consideramos que puede favorecerse la puesta en marcha de estrategias de medición y/o comprobación en torno al marco socio afectivo propio. Debemos recordar que el uso prioritario que le damos a las TIC es el relacional (IAB, 2019); por lo que entendemos que la intencionalidad socio-afectiva debe ponerse en el centro de nuestros esfuerzos desde las pedagogías feministas. En esta línea, y aprovechando las utilidades que nos ofrecen las TIC, podremos plantearnos analizar la forma en que las búsquedas activas de contacto se convierten en maniobras fuertemente mediadas por la socialización de género para analizar la manera en que el entorno cerca no ofrecer es puestas o señales en base a vínculos proyectados o existentes. Podríamos aventurarnos a establecer una tipología inicial de estrategias de medición y comprobación del vínculo en función a la intencionalidad de base: acercamiento, confirmación, afianzamiento y desvinculación.

Para acercarnos a estos tipos de protocolos informales es relevante señalar que es común desplegar intentos de contacto con cierta distancia temporal y a través de diferentes vías para comprobar la interacción activa o pasiva de la tercera persona monitorizando canal es complementarios. De esta manera, se trata de obtener una visión lo más profunda posible de la situación interactiva y de sus motivaciones. A modo de ejemplo, podemos describir una situación cotidiana de estrategia de confirmación del vínculo. En el marco de una relación, estable o no, una de las personas escribe a la otra persona un mensaje privado a través de un mecanismo de mensajería instantánea como WhatsApp. La persona receptora del mensaje lee el mensaje (y así lo recibe la persona emisora, que puede ver el doble *check* azul), pero no contesta. La persona emisora

puede plantearse diferentes escenarios explicativos del motivo por el cual no ha obtenido respuesta: la persona emisora pudo leer, pero no ha tenido tiempo para contestar; la persona emisora leyó el mensaje, pero no contesta por motivación personal; a pesar de que el doble *check* es de color azul realmente la persona no tiene el móvil cerca y ni ha leído el mensaje ni ha contestado etc. Esta variabilidad de posibilidades puede generar cierto estado de ansiedad anticipatoria, la cual puede solventarse gracias a la puesta en marcha de una estrategia de comprobación, como puede ser subir una historia de Instagram y analizar el acceso o no a la misma por parte de la persona receptora. Si la persona receptora que no ha contestado el mensajes ve la historia de Instagram, la persona emisora puede comprobar que sí tiene acceso al móvil y que la falta de respuesta viene de una motivación personal. Si la persona no ve la historia puede ser que no tenga acceso al móvil en ese momento y/o que no tiene tiempo para utilizar las redes sociales. La manera en que estas comprobaciones son analizadas y posteriormente interiorizadas como situaciones reales va a depender de múltiples motivos. Entre ellos la confianza en el vínculo, la autoestima personal o la capacidad de relativizar la situación digitalizada dada por válida.

Todas estas búsquedas de contacto también pueden ser concebidas como estrategias de mediación para puentear inseguridades y elementos inhibidores del acercamiento físico, ayudando a la superación de los pequeños retos implícitos en las relaciones interpersonales y el contacto cara a cara. Si las redes y los programas de mensajería instantánea son (tal y como defendemos) propiciadores del encuentro en persona, la comunicación establecida a partir de esas herramientas puede entenderse también como un ensayo que forma parte del juego de búsqueda y seducción; una especie de elemento performativo. Tras el encuentro, y cuando la relación entre las personas que forman parte de la comunicación está ya conformada, las tecnologías pueden servir también para solventar situaciones de conflicto o dificultad (MOREY, GENTZLER; CREASY; OBERHAUSERY WESTERMAN, 2013). Queda pendiente explorar la manera en que este tipo de situaciones tienen impacto en la manera de gestionar las relaciones interpersonales y su capacidad de sentenciar o determinar vinculaciones en el plano analógico.

### **Claves estructurales para comprender los espacios de encuentro digitales en clave íntima**

La comunicación es un hecho intrínseco en las relaciones humanas. Construimos nuestras identidades y relaciones a través de la interacción con otras personas y, gracias a esto, se conforman nuestras vivencias y experiencias personales. Somos cuerpo(s), historias y realidades surgidas en sociedades que nos dicen cómo debemos ser, y que establecen una manera normativa de existir y comunicarse —también en el espacio digital. Estas reglas condicionan nuestro día a día, determinando nuestras relaciones y convivencias con las demás personas. Podemos afirmar, entonces, que los cambios tecnológicos y culturales de las últimas décadas han condicionado la manera en la que “decimos las cosas”, pero, a la vez, se han entrelazado con nuestra mochila experiencial, con lo que somos, lo que queremos ser y con quién queremos estar.

La tecnología se ha conectado con la vida cotidiana hasta tal punto que nuestra experiencia del mundo, nuestras subjetividades e incluso nuestras vivencias del placer se conforman a través de los diferentes aparatos electrónicos que nos rodean (ESPINOZA, 2015; LLOYD; FINN, 2017; CALVO, 2017). Si hablamos de tecnologías como un nexo global no podemos obviar la relevancia que tienen el punto de acceso físico a las mismas, que en la actualidad tiene un protagonista clave: el teléfono móvil.

En línea con Amparo Lasén (2016), coincidimos en que estos aparatos operan activamente en lógicas de subjetivización y vinculación, aumentando las posibilidades de crear nuevas relaciones de amistad, amor, compañía, refuerzos positivos y foco hacia lo/as otro/as. El aparato queda enganchado a los procesos vitales que de él surgen y actúa a modo de una “prótesis”, en una extensión corporal (LASÉN, 2014, EN LASÉN; CASADO, 2014) que funciona como amplificadora de nuestras capacidades comunicativas y, al mismo tiempo, posibilita nuevas formas de interacción social, participando de los procesos de individuación, auto concepto y reconocimiento (CALVO, 2017).

De esta conexión entre el *smartphone* y los cuerpos ha surgido lo que Qiu (2007) denomina una “correa inalámbrica”, es decir, una sujeción invisible y una interdependencia tecnológica que nos mantiene atadas/os a la necesidad de un posible contacto con nuestro círculo más íntimo y cercano: debemos estar siempre disponibles y accesibles, 24 horas al día, siete días a la semana. Esta interdependencia tecnológica se da en la sociedad contemporánea occidentales, pero no como algo negativo ni exclusivo de la población joven. Implica, más bien, un conjunto de condicionantes entre los que se encuentran beneficios y perjuicios. La “correa inalámbrica” no viene a sustituir una sociedad utópica de “sujetos libres”, sino que actualiza y transforma las formas

tradicionales de sujeción, comunicación y dependencia (LASÉN, 2014 ENLASÉN; CASADO, 2014). Consideramos que esta generación de estrategias de control sutiles es determinante a la hora de esbozar un modelo de relación afectiva dominado por lo ubicuo y lo líquido. La ritualización de determinadas situaciones cotidianas (mandar un mensaje de buenas noches o buenos días, avisar al llegar a casa o al trabajo, compartir fotografías en o tras viajes, salidas nocturnas, etc.) o la imposición de la respuesta obligatoria y temporalmente medible se convierten en dinámicas de control que obedecen a lógicas supuestamente coherentes en base a compromisos no explícitamente pactados pero asumidos. Faltar a una de las exigencias derivadas de esa ritualización de la vida en común puede convertirse en un conflicto y ser interpretado como un intento de desvinculación, una deslealtad al compromiso.

Valoramos detenemos en la forma en que este dispositivo, el teléfono móvil, se convierte en un mando de control de interacciones personales a partir del cual podemos calmar ansiedades e inseguridades de manera incluso física, gracias a las pantallas táctiles eso el carácter multiformato de los programas de mensajería instantánea. A su vez, este aparato actúa como una especie de cerrojo a la intimidad, generando en ciertas dinámicas relacionados un anhelo de apertura. La resignificación del móvil como la puerta de acceso a la realidad “pura” de la vida privada de las personas sugiere un deseo de conocer a la otra persona en base a sus secretos; entendiendo que estos resultan prioritarios para la lectura emocional de los vínculos. La gestión de este anhelo atendiendo a inseguridades personales, deseos de control o jerarquía relacional patriarcal puede derivar en conductas violentas.

Las redes sociales y, particularmente las *apps* de citas, se convierten así en espacios de negociación de la intimidad, de la privacidad y de las subjetividades en nuestras relaciones (ENGUIX; GÓMEZ-NARVÁEZ, 2017). A través de estas *apps* buscamos la conexión con otras personas y la creación de vínculos de muchos tipos, pero todos ellos guiados por nuestro deseo de agradar, caer bien, enamorar o resultar deseables, entre otras posibilidades.

### **Normatividad y espacio digital**

Una referencia constante tanto proveniente de la creencia popular como de los estudios académicos es aludir a los espacios virtuales y analógicos como dos entidades separadas e incluso excluyentes. Tal es así que incluso las personas que hacen uso de las

redes sociales y de las *apps* de citas inciden en este aspecto, recalcando la frialdad, inseguridad y desconfianza que les transmite el espacio virtual en comparación con las conversaciones presenciales o “cara a cara” (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 2017).

Sin embargo, el reconocimiento de los diferentes parámetros que funcionan en ambos espacios comunicativos (WHITTY; GAVIN, 2001) no tendría por qué ir vinculada consujerarquización y moralización. El binarismo cartesiano mente/cuerpo se sublima en el mundo contemporáneo en la dualidad espacio virtual/no virtual. La diferencia entre ambas fórmulas es dotada de significación moral y discursiva a través de la jerarquía entre una manera adecuada de comunicación (cara a cara) y otra que no solo no ofrece garantías de éxito, sino que nos pone en peligro (virtual).

Los discursos en base a los que se interpretan las redes sociales en su conjunto, y las *apps* de citas en particular, tienden a interpretarlas como productos de la modernidad líquida (BAUMAN, 2006) y de una degeneración de los valores tradicionales y emocionales sobre los que se asentaba la sociedad pre-revolución tecnológica. De este modo, se produce una jerarquización entre un espacio afectivo, cálido, emocional y de confianza y otro de carácter frío, deshumanizado y peligroso. En esta argumentación el eje analítico no se posiciona en la falta de una educación mediática efectiva y feminista, estructurada en torno a la promoción de los buenos usos y gestión positiva de estas herramientas, sino sobre el carácter alegórico que representan las redes como estandartes de una supuesta modernidad deshumanizada.

Otro de los aspectos más reseñados al hablar de las redes sociales y del uso que se hace de ellas es la ya mencionada falta de sistemas de regulación o contención (WHITTY; GAVIN, 2001). De acuerdo con esto, el mundo virtual se despliega en un universo carente de normas o, al menos, en el que estas no tienen el impacto que sí poseen en nuestro día a día. Son espacios que, si bien representan una potencialidad de libertad y desenfado, también nos enfrentan con los miedos culturales al caos y la falta de normativas que “ordenen” nuestra realidad. Sin embargo, debe tenerse presente que lo virtual, al igual que cualquier otro espacio de interacción social, está determinado por una serie de reglas que le dan sentido y que son de una naturaleza diferente a las que condicionan los encuentros presenciales (WHITTY; GAVIN, 2001). La des-regulación que los/las usuarios/as perciben en los espacios virtuales es el fruto, más bien, de la inestabilidad causada por la transformación que la tecnologización de la sociedad contemporánea está produciendo en aspectos como la intimidad, la privacidad y la accesibilidad inmediata, más que a una ausencia de normas.

Pero no es solo esta comprensión del mundo virtual como deshumanizado, descorporalizado y desnormativizado la que condiciona las interacciones. El mencionado carácter “protésico” del *smartphone* (LASÉN, 2014, p. 26 apud LASÉN; CASADO, 2014) también nos introduce en una manera de entender el espacio digital como una extensión de nuestras capacidades humanas, es decir, como algo ajeno y a la vez propio, una combinación tecno-humana con implicaciones en nuestras relaciones. Es este carácter externo, complementario y extensor, el que nos permite abstraernos de la normatividad social, percibiendo lo digital, debido al carácter artificial de lo protésico, como algo falso e irreal.

### **Normatividades adulto centristas y el rechazo a la socialización juvenil como base del sistema patriarcal**

En los últimos 15 años se han puesto sobre la mesa los riesgos que encierran las redes sociales, los nuevos medios de comunicación y, en general, los productos culturales de la globalización (BAUMAN, 2006; BONAVIDA, 2015). Estas críticas han convertido a las *apps* de ligue en una metáfora de los males y los beneficios de la modernidad.

Por un lado, se aplaude la rapidez de la comunicación y la interacción global. Hablamos de encuentros inmediatos, simples y rápidos en los que no tenemos que invertir, en principio, altas dosis de esfuerzo ni de tiempo. La sencillez de estas plataformas ha sido uno de los puntos fuertes en su difusión. En este sentido destaca Tinder, pues se ha convertido en una de las plataformas de contactos más utilizada en España y en gran parte de Europa y América. Tanto su algoritmo bilateral, es decir, el que solo se pueda iniciar la conversación si ambas/os usuarias/os dan *like* (“Me Gustas”), como el carácter intuitivo de la interfaz y el sistema de *swipeo* (deslizamiento de perfiles), son características que han hecho muy atractiva a esta *app*. Por primera vez, un target de jóvenes entre 18 y 25 años (sobre todo en entornos urbanos) se plantean utilizar servicios de citas online.

Otro aspecto positivo de estas plataformas es que han roto barreras como la edad, el lugar de residencia o los diferentes gustos y ambientes, ampliando los principios sobre los que, anteriormente, se construían las relaciones. Ahora, personas de diferentes edades, contextos geográficos y culturas pueden comunicarse con la misma inmediatez que si compartieran un mismo espacio geográfico. Pero no solo se han

transformado estas variables, sino que también otros elementos más subjetivos como la timidez o la vergüenza han dejado de ser una dificultad en las relaciones digitales. Las redes han facilitado la despersonalización de la comunicación y, si bien esto tiene consecuencias negativas también puede favorecer el juego de la seducción al crear un espacio de seguridad, tranquilidad y pausa en el que pueden pensarse las cosas dos veces antes de contestar o decidir qué imágenes se quieren mostrar.

Por otro lado, cada vez ganan más peso las críticas negativas contra estas redes sociales. En muchas ocasiones las usuarias/os de estas *apps* hacen referencia a la desconfianza de las interacciones que se producen en ellas, ya que cualquier usuario puede modificar su identidad e incluso suplantar la identidad de otra persona. La hipervisibilidad o, quizás más apropiadamente, la hipervisualidad, es decir, la creciente importancia de la imagen trae consigo una tensión en el control de aquello que queremos dejar ver a los/las demás. Si bien se puede afirmar que estas plataformas nos permiten cierto control de nuestra identidad digital, lo cierto es que, al mismo tiempo, resulta complejo re-definir cuáles son los límites de este control, pues no quiere decir, primero, que los/las demás vayan a percibir nuestro perfil tal y como deseamos y, segundo, que vayamos a tener la certeza de que los/las demás nos dicen la verdad.

Otro de los aspectos negativos que se señala frecuentemente y que resume las críticas a la modernidad hace referencia a la ruptura con los valores tradicionales, la desaparición de las interacciones analógicas y la transformación de la juventud en un sector de la población que busca única y exclusivamente su propio placer y que ha asumido pautas de consumo también en lo concerniente a los cuerpos y a los vínculos afectivos. Las falsas referencias de los medios de comunicación a esta nueva sociedad deshumanizada hacia la que supuestamente nos encaminamos nos sugieren que las *apps* de citas van a acabar con la interacción humana y sus aspectos emocionales. Pero estas críticas no son únicamente externas, sino que en muchas ocasiones también los propios usuarios/as señalan la despersonalización que se da en estas redes, ya que las perciben como herramientas frías, artificiales y muy impersonales en las que se pierde la “química”, la calidez y la cercanía, convirtiendo las interacciones humanas en experiencias limitadas (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 2017).

Esta forma de entender los nuevos espacios de seducción mediados por la tecnología tiene un eje vertebrador: la imposición de una normatividad adulta centrista y de poder. Desde esta perspectiva en la que las personas adultas son seres racionales y maduros frente a la irracionalidad e inmadurez de la juventud, muchas de las críticas

adquieren un claro perfil generacional desplegándose, en muchos casos, desde el desconocimiento no ya de las diferentes interfaces o dispositivos, sino de los motivos, necesidades, efectos y afectos que se ven envueltos en el uso de estas *apps*. Un sector de la población se ha resistido a aceptar y valorar estas plataformas como espacios legítimos de socialización llegando a desecharlos e infravalorarlos, cuando lo que en realidad está en juego es la percepción de lo que entiende como una amenaza: la transformación de las maneras tradicionales de seducción y socialización. Estos argumentos se manifiestan como críticas a la juventud y a sus formas de socialización sin tener en cuenta los motivos y los porqués de estos nuevos usos y medios. Asimismo, consideramos que las prácticas educativas que ponen en juicio esta estructura educativa vertical responden a uno de los retos clave de las pedagogías feministas (BEJARANO, MARTÍNEZ; BLANCO, 2019): la contra-pedagogía del poder.

### **¿Pérdida o re-definición de la intimidad?**

La pérdida de intimidad en la era 3.0. se ha relacionado frecuentemente con la constante conexión a internet y la creciente interdependencia del uso del *smartphone*. La revolución tecnológica ha amplificado nuestra exposición, lo que ha ocasionado que se desarrollen ciertas sensaciones de vulnerabilidad y miedo a que se descubran nuestros secretos y vidas privadas. Internet, ese espacio inmenso y casi ilimitado de información, nos ha enfrentado, paradójicamente, a nuestros miedos individuales de exposición pública. Esta tensión entre enseñarlo suficiente para describirse y no mostrar demasiado es, quizá, uno de los conflictos principales en el uso de las *apps* de contactos y demás redes sociales. Las posibilidades son inmensas, pero en todas ellas se evidencia un diálogo propio entre las redes, los/las usuarios/as, y las maneras en las que personal y socialmente entendemos la intimidad.

Lo que entendemos por intimidad actualmente está cambiando y ya no podemos analizar y reflexionar sobre esta noción como hace unas décadas. Debemos ampliar nuestra perspectiva a la hora de analizar la exposición de la intimidad que vive la juventud para no caer, una vez más, en prejuicios adulto centristas. Más que con una pérdida o ruptura radical de la intimidad, con lo que nos encontramos actualmente es con su negociación y re-definición constante, basada en la rearticulación de lo que entendemos por apertura y proximidad (ARDÉVOL; GÓMEZ-CRUZ, 2012). La interacción en las redes sociales y en las plataformas de citas no tiene por qué ser una

exhibición pública de asuntos privados o una confesión de sentimientos privados, como mencionaba Bauman (2006) en relación con la liquidez de la modernidad. Estos espacios digitales, a través de su uso y sin olvidar un claro componente experimental no siempre positivo, permiten comprender emociones, compartir afectos, construir vínculos significativos y crear redes de apoyo colectivo. Lo que se ha llamado confesión también puede ser entendido como una manera de comunicación emocional donde las redes han permitido liberar una parte de nuestra realidad que no debería haberse limitado, reducido e invisibilizado al mundo de lo privado, en tanto que alejado de la exposición pública.

En este sentido, existe una variedad de opiniones acerca del papel social que tienen estas plataformas. Para unas investigaciones son dispositivos en los que se reproducen los discursos que frecuentemente mantienen el orden patriarcal (LASÉN, 2014, GARCÍA, 2014 apud LASÉN; CASADO, 2014) e incluso en los que, debido a la falta de sistemas de regulación y sanción social, se dan más intimidaciones y agresiones (WHITTY; GAVIN, 2001). Lo digital, en esta línea, se convierte en un amplificador para la estereotipación desde el momento en el que hablamos de relaciones y vínculos afectivos, pues de la misma forma que se reproducen falsos ideales y ficciones sobre el aspecto físico y orientaciones sobre consumos y gustos, también surge todo un imaginario y una corriente de pensamiento sobre el significado de los cuerpos, el amor y la sexualidad (CALVO, 2017). Para otras investigaciones, en cambio, a pesar de reconocerlos aspectos negativos de estos contextos digitales, entienden las redes sociales como espacios de rearticulación, subversión y resistencia (LLOYD; FINN, 2017). La necesidad de articular propuestas de despatriarcalización de estos espacios resulta evidente si desde la praxis educativa queremos generar relatos emancipadores feministas que incluyan las diversidades sexo afectivas como elementos centrales de la transformación social y personal, abordando todos los márgenes de significación vinculados (FLORES, 2019).

### **El perfil de las apps de ligue como *performance* digital que analizar desde el género**

Las redes y, en concreto, plataformas como Tinder, Grindr, Badoo, Wapa/Wapo visibilizan los procesos de construcción de la identidad, permitiendo nos establecer comparaciones entre la *performance* analógica y la *performance* digital. Las redes nos aportan información muy relevante sobre nuestro comportamiento digital y no digital. Son espacios que por su naturaleza tecnológica ponen en evidencia el carácter

construido de la identidad, es decir, hacen visible, a través de las herramientas que ofrecen, cómo nos construimos, etiquetamos y moldeamos hasta dar con una imagen del “yo”, una identidad digital, deseada. Las redes permiten desnaturalizar los procesos de construcción de la identidad, haciendo evidente su carácter performativo, normativo y naturalizado.

Tomando las palabras de Louis Althusser (1989, p. 202): “los que están inmersos en la ideología se creen, por definición, fuera de ella”. Estas aplicaciones pueden servirnos precisamente como herramientas con las que visibilizar los procesos de construcción y reflexión en torno a la identidad dentro de un sistema heteronormativo – matriz heterossexual – que define y limita nuestras posibilidades de existencia (BUTLER, 2013). Estamos inscritos en una red normativa que no solo construye un deber ser, es decir, una idea sobre aquello que es normal, natural y deseable, sino que además sirve para despolitizar aquello que es considerado normal. La construcción de la identidad digital que promueven estas *apps*, así como los discursos mencionados respecto al carácter protésico y la división virtual/no virtual permiten evidenciar el carácter construido de la identidad y promover una reflexión en torno a ella.

Los perfiles creados en las *apps* de contacto son espacios de descripción y construcción de una determinada imagen del “yo” con la que, por lo general, buscamos resultar atractivas/os e interesantes de cara a aquello que pretendemos obtener. Las personas usuarias crean, como mencionan Óscar Mesa y Rafael Marfil (2018, p. 68), una imagen de marca a través de un proceso de *performance* digital en la que el objetivo principal es resultar deseable, aunque no necesaria y únicamente en términos eróticos. Cada persona de acuerdo con sus intereses y objetivos maneja todas las herramientas que le ofrecen las interfaces, seleccionando aquellas características que le parecen reseñables de su identidad, pero también rechazando mostrar otras– consciente e inconscientemente –bien porque las considera menos relevantes o bien porque no desea hacerlas públicas (CORNWELL; LUNDGREN, 2001, p. 200). Este es un proceso de configuración de un *branding* personal, tal y como lo denomina Pascal Lardellier (2014), con el que se tiene la intención de ser escuchadas/os por un target o público potencial, puesto que toda acción comunicativa tiene la intención de llegar a otro sujeto interlocutor.

Es precisamente debido a este proceso de simplificación y reducción por el que acudimos a fórmulas estereotipadas y a discursos hegemónicos de género, sexualidad, clase social o raza/etnia (KENDALL, 2002) con la finalidad de adecuarnos a los modelos inteligibles por otros/as usuarios/as. De esta manera, nuestros “repertorios interpretativos”, es decir, las ideas, discursos y argumentaciones preexistentes a nuestro uso de las redes, marcan y delimitan la manera en la que como usuarios/as decidimos presentarnos públicamente, especialmente en lo relacionado con el cuerpo, el género y la intimidad erótica (GILL; HENWOOD; McCLEAN, 2005).

No es solo que los perfiles refieran a modelos identitarios hegemónicos: los usos también están condicionados según seamos adscritos a un género determinado dentro del sistema binario patriarcal. En función de ser considerados hombres o mujeres se prescribirá un uso específico de estas *apps* tanto en lo relativo a la construcción de la identidad digital como en el tipo de interacciones que pueden llevarse a cabo. Como señala Antonio Agustín García (2014, apud LASÉN; CASADO, 2014, p. 84): “[e]l límite entre los usos correctos e incorrectos se cruza con una férrea división entre lo que hacen unos y otras”, según la asociación patriarcal entre varón/hombre/masculinidad y hembra/mujer/feminidad. De esta manera, la mencionada matriz heterosexual (BUTLER, 2013) no solo condiciona las representaciones, sino el proceso mismo de la representación o, dicho en otras palabras, determina tanto la construcción de los perfiles como la manera de usar las interfaces. De acuerdo con esto, muchas investigaciones han incidido en cómo los chicos suelen quienes toman la iniciativa de acuerdo con el estereotipo del hombre proactivo y seductor (MESA-MEDINA; MARFIL-CARMONA, 2018) que tiene la obligación de adscribirse a un mandato de género en el que demostrar su masculinidad conquistadora y competitiva (BIRD, 1996). Tampoco es casual que otros estudios hayan revelado cómo estos mismos chicos entienden el uso que las mujeres hacen de las aplicaciones en relación con la estereotipia femenina del cotilleo, la incontinencia verbal o la inutilidad (GARCÍA, 2014).

Esta lógica también se manifiesta en la moralización de los comportamientos. A pesar de que en algunas ocasiones ellas manifiestan que consideran que los hombres son demasiado directos o bruscos en las conversaciones, en sus propias palabras, van “a saco”, a la par, esta afirmación se combina con que estas mismas mujeres auto controlan sus comportamientos para no dar una imagen no deseada (FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, 2017). La figura de la mujer recatada funciona aquí como un dispositivo

moralizador que (auto) censura el comportamiento femenino para que no se ponga en tela de juicio la imagen virtual positiva y se arruine el contacto.

### **Cuerpos diversos en espacios virtuales**

Uno de los factores que determina la manera en la que se construyen los perfiles es el objetivo mismo que se persigue al instalarse la *app* en cuestión. Cuando la/el usuaria/o toman la decisión de descargarse la aplicación lo hacen por uno o varios motivos que, sean la búsqueda de una relación estable, de relaciones sexuales esporádicas o simplemente conversar, van a condicionar tanto la selección de imágenes en sus perfiles como el resto de información ofrecida (ENGUIX ARDÉVOL, 2012).

Un prototipo de perfil muy habitual en estas aplicaciones, especialmente en Tinder y en Badoo, por su carácter más público y formal en comparación con otras plataformas<sup>4</sup>, es aquel que busca describir a la persona a través de características normativas dentro de nuestro contexto social. En estos perfiles se busca mostrar una faceta extrovertida, positiva, buena y seductora, incidiendo en aquellos datos que puedan revelar sus intereses, personalidad e inquietudes. Cada imagen puede ser entendida como un fragmento enmarcado de realidad, puesto que ofrece no solo la visión material de un espacio, sino que también aporta información sobre la identidad de la persona que la muestra. Sin embargo, estas posibilidades vienen limitadas por las reglas del juego que se imponen tanto en la *app* como en nuestra vida analógica: buscamos marcar eso que nos hace diferentes, pero dentro de ser consideradas “personas normales”. Todo esto está condicionado por un canon cultural que define quién es una “persona normal” no solo en lo físico (sirviéndonos de discursos en ocasiones capacitistas y gordóforos), sino también en lo psicológico (esto es lo que se conoce como cuerdisimo).

Gran parte de las imágenes tratan de mostrar cierto grado de naturalidad o autenticidad y para ello se suelen evitar las que sean excesivamente posadas (postureo) puesto que se entienden como artificiales e incluso falsas. Ya que internet es el espacio

---

<sup>4</sup>En las últimas décadas, la expansión de las tecnologías y su universalización a través del smartphone han convertido a las *apps* de citas en algo habitual en nuestro día a día. Sin embargo, este cambio de valoración no se ha producido con la misma intensidad cuando aquellos que buscan contactos son personas del colectivo LGTBI+ y, en especial, cuando lo que se busca es sexo esporádico. La visión que tenemos en nuestra sociedad de lo sexual como algo negativo o que debe ser escondido aporta un plus de “mala prensa” a las interacciones que tienen un objetivo meramente erótico.

de lo virtual – entendido como opuesto a lo real – debe ponerse mucho énfasis en mostrar la realidad de nuestros perfiles porque eso influye en que somos consideradas personas reales, de verdad y, consecuentemente, interesantes y atractivas. Las fotografías deben estar bien hechas, ser casuales, sin posar en exceso, diferentes y que despierten interés. Se trata de buscar un punto intermedio entre la intención de agradar y, paralelamente, no mostrar una fotografía excesivamente retocada o que transmita una versión falseada, plástica, forzada o exagerada de sí misma/o. La exigencia de una forma concreta de naturalidad o autenticidad funciona como un dispositivo normativo que impone unas normas sexo-genéricas muy concretas, sancionando aquellas que transgreden de algún modo este lenguaje comunicativo.

Las imágenes suelen servir para mostrar se seductor/a dentro de unos patrones estéticos, pero también operando a través de una comprensión subjetiva de aquello considerado atractivo y erótico, es decir, en una tensión entre la norma cultural y los deseos individuales. Estas imágenes son, en definitiva, mucho más que meras presentaciones, ya que lo que se pone de manifiesto es un conjunto de elecciones que de manera más o menos consciente y reflexiva despliegan nuestras comprensiones sobre la identidad y los roles de género, la clase social, la sexualidad o la raza/etnia, así como sobre la intimidad, la erótica y el pudor.

Asimismo, debemos tener presentes que el cuerpo, al contrario de lo aseverado en algunas publicaciones, cobra una gran relevancia en las interacciones virtuales. Como señala Campbell (2004), el cuerpo está presente puesto que no puede ser entendido únicamente como algo material, sino también como una configuración discursiva que engloba y constitúyelo físico. Las imágenes, la biografía descriptiva e incluso las etiquetas propuestas por las interfaces para describirnos, todo ello construye una “narrativa del cuerpo y del yo” (ENGUIX; GÓMEZ-NARVÁEZ, 2017, p. 3), son textos que nos informan sobre los patrones culturales en los que una sociedad está inmersa.

La relevancia del cuerpo en las interacciones virtuales es aun más evidente en aquellos perfiles orientados a la búsqueda de encuentros sexuales esporádicos, especialmente en plataformas como Grindr y Wapo, aunque también en Tinder y Badoo. La imagen y descripción del cuerpo cobra protagonismo frente a la descripción más o menos detallada de la personalidad. Las imágenes que aquí nos encontramos, mayoritariamente de hombres gays y bisexuales, buscan exhibir un cuerpo que tendrá más éxito cuanto más cercano se muestre a la normatividad estética occidental

(CAMPBELL, 2004) o a la fetichización y estereotipación del cuerpo racial (BURKHALTER, 2005).

El cuerpo desnudo es en esta *app* una carta de presentación que no solo nos habla de la intención de resultar deseable, sino también de qué aspectos se valoran apropiados para ello. Para esto se recurre habitualmente a un canon estético normativo, es decir, a un modelo corporal de referencia al que se debe tender con más o menos éxito. Un modelo que al igual que las fórmulas de masculinidad y feminidad es ficticio e imposible de encarnar plenamente, pero que funciona como un discurso incuestionable, naturalizado y al que se debe tender para pertenecer al conjunto social.

En estas *apps* y no solo en los perfiles orientados al contacto sexual, el cuerpo expuesto es, por lo general, normativo, cobrando importancia aspectos asociados a la masculinidad y la feminidad hegemónica (capacitista y gordófoba) y al control del cuerpo— entendido como una máquina moldeable (GILL; HENWOOD; MCCLEAN, 2005) —, remitiendo, por un lado, a la fortaleza física y la muscularidad, vinculadas con la potencia sexual masculina (GÓMEZ-BELTRÁN, 2019) y, por el otro, a la gracilidad, la disposición erótica y la objetualización de la feminidad. El hombre musculado/tonificado y la mujer delgada y femenina se convierten entonces en el objeto de deseo no solo porque su cuerpo sea considerado atractivo y sexualmente capaz, sino porque también es sinónimo de salud, bienestar, tenacidad y trabajo, valores fundamentales en todas las sociedades capitalistas.

Tal y como han señalado algunas investigaciones sobre Grindr y Wapo, en estas *apps* se despliegan discursos basados en la “pornificación” y la mercantilización de los cuerpos muy en relación con el ensalzamiento de un modelo de masculinidad hegemónico y patriarcal (ENGUIX; GÓMEZ-NARVÁEZ, 2017). Esto es algo evidente que puede observarse en la abundancia de cuerpos “descabezados” temerosos de la estigmatización social, al igual que en las referencias constantes y explícitas a la masculinidad en las biografías de algunos perfiles en los que puede leerse: “solo masculinos”, “no plumas”, “mascxmasc”, “no locas”, así como en las divisiones dicotómicas y heteronormativas activo/pasivo que se despliegan como identidades “coherentes” más que como prácticas sexuales puntuales y flexibles.

La estereotipia masculina sobre la que se construye Grindr/Wapo y que determina las representaciones del cuerpo y la *performance* digital es más evidente si la comparamos con Wapa, espacio destinado a mujeres lesbianas y bisexuales en el que la

carga sexual y la exhibición corporal es mucho menor. Hasta tal punto difiere de Wapo que, una vez instalada, durante el inicio de la aplicación, las usuarias se ven obligadas a aceptar la siguiente norma: “No publicaré fotos ni texto de contenido sexual en mi perfil y entiendo que Wapa no es una aplicación de carácter sexual”. Esto contrasta profundamente con las fotos pornográficas y los perfiles con textos como “busco pollón” o “pasivo con aguante” que pueden leerse en Wapo. En esta *app* encontramos que los perfiles con fotografías de cara son escasos y que la parrilla está dominada por fotografías de paisajes o simplemente aparecen en blanco. Este vacío de representación una vez más obedece a la armarización e invisibilización a la que están sometidas las mujeres lesbianas, trans\* y bisexuales.

Es llamativo que las diferencias establecidas entre la masculinidad y la feminidad se demarquen en las aplicaciones gays y lésbicas aún con mayor claridad que en Tinder y Badoo, mayoritariamente heterosexuales. Mientras que a ellos se les permite tener encuentros sexuales esporádicos y el uso de su cuerpo con fines eróticos y hedónicos, a ellas, en cambio, se las presupone como más emocionales y sensibles, considerando que no estarán dispuestas a tener encuentros sexuales esporádicos. Esto significa que se presupone que los hombres están más predispuestos a lo sexual y pornográfico, mientras que las mujeres persiguen encuentros más profundos/románticos y más emocionales.

### **Conclusiones y propuesta didáctica “Nuevos espacios de seducción”**

Las metáforas de la liquidez han determinado nuestra comprensión de las redes, apps y otros espacios de comunicación virtual. Sin embargo, estos discursos corren el riesgo de ser interpretados de manera simplista como alegorías del caos, el desorden y otros símbolos casi ancestrales que imponen una cultura del miedo y parálisis ante las transformaciones (tecno) culturales. Continúa siendo necesario incidir en cuáles son los efectos que la sociedad de consumo capitalista, la industrialización de las relaciones afectivas y la transformación tecnológica tienen sobre nuestra cultura y cotidianeidad. Pero también sobre cuáles son las estrategias de adaptación de la comunicación verbal-digital a través de nuevos patrones afectivos y emocionales.

Tanto el modelo de comunicación afectiva como el modelo de gestión vincular están cambiando y la educación se enfrenta a un reto mayor: comprender este fenómeno y ofrecer respuestas desde la pedagogía feminista que aborden todos los condicionantes anteriormente planteados. Asimismo, es necesario incorporar la diversidad como eje

vertebrador y no solo como apéndice o como factor de comprobación. La diversidad como categoría didáctica y política permite visibilizar realidades, cuerpos, experiencias y consecuencias no tenidas en cuenta hasta el momento; de manera que nos obliga a ser consecuentes con su expresión en las vivencias de las personas protagonistas de procesos formativos de todo tipo. De este modo, la modernidad líquida cobra matices diferentes cuando la disidencia hace colapsar la norma patriarcal, adulto centrista, capacitista, gordófoba, etc.

La propuesta educativa que planteamos a partir de la guía Nuevos Espacios de Seducción se asienta en una metodología crítica tanto en torno a lo mediático (GOZÁLVEZ; CONTRERAS-PULIDO, 2014) como a lo pedagógico (KOROL, 2007). La guía presenta una estructura basada en aproximación teórica divulgativa de referencia seguida de cuatro Unidades Didácticas:

- “Hablemos de seducción”; que propone un primer acercamiento a las dinámicas comunicativas establecidas en las apps de citas, analizando las diferencias con los espacios de seducción analógicos y potenciando las primeras reflexiones sobre mitos estereotipos.
- “Nos construimos (I parte)”; cuyo objetivo es visibilizar la manera en la que los perfiles de estos espacios son estructurados en base a parámetros de valorización intra e interpersonal.
- “Nos construimos (II parte): cambio de pantalla”, que trata de abordar las diferencias socioculturales que determinan la construcción de perfiles para favorecer una comprensión empática por parte de las personas usuarias de la experiencia sajenas. Asimismo, se trata de revisar las influencias estructurales que determinan la construcción de identidades digitales que no siempre son evidentes.
- “¿Nos cuidamos?”; eje central de la intención transformadora y despatriarcalizante de la propuesta. En esta unidad de cierre se trabajan las diferentes formas de violencia que pueden ser reproducidas en estos espacios, la necesidad de ser autocríticos/as y responsables en las interacciones generadas y las dinámicas comunicativas no conscientes y no igualitarias. El objetivo final de esta unidad es humanizar la comunicación

virtual, evitando la despersonalización y fomentando la empatía y el posicionamiento positivo ante otras realidades.

Las Unidades Didácticas se engarzan en un material completo en el que también se ofrecen materiales y recursos con los que llevar a cabo dinámicas planteadas de manera que se entiendan como un proceso guiado y no dirigido, que lleve a cada persona a un camino diferente partiendo de sus experiencias y construcciones sobre los deseos, cuerpos y géneros.

La incorporación de este tipo de formaciones al proceso continuo de capacitación de profesionales de la educación en cualquier etapa y/o nivel busca actualizar los conocimientos básicos en torno a la diversidad sexo afectiva para dar respuestas a una realidad cambiante y que cuestiona preconceptos y supuestos discriminadores. Para que los esfuerzos coeducativos se conviertan en una verdadera ruptura con los esquemas patriarcales es imprescindible plantear acciones encaminadas a la transformación de las relaciones interpersonales que mantenemos, apostando por la inclusión de los cuidados como contenido configurador (GARCÍA-CANO; HINOJOSA, 2016).

Revista  
**Diversidade**  
e Educação

## Referencias

ALTHUSSER, Louis. *La filosofía como arma de la revolución*. México: Siglo XXI. 1989 [1968], 143 p.

ARDÉVOL, Elisenda y GÓMEZ-CRUZ, Edgar. Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*. Vol. 67, n. 1, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. México: Tusquets Editores. 2006. 176 p.

BEJARANO FRANCO, María Teresa; MARTÍNEZ MARTÍN, Irene; BLANCO GARCÍA, Montserrat. “Coeducar hoy. Reflexiones desde las pedagogías feministas para la despatriarcalización del currículum”. *Tendencias Pedagógicas*, Vol. 34, 2019.

BIRD, Sharon R. Welcome to the Men’s Club. Homosexuality and the Maintenance of Hegemonic Masculinity. *Gender and Society*. Vol. 10, n 2, 1996.

BONAVITTA, Paola. El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y representaciones Sociales*. Vol. 10, n. 19, 2015.

BOYD, Dannah. Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *MacArthur foundation series on digital learning—Youth, identity, and digital media*, Vol. 119, 2007.

BURKHALTER, Byron. Reading Race Online: Discovering Racial Identity in Usenet Discussions. En SMITH, Marc A. y KOLLOCK, Peter (Eds.). *Communities in Cyberspace*. Londres: Routledge. 2005. p. 59-74.

BUTLER, Judith. *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós. 2013. 320 p.

CALVO, Soraya, y SAN FABIÁN, Jose Luis. Selfies, jóvenes y sexualidad en Instagram: representaciones del yo en formato imagen. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, Vol. 52, 2018.

CALVO, Soraya. Narrativas digitales de vida. En FERNÁNDEZ, Antonio. (Coord.), *Interactividad y Redes Sociales*, Madrid: Visión Libros, 2014, p. 137-154.

CALVO, Soraya. Nuevos modelos de comunicación en parejas jóvenes: propuesta para la intervención en entornos socioeducativos. Oviedo: Consejo de la Juventud del Principado de Asturias. 2017. 44 p.

CAMPBELL, John Edward. *Getting It on Online: Cyberspace, Gay Male Sexuality, and Embodied Identity*. Londres: Routledge. 2004. 242 p.

CORNWELL, Benjamin, y LUNDGREN, David C. Love on the Internet: Involvement and Misrepresentation in Romantic Relationships in Cyberspace vs. Real space. *Computers in Human Behavior*. Vol. 17, n 2, 2001.

CUADRADO, Isabel, MARTÍN-MORA, Guadalupe y FERNÁNDEZ, Inmaculada. La expresión de las emociones en la Comunicación Virtual: El Ciberhabla. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, Vol. 13, n. 1, 2015.

ENGUIX, Begonya y ARDEVOL, Elisenda. Enacting Bodies. Online Dating and New Media Practices. En ROSS, Karen (Ed.). *The Handbook of Gender, Sex, and Media*. Londres: John Wiley y Sons Ltd. 2012. p. 502-515.

ENGUIX, Begonya y GÓMEZ-NARVÁEZ, Erick. Masculine Bodies, Selfies, and the (Re)configurations of Intimacy. *Men and Masculinities*. Vol. 21, n. 1, 2017.

ESPINOZA, Johan. Reconfigurando el amor: Mediación tecnológica y relaciones afectivas. *Question*. Vol. 1, n. 5, 2015.

FERNÁNDEZ, Eduardo y GUTIÉRREZ, José Miguel. La socialización de los jóvenes interconectados: experimentando la identidad en la sociedad aumentada. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, Vol. 21, n. 2, 2017.

FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, Diego. Entendiendo relaciones de pareja en la era Tinder: análisis cualitativo y propuestas educativas. 2017. 48 p. [Trabajo fin de Grado]. Facultad de Formación del Profesorado y Educación. Oviedo. 2017.

FERNÁNDEZ-FERNÁNDEZ, Diego y GÓMEZ-BELTRAN, Iván (2019). *Nuevos espacios de seducción*. Consejo de la juventud del Principado de Asturias. Disponible en el siguiente enlace: [[http://www.cmpa.es/v\\_juventud/apartados/apartado.asp](http://www.cmpa.es/v_juventud/apartados/apartado.asp)].

FLORES, Val. “¿Es la práctica pedagógica una práctica sexual? Umbrales de la imaginación teórica y erótica”. *Descentrada. Revista interdisciplinaria de feminismos y género*, 2019, vol. 3, no 1. 2019

GAL, Noam, SHIFMAN, Limor, y KAMPF, Zohar. “It Gets Better”: Internet memes and the construction of collective identity. *New media ysociety*, Vol. 18, n. 8, 2016.

GARCÍA-CANO, María, HINOJOSA, Eva. Coeducación en la formación inicial del profesorado: de la transversalidad a la vivencia a través de la ética del cuidado. *MULTIárea. Revista de didáctica*, Vol. 8, 2016.

GENNER, Sarah., y SÜSS, Daniel. Socialization as media effect. *The International Encyclopedia of Media Effects*, Vol. 1, 2017.

GILL, Rosalind; HENWOOD, Karen y McCLEAN, Carl. Body Projects and the Regulation of Normative Masculinity. *BodyandSociety*. Vol. 11, n 1. 2005.

GIRALDO-DÁVILA, Andrés Felipe y MAYA-FRANCO, Claudia María. Modelos de ecología de la comunicación: análisis del ecosistema comunicativo. *Palabra Clave*, Vol. 19, n. 3, 2016.

GÓMEZ-BELTRÁN, Iván. “Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la feminidad”. *Estudios Sociológicos*. Vol. 37, n. 109. 2019.

GOZÁLVEZ, Vicent y CONTRERAS-PULIDO, Paloma. “Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación”. *Comunicar: Revista científica de educomunicación*. Vol. 21, n 42. 2014.

IAB. Estudio Anual de Redes Sociales 2019. IAB Spain. 2019. 52 p.

JANG, Jin Yea; HAN, Kyungsik; Shih, Patrick C., y LEE, Dongwon. Generation like: comparative characteristics in instagram. In: CHI 2015 - PROCEEDINGS OF THE 33RD ANNUAL CHI CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS. Seoul. Korea. 2015. p. 4039-4042.

KENDALL, Lori. *Hanging Out in the Virtual Pub*. Londres: University of California Press. 2002. 312 p.

KOROL, Claudia (Comp.) (2007). *Hacia una pedagogía feminista. Géneros y educación popular*. Buenos Aires: Pañuelos en Rebeldía. 256 p.

LARDELLIER, Pascal. El liberalismo a la conquista del amor. Algunas constataciones y reflexiones sobre el consumo sexual de masa en la era de internet. *Revista de Sociología*. Vol. 29. 2014.

LASÉN, Amparo y CASADO, Elena. *Mediaciones tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas y Editorial Complutense. 2014, 168 p.

LASÉN, Amparo. Las mediaciones digitales en las formas de espacializar y de ritmar en la vida cotidiana de las y los jóvenes. *Metamorfosis*. n. 3. 2016.

LEMUS, Magdalena. Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, Vol. 15, n. 1, 2017.

LLOYD, Christopher E. M. y FINN, Mark D. Authenticity, validation and sexualisation on Grindr: an analysis of trans women's accounts. *Psychology and Sexuality*. Vol. 8, n-1-2, 2017.

MARTINELL, Emma. Culturas, lenguas y gestos. *Revista Comunicación*, Vol. 27, n. 2, 2018.

MARTÍNEZ MARTÍN, Irene; RAMÍREZ ARTIAGA, Gema. "Des-patriarcalizar y des-colonizar la educación: Experiencias para una formación feminista del profesorado". *Revista internacional de educación para la justicia social (RIEJS)*, Vol. 6, n. 2, 2017.

MESA-MEDINA, Óscar y MARFIL-CARMONA, Rafael. Diferencias de género en la relación socioafectiva virtual e implicaciones educacionales en la redTinder. En CRUZ DÍAS, María del Rocío; CARO-GONZÁLEZ, Francisco J. y RAMÍREZ GARCÍA, Antonia (Coords.). *Uso del teléfono móvil, juventud y familia*. Madrid: Egregius Ediciones. 2018. p. 65-90.

MOREY, Jennifer N., GENTZLER, Amy L., CREASY, Brian, OBERHAUSER, Ann M., y WESTERMAN, David. Young adults' use of communication technology within their romantic relationships and associations with attachment style. *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, n. 4, 2013.

QIU, Jack Linchuan. The Wireless Leash: Mobile messaging Service as a Means of Control. *International Journal of Communication*. Vol. 1, n. 1, 2017.

SCOLARI, Carlos. Alfabetismo transmedia: estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Telos: Revista de pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, Vol. 193, 2016.

TARAMONA, Rodrigo. Influencers digitales: disrupción de la fama, la publicidad y el entretenimiento en las redes sociales. *Revista de Estudios de Juventud*, Vol. 119, 2018.

WHITTY, Monica y JEFF Gavin. Age/sex/location: Uncovering the Social Cues in the Development of Online Relationships. *CyberPsychologyBehavior*, Vol. 4, n. 5, 2001.

Recebido em Dezembro de 2019.

Aprovado em Janeiro de 2020.

Revista  
**Diversidade**  
e Educação