



NUEVOS
ESPACIOS *DE*
SEDUCCIÓN

DIEGO FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ
IVÁN GÓMEZ BELTRÁN

**Conseyu de la Mocedá
del Principáu d'Asturies**

Nos gustaría agradecer, en primer lugar, al Conseyu de la Mocedá del Principáu d'Asturies por confiar en este proyecto y hacerlo evolucionar. En especial a Carlos por su compromiso y sus anotaciones siempre útiles y a Amanda por dedicarnos un tiempo valioso con sus lecturas amables y precisas.

Agradecer también a Sara por darnos la idea de investigar las apps de citas y a Soraya y Carmen por continuar profundizando en ellas; así como a todas las personas que a lo largo de estos meses nos han ayudado y aconsejado e incluso nos han hablado generosamente de sus experiencias personales en estas apps de contactos.

Autores: Iván Gómez Beltrán, historiador y
Doctor en Género y Diversidad.
Diego Fernández Fernández, pedagogo sexólogo y
doctorando en educación sexual.

Con la colaboración de: Carlos Corrales González, Amanda
García Cué, Alejandro Álvarez Ordóñez, Nerea Bernardo del
Rey, Beatriz Rodríguez Castro y María Rodríguez Suárez.

Ilustraciones interiores: María Rodríguez Suárez (Rizoma)

Diseño y maquetación: Studio Llunik

Depósito legal:

¿ CUÁL ESPERAMOS QUE SEA TU PAPEL?

Este documento está dirigido al personal docente y educador, formadores/as, profesionales, instituciones y personas jóvenes adultas, buscando fomentar el debate y suscitar el intercambio de información, opiniones, reflexiones, aprendizajes y herramientas para que la interdisciplinariedad se haga, esta vez sí, real y tangible.

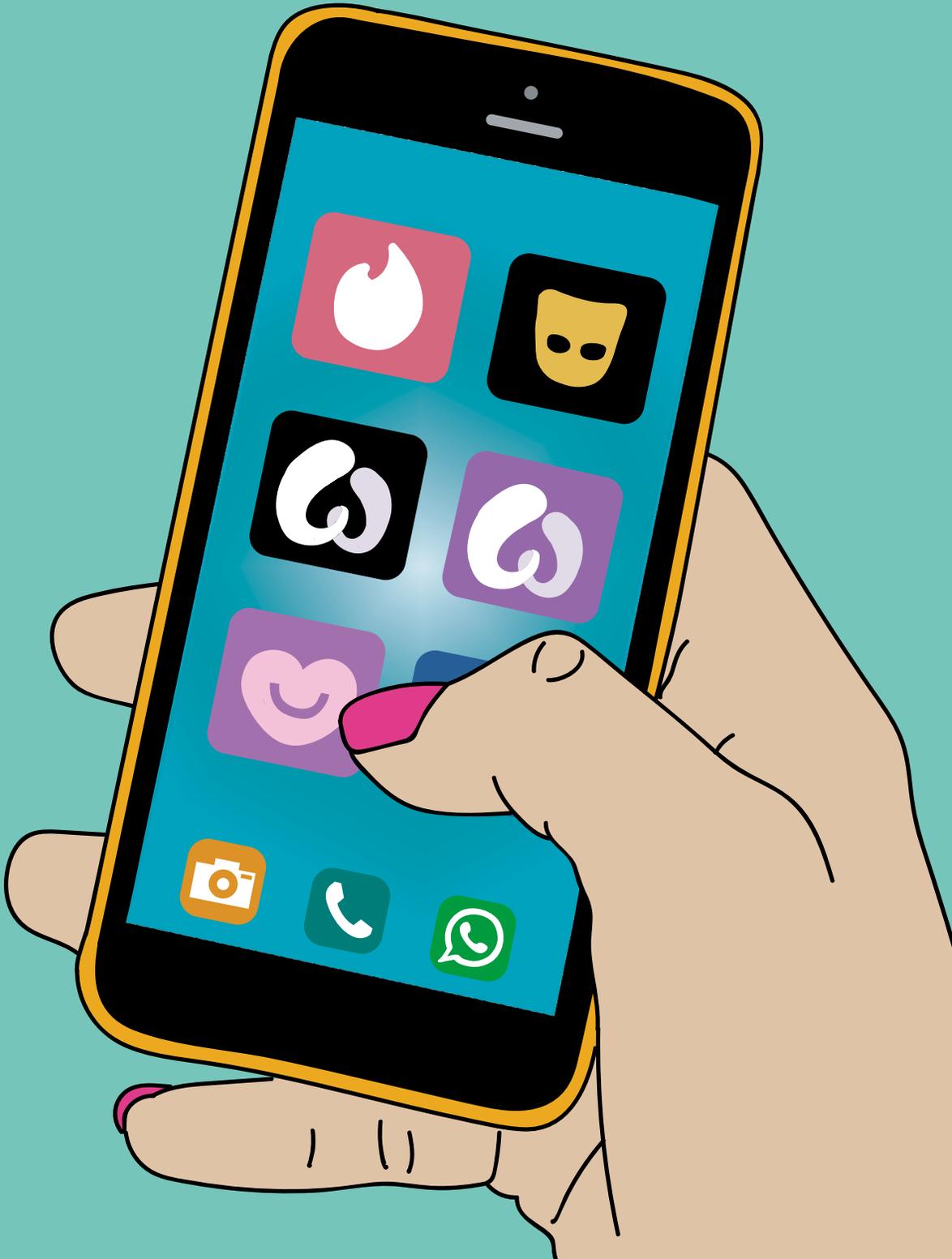
Proponemos que se utilice esta guía como una herramienta reflexiva que, siendo adaptada a las necesidades específicas del alumnado, sirva para trabajar con distintos grupos de edad, contextos culturales y geográficos. Las apps de citas tienen un gran impacto entre la población joven, sobre todo en menores de 35 años, algo que evidencian tanto las estadísticas como los estudios académicos que se muestran en este documento. Debemos tener en cuenta que, a pesar de que estas apps sólo permiten su uso a personas mayores de edad, actualmente están siendo utilizadas por jóvenes de edades inferiores a la permitida por las plataformas, tal y como ocurre en otras redes sociales donde el acceso está restringido a menores de 14 años. El impacto cultural que han tenido —por su presencia en anuncios publicitarios, series, películas, música y literatura—, unido a las ventajas y posibilidades de socialización que ofrecen, explican el porqué de su popularidad entre la juventud. Por ello, recomendamos que se tengan en cuenta las distintas realidades de las personas jóvenes para que esta guía sea utilizada no solo como soporte educativo, sino también preventivo, aproximándonos a un sector de la población especialmente vulnerable a los usos negativos, irrespetuosos y faltos de cuidados que se dan en las redes sociales, proporcionándoles, en definitiva, herramientas y conocimientos para convivir y relacionarse responsablemente en la era digital.

Álvaro Granda Cañedo
*Conseyu de la Mocedá
del Principáu d'Asturies*

// CONTENIDO

// 1. INTRODUCCIÓN	9
1.1. REPENSANDO CÓMO NOS COMUNICAMOS	9
1.2. ¿CUÁL ES NUESTRO PAPEL?	9
1.3. ¿POR QUÉ SEDUCCIÓN?	10
1.4. PROMOVRIENDO LOS BUENOS USOS	11
1.5. CONTEXTUALIZANDO LAS APPS: NUEVAS NECESIDADES / NUEVAS ECONOMÍAS DE LA SEDUCCIÓN	11
// 2. CONECTADAS/OS: CORREA INALÁMBRICA Y ADULTOCENTRISMO	15
// 3. LÍMITES ÉTICOS	19
3.1. DICOTOMÍA FÍSICO-VIRTUAL: VIRTU(RE)ALIDAD Y RESPONSABILIDADES	19
3.1.1. Compartir perfiles	20
3.1.2. Autodefinición y violencia	20
3.1.3. Las “fotopollas” no deseadas.....	23
3.1.4. Sexting seguro.....	24
3.1.5. El ghosting: aparece y desaparece	24
3.1.6. Comportamientos delictivos.....	25
3.2. SEGURIDAD/PRIVACIDAD	25
// 4. CONSTRUYÉNDONOS: LOS ROLES DE GÉNERO TAMBIÉN SON VIRTUALES	27
// 5. EL PERFIL	33
5.1. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN.....	35
5.1.1. Tinder: me gusto, me gustas, nos gustamos.....	35
5.1.2. Grindr/Wapo: pornificación y transfobia	38
5.1.3. Wapa: “ellas no follan” y la estereotipia femenina	41
5.2. NUESTROS CUERPOS TAMBIÉN SON VIRTU(RE)ALES.	42
5.2.1. La intimidad en la era 3.0	42
5.2.2. ¿Cuerpo desnudo = cuerpo víctima?	44
// 6. SEDUCCIONES EN LAS REDES	49

PARA TERMINAR...	52
7. UNIDADES DIDÁCTICAS PROPUESTAS	53
7.1. HABLEMOS DE SEDUCCIÓN.....	53
7.2. NOS CONSTRUIMOS (I PARTE)	55
7.3. NOS CONSTRUIMOS (II PARTE): CAMBIO DE PANTALLA	56
7.4. ¿NOS CUIDAMOS?	57
EVALUACIÓN DEL ALUMNADO	59
ANEXOS	60
ANEXO I: PLANTILLA DE PERFIL.....	60
ANEXO II: EJEMPLOS DE TARJETAS PARA LA DINÁMICA.....	63
ANEXO III: CASOS PROPUESTOS.....	64
GLOSARIO	66
SERVICIOS DE ASESORAMIENTO SEXUAL GRATUITO PARA JÓVENES EN ASTURIAS	72
REFERENCIAS	73



// 1. INTRODUCCIÓN

/ 1.1. REPENSANDO CÓMO NOS COMUNICAMOS

La comunicación es un hecho fundamental de las relaciones humanas. Nos construimos a través de la interacción con otras personas y, gracias a esto, van tomando forma 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 virtual. Estas reglas condicionan nuestro día a día, determinando nuestras relaciones y convivencias con los/las demás. En este contexto complejo hemos introducido las redes sociales, los *mass media* y, en general, las formas actuales de comunicación, transformando no solo nuestras herramientas comunicativas, sino también alterando la construcción de nuestras identidades y relaciones. 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” o “con quién queremos estar”.

/ 1.2. ¿CUÁL ES NUESTRO PAPEL?

En esta guía queremos atender a las relaciones humanas que se dan en los espacios virtuales y a cómo estos se caracterizan, al igual que en el mundo analógico o “real”, por encuentros y desencuentros, acciones de cooperación, negociación, confluencias propias del contacto entre las personas y, consecuentemente, por las diferencias que son propias de cada sujeto. Desde este enfoque, la diversidad es un factor clave del análisis y, por ello, tratamos de mostrar las estructuras que influyen en su invisibilización y homogeneización para que las diferentes identidades y vivencias no sean excluidas o simplificadas. Nuestra aproximación es **queer/transfeminista**¹, ya que nos permite visibilizar los cuerpos disidentes al igual que aquellos que trabajan por mantener y reforzar sus privilegios (Vidarte, 2007; Halberstam, 2008).

Esta elección metodológica también afecta a cómo entendemos nuestro papel en esta guía. Pretendemos promover una educación sexual mediática, crítica, con perspectiva de **género** y basada en la diversidad que incorpore estos nuevos modelos de interacción. Se trata de un pequeño grano de arena con el que queremos profundizar en algunas microfracturas de un sistema basado en la hegemonía cultural de la masculinidad y la heterosexualidad como instituciones dominantes. Buscamos que el/la lector/a se sitúe con nosotros en una posición de “inestabili-

1. Se incorpora un glosario al final de esta guía con la definición de algunas palabras que consideramos importantes. Los conceptos que aparecen destacados en negrita a lo largo del texto son aquellos que se encuentran descritos en el glosario.

dad del conocimiento”, es decir, que cuestione aspectos que han sido asumidos como verdaderos. Lo que numerosas autoras feministas han denominado “sujeto nómada” (Braidotti, 1993) o “sujeto ex-céntrico” (Lauretis, 1990) es, para nosotros, el punto de partida: una crítica y autocrítica de aquellos discursos, maneras de pensar y hacer, que nos conforman como individuos y como sociedad, en nuestro día a día y en el uso de las redes sociales. “Nómada” porque se trata de estar constantemente en un proceso activo de pensamiento y reflexión de lo aprendido y “ex-céntrico” porque buscamos revelar las relaciones de poder —machistas y **LGTBI+fobas**— que participan en estos nuevos espacios de seducción.

El fin último de esta guía es estimular la reflexión individual y colectiva a través de la educación sexual mediática crítica y con perspectiva de **género**, basada en la diversidad e incorporando estos nuevos modelos de interacción para “suscitar elementos de cultivo” (Amezúa, 1973; citado en Zapiain, 2000: 24). Precisamente por esto, hemos incorporado en la parte final cuatro actividades que servirán a modo de recurso didáctico para trabajar con el alumnado algunas cuestiones que se exponen a lo largo de esta guía. El objetivo de las actividades es que alumnado y profesorado profundicen conjuntamente y de manera participativa en el conocimiento de las redes, de las apps y del uso que hacemos de ellas. Así mismo, es importante recordar que antes de llevarlas a la práctica deben ser adaptadas a las necesidades específicas de cada grupo, teniendo en cuenta aspectos como el rango de edad, los diferentes contextos vitales, las sexualidades presentes o la clase social, de este modo se podrá incidir en aquellos puntos que consideremos que es más necesario trabajar.

/ 1.3. ¿POR QUÉ SEDUCCIÓN?

La reflexión en torno al papel de las redes en nuestras relaciones es un paso imprescindible, al igual que lo es comprender la variedad de usos y significados que coexisten entre la multitud de usuarias/os (Calvo González, 2017: 23). Más allá de la acusación perenne de narcisismo, hedonismo y consumismo que se cierne sobre la población más joven —principales usuarias/os—, estas plataformas son espacios de negociación de las subjetividades, la **intimidad** y la **privacidad** (Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 14). Son lugares en los que poder reflexionar sobre nuestra manera de relacionarnos, amarnos, follarnos y, en general, de cómo nos pensamos a nosotras/os y a las/los demás. Hablamos de nuevos espacios de seducción en un sentido amplio, no solo amoroso, puesto que queremos enfatizar el carácter relacional, ritual y estratégico de la interacción humana, esté o no mediada por la tecnología (Doncel Guzmán y Morales Topahueso, 2017: 4). Tal y como la entendemos, la seducción es una interacción humana múltiple e ineludible, puesto que es propia de nuestra naturaleza como seres sociales. A través de estas apps buscamos conectar con otras personas y establecer vínculos de muchos tipos, pero todos ellos guiados por nuestro deseo de agradar, caer bien, enamorar o resultar deseables, entre otras opciones. En cualquier caso, lo que se destaca a través de

la “seducción” es tanto la construcción de nuestra identidad como la necesidad de una reciprocidad, de un “intercambio de signos que (...) circula dentro del deseo, el placer y la imaginación de los sujetos” (Doncel Guzmán y Morales Topahueso, 2017: 2).

/ 1.4. PROMOVRIENDO LOS BUENOS USOS

El eje fundamental de nuestras reflexiones recae en los usos irresponsables y faltos de cuidados y no en la criminalización de la tecnología o del sector poblacional que más uso hace de ella. Profundizar en este aspecto nos permite hacernos conscientes conjuntamente de nuestras actitudes y comportamientos y, a la vez, asumir el grado de responsabilidad necesario para establecer unas relaciones digitales basadas en la empatía y el respeto. No buscamos culpar directamente a las/los usuarias/os, sino proponer un ejercicio de autoexamen y autocritica en el que ofrecer las herramientas necesarias para asumir un uso ético y responsable. Al contrario que gran parte de las investigaciones, tendremos en cuenta aspectos relacionados con lo afectivo y emocional (Petersen, 2014: 103; Fernández Fernández; Calvo-González; Rodríguez-Pérez y Rodríguez-Menéndez, 2018: 174), a la par que con la manera en la que lo cotidiano y ritual se insertan en los usos que hacemos de la tecnología (Casado, 2014: 62). Del mismo modo, la presencia de las desigualdades de **género** y en especial de la preeminencia de los discursos hegemónicos masculinos serán tenidos muy en cuenta en las interacciones, al igual que en la construcción de nuestros perfiles (Lasén, 2014; Casado, 2014, Gómez Beltrán, 2019). Lo que buscamos, en definitiva, es contribuir en la promoción de la convivencia y el entendimiento entre las diferentes identidades de una forma sana, positiva, consciente y responsable dentro de su contexto histórico y socio-cultural.

Incluso desde las propias apps se ha comenzado a tomar consciencia de la necesidad de crear espacios seguros y de buenos tratos. Una de estas medidas ha sido la incorporada por Badoo que tras la instalación de la plataforma anima a las/los usuarias/os a aceptar un “pacto de honestidad”: “Conocer a alguien puede ser complicado. Tenemos la solución; seamos honestos. En Badoo, queremos que todo el mundo se muestre tal y como es. Al formar parte de nuestra comunidad, te comprometes a tratar a todos los otros miembros con respeto y sinceridad”.

/ 1.5. CONTEXTUALIZANDO LAS APPS: NUEVAS NECESIDADES / NUEVAS ECONOMÍAS DE LA SEDUCCIÓN

A finales de los años 90 y principios de los 2000 surgieron webs de contacto como Meetic, Match y eDarling que, basándose en exhaustivos cuestionarios y algoritmos de recomendación, proponían a sus usuarias/os personas compatibles de entre un gran número de perfiles disponibles. Estas plataformas representan el modelo tradicional: son algo así como un agente inmobiliario que gracias a su

experiencia y profesionalidad selecciona los perfiles más compatibles con el/la interesado/a. Sus algoritmos se basan en un modelo de emparejamiento que prima las características comunes: las personas son más compatibles en función del grado de similitud de su “belleza”, sus cuerpos, gustos, aficiones e intereses.

Diferenciándose de estas y coexistiendo con ellas surgieron otras plataformas como Badoo, los chats de Chueca y Terra, bakala.org o Gaydar centradas en la comunicación instantánea e inmediata y generalmente orientadas a los encuentros sexuales, pero también a conocer gente o encontrar a una persona con la que tener una relación. El éxito de todas estas webs se dio a la par que el proceso de incorporación de internet en muchos hogares. A medida que la revolución tecnológica transformaba las relaciones humanas, surgían herramientas como estas plataformas para “hacernos la vida más fácil”, ofreciéndonos el acceso a multitud de personas que no podríamos conocer de otra manera. Sin embargo, con el tiempo este proceso adquirió una nueva dimensión.



A partir de la primera década del nuevo siglo, cuando los smartphones se integraron en la vida diaria de gran parte de la población, los modelos tradicionales de “web de contactos” y de “chat inmediato” se fusionaron, aprovechando lo positivo de ambas fórmulas y dirigiéndose a una masa de jóvenes deseosos/as de cumplir con los estándares monógamos de amor romántico, conocer a gente afín o simplemente practicar sexo.

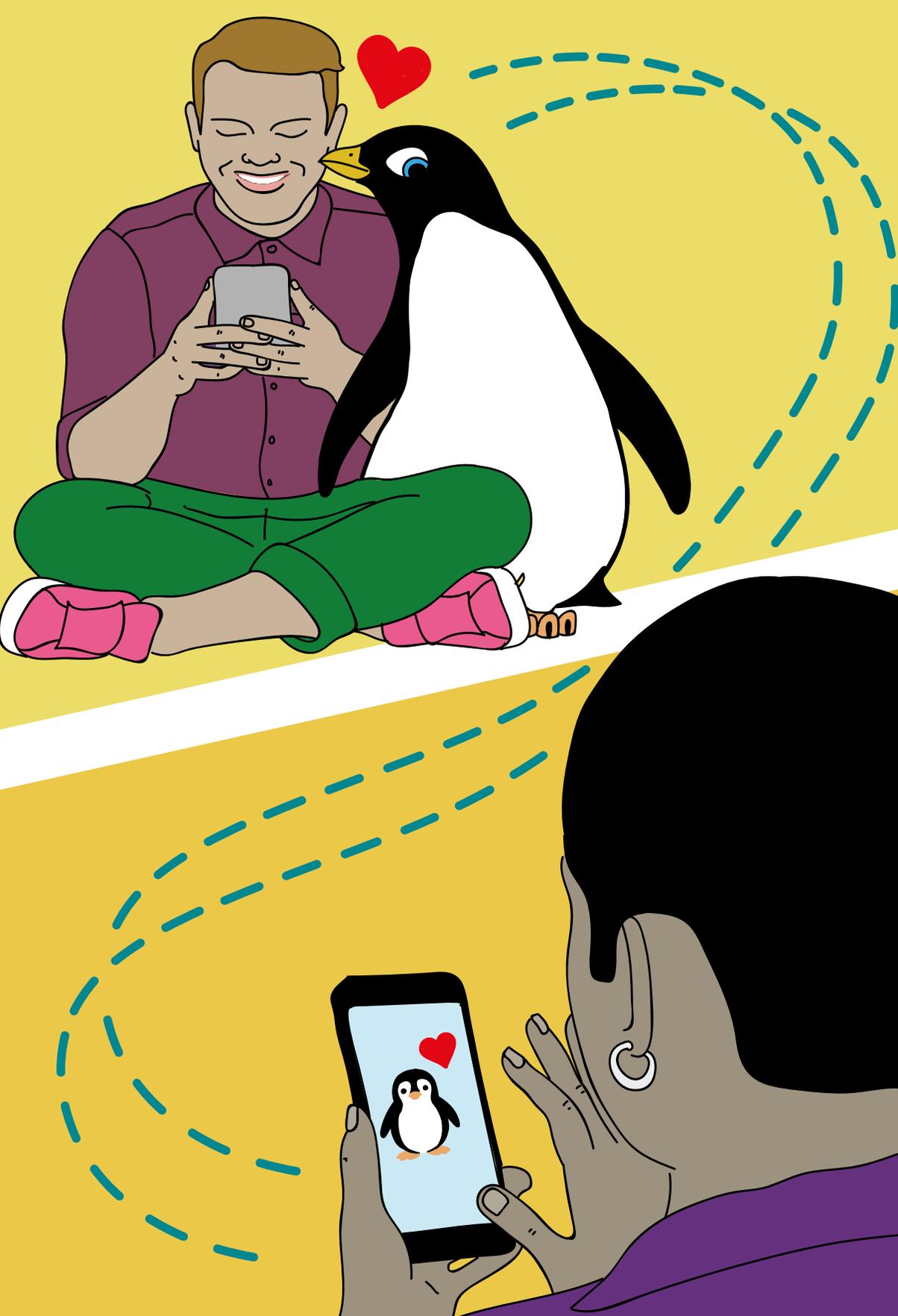
Aplicaciones como Grindr, Wapa, Wapo y Tinder toman el relevo en un mercado en el que se han convertido en auténticos referentes industriales y culturales. Estas cuatro apps nacen tratando de suplir algunos de los grandes obstáculos que se pueden observar en la actualidad en el establecimiento de relaciones: la timidez y falta de tiempo dedicado al ocio personal (Jiménez, 2016), así como a tratar de evitar el estigma homosexual, **trans*** y bisexual o, al menos, tratar de sortearlo en el “encuentro virtual” al no tener la necesidad de identificarnos (Gómez Beltrán,

2016). Si bien estos obstáculos ya se habían solucionado con las webs de contactos, lo que ahora se introduce son mejoras como la geolocalización, la importancia de lo visual o la disponibilidad geo-temporal continua (ubicuidad), gracias a llevarlas en nuestro smartphone (Calvo González y San Fabián, 2018: 11).

Tanto la creación de Grindr (2009), Wapa, Wapo (2011, en sus versiones previas llamadas Brenda/Bender), como de Tinder (2012) obedecen al intento de exprimir económicamente un contexto sociocultural en pleno cambio debido a la rapidez y aceleración que se ha comenzado a imponer en el mundo globalizado. El nuevo contexto sociocultural es tomado como punto de partida por estas empresas que se presentan a sí mismas y a sus objetivos como el fruto de una necesidad o de un interés altruista de promover las relaciones humanas. Sin embargo, no debemos perder de vista su carácter comercial y sus fines lucrativos. Comprender esto nos permite prestar atención a su capacidad voraz de cubrir y crear necesidades, llegando incluso a aprovecharse de las dificultades de grupos vulnerables. Partir de la comprensión de estas plataformas como productos que persiguen ser rentables evita, en definitiva, que nos dejemos arrastrar en su deriva capitalizadora y adoptemos una posición ética y crítica de uso.

Cada vez más y más gente hace uso de estas apps, sumergiéndose dentro del universo que construyen para que participemos de sus tecnologías. Estas redes han transformado la manera en la que accedemos, establecemos y gestionamos nuestras relaciones, no siempre de manera positiva, llegando incluso, como señala Pascal Lardellier (2014: 81), a hablar de “industrialización de la conquista” o de “utilitarismo desenfrenado”, es decir, una manera de consumir y devorar cuerpos y relaciones de manera sucesiva e incansable, optimizando progresivamente nuestros métodos de conquista. En muchas ocasiones usamos las interfaces, en palabras de Cristóbal Fortúnez (2015), como si estuviéramos accediendo a un supermercado en el que “buscas, comparas, y si encuentras algo mejor, lo eliges”. En cierta manera las apps se han beneficiado de —y al mismo tiempo han potenciado— la creciente incorporación de la racionalidad capitalista de consumo, optimización y beneficio en el proceso de seducción y conquista. En este estilo de vida consumista basado en el “usar y tirar”, nuestras relaciones están condicionadas por el derroche, el ansia de posesión y exclusividad y el abandono cuando ya no sentimos la adrenalina y ese vértigo brutal por ellas (Herrera, 2013: 14).

Un claro ejemplo de esto lo representa el “swipe”, gesto con el que aceptamos (girar a la derecha) o rechazamos (girar a la izquierda) a otro/a usuario/a en Tinder teniendo como referencia unas pocas imágenes o una descripción de texto. Esta fórmula refleja el carácter lúdico, adictivo y consumista en el que nos sumergimos al instalarnos estas plataformas. Quizá un primer paso importante consista en cuestionarnos si esta manera de relacionarnos se ha producido debido a la aparición de las apps de contactos o si más bien, son estas las que han venido a “llenar” una necesidad previa creada por la intensificación de la sociedad de consumo en las últimas tres décadas.



// 2. CONECTADAS/OS: CORREA INALÁMBRICA Y ADULTOCENTRISMO

La tecnología se ha imbricado hasta tal punto con la vida cotidiana que nuestra experiencia del mundo, nuestras subjetividades e incluso nuestras formas de placer toman hoy forma a través de los diferentes dispositivos electrónicos que nos rodean (Espinoza, 2015: 86; Lloyd y Finn, 2017: 160; Calvo González, 2017: 6-7). El smartphone ha cobrado un gran protagonismo en este proceso convirtiéndose en una “prótesis”, un objeto “incorporado” o una extensión corporal (Lasén, 2014: 26) que funciona como amplificadora de nuestras capacidades de comunicación a la par que da lugar a nuevas formas de interacción social, participando de los procesos de individuación, autoconcepto y reconocimiento (Calvo González, 2017: 23). Aplicaciones móviles como las mencionadas son fundamentales para entender cómo se construye el espacio web 3.0 donde permanecemos conectados a la red en todo momento y en el que también se configura nuestra subjetividad, deseos y experiencias.

Hasta tal punto es así que algunas investigaciones han llegado a afirmar que se ha desarrollado una “correa inalámbrica” (Qiu, 2007), es decir, una sujeción invisible, una dependencia a la tecnología que nos mantiene atados a la necesidad de un posible contacto con nuestro círculo íntimo: debemos estar siempre disponibles y accesibles, 24 horas al día, siete días a la semana. Es en este punto donde hemos empezado a confundir la palabra “conexión” con la palabra “control” y con la idea de “estar simplemente conectados” (Lasén y Casado, 2014: 4).

En las últimas décadas muchas son las voces que han puesto sobre la mesa los peligros que esconden las redes sociales, los nuevos medios de comunicación y, en general, los productos culturales de la globalización (Bauman, 2006; Bonavitta, 2015). Estas críticas han convertido a los *mass media* y las apps de ligue de manera paradójica en algo así como una metáfora de los males y los beneficios de la modernidad.

Por un lado, se ensalza la rapidez de la comunicación y la interacción global. El espacio web 3.0 es comprendido como un océano de datos y redes comunicativas que se pone a nuestra disposición con un simple clic, siempre al alcance de nuestra mano. Hablamos de encuentros inmediatos, rápidos y simples en los que no tenemos que invertir, en principio, altas dosis de esfuerzo ni de tiempo. La sencillez de los sistemas de estas plataformas ha sido un punto fuerte en su difusión. En este sentido destaca Tinder, puesto que se ha convertido en una de las plataformas de contactos más utilizada en nuestro país y en gran parte del continente europeo y americano. Tanto su algoritmo bilateral, es decir, el que solo se pueda iniciar

la conversación si ambas/os usuarias/os dan “like” (me gusta), como el carácter intuitivo de la interfaz y el sistema de “swipeo” (deslizamiento de perfiles), son aspectos que han hecho muy atractiva a la plataforma. Por primera vez, un *target* o población diana joven de entre 18 y 25 años (sobre todo en entornos urbanos) se plantean utilizar servicios de citas. Hasta tal punto han entusiasmado a este sector que en muchas ocasiones coexiste el uso de más de una app, especialmente entre el público homosexual y bisexual.

Las apps también pueden mejorar la autoestima de las personas ya que favorecen no solo un encuentro proclive a la seducción, sino que debido al mayor número de usuarias/os aumentan las posibilidades de éxito (Fernández Fernández, 2017: 32). Esta característica lleva a su vez parejo el hecho de que muchas plataformas han conseguido romper barreras como la edad, el lugar de residencia o los diferentes gustos y ambientes. Se amplían de esta manera, los principios sobre los que, tradicionalmente, se construían las relaciones. Ahora, personas de diferentes edades, espacios geográficos y culturas pueden comunicarse con la misma inmediatez que si compartieran un mismo núcleo geográfico. Pero no solo se han modificado estas variables, sino que también otros aspectos más subjetivos como la vergüenza o la timidez han dejado de ser un problema en las relaciones virtuales. Las redes han facilitado la despersonalización de la comunicación y, si bien esto tiene consecuencias claramente negativas, tal y como comentaremos a continuación, también puede favorecer el juego de la seducción al crear un ambiente de tranquilidad y pausa en la que pueden pensarse las cosas dos veces antes de contestar o decidir qué imágenes se quieren enseñar.

Por otro lado, cada vez ganan más peso las críticas negativas contra estos espacios virtuales. En muchas ocasiones las personas que usan estas aplicaciones hacen referencia a la desconfianza de las interacciones que se producen en la red, ya que cualquiera puede alterar su identidad e incluso hacerse pasar por otra persona. La hipervisibilidad o, quizás más apropiadamente, la hipervisualidad, es decir, la creciente importancia de la imagen lleva aparejada una tensión en el control de aquello que queremos dejar ver a otros/as. Si bien se puede afirmar que estas plataformas nos permiten cierto control de nuestra identidad digital, lo cierto es que, a la par, resulta complicado definir cuáles son los límites de este control. Las redes y, en concreto, las apps de seducción ofrecen herramientas para construir exhaustivamente nuestros perfiles, pero esto no quiere decir, primero, que los/las demás vayan a interpretar nuestro perfil tal y como deseamos y, segundo, que vayamos a tener la seguridad de que las/los demás nos dicen la verdad. El control aquí, como ocurre en el mundo analógico, se nos escapa constantemente de las manos, siendo más una “virtualidad” que una “realidad”.

Un aspecto negativo que se señala frecuentemente y que resume las críticas a la modernidad hace referencia a la disolución de los valores tradicionales, la desaparición de las interacciones “reales” y la transformación de la juventud en un colectivo que busca única y exclusivamente su propio placer y que ha asumido patrones

de consumo también en lo relativo a los cuerpos y a las relaciones afectivas. Las falsas alusiones de los medios de comunicación a esta nueva sociedad deshumanizada hacia la que supuestamente nos dirigimos nos sugieren que estas apps van a acabar con la interacción humana y sus aspectos emocionales y afectivos. Pero estas críticas no son únicamente externas, sino que en muchas ocasiones también las personas que usan las redes señalan la despersonalización que se da en estos espacios, ya que los perciben como herramientas básicas, secas, frías, artificiales y muy impersonales en las que se pierde la “química” y la cercanía, convirtiendo las interacciones humanas en experiencias limitadas (Fernández Fernández, 2017: 40).

En este sentido, no existe una opinión única acerca del papel social que tienen estas apps. Para unas investigaciones son dispositivos en los que se reproducen los discursos que frecuentemente sustentan el orden **patriarcal** (Lasén, 2014: 35; García, 2014: 85) e incluso en los que, debido a la falta de los sistemas de regulación social, se dan más agresiones e intimidaciones (Whitty y Gavin, 2001: 624). 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 falsas 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 González, 2017). Otras investigaciones, en cambio, aun reconociendo los aspectos negativos, dan prioridad a su interpretación como espacios de rearticulación, subversión y resistencia (Lloyd y Finn, 2017).

Como puede observarse son muchos los factores que se señalan a favor y en contra de las redes y de las apps de contacto. Algunos de ellos matizables e incluso cuestionables, pero que reflejan la manera en la que comprendemos nuestros procesos comunicativos y tecnológicos, así como su interrelación. En este texto nos gustaría remarcar un aspecto que en ocasiones no suele tenerse en cuenta al analizar los pros y los contras de estos espacios: la imposición de una normatividad **adultocentrista**, es decir, la creencia de que las personas jóvenes y todo lo que sea puesto en relación con la juventud es menos importante o, dicho de otra forma, rechazable o inadmisibles. Desde esta visión 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 involucrados en el uso de estas apps. Un sector de la población se ha mostrado reacio 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 **adultocentristas** se manifiestan como críticas a la juventud y a sus formas de socialización obviando los motivos y los “porqués” de estos nuevos usos y medios.

La llamada “correa inalámbrica” (Qiu, 2007) debe entenderse como un proceso de sujeción propio de las sociedades contemporáneas occidentales, pero no como algo eminentemente negativo o propio de la gente joven. Implica, más bien, una amalgama de condicionantes entre los que se encuentran beneficios y perjuicios. La correa no viene a sustituir una sociedad utópica de “sujetos libres”, sino que actualiza y modula las formas tradicionales de sujeción, comunicación y dependencia (Lasén, 2014: 24-25). Y es que como señala Soraya Calvo González (2017: 23) las TIC deben ser valoradas también como “herramientas de acercamiento, encuentro, disfrute y vivencia común”.



// 3. LÍMITES ÉTICOS

Nos comportamos como nos solíamos comportar, teniendo buenas y malas actitudes (seduciendo, cotilleando, viéndonos con otras personas, controlando, vigilando, respetándonos, amándonos, etc.), pero a través de nuevas herramientas (smartphones, ordenadores, apps, redes sociales, etc.) y en un nuevo entorno sociocultural donde diferentes fórmulas, tiempos, espacios, significados y sujetos toman forma. Las apps de contactos son espacios de socialización y, por esta razón, al ser medios de interacción humana se reproducen en ellos actitudes y comportamientos deseables e indeseables al igual que en el espacio “analógico” o “real”. Si bien es cierto, en las últimas décadas se ha comenzado a comprobar cómo la ausencia de corrección social y la despersonalización del contexto digital han permitido que proliferen comportamientos negativos, malas prácticas e incluso formas de violencia entre las/los usuarias/os (Whitty y Gavin, 2001: 624). Al igual que en cualquier espacio cultural deben establecerse unos límites, no ya para coaccionar o limitar el desarrollo de las interacciones o identidades, sino más bien para salvaguardar la integridad de los grupos vulnerables, así como para garantizar un uso ético responsable basado en buenas prácticas y cuidados.

/ 3.1. DICOTOMÍA FÍSICO-VIRTUAL: VIRTU(RE)ALIDAD Y RESPONSABILIDADES

Tradicionalmente se ha establecido una diferencia radical entre lo que sucede en las pantallas de nuestros móviles y lo que ocurre en la “vida real”, como si pudiéramos dividirnos y escindir ambos espacios con claridad. Entendemos que los contextos digitales y físicos son categorías dicotómicas, cajones estancos separados por una rígida frontera que limita ambos espacios. Sin embargo, el espacio virtual en un ordenador o un smartphone es una extensión de nuestras capacidades comunicativas, no un lugar al margen o separado de la realidad.

Indudablemente nuestra manera de comunicarnos, lenguaje y actitudes son diferentes en el medio virtual y no-virtual, fundamentalmente porque percibimos ambos espacios como entidades separadas que nos envían señales diferentes (McKenna y Bargh, 2000; Cornwell y Lundgren, 2001; Whitty y Gavin, 2001: 624). De igual manera, las personas usuarias insisten en esta diferenciación aludiendo, por lo general, a la falta de calidez y despersonalización de lo virtual frente al tacto y la materialidad de lo real (Fernández Fernández, 2017: 26). Sin embargo, hay que ser cautos con esta separación puesto que las connotaciones que puede tener en nuestro día a día son significativas. No solo hablamos de un cambio de canal, códigos o registro de la comunicación, sino que la dicotomización real/no real implica cierto alejamiento de los condicionamientos sociales, algo que puede ser tan positivo como negativo. Separar nuestra vida real de la virtual conlleva caer en cierta “des-responsabilización” de lo que ocurre en estas aplicaciones,

puesto que las consideramos como un espacio abstracto e intangible, en el que las normas sociales son más fluidas, permisibles e incluso inexistentes. Este es un aspecto fundamental porque la falta de la responsabilidad de uso puede derivar en que se ejerzan formas de violencia, conscientes e inconscientes, sobre otras/os usuarias/os e incluso llevar a cabo prácticas que en nuestra vida cotidiana nos son impensables.

Aun así, también podemos afirmar que dentro de la diversidad de experiencias en estas aplicaciones la separación de espacios puede ser un factor beneficioso. Lo virtual sirve en ocasiones como un espacio de desarrollo, documentación y liberación identitario (Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 11) al margen de la violencia cotidiana que sufren muchas identidades no normativas. Así mismo, puede servir como “zona de confort” en el que poder comunicarse con otras personas sin exponerse a los peligros que puede conllevar el contacto analógico (Calvo González, 2017: 25). La experimentación de la sexualidad y la identidad pueden verse favorecidas por el anonimato o incluso por la separación estratégica, efímera y “falseada” entre lo virtual y lo no-virtual.

A continuación, se presentan algunos ejemplos que nos permiten reflexionar sobre cómo usamos las redes, esos espacios en los que construimos nuestras identidades (Lloyd y Finn, 2017: 166), y donde repensamos los límites establecidos entre los espacios públicos y privados, entre lo íntimo y lo privado, así como sobre las relaciones desiguales que establecemos en ellos.

| 3.1.1. COMPARTIR PERFILES

Una herramienta llamativa que ofrecen Tinder y Badoo consiste en la posibilidad de compartir los perfiles que nos encontremos con amigas/os para que puedan opinar o aconsejarnos, algo impensable en Grindr, Wapa y Wapo debido a que su público potencial son personas **LGTBI+** y se busca dar un plus de privacidad. Si bien hablar sobre nuestros liguees es algo habitual en las relaciones que no están mediadas tecnológicamente, debe tenerse presente el derecho de la persona usuaria a mantener su presencia en la red de manera anónima, incluso cuando la app es de carácter público. Hacer capturas de pantalla a los perfiles y difundirlos en nuestros grupos de amigos/as, aunque no sea necesariamente una práctica ilegal o que vaya destinada a la mofa o burla, pone sobre la mesa el debate en torno a la responsabilidad de uso, respeto y cuidado de otro/a.

| 3.1.2. AUTODEFINICIÓN Y VIOLENCIA

Al igual que en el caso anterior, el uso ético de estas plataformas implica que en algunas ocasiones puede ser necesario rechazar el uso de algunas herramientas o recursos que se nos ofrecen. Por ejemplo, podemos mencionar el caso de Grindr y la batería de opciones que ofrece para autodefinirse en la construcción del perfil. Entre estas etiquetas encontramos la posibilidad de poner



Laura

Deportista y muy inquieta

Me encanta viajar y conocer gente nueva 🥰

Me gusta comer sano... real fooder!

Por qué no hacemos match? 🤪



nuestro **estado serológico** o el de definir la “tribu” a la que pertenecemos entre las que se encuentra el abanico identitario “trans” o “seropositivo”. Ambos casos son ejemplos de opciones que nos da la app y que podemos rechazar. En el primer caso, debemos recordar que el **estado serológico** es una cuestión privada que no debe convertirse en mercancía comerciable por las aplicaciones ni tiene por qué ser de dominio público. Dentro de un rango extenso y variado de etiquetas descriptivas, la introducción del **estado serológico** “busca imprimir el factor “seropositividad” en nuestra economía sexual; dicotomizarnos en positivos y negativos, convertir un virus en una identidad” (la santamari(c)a, 2017).

En relación a esto, destaca la posibilidad de incluir si se toma **PrEP** o no, algo que cobra importancia teniendo en cuenta que comenzó a ser financiada por el sistema de salud pública español el 1 de noviembre del 2019. La financiación de la **PrEP** es una medida que condiciona la manera en la que se tienen relaciones sexuales, al igual que la píldora anticonceptiva transformó en su momento los encuentros entre personas cishetero en edad fértil. Introducir este fármaco tiene partes positivas, entre las que se encuentra la posible reducción de infecciones de VIH, pero también perjuicios, no tanto en relación a los efectos secundarios, sino a los efectos sociales y políticos creados por la falsa sensación de autonomía y libertad sexual que puede crear en su público potencial: hombres **cisgénero gays** (Preciado, 2015). Los repuntes de VIH en los últimos años nos hablan de una falta de educación sexual y de la necesidad de erotizar otras zonas erógenas de nuestros cuerpos, así como los métodos de protección frente a las ITS, algo que no se soluciona medicalizando nuestros encuentros sexuales. El “farmacocapitalismo” (Preciado, 2015) tiene importancia en este caso, pues debemos ser conscientes de cómo determinadas industrias, entre ellas la farmacéutica, se instalan progresivamente en nuestras vidas e incluso en nuestras camas no para hacernos más felices, sino para ganar dinero, tal y como ocurre con las apps de citas. Por este motivo, es necesario ir más allá y preguntarnos tanto por las consecuencias inmediatas de esta medida, como por aspectos como: los resultados que tendrá su adopción en la realidad actual de personas jóvenes y adultas, sobre si se hará un uso responsable e, incluso, por si puede llegar a reforzar un modelo de sexualidad hegemónico y masculino que necesita ser **despatriarcalizado** con urgencia.

En el segundo caso, definir lo **trans*** como una tribu incide en su **fetichización**, simplifica y elimina la variedad de trayectorias vitales incluidas en el concepto y, aún más importante, deviene en la deslegitimación de esta identidad y su conversión en una especie de “moda urbana”. Esta “etiqueta” tal cual se presenta no describe o visibiliza una realidad, sino que más bien la convierte en un elemento de intercambio, en algo ornamental y accesorio que puede incrementar o disminuir la deseabilidad, pero que no remite, como deben hacer las categorías, a un conjunto de experiencias vitales. Otra de estas tribus que se muestran como una opción es la de “seropositivo”, algo que, una vez más nos remite a la falta de responsabilidad de estas plataformas, que convierten el ser

portador o no del VIH en un elemento identitario a la par que ser “deportista” o “geek”.

| 3.1.3. LAS “FOTOPOLLAS” NO DESEADAS

Otro ejemplo habitual en las interacciones en estas redes es el envío de fotografías pornográficas por parte de hombres cis sin saber si la otra persona desea ver dichas imágenes. La “fotopolla”, a diferencia del sexting, es una práctica no consensuada y no consentida, una agresión no identificada como tal socialmente que puede generar daño, pero que no está contemplada como delito en la legislación española. Sin embargo, se ha convertido en algo recurrente en muchas redes —no solo las apps de ligue—, afectando especialmente a mujeres —cis o trans— heterosexuales o bisexuales y a hombres —cis o trans— gays o bisexuales. Muchos de estos usuarios se creen con la potestad de hacer envío de imágenes de sus “pollas” puesto que entienden, primero, que sus genitales son partes deseables e imprescindibles de su identidad, segundo, que tienen derecho a hacerlo basándose en sus privilegios masculinos y, tercero, que pueden violentar a otras personas usuarias porque una de sus prerrogativas dentro del **patriarcado** es que tienen acceso sexual a otros cuerpos. Es importante destacar que algunas aplicaciones como Wapo han incorporado recientemente en sus últimas actualizaciones un filtro que se aplica sobre todas las fotografías que reciben los/las usuarios/as de tal manera que hasta que no se hace clic sobre una imagen esta permanece borrosa.



| 3.1.4. SEXTING SEGURO

Mucho más problemático en los últimos años ha sido lo relacionado con la práctica de **sexting** o intercambio de contenido audiovisual erótico (audios, vídeos, fotografías...). Por ello, consideramos apropiado remitirnos a los consejos elaborados por Soraya Calvo González (2015) para llevar a cabo un **sexting** seguro², entendido como una práctica erótica consensuada. Entre estas medidas se destacan “no enseñar partes o detalles de tu cuerpo fácilmente identificables”, “pensar antes de enviar tus contenidos y revisarlos” o “cambiar periódicamente tus contraseñas y disociar los perfiles ‘íntimos’ de los sociales”.

| 3.1.5. EL GHOSTING: APARECE Y DESAPARECE

Además de estos aspectos pueden tenerse en cuenta otros de carácter más emocional o subjetivo. Por un lado, debe garantizarse que la construcción del proceso comunicativo en su conjunto está basada en un buen uso, por abstracto que parezca, entendido como una relación de “mutualidad” en la que las interacciones no son solo eso, intercambios de información o necesidades, sino que son relaciones mediadas por la responsabilidad y los cuidados, ajenos y propios. Se trata de tejer redes afectivas en todos aquellos espacios en los que nos movemos, sea a través de una pantalla o del tacto corporal. En relación a esto, es importante no permitir ni realizar comportamientos o perpetuar actitudes que no consideramos apropiadas o que pueden suponer algún tipo de agresión a otras/os usuarias/os, recordando en todo momento que nos comunicamos con personas y no con dispositivos electrónicos. Debemos asumir la responsabilidad de nuestros actos y comportamientos y no aceptar patrones comunicativos que pueden dañar a los/las demás.

En esta línea, pueden mencionarse comportamientos como el **ghosting**, es decir, terminar una relación afectiva con una persona sin darle ninguna explicación, desapareciendo progresiva o radicalmente y cortando todo contacto. El **ghosting** se ha convertido en una práctica relativamente habitual, que no solo no es castigada socialmente, sino que más bien al contrario se ve como un derecho de la persona que lo realiza en pos de su supuesta libertad individual. Sin embargo, la responsabilidad de uso es también responsabilidad afectiva sin necesidad de hablar en términos de relación amorosa, sino más bien de respeto a las personas con las que convivimos e interactuamos, independientemente del grado de cercanía o **intimidad**.

² Puede accederse a la guía completa elaborada por Soraya Calvo González “Sexting positivo: Propuesta didáctica para 2º ciclo de la ESO” (2015) en el siguiente enlace: [<https://bit.ly/2Juw64u>].

/ 3.1.6. COMPORTAMIENTOS DELICTIVOS

También deben tenerse presentes otros comportamientos que son delictivos como el *sexpreding* o compartir fotos eróticas y/o pornográficas de otras personas, el *grooming*, cuando un adulto se gana la confianza de un/a menor, generalmente haciéndose pasar por alguien de su misma edad para así poder abusar de él/ella; la *sextorsion*, es decir, amenazar a alguien con el envío de sus imágenes eróticas o pornográficas a sus contactos o conocidos/as; o el *pornrevenge* o uso de material audiovisual de otra persona para dañar su imagen social, humillarla públicamente y ocasionarle sufrimiento³.

/ 3.2. SEGURIDAD/PRIVACIDAD

Habitualmente cuando se habla de seguridad en estas aplicaciones y, en general, en internet, se alude a los peligros de chatear con una persona desconocida, así como al envío de fotografías y datos personales. La mayoría de apps de contacto, teniendo presentes estas cuestiones nos ofrecen algunas herramientas que están a nuestra disposición para que podamos disfrutar de un uso libre de conflictos.

En cuanto a la autenticidad de las personas con las que chateamos, no solo es importante tener en cuenta que tengan fotografías, en plural, sino que estas sean originales y no presenten marcas habituales en las capturas de pantalla. Así mismo, una gran garantía es que el/la usuario/a tenga enlazado su Instagram, Facebook o Twitter para así poder comprobar la veracidad de su identidad. Su huella digital nos puede servir de ayuda para comprobar que es quien dice ser.

Como un recurso a nuestra disposición, debemos recordar que en todas las plataformas se ofrece una opción de bloqueo, al igual que de denuncia, de tal manera que si detectamos una práctica dañina o suplantación de identidad podremos hacer uso de dichas herramientas, además de tomar acciones legales si lo consideramos oportuno.

El intercambio de fotografías puede tener cierta complicación en caso de no querer revelar de manera pública la identidad debido a, por ejemplo, **estar en el armario** o no querer dar a conocer la participación en las apps de contacto por diferentes motivos. Ante esto, lo que se recomienda es, por un lado, utilizar alguna aplicación que garantice que se pueden borrar las fotografías una vez enviadas y, por el otro, avanzar en la conversación lo suficiente como para ganar la confianza necesaria para compartir de manera segura la fotografía. Es esencial recordar que cada una/o marca sus propios tiempos y que, por lo tanto, no es obligatorio poner fotografía inicialmente, lo importante en cualquier caso es dar a conocer este tipo

³ Para obtener más información sobre las consecuencias legales de realizar estas prácticas se puede consultar la guía sobre "Sexualidad, convivencia y redes sociales: ¡Hablando claro!" elaborada por SOISEX (Servicio de Orientación e Información Sexual para Jóvenes). Disponible en: [<https://bit.ly/2Nq04Ib>].

de información a la persona con la que hablamos para que pueda decidir si desea o no continuar chateando. Esto no solo puede aplicarse a las imágenes, sino también a cualquier dato identificativo como el teléfono móvil, el correo electrónico o el vínculo a otras redes sociales. Por ejemplo, la app Wapo cuando detecta que estamos haciendo envío de datos personales (teléfono o email) lanza un mensaje de advertencia en el que nos recomienda compartir información sólo si se ha hablado con esa persona un tiempo y se tiene la certeza de que es real. Así mismo, aporta consejos tales como no hacer envío de dinero o tener precaución con aquellos perfiles que enlazan a otras aplicaciones de chat (Hangouts y KIK) ya que podrían ser estafas.



// 4. CONSTRUYÉNDONOS: LOS ROLES DE GÉNERO TAMBIÉN SON VIRTUALES

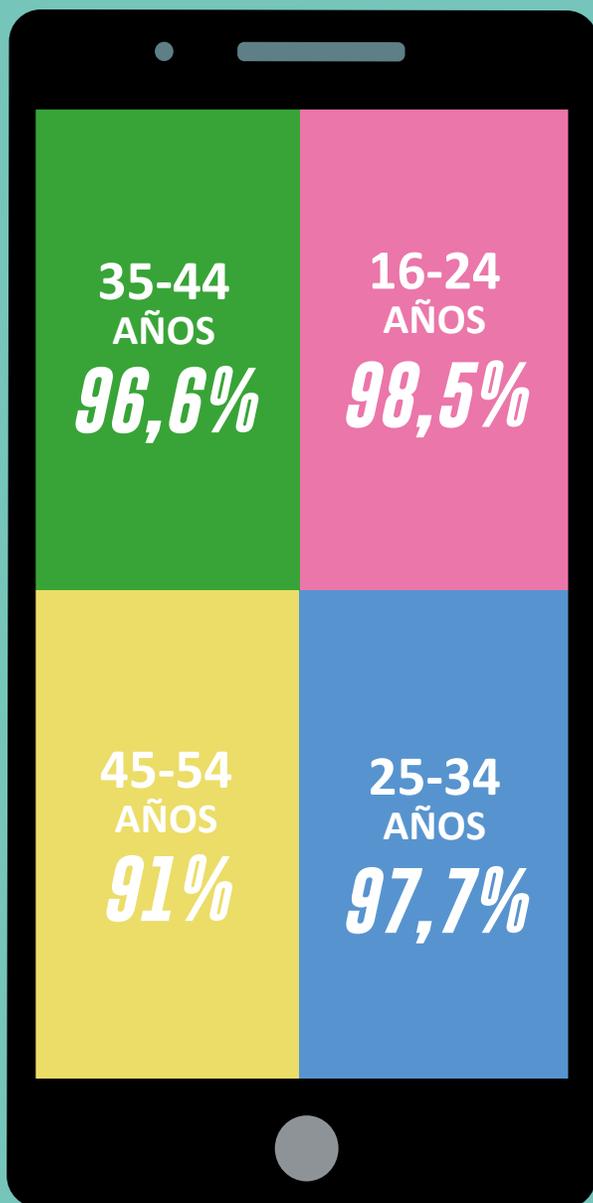
Vivimos en una sociedad mediada por la tecnología y determinada por las relaciones desiguales que se establecen entre las diferentes identidades, especialmente en relación a las categorías de sexo y **género**, no solo entre hombres y mujeres **cisgénero**, sino también en relación a las personas **trans*** y a aquellos espectros que trascienden o licúan el **binarismo** convirtiéndolo en un espacio de reivindicación política. Grindr, Badoo, Tinder, Wapa y Wapo son espacios en los que se evidencia la performatividad de la identidad, es decir, cómo modelamos de manera consciente e inconsciente nuestra identidad dentro de un sistema (hetero) normativo que define y limita nuestras posibilidades vitales (Butler, 2013). A diario tomamos decisiones que afectan a nuestra manera de percibirnos a nosotros/as y a los/las demás. También en las apps elegimos, voluntaria e involuntariamente, la manera en la que nos presentamos en los perfiles y cómo interactuamos.

Podemos afirmar entonces que construimos nuestra identidad digital tal y como hacemos en el día a día con nuestra imagen en el mundo “real”: a través de decisiones conscientes e inconscientes que se entrelazan con nuestro sexo, raza/etnia, clase social, sexualidad, etc. El que las redes a veces sean calificadas como espacios de “postureo” o de superficialidad tiene mucho que ver con que dejan en evidencia cómo actuamos y qué decisiones tomamos para gustar a los/las demás. Las redes nos enfrentan a nuestra propia identidad y a cómo la vivimos con sus coherencias y sus incoherencias.

Analizar la manera en la que se construyen las identidades en estas aplicaciones no es tarea sencilla debido a la superposición de procesos de cambio con otros de reafirmación de los valores tradicionales o incluso con la incorporación de nuevos hábitos impuestos por las redes. Por todo ello, estos espacios de interacción y comunicación influyen en nuestras relaciones sociales y subjetividades (Amparo Lasén, 2014: 24:25). Esto quiere decir que los dispositivos no se superponen sobre las fórmulas tradicionales de interacción y las sustituyen, sino que se fusionan con ellas, las actualizan, las transforman, dando lugar a otras maneras comunicación, incluso recuperando algunas que se habían perdido (Lasén, 2014: 24-25).

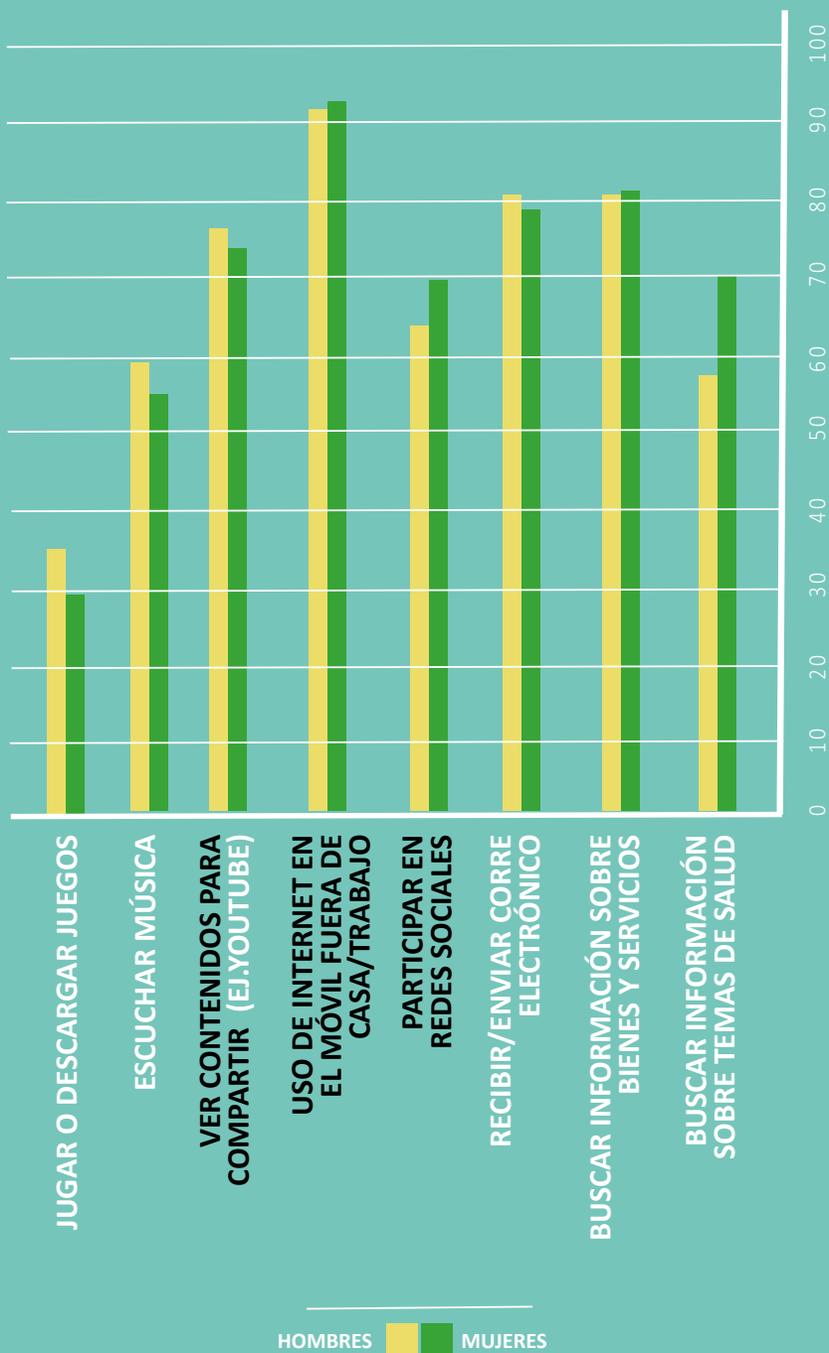
JOVENES E INTERNET

USO DE LAS TIC EN 2018



USO DE INTERNET

SEGÚN ACTIVIDAD REALIZADA (ÚLTIMOS 3 MESES DE 2018)



APPS MAS USADAS EN ESPAÑA



74%



41%



34%

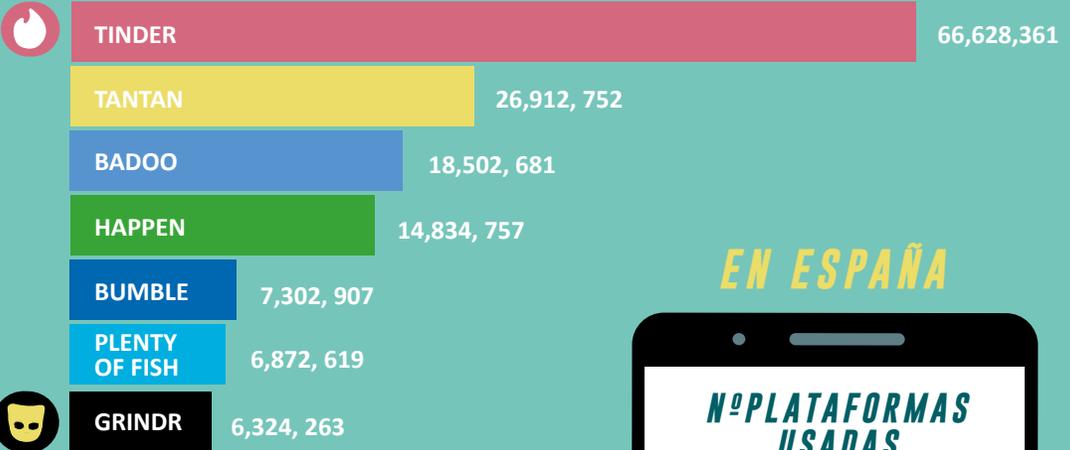


14%

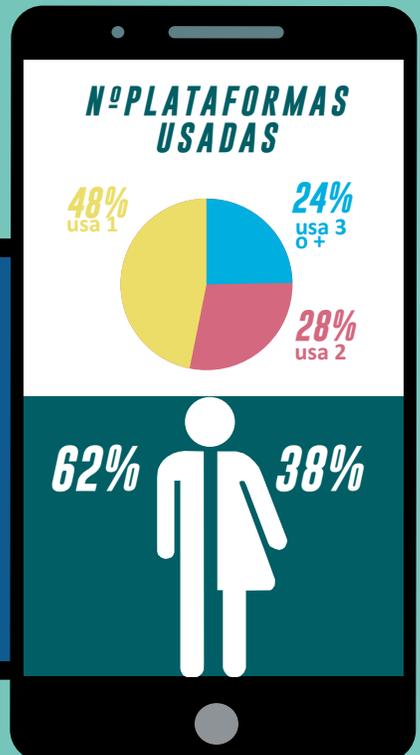


14%

APPS DE CITAS A NIVEL GLOBAL (USUARIAS/OS MENSUALES)



EN ESPAÑA



EL EJEMPLO DE TINDER



60 MILLONES
USUARIOS/AS MESAUALES
(4 MILLONES PREMIUM)



2 BILLONES
VISUALIZACIONES DIARIAS



1,5 MILLONES
CITAS SEMANALES



1,6 BILLONES
SWIPES DIARIOS

It's a Match!

30 BILLONES
MATCHES TOTALES
(26 MILLONES DIARIOS)



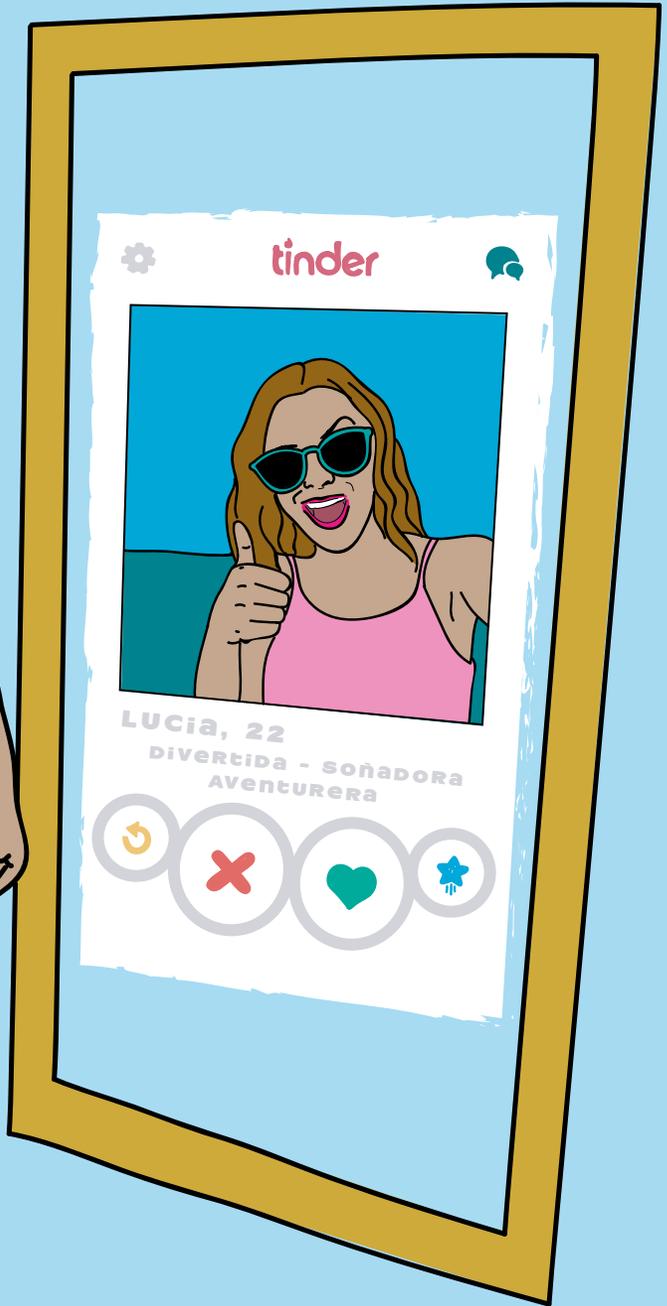
196 PAISES



1700 MILLONES \$
INGRESOS EN 2018
(“MATCH GROUP”-MATRIZ DE TINDER)



16-34 EDAD MEDIA
(80% USUARIOS/AS)
(63% MENORES DE 30 AÑOS)



// 5. EL PERFIL

Con nuestro perfil queremos llegar a un determinado grupo de usuarias/os. Aunque, de por sí, no busquemos nada en concreto o simplemente “ver qué hay” en las apps, al rellenar los datos estamos pensando en ser vistos/leídos por alguien. De esta manera, lo que se persigue es tener cierto éxito de acuerdo con los objetivos que nos planteamos previamente. Para ello moldeamos nuestro perfil estableciendo unos límites de lo que queremos mostrar y de aquello que no nos parece adecuado. Es precisamente aquí, en la manera en la que simplificamos y reducimos nuestra identidad a unas etiquetas preconcebidas, donde solemos acudir a fórmulas estereotipadas o a discursos hegemónicos de **género** y sexualidad para tener los resultados esperados (Kendall, 2002: 72). Incluso, a veces, recurrimos a fórmulas biologicistas que refuerzan los roles tradicionales ligados al hombre y la mujer (Kendall, 1998: 130; O’Brien, 2005: 94).

De este modo, es necesario ser muy cautas/os a la hora de reflexionar sobre nuestro papel en estas redes puesto que, al estar inmersos en una **sociedad patriarcal**, asumimos habitualmente patrones de conducta, pensamiento y actuación que valoramos como normales, positivos y aceptables pero que, sin embargo, son discriminatorios y violentos.

La búsqueda de algún tipo de contacto con otros/as usuarios/as nos lleva a un proceso de selección, eliminación, invisibilización y priorización de aquellos aspectos que queremos mostrar de nuestras vidas, posponiendo e incluso rechazando otros que consideramos que nos entorpecen a la hora de tener los resultados que esperamos y deseamos (Cornwell y Lundgren, 2001: 200). Uno de los factores que más influye en la construcción de nuestro perfil es el objetivo (u objetivos) que perseguimos, algo que determina qué tipo de imágenes e información ofreceremos (Enguix y Ardévol, 2012: 509), así como el tipo de aplicación que elegimos para iniciar nuestra búsqueda (McLead, McArthur, 2018: 4).

Una vez que hemos seleccionado la app en la que queremos participar pasamos a la construcción de nuestra descripción. Los perfiles son espacios creativos en los que seleccionamos fotografías, creamos textos autodescriptivos, nos auto-etiquetamos y, en definitiva, moldeamos una imagen del “yo” que resulte atractiva e interesante. En ellos creamos, como mencionan Óscar Mesa y Rafael Marfil (2018: 68), una “imagen de marca” a través de un proceso de “actuación online” en la que el objetivo principal es resultar deseable —no necesariamente en términos eróticos. Buscamos ser atractivas/os no para todo el mundo, sino para aquel “público” en el que estamos interesadas/os. Nuestro **“branding personal”**, como lo denomina Lardellier (2014: 80), tiene como objetivo un determinado target o público potencial; dicho de otro modo, deseamos ser escuchadas/os por unas personas más que por otras y por esta razón construimos nuestro mensaje dirigido a esa audiencia.

Los perfiles de las aplicaciones Tinder, Grindr, Badoo, Wapo y Wapa —aun con variaciones entre ellas— se basan en una parte fotográfica, una biográfica y otra de selección de “etiquetas” entre varias opciones ofrecidas por las propias plataformas.

En la primera se pueden incluir un determinado número de imágenes que deben ser sometidas a las normas de publicación de cada app, puesto que en todas ellas se excluyen y censuran los desnudos explícitos en la fotografía de perfil. Las imágenes son mucho más que meras presentaciones, son elecciones en las que de manera casi automática e inconsciente se barajan y tienen en cuenta aspectos relacionados con la **performance de género**, clase social, sexualidad o raza y aspectos que se les vinculan como la **intimidad**, la erótica y el pudor. Es por este motivo por el que puede hablarse de estas imágenes como “narrativas sobre el propio cuerpo o sobre el ‘yo’” (Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 3). Son textos visuales que nos hablan tanto de aquello que la persona quiere decir de sí misma como de los patrones culturales en los que está inmersa. Todo esto sin olvidar la importancia de los aspectos que se deciden dejar fuera de la representación. Las imágenes, por lo tanto, nos hablan y a su vez hablan de nosotros/as, no solo de nuestro cuerpo y estética, sino también de nuestra personalidad, gustos e incluso sexualidad.

En la parte biográfica se puede incluir la información que se desee: una descripción más o menos elaborada, la letra de una canción, mencionar lo que se está buscando en la app o un emoticono. Las posibilidades son múltiples y cada usuario/a adapta su contenido en función de sus objetivos o estados de ánimo. Es, por lo tanto, un espacio libre en el que completar los datos ofrecidos en las otras dos secciones y que también participa de la producción de significados (Proitz, 2014: 96).

Por último, en todas las apps de citas tanto en las mencionadas como en otras como Badoo, Ulindr o Planet Romeo, se ofrece una serie de ítems en los que poder seleccionar algunas “etiquetas” —además de la edad, estatura y el peso— con las que nos identificamos y que ofrecen información sobre los siguientes aspectos:

ROL/POSICIÓN SEXUAL	ORIGEN ÉTNICO	COMPLEXIÓN FÍSICA
<i>Activo</i> <i>inter activo</i> <i>inter (versátil)</i> <i>Inter Pasivo</i> <i>Pasivo</i>	<i>Asiático</i> <i>Blanco</i> <i>Latino</i> <i>Medio Oriente</i> <i>Mixto</i> <i>Nativo Americano</i> <i>Negro</i> <i>Sudasiático</i> <i>Otro</i>	<i>Esbello</i> <i>fornido</i> <i>grande</i> <i>musculoso</i> <i>promedio</i> <i>tonificado</i>

TRIBU	ESTADO SEROLÓGICO	IDENTIDAD DE GÉNERO
<p>Oso Pulcro Maduro Discreto Geek Deportista Cuero Nutria Seropositivo Macho Trans Twink Sobrio</p>	<p>Negativo Negativo tomo PrEP Positivo Positivo no detectable</p>	<p>Hombre Cis Hombre Hombre Trans Mujer Cis Mujer Mujer Trans No Binario No Conforme Queer Travesti Otro</p>
PRONOMBRES	SITUACIÓN AMOROSA	ARMARIO
<p>Él/Su/Suyo Ella/Su/Suyo Ellos(As)/Su/Suyo Personalizar pronombres*</p>	<p>Casado Comprometido En Citas En Pareja Exclusivo Relación Abierta Relación Seria Soltero Relación A Tres Relación Complicada Otro</p>	<p>Dentro Del Armario Fuera Del Armario Es Complicado Prefiero No Decirlo</p>

/ 5.1. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

/ 5.1.1 TINDER: ME GUSTO, ME GUSTAS, NOS GUSTAMOS

En general en Tinder, también en Grindr, Wapo, Wapa y Badoo —en aquellos perfiles orientados a la búsqueda de relaciones afectivas y no únicamente encuentros sexuales esporádicos— podemos ver que predominan imágenes descriptivas que tratan de mostrar aquellos aspectos que las personas usuarias consideran más relevantes de su personalidad y que, a su vez, son socialmente considerados como valiosos y positivos. En las fotografías suele aparecer la cara, la totalidad del cuerpo, la sonrisa, los ojos, los tatuajes, alguna mascota,

diferentes lugares a los que se ha viajado, etc. Dentro de estas posibilidades, las imágenes suelen servir para mostrarse seductor/a dentro de unos cánones normativos estéticos, pero también dentro de una comprensión subjetiva de lo atractivo y erótico.

Las/os usuarias/os usan esta app buscando 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 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”. Queremos que nuestra imagen “diga” que somos deportistas o amantes de la naturaleza porque eso nos presenta como personas “sanas” e “interesantes”, al igual que salimos en retratos con mascotas o bebés para marcar nuestro carácter cuidador y sensible. 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 **gordófobos**), sino también en lo psicológico (esto es lo que se conoce como “**cuerdismo**”).

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 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 agrandar y, paralelamente, no mostrar una fotografía excesivamente retocada o que transmita una versión falseada, plástica, forzada o exagerada de sí misma/o.

Este aspecto es también fundamental en las representaciones de nuestras identidades puesto que a través de esa “naturalidad” o “autenticidad” se valoran positivamente imágenes que se ajustan a los patrones normativos sexo-generéricos y se sancionan otros en los que se transgrede de algún modo el lenguaje comunicativo de estas apps. Por ejemplo, si un chico aparece en varias fotografías haciendo deporte, por lo general se va a presuponer su carácter dinámico, buen físico y su proactividad, por el contrario, si es una chica la que aparece representada, se puede llegar a poner en cuestión su feminidad al considerarla un marimacho, activando las descripciones peyorativas asociadas al estereotipo: masculina, mandona, obsesionada con el deporte, insensible, etc.

Aunque todas las/os usuarias/os muestran interés por las imágenes, lo cierto es que mientras que ellas prestan atención a otros datos ofrecidos, ellos se cen-



tran casi exclusivamente en las fotografías (Fernández Fernández, 2017: 27). Si bien por regla general estas apps permiten sacar más partido a la erótica tanto de chicos como de chicas, lo cierto es que estas proyecciones estarán muy limitadas por las diferencias de género (Fernández Fernández; Calvo-González; Rodríguez-Pérez y Rodríguez-Menéndez, 2018: 178) debido, por ejemplo, al mayor grado de objetualización del cuerpo de las mujeres, al estereotipo del seductor que les otorga a ellos un carácter proactivo en la seducción o las diferencias en el “swipeo” (deslizar con el dedo para dar “like” o “dislike” a un perfil). Las/los usuarias/os en Tinder hacen una criba para identificar qué usuarias/os son los que les interesan y qué usuarias/os se quedan fuera de su lista de “matches” (emparejamientos o usuarias/os que se atraen mutuamente). En este proceso de selección se ha observado una clara diferencia entre ellos y ellas, ya que la mayoría de las chicas hacen la criba antes de “swipear” a la derecha (dar “like”), mientras que la mayoría de los chicos deslizan a la derecha el mayor número de perfiles posibles (dentro del límite establecido por Tinder) y una vez han conseguido algún “match” es cuando hacen la criba.

En Tinder esto se muestra como algo complejo debido al temor de sentirse objetos pasivos (Fernández Fernández, 2017: 32) y a perder su agencia sexual asociada tanto a la virilidad como a la limitación de los repertorios eróticos del patrón hegemónico masculino. Un hombre hetero siente cierta vulnerabilidad cuando tiene que mostrarse seductor fuera de los patrones del macho o del galán, o bien cuando tiene que ponerse en la posición de ser seducido. Esto explica cómo continúan siendo ellos los que más toman la iniciativa y ellas las que suelen esperar a que les hablen, calificando a los chicos que no se corresponden con esta manera de actuar como “cortados”, “parados”; y a las chicas como “lanzadas” o que “van a saco”.

/ 5.1.2. GRINDR/WAPO: PORNIFICACIÓN Y TRANSFOBIA

Una cuestión que diferencia a Grindr y Wapo de otras apps consideradas “heterosexuales” es la posibilidad de que los usuarios se muestren físicamente de manera mucho más explícita. Además de este tipo de perfiles que describen la personalidad de las/los usuarias/os de una manera más general, destacan otros modelos cuyo objetivo es la exhibición del cuerpo para un futuro encuentro sexual o que incluso están condicionados por la existencia del **armario** y el miedo a visibilizarse públicamente. Puesto que los objetivos de uso de cada persona en la aplicación son diferentes, también lo son las maneras de interactuar que se producen (Enguix y Ardévol, 2012: 509). No hay que olvidar que estas apps tienen como objetivo principal el promover los encuentros sexuales y este aspecto condiciona radicalmente la manera en la que se construye el perfil. De este modo, no es necesario escribir una descripción más o menos detallada de la personalidad, sino que a través de las fotografías —públicas o privadas— se puede dar cuenta del físico de la persona en la que estamos interesados/as. Las

imágenes que aquí nos encontramos, mayoritariamente de hombres cis 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 valoramos apropiados para ello. Para esto se recurre habitualmente a un canon estético normativo, es decir, un modelo corporal de referencia al que se debe tender con más o menos éxito. En estas apps, el cuerpo expuesto es, por lo general, normativo, cobrando importancia aspectos asociados a la masculinidad hegemónica (**capacitista y gordófila**) y el control del cuerpo —entendido como una máquina moldeable (Gill, Henwood y McClean, 2005)—, y remitiendo a la fortaleza física y la muscularidad, vinculadas a su vez con la potencia sexual (Gómez Beltrán, 2019: 49). El hombre musculado o tonificado se convierte 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.

El cuerpo es interpretado como un descriptor de la identidad y por ello es “enmarcado” (Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 11); es decir, se seleccionan aquellas partes que mejor representan la narrativa que quiere mostrarse, especialmente los abdominales y el culo. Incluso puede hablarse de una enmarcación radical a través de las fotos sexuales de “polla” y “culo” que objetualizan al extremo el cuerpo, pero que además informan sobre las preferencias sexuales, reduciendo estas a los roles: pasivo, activo y versátil.

En estas fotografías muy a menudo, a diferencia de Tinder y Badoo, se elude mostrar el rostro. Esta dinámica es habitual en Grindr y en Wapo debido sobre todo a los procesos de vivencia del **armario** y a las estrategias utilizadas para alejarse de la estigmatización **LGTBifoba**. La “foto de cara” será uno de los grandes conflictos en estas apps. El rostro, como parte del cuerpo privilegiada para la “individuación” y el reconocimiento se mantendrá como un secreto, incluso llegando a hablar con personas sin saber quién se encuentra al otro lado de la pantalla.

Esto también entronca con las ideas de pudor y miedo a ser catalogados como depravados. El desprestigio del uso de estas aplicaciones de contactos, no solo sexuales, sino de todo tipo, ha sido una constante desde su creación a principios de este siglo (Lumbreras Insausti, 2018: 136). Las apps y webs de contacto, especialmente las de la generación previa a Tinder, Grindr, Wapa y Wapo, eran consideradas como espacios marginales de seducción donde interactuaban las personas que no tenían éxito en la “vida real”. Eran consideradas perdedoras que tenían que conformarse con internet, un espacio en el que estaba “lo peor”, aquello que “nadie quería”. En las últimas décadas, la expansión de las nuevas 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 sexual.

En la última década se ha considerado que estas aplicaciones, usadas mayoritariamente por hombres cis gays, se basan en la “**pornificación**” y “**mercantilización**” de los cuerpos, motivada por el ensalzamiento de la masculinidad hegemónica (Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 117). Esto es algo evidente que puede observarse en la abundancia de cuerpos “descabezados” temerosos de la estigmatización, al igual que en las referencias constantes y explícitas a la masculinidad en las biografías de algunos perfiles: “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.

A pesar de que recientemente se ha abierto la aplicación a la presencia de otras identidades y ya no solo a hombres **cisgénero** gays y bisexuales, lo cierto es que tanto la interfaz como la predominancia de los discursos **tránsfobos**, **plumófobos** y **transmisóginos** imposibilita un uso inclusivo de estas aplicaciones (Lloyd y Finn, 2017: 162). Según un estudio elaborado por Christopher E. M. Lloyd y Mark D. Finn (2017: 162), gran parte de las personas **trans*** que usan estas aplicaciones afirman que en estos espacios sus identidades son vistas como no legítimas, como si no pertenecieran a estas plataformas. Como señalan los autores Lloyd y Finn (2017: 162-163), en muchas ocasiones estas personas se verán sometidas a un régimen de invisibilización de su identidad por la que los usuarios tratarán de racionalizar su presencia: “así que eres un hombre femenino?” (a una mujer transgénero).

La inclusión de lo **trans*** como una de las opciones que se pueden seleccionar en el perfil en la sección de “tribus” no ayuda especialmente a la **desfetichización** y legitimación de esta identidad. A pesar de los intentos de ampliación del público potencial de esta app —motivado más por el marketing orientado a blanquear su imagen de marca—, se continúa manteniendo una “lógica masculina de uso” (García, 2014: 85). Esto se hará evidente tanto en la predominancia del consumo sexual carente de los imprescindibles lazos de empatía y cuidados mutuos sobre los que se debe basar cualquier contacto, como en la definición de un sujeto masculino en términos hegemónicos que rechaza todo aquello que implique y signifique feminidad por ser visto como inferior y **emasculador** (Gómez Beltrán, 2016; 2019).

/ 5.1.3 WAPA: “ELLAS NO FOLLAN” Y LA ESTEREOTIPIA FEMENINA

La estereotipia masculina sobre la que se construye Grindr/Wapo es más evidente si la comparamos con Wapa, espacio destinado a las mujeres 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. Es llamativo que las diferencias establecidas entre la masculinidad y la femineidad se demarquen en las aplicaciones gays y lésbicas aún con mayor claridad que en Tinder y Badoo, mayoritariamente hetero. 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 relaciones sexuales esporádicas. 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, más emocionales, “softporn” o porno blando.

Al igual que ocurre en Grindr o Wapo, también en Wapa 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. Así mismo, el uso de estas apps es mucho menor que en el caso de los hombres heterosexuales o GTB que, como se ha comentado, son clara mayoría en su uso, independientemente de los fines que persigan. Estas aplicaciones no consiguen atraer a las mujeres lesbianas con la misma intensidad que en otros targets, algo que también ocurre con los espacios físicos de ocio en los que ellos siguen siendo mayoría. Esto ha hecho que recientemente se haya lanzado la app de ligue Ulindr, de origen español, creada por y para mujeres lesbianas y bisexuales.

Al igual que ocurre en otras plataformas, las identidades **queer** son frecuentemente rechazadas tal y como ocurría, por ejemplo, con el hombre femenino o con **pluma** en Grindr. En Wapa también pueden encontrarse descripciones y comentarios —aunque mucho menos frecuentes e hirientes— en los que se rechaza tener encuentros con mujeres masculinas y **trans***. Como se afirma en uno de los pocos estudios que existen sobre esta plataforma: “las negociaciones en torno al cuerpo de las mujeres sigue estando presente en Wapa, sugiriendo que algunos aspectos positivos de estas plataformas móviles todavía necesitan ser puestos en entredicho” (Narin, 2018: 364; traducción propia). Los cuerpos disidentes de las normas de **género** pierden deseabilidad tanto en contextos virtuales como analógicos. Sin embargo, en estas apps las/los usuarias/os se en-

frentan de manera sutil a un dilema: bien disimular aquellos aspectos que les restan deseabilidad para incrementar sus posibilidades de éxito —el llamado *passing* en el mundo no virtual— o bien a asumirlos y proyectarlos como parte esencial de su identidad.

/ 5.2. NUESTROS CUERPOS TAMBIÉN SON VIRTU(RE)ALES.

/ 5.2.1. LA INTIMIDAD EN LA ERA 3.0

La conexión constante a internet, así como la creciente dependencia del uso del smartphone ha sido relacionada frecuentemente con la pérdida de **intimidad**. La revolución tecnológica ha incrementado nuestra exposición, lo que ha ocasionado que se desarrollen ciertas sensaciones de vulnerabilidad y miedo a que se desvelen nuestros secretos y vidas privadas. Internet, un espacio inmenso y casi ilimitado de información, nos ha enfrentado, paradójicamente, a nuestros miedos individuales de exposición pública. Compartimos nuestras vidas a diario a través de fotografías, textos y todo tipo de información que ofrecemos consciente o inconscientemente mediante las diferentes plataformas. Como hemos comentado, saber seleccionar la información relevante que ofrecer de una/o misma/o es fundamental a la hora de mostrarse ante las/los demás en las apps de contacto y esto también incluye tanto seguir el mencionado ideal de autenticidad como evitar mostrarse en exceso (Blackwell, Birnholtz y Abbott, 2014: 13).

Esta tensión entre enseñar lo suficiente para describirse y no mostrar demasiado es quizá uno de los conflictos principales cuando usamos las apps de ligue y las redes sociales en general. Queremos darnos a conocer, pero no mucho; solo lo suficiente para proyectar una imagen positiva que se corresponda con lo que creemos que somos. Todo esto con la intención de ser aceptados/as o incluso de mostrarnos como diferentes y únicos/as. Las variables son muchas, pero en todas ellas lo que se evidencia es un diálogo propio entre las redes, los/las usuarios/as, y las maneras en las que personal y socialmente entendemos la **intimidad**.

Un punto necesario que debe tratarse es la visión actual de las redes como formas de exhibición gratuitas y desesperadas (Bonavitta, 2015: 2014). Estas críticas, como hemos visto anteriormente, simplifican la variedad de emociones, intenciones y deseos que experimentamos cuando usamos estas plataformas y, además, nos infantilizan al considerarnos personas sin capacidad de gestionar nuestros espacios. Indudablemente, como afirman algunas/os autoras/es (Beltrán; Pérez-Ugena y Vizcaíno-Laorga, 2010: 20) se ha producido recientemente cierta “ciberdesinhibición”, una “combinación de **intimidad** y anonimato, que proviene del cambio de valores tradicionales (preservación de la **intimidad** personal y familiar)”.

Hoy en día lo que entendemos por **intimidad** está en constante cambio y ya no puede analizarse como hace unas décadas. Tenemos la obligación de ampliar nuestra perspectiva a la hora de analizar la exposición de la **intimidad** que realizan los y las jóvenes para no caer una vez más en prejuicios **adultocentristas**. Más que con una ruptura radical de la **intimidad**, con lo que nos encontramos actualmente es con su negociación y re-construcción/re-definición constante, basada en la rearticulación de lo que entendemos por apertura y proximidad (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012: 199). La interacción en redes no tiene por qué ser una “exhibición pública de asuntos privados” o una “confesión de sentimientos privados”, como mencionaba Bauman en relación con la liquidez de la modernidad (2006). El uso del término “confesión” nos traslada a un contexto de exposición de los pecados y de una **intimidad** a la que debe tenerse cierto miedo de liberar. Sin embargo, estas redes, a través de su uso y sin olvidar un claro componente experimental no siempre positivo, permiten comprender emociones, compartir afectos 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 reducido, limitado e invisibilizado a lo privado, en tanto que alejado de la exhibición pública, puesto que “lo que no es nombrado no existe” (George Steiner, citado en Eulalia Lledó; 2004: 396).

El deseo de seducción e interconexión no tiene por qué ser comprendido como una necesidad desesperada o descontrolada de exhibir nuestra vida íntima. Cada usuario/a debe decidir qué aspectos de su vida desea exponer y para ello tiene que ser consciente de las posibles consecuencias de presentarse en las redes. Habrá quién decida compartir mucha información personal y quien ni siquiera utilice una foto de cara para identificarse. Esto nos habla de maneras diferentes de entender y proteger el espacio íntimo y la **privacidad**, pero en ningún caso de una buena o mala manera de participar en el espacio virtual. Cada una/o debe decidir libremente sus límites de exhibición sin que esta tenga una connotación peyorativa.

El espacio virtual también es utilizado para compartir emociones y sentimientos de manera colectiva creando nuevas formas de comunidad (Beltrán; Pérez-Ugena y Vizcaíno-Laorga, 2010: 20) o para exponer deseos, fortalezas y vulnerabilidades; y, en efecto, también es un espacio de superficialidad y de cánones estéticos, pero esto, al igual que en el mundo analógico, se da en convivencia con otras formas de hacer y ser. Lo que para unos es narcisismo, vanidad y superficialidad para otros es autoexploración, expresión emocional y estética. Esta tensión entre las diferentes perspectivas no tiene que servir para reducir las reflexiones a uno u otro lado, sino para entender de manera más compleja y rica los porqués y los cómo de nuestros usos de las redes.

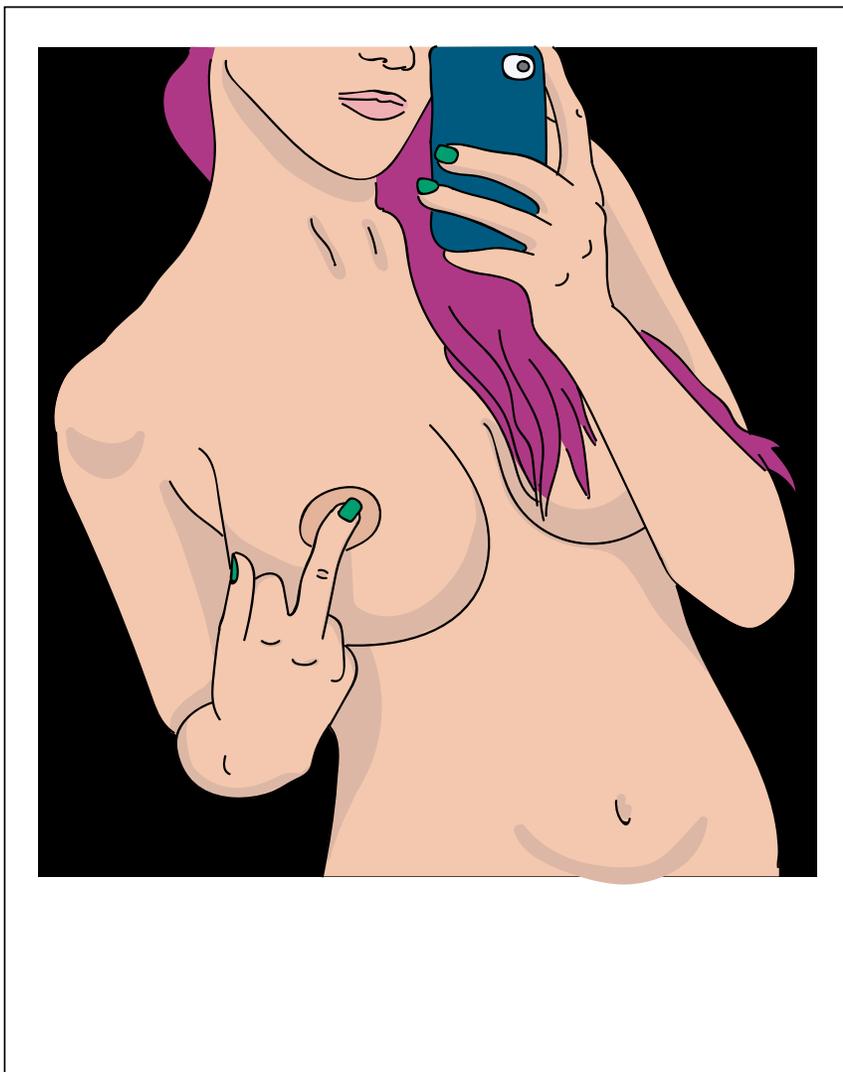
/ 5.2.2. ¿CUERPO DESNUDO = CUERPO VÍCTIMA?

En todas las aplicaciones mencionadas, bien sea Tinder, Wapa, Wapo, Grindr y Badoo se pone cierto afán por proteger determinadas áreas de la vida privada. Lo que difiere habitualmente es tanto el grado de exposición de la persona como el de exhibición física, algo que en muchos casos entra en contradicción con los ideales culturales de pudor e **intimidad**. La negociación de la **intimidad** está condicionada tanto por el tipo de contacto y app en la que se produce como por la identidad que se construye en el perfil.

El uso de fotografías eróticas o sensuales en Tinder es mucho más frecuente —casi el doble— en perfiles de mujeres cis que de hombres cis (Mesa-Medina y Marfil-Carmona, 2018: 74). Si bien esto pone sobre la mesa la crítica certera de la objetualización del cuerpo de las mujeres y su consumo para el disfrute erótico masculino, lo cierto es que esta argumentación puede derivar en su victimización e infantilización. La exhibición del cuerpo no debe ser considerada en todos los casos como una condena a la pasividad o victimización. Las razones por las que un/a usuario/a muestra su cuerpo son múltiples y obedecen a diferentes objetivos que no tienen por qué vincularse con una genealogía de la dominación femenina o del (ab)uso erótico del cuerpo de las mujeres para el disfrute masculino. Estas reflexiones suelen olvidarse de otros aspectos como la existencia de mujeres lesbianas que también pueden hacer “uso de su mirada”, alejándose de los patrones masculinos —o no— de consumo del cuerpo, de que hay mujeres que buscan mantener encuentros sexuales y no necesariamente establecer vínculos amorosos, o de cómo el cuerpo masculino no es igualmente victimizado.

Mientras que en Grindr se promueve la exhibición corporal, en Tinder y Badoo, por el contrario, se dan otras pautas en la construcción de los perfiles en los que, a pesar de que también se juega con lo físico, este no tiene el contenido casi pornográfico que tiene en la app gay/bi. La **intimidad** se rige en las aplicaciones por una lógica masculina, es decir, se negocia en base a unas reglas que habitualmente garantizan los privilegios masculinos y que posicionan a las mujeres y a los sujetos feminizados como pasivos, faltos de autonomía y poder de decisión. Esta es una mirada que atraviesa a los cuerpos y los convierte en pasivos, débiles e incluso víctimas de su propia exposición. Lo cuestionable en este sentido es que gran parte de las críticas de un sector feminista se hayan centrado en censurar la autoexhibición del cuerpo de las mujeres por creer que refuerza de manera incuestionable el **sistema patriarcal**. Sin embargo, no se ha analizado ni moralizado con la misma dureza la, en unos casos, escasa y, en otros excesiva, exhibición del cuerpo de los hombres, lo que nos remite a discursos **sexofóbicos** más relacionados con el pudor y el “saber comportarse” que con la **despatriarcalización** de la sociedad.

Un ejemplo de esto puede observarse en Grindr, una app en la que los usuarios se presentan desnudos de manera constante en la parrilla de perfiles, incluso en posturas completamente sexuales. La exhibición de estos cuerpos no parece



remitir aquí a la “desagenciación” de los usuarios: no son vistos como víctimas sometidas a la mirada dominadora de otros hombres, sino que más bien son entendidos como cuerpos que saben lo que quieren y cómo lo quieren. Su desnudo es interpretado como plenamente consciente e intencional, partiendo de la presuposición de la autonomía masculina: “ellos saben lo que quieren y eso es algo bueno”. Sin embargo, cuando una mujer expone su cuerpo, por ejemplo, en Tinder, parece que se está sometiendo indiscutiblemente a la mirada masculina bien para ser objeto de deseo, víctima pasiva del **patriarcado**, o bien para ser una “puta” que disfruta de ello. Mientras que la exhibición masculina se basa en su consideración como un “yo fortaleza”, en el caso de la femenina se muestra como un “yo en relación” (Casado, 2014: 66-69), poniéndose en juego pares excluyentes como actividad/pasividad, amo/víctima y voz/silenció.

El problema que queremos plantear es comprender que la intención de mostrarse como un sujeto deseable a través de la exhibición física no está relacionada ni con la cesión de la **intimidad** ni con la pérdida de capacidad de decisión y empoderamiento. Publicar una imagen de nuestro cuerpo desnudo no implica que lo estemos transformando en algo público. En palabras de Elisenda Ardévol y Edgar Gómez-Cruz (2012: 201), “[l]a imagen corporal que se expone es pública, pero el cuerpo es privado”. Pero, es más, incluso el carácter público de la imagen puede ser cuestionado, especialmente si se tienen en cuenta el aumento de casos de *sextorsión*, *sexpredding* y *pornrevenge* y su codificación como delitos. La fotografía intercambiada en una conversación o red privada es de carácter privado. Incluso en el caso de una fotografía compartida en una red pública, es importante que nos cuestionemos cuál es nuestro derecho a poder compartirla.

El desnudo no tiene por qué ser entendido como una pérdida o carencia, sino que puede ser una estrategia empoderadora sin que nazca necesariamente de cierto narcisismo hedonista o de la asimilación irracional de los principios **patriarcales**. Mostrar el cuerpo es una práctica opcional que puede partir del deseo legítimo de resultar deseables eróticamente, ayudando incluso a mejorar la autopercepción (Ardévol y Gómez-Cruz, 2012: 201), o bien de un proceso de negociación de la identidad y la autoimagen llegando a ser plataformas de experimentación, por ejemplo, durante períodos de transición o “**salida del armario**” (Lloyd y Finn, 2017: 166; Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 10). En estos casos, los perfiles pueden servir como espacios liberadores en los que reflejar la “nueva” realidad estimulando procesos de autoafirmación y de incremento de la autoestima (Enguix y Gómez-Narváez, 2017: 11).

La victimización de los sujetos que exponen sus cuerpos puede también ser considerada como la imposición de una determinada norma sexual/**sexofóbica** que funciona como un régimen de autovigilancia. Si quieres ser tomada en serio o ser igual a los hombres, debes aceptar un precepto básico: tu cuerpo desnudo siempre será (des)politizado como mercancía. Como menciona Julia Serano

(2013: 135), el requerimiento de alterar la identidad o la expresión de la misma para acomodarse a una determinada agenda política supone una perversión de la reivindicación feminista de “lo personal es político”. Como señala la autora respecto a las identidades **trans***, construir los cuerpos en términos únicamente políticos tiene, entre otras, una consecuencia fundamental, la imposición activa de un “carné feminista” que se basa en un estándar eminentemente cissexual. Extrapolando esta argumentación al caso de la exhibición corporal en las redes, no puede entenderse esta en un único sentido y menos aún a modo de una acusación política: si te exhibes, te (auto)desempoderas, te (auto)**fetichizas**, te entregas como objeto de deseo deshumanizado. Estas afirmaciones parten no solo de un argumentario machista que considera que las mujeres deben ser seres recatados y los hombres pueden mostrar su cuerpo sin verse condicionados por ello, sino que además entronca con discursos **sexofóbicos** y cissexistas.

Una cuestión fundamental que diferencia a Tinder de otras apps, especialmente, de Grindr y Wapo es la consideración pública que tienen y cómo esto influye en el tipo de interacciones sociales que se producen en estas plataformas. Debido al carácter más social que sexual de Tinder y a que está más enfocada a personas cisheterosexuales, está determinada por una visibilidad pública mayor —está mejor vista— que otras aplicaciones, sobre todo si se las compara con las dirigidas a los colectivos **LGTBI+**. Esta visibilidad, que debe ser considerada como un privilegio **heterosexista**, tiene, sin embargo, un matiz peculiar: cuanto más visible es una realidad más debe someterse a las normas y reglas que dictaminan lo políticamente correcto, es decir, lo que está “bien visto” y aceptado socialmente. Esta corrección es evidente en la manera de interactuar de las personas usuarias que tienen que adaptarse a fórmulas de seducción en las que los patrones clásicos de conquista, especialmente machistas, ya no son aceptados —lo que no implica que los nuevos patrones sean más igualitarios, simplemente son, en algunos casos, diferentes.

En el caso, por ejemplo, de Grindr, esta app viene marcada, a pesar de su creciente visibilidad dentro del colectivo, por la invisibilidad de cara al público general que, en caso de conocer la existencia de la aplicación, desconoce su funcionamiento o sus dinámicas internas. Teniendo esto en mente, podríamos pensar que esta falta de visibilización o de conocimiento de lo que ocurre en Grindr podría favorecer el que esta app fuera una especie de reducto seguro para que las identidades no normativas pudieran conocerse. Sin embargo, el carácter un tanto privado de la app se traduce también en una mayor presencia de discursos hegemónicos, así como de policía y verificación de las normatividades identitarias (Campbell, 2004: 68; Burkhalter, 2005: 63). Aunque en las últimas décadas el espacio virtual comienza a ser reclamado por esos que algunos autores han llamado “cuerpos resistentes” a la norma (Enguix y Ardévol, 2012: 511), lo cierto es que a la par se ha incrementado la necesidad de afirmar los privilegios masculinos.



// 6. SEDUCCIONES EN LAS REDES

Un aspecto fundamental que condiciona tanto la construcción de los perfiles como la interacción misma es la prescripción de un uso determinado en función de la adscripción a uno u otro **género** dentro del sistema normativo **binario**. Esto quiere decir que en función de ser considerados hombres o mujeres se entenderá que podemos/debemos usar estas apps y, en general, las redes sociales de una manera específica. Como señala Antonio Agustín García (2014: 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. Para el autor (2014: 85), en estas apps existe una “lógica de uso masculina”, es decir, son ellos quienes definen cómo y de qué manera se deben dar las interacciones o el mismo uso de la plataforma. De esta manera, se relaciona el uso que ellas hacen con el cotilleo, la incontinencia verbal o la inutilidad (García, 2014: 85).

También en Grindr y en Wapa observamos esta lógica tanto en la manera en la que se construye la interfaz como en los patrones comunicativos que se utilizan en las interacciones. En Grindr nos encontramos con unas pautas muy estrictas a la hora de establecer una conversación: “Hola”, “¿Qué tal?”, “¿Qué buscas?”, “¿Sitio?”, “¿Qué te mola?”, etc. Este esquema se repite una y otra vez primando el encuentro sexual como eje articulador de la comunicación y de la información que se ofrece entre los interlocutores. Si bien es cierto que se dan otras formas de establecer la conversación, lo cierto es que prima esta simplificación “económica” del tiempo empleado, así como del objetivo mismo del encuentro. Por el contrario, en Wapa puede verse cómo este patrón no es el habitual, tanto por la prohibición explícita que impone la plataforma de establecer una comunicación orientada a lo sexual, como por la propia manera en la que se entienden estereotípicamente las relaciones lésbicas. Estas interacciones más que basarse en un canon predefinido se inician utilizando como excusa algún dato ofrecido en el perfil o algún comentario que sea considerado original.

Algunas investigaciones han descrito cuál es la manera en la que se despliega la lógica de **género** en estas plataformas en relación con el comportamiento que tienen ellos y ellas, especialmente en relaciones heterosexuales en Tinder (Mesa-Medina y Marfil-Carmona, 2018). En gran parte de los casos ellos son descritos como más activos, insistentes y dispuestos a iniciar la conversación (Mesa-Medina y Marfil-Carmona, 2018: 81). Esta posición proactiva funciona como un mandato de **género** por el que el papel de inicio y guía de la seducción recae sobre lo masculino, mientras que la receptividad y pasividad es propia de lo femenino.

En algunas ocasiones se ha afirmado que esta mayor actividad de los chicos puede estar relacionada con la gran competitividad que tienen, puesto que la mayoría de los usuarios son hombres y ellas pueden permitirse ser más selectivas. Si bien esto puede ser cierto, debe tenerse muy presente que la seducción se da en un contexto desigual de **género** y, por lo tanto, en posiciones relativas de poder distintas. No es que ellos, debido a la competitividad, decidan ser más activos, sino que es la normatividad de **género** la que dictamina la manera en la que deben comportarse que es, a su vez, entendida como natural y apropiada. La competitividad entre varones puede ser entendida como una forma de dominio de lo femenino puesto que, primero, el “premio” por el que se compete es el cuerpo de una mujer y, segundo, el ejercicio mismo de la competición es considerado como positivo para la reafirmación de su masculinidad (Bird, 1996: 129). Ello podría ser la causa de la aparente relación que existe entre el inicio de la conversación y la mayor autoestima que muestran hombres heterosexuales y mujeres bisexuales (Fernández Fernández, 2017: 35).

Las citas cara a cara con los/las usuarios/as de estas apps están llenas de miedos e inseguridades debido a que se generan unas expectativas inciertas que no se confirman o descartan hasta que llega ese primer encuentro. Entre estas expectativas y miedos se encuentran el ser engañados/as, que el *feeling* o la química que se genera en una conversación de chat desaparezca al quedar con sus citas en persona, el miedo al rechazo, el no gustar físicamente y el no resultar deseables a las otras personas (te gusten o no). También surgen miedos como la timidez, la vergüenza y a los silencios incómodos.

Las expectativas que se generan y se construyen en torno a estas apps afectan a las mujeres y a los hombres de una forma diferente. A ellas se les inculca la idea de que los hombres son peligrosos cuando se plantean un primer encuentro cara a cara con ellos después de haber establecido una conexión a través de la app. Aparece el miedo a ser secuestradas, agredidas, violadas y asesinadas. No obstante, cuando ellos quedan con una mujer, su mayor preocupación es que su físico sea diferente al que vieron en las fotos de su perfil, pero no perciben que puedan vivir una situación donde su vida y su integridad corran peligro. Las mujeres son conscientes de estas diferencias, siendo llamativo que a ellas también les preocupa no gustarles ni resultarles atractivas a sus citas, aunque posteriormente se den cuenta de que no tienen ningún interés en ellos. Así mismo, ellas perciben que los hombres “van mucho más a saco”, pues a los pocos minutos de empezar una conversación a través del chat, la mayoría de ellos les dicen que quieren “follar”. Ocurre, además, que hay mujeres que incluso queriendo tener encuentros sexuales con un hombre no se atreven a decirlo, por miedo a lo que se piense de ellas.

Esta lógica también se manifiesta en la moralización de los comportamientos. A pesar de que en algunas ocasiones ellas han manifestado que consideran que los hombres son demasiado directos o bruscos en las conversaciones, es decir,

van “a saco”, a la par, esta afirmación se combina con que estas mismas mujeres autocontrolan sus comportamientos para no dar una imagen no deseada (Fernández Fernández, 2017: 38). La figura de la mujer recatada funciona aquí como un dispositivo moralizador que (auto)controla el comportamiento femenino para que no se ponga en tela de juicio la imagen virtual positiva y se arruine el contacto. Los discursos hegemónicos de **género** condicionan la construcción del perfil tanto como la interacción y esto implica que también la limitan y constriñen a patrones **heteronormativos**.

Este aspecto del recato femenino es un lastre que, como se ha comentado, está presente también en las apps de mujeres. Un ejemplo más de esto se encuentra al comprobar como el doble estándar de uso entre Grindr/Wapo y Wapa se evidencia no solo en la política “antisexual” de esta última, sino también en las “huellas” que pueden enviarse entre las usuarias. Estas “huellas” son mensajes predeterminados que tratan de resolver los problemas o dificultades derivadas de romper el hielo en una conversación. Mientras que en el caso de Wapa son: “¿Tomamos algo?”, “¡Molas!” y “¿Una peli?”, en Wapo son los siguientes: “¿Tomamos algo?”, “¡Molas!” y “¿Buscas ya?”. La dualidad romanticismo/sexo se superpone sobre todas estas aplicaciones como una constante en la distribución de lo masculino y lo femenino.

PARA TERMINAR...

Las apps de citas prometen ofrecer un paraíso de relaciones y vínculos de muchos tipos. En ellas, independientemente del objetivo que se persiga, se encuentra esa persona especial, ese amigo o amiga del alma, a quien nos acompañe en nuestros viajes o simplemente una persona con la que chatear y compartir momentos a través de la pantalla de nuestro smartphone. Conocemos a gente de otras ciudades y países fuera de nuestros contextos vitales, de otras edades, clases sociales o ambientes, a la que probablemente no tendríamos acceso si no fuera por la facilidad y simpleza que ofrecen estas plataformas. Wapa, Wapo, Badoo, Tinder y Grindr cumplen con nuestras expectativas con nota. Sin embargo, debemos cuestionarnos si estas plataformas aprovechan las dinámicas de un mercado globalizado y capitalista y nos animan a consumir cuerpos, emociones y deseos embarcándonos en una vorágine de swipes, matches, taps y comunicaciones faltas de cuidados. La velocidad parece impulsarnos a la desafección, puesto que la empatía requiere de tiempo, escucha y respeto. Los nuevos espacios de seducción son herramientas ofrecidas por empresas que buscan que usemos sus plataformas no de la manera más ética posible, sino de la más rentable posible para alcanzar sus objetivos. En este sentido, rebelarse contra estos usos es un posicionamiento político y un acto subversivo, al igual que lo es proponer una ética del cuidado que no solo se extienda a nuestro entorno íntimo, privado y cercano, sino a todas nuestras relaciones físicas y virtuales, mediadas o no por el smartphone. Una seducción que, en definitiva, sea la expresión humana de nuestra capacidad comunicativa, emocional y relacional.

7. UNIDADES DIDÁCTICAS PROPUESTAS

| 7.1. HABLEMOS DE SEDUCCIÓN

OBJETIVO

- Mostrar algunas de las dinámicas de seducción e interacciones habituales en las apps de citas y reflexionar sobre ellas.
- Analizar las diferencias entre los espacios físicos y virtuales.
- Reflexionar sobre algunos mitos relacionados con el uso de las redes y de las apps.

DURACIÓN: 60 Minutos

MATERIAL

Proyector y altavoces

Videos

Pizarra

DESARROLLO

- Se realiza una breve introducción al uso de las apps de citas y las redes sociales, conversando con las personas participantes y preguntándoles sobre sus percepciones, sus vivencias y su opinión sobre ellas para romper el hielo.
- En segundo lugar, se hace una lista con ventajas y desventajas del uso de las redes sociales. Usando la pizarra se harán dos columnas en las que se irán apuntando las ventajas y desventajas que el alumnado vaya mencionando (**15 minutos**).
- A continuación, se proyectan una serie de mitos que habitualmente se asocian con las personas que usan las apps de ligue para que debatan sobre si son verdaderos o falsos (**20 minutos**). Algunos ejemplos propuestos son:
 - ◊ “Los/as usuarios/as de las apps de citas son unos/as perdedores/as o raros/as y están desesperados/as”.
 - ◊ “Mucha gente se avergüenza al admitir que usa alguna app de ligue”.
 - ◊ “Las apps de citas son como un supermercado y las personas son el producto a consumir”.
 - ◊ “Creamos el perfil para llamar la atención de alguien”.

- ◊ “Las relaciones por internet son muy frías, no como ‘cara a cara’”.
 - ◊ “Las apps de citas han cambiado nuestra manera de ligar”.
 - ◊ “Las mujeres y los hombres se comportan de la misma forma en las apps de citas que en el ‘mundo real’”.
 - ◊ “Las mujeres lesbianas que usan Wapa buscan una relación sentimental seria”.
 - ◊ “Los hombres gays que usan Grindr y Wapo son promiscuos”.
 - ◊ “Las mujeres nunca toman la iniciativa en Tinder”.
- Por último, se les comenta que se van a proyectar varios vídeos para mostrar cómo nos comportamos en estos contextos digitales. En primer lugar, se visualizan dos vídeos que son similares y muestran, por un lado, el comportamiento de un hombre hetero en Tinder y, por otro lado, el de una mujer hetero (**10 minutos**).
 - ◊ Hombre cishetero: “30 vs 1: Dating App in Real Life”: [<https://bit.ly/2WGO-JHI>].
 - ◊ Mujer cishetero: “30 vs 1: Dating App In Real Life”: [<https://bit.ly/36y9EkY>].
 - Para dinamizar el visionado de los vídeos, las/los mediadores pueden plantear algunas de estas preguntas (**15 minutos**):
 - ◊ ¿Cómo se comportan las protagonistas de los vídeos? ¿Hay diferencias en función de la aplicación? ¿Y de la identidad de género? ¿Y de la orientación?
 - ◊ ¿Nos comportamos en persona igual que en las apps de citas? ¿Por qué?

IDEA PRINCIPAL

- El juego de la seducción tiene sus propios códigos, tanto en los espacios físicos como virtuales, siendo importante tener en cuenta sus posibles efectos en cada uno de ellos.

PALABRAS CLAVE

- Espacios físicos, espacios virtuales, seducción, interacción.

/ 7.2. NOS CONSTRUIMOS (I PARTE)

OBJETIVO

Visibilizar la manera en la que construimos nuestros perfiles y los parámetros que usamos para definirnos y seducir a los demás.

DURACIÓN: 55 minutos.

MATERIAL

Papel y bolígrafo azul/negro

Pizarra

DESARROLLO

- Se explica a las/los participantes que la actividad consiste en elaborar un perfil individual en una app de citas, especificando todas las categorías, elementos y características que ofrecen estas plataformas, tanto las que son comunes (la geolocalización) como las propias de cada app (las etiquetas de identidad de género, físico, estado serológico, etc.). Es importante aclarar al alumnado que pueden construir su perfil como quieran, añadiendo u omitiendo la información que consideren, ya que no es obligatorio que utilicen todas las herramientas que la app ofrece. Tanto lo que se dice como lo que se omite da a las/los mediadoras/es información relevante para el debate y la reflexión común **(5 minutos)**.
- El primer paso consiste en entregar la plantilla del perfil (**Anexo I**) para que la completen individualmente todas las personas participantes. Las/los mediadoras/es prestarán atención a las posibles dudas y dificultades que puedan surgir para un adecuado desarrollo de la actividad. Es recomendable que quienes dirijan esta dinámica participen también de la actividad elaborando su propio perfil tanto en papel como proyectada **(15 minutos)**.
- Una vez creado el perfil, se pregunta a las/los participantes con qué finalidad lo han creado y a quién esperan seducir, explicándoles que esto condiciona la manera en la que lo han elaborado **(5 minutos)**.
- Posteriormente, las/los participantes comienzan a describir al resto del grupo el perfil creado, utilizando también alguno de los perfiles creado por las/los mediadoras/es como ejemplo para dinamizar este punto. Con la intención de motivar el debate y fomentar la discusión, se proponen algunas preguntas que pueden utilizarse con todo el grupo: **(10 minutos)**.
 - ◊ ¿Qué imagen queréis proyectar?
 - ◊ ¿Ponéis fotografías? ¿Cuáles? ¿Por qué?
 - ◊ ¿Habéis rellenado todo el perfil? ¿Por qué? ¿Qué aspectos habéis dejado en blanco? ¿Por qué?
 - ◊ ¿Hay alguna “etiqueta” que te resulte extraña? ¿Por qué?
- Por último, partiendo de la información de los perfiles individuales de cada participante, se propone un debate para analizar y reflexionar sobre los parámetros que usamos para definirnos y seducir a los demás a través de las siguientes preguntas: **(20 minutos)**.
 - ◊ ¿Crees que te sirves de estereotipos cuando construyes tu perfil? ¿Cuáles? ¿Por qué?
 - ◊ ¿Crees que coincide lo que tú muestras con lo que las demás personas interpretan de tu perfil? ¿Qué ven los/las demás en tu perfil?

IDEA PRINCIPAL

El perfil que construimos en estas apps está condicionado en gran medida por los fines que cada usuaria/o tenga en estas redes sociales, por sus vivencias, su identidad, estereotipos y mandatos de género.

PALABRAS CLAVE

Autoconcepto, autoimagen, seducción, performance virtual.

/ 7.3. NOS CONSTRUIMOS (II PARTE): CAMBIO DE PANTALLA

OBJETIVO

- Visibilizar las diferencias de uso en las aplicaciones de citas en función del contexto social y cultural de cada persona.
- Empatizar con otras realidades dentro de estas plataformas.
- Resaltar aspectos de los que no eran conscientes tanto en su autoconcepto como en la construcción del perfil al cambiar el punto de vista.

DURACIÓN: 35 minutos.

MATERIAL

Papel y bolígrafo de otro color que no sea azul o negro
Pizarra

DESARROLLO

- Tomando como base el perfil elaborado previamente (dinámica 7.2), se reparte a las personas participantes una tarjeta (**Anexo II**) boca abajo sin que puedan mostrar su contenido al resto de compañeras/os. Estas tarjetas proponen cambios de identidad, contexto, roles y finalidades en las apps (**5 minutos**).
- Una vez que el alumnado tiene sus tarjetas, cada participante, individualmente, debe actualizar su perfil como quiera, teniendo en cuenta esta nueva situación. Realizarán las modificaciones que consideren oportunas en el mismo papel que en la dinámica anterior, utilizando, para ello, un bolígrafo de un color diferente al utilizado previamente en la plantilla (**5 minutos**).
- Posteriormente, se les comunica que hay otras/os compañeras/os que tienen la misma tarjeta y se les propone que se junten para poner en común la actualización de sus perfiles (**10 minutos**).
- Finalmente, cada uno de los grupos expondrá al resto de participantes cómo ha afectado el contenido de la tarjeta a la actualización de su perfil, qué conflictos han surgido y por qué (**15 minutos**).

IDEA PRINCIPAL

Un cambio de identidad, contexto, app, finalidad o de target puede transformar significativamente nuestro comportamiento, nuestro perfil y la imagen que deseamos mostrar en estas redes sociales.

PALABRAS CLAVE

Perspectiva, empatía, contexto, experiencia, LGTBIfobia, machismo, estigma, armario.

/ 7.4. ¿NOS CUIDAMOS?

OBJETIVO

- Mostrar cómo algunas frases, expresiones, preguntas o afirmaciones que usamos en nuestros perfiles o interacciones pueden ser formas de violencia.
- Humanizar la comunicación virtual, evitando la despersonalización y fomentando la empatía y el posicionamiento en otras realidades.
- Estimular la autocritica y la responsabilización de los propios comportamientos dañinos.

DURACIÓN: 50 minutos.

MATERIAL

Papel y bolígrafo

Proyector/ Imágenes impresas previamente

DESARROLLO

- Dividimos al alumnado en grupos de 3 a 5 personas y se le entrega a cada grupo un caso (**Anexo III**) que representa una conversación, imagen o situación donde sucede un comportamiento o actitud violenta.
 - ◊ Caso 1: Fotopolla; debatir sobre el envío de imágenes eróticas y/o pornográficas y sobre la necesidad de consentimiento. (3.1.3. Las “fotopollas” no deseadas)
 - ◊ Caso 2: Ghosting; reflexión sobre la responsabilidad afectiva y la comunicación sincera. (3.1.5. El ghosting: aparece y desaparece)
 - ◊ Caso 3: Sexpredding; analizar este caso mencionando su carácter delictivo y los efectos negativos que tiene en las víctimas. (3.1.4. Sexting seguro)
 - ◊ Caso 4: Compartir perfiles; introducir el debate sobre el carácter ético de compartir perfiles, incidiendo en cuestiones como la intimidad o la privacidad. (3.1.1. Compartir perfiles)
 - ◊ Caso 5: Persona seropositiva; reflexionar sobre la responsabilidad afectiva y los cuidados. (3.1.2. Autodefinición y violencia)

- Junto a cada caso se proporciona una lista de preguntas que favorecen y fomentan el análisis y la reflexión ante tales situaciones (**10 minutos**). Las preguntas propuestas son:
 - ◊ ¿Cuál es el comportamiento que se presenta? ¿Crees que es violento? ¿Por qué?
 - ◊ ¿Cómo crees que se siente la persona que lo “recibe”? ¿Y la que lo envía?
 - ◊ ¿Cómo reaccionarías? ¿Es habitual? ¿Lo has vivido? ¿Cambiaría tu percepción si lo hace tu “crush”?
 - ◊ ¿Es un delito? ¿Por qué? ¿Debería serlo?
 - ◊ ¿Puede sustituirse dicho comportamiento por otra forma no violenta de actuación? ¿Cuál o cómo?
- Cuando los grupos hayan debatido sobre el contenido de su caso, exponen sus opiniones y conclusiones al resto de participantes, contestando las preguntas ya propuestas y atendiendo a aquellas que pudieran surgir. Las/os mediadoras/es deben profundizar en la última de las preguntas, pues es importante abordar con detenimiento la responsabilización de los propios comportamientos (**40 minutos**).

IDEA PRINCIPAL

Ante situaciones, comportamientos y actitudes violentas, existe otra forma de relacionarse y comunicarse basada en los cuidados mutuos, la responsabilidad y la empatía con las/los demás usuarias/os.

PALABRAS CLAVE

Perspectiva, empatía, experiencia, responsabilidad/culpa, virtualidad/realidad, violencias.

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO

FINALIDAD

Valorar si los objetivos propuestos al inicio de cada actividad se han conseguido y en qué medida **(5-10 minutos)**.

- ¿Qué opinas de las apps de citas? ¿Cómo ha cambiado tu visión sobre ellas tras el taller?

- ¿Lo que hacemos en las apps de citas tiene consecuencias en el “mundo real”? ¿Por qué?

- ¿Qué dificultades has tenido construyendo tu propio perfil? ¿Has tenido algún conflicto contigo misma/o (valores, principios, experiencias anteriores...)? ¿Cuáles?

- ¿Cómo podemos cuidarnos/tratarnos bien en las apps de citas?

ANEXOS

Esta plantilla se ha realizado combinando las posibilidades que ofrecen algunas apps de contactos: Wapo/Wapa, Tinder, Ulindr, Grindr y Badoo.

/ ANEXO I: PLANTILLA DE PERFIL

Foto

Nombre (nick):

En busca de/ me interesa:

Chat	Una buena conversación	Citas
Amigas/os	Contactos	Relación
Algo serio	Este momento	Algo casual
Amigas/os con beneficios	Ver qué puede pasar	Prefiero no decirlo

Edad:

Altura:

Peso:

Trabajo:

Escuela:

Localización:

Distancia máxima:

Muéstrame a:

Rango de edad en el que estás interesada/o:

Biografía (sobre mí):

Identidad de género:

Hombre	Cis Hombre	Hombre Trans
Hombre personalizado*	Mujer	Cis Mujer
Mujer Trans	Mujer personalizada*	No Binario
No Conforme	Queer	Travesti
No Binario personalizado*		

Pronombres:

Él/Su/Suyo	Ella/Su/Suyo
Ellos(As)/Su/Suyo	Personalizar pronombres*

Mis intereses:

Viajar	Netflix & chill	Amante de la música
Conocer gente con la mente abierta	Salir de fiesta	Los animales
Comida sana	Real fooder	Otros*

Situación amorosa:

Casado	Comprometido	En citas
En pareja	Exclusivo	Relación abierta
Relación seria	Soltero	Relación a tres
Relación complicada	Otro*	

Origen étnico:

Asiático	Blanco	Latino
Medio Oriente	Mixto	Nativo Americano
Negro	Sudasiático	Otro*

Compleción:

Esbelta	Fornida	Talla grande
Musculosa	Promedio	Tonificada
Atlética	Normal	Unos kilitos de más

Sexualidad:

Lesbiana	Gay	Bisexual
Heterosexual	Bi-curiosa	Abierta a explorar
Pansexual	Descubriéndome	Pregúntame
Otra*		

Rol/postura:

Activo/a	Versátil más activo/a	Versátil
Versátil más pasivo/a		Pasivo/a

Tribus:

Oso/a	Pulcro/a,	Maduro/a
Discreto/a	Geek	Deportista

Cuero	Nutria	Seropositivo/a
Macho	Trans	Twink

Armario:

Dentro del armario	Fuera del armario
Es complicado	Prefiero no decirlo

Encuentro en:

Mi casa	Tu casa
Cafetería	Restaurante

Tabaco:

Fumo mucho	Lo odio
No me gusta	En sociedad
A veces	

Bebida:

En sociedad	No bebo
Estoy en contra	Bebo mucho

Idiomas:**Acepto fotos no apropiadas para el trabajo:**

No al principio	Nunca	Sí por favor
-----------------	-------	--------------

Estado de VIH:

Negativo	Negativo tomo prep
Positivo	Positivo no detectable

Fecha del último análisis:**Canción favorita:****Red social:**

Instagram	Twitter	Facebook
-----------	---------	----------

/ ANEXO II: EJEMPLOS DE TARJETAS PARA LA DINÁMICA

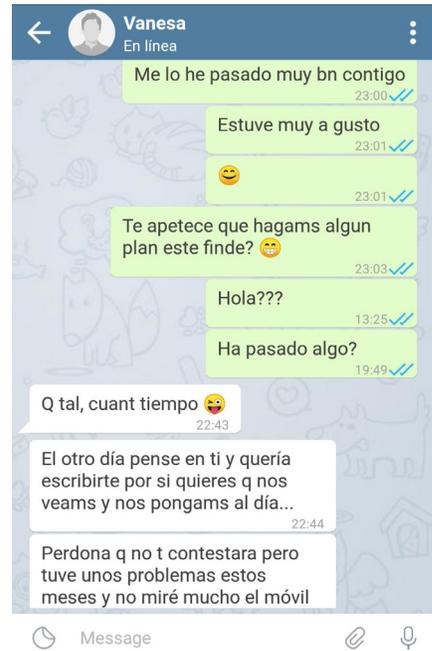
Eres una persona con diversidad funcional ¿Cambiarías tu perfil?	Acabas de llegar a una ciudad nueva ¿Cambiarías tu perfil?	Tienes una relación abierta ¿Cambiarías tu perfil?
Eres una persona racializada ¿Cambiarías tu perfil?	Buscas enamorarte ¿Cambiarías tu perfil?	Estás en el armario ¿Cambiarías tu perfil?
Cambia tu identidad de género ¿Cambiarías tu perfil?	Buscas una relación de pareja seria ¿Cambiarías tu perfil?	Eres una persona trans* ¿Cambiarías tu perfil?
Tu perfil pasa de Tinder/Grindr/Wapo a Wapa (o viceversa) ¿Cambiarías tu perfil?	Tú perfil pasa de Tinder a Grindr (o viceversa) ¿Cambiarías tu perfil?	Eres seropositivo/a ¿Cambiarías tu perfil?
Tienes una infección de transmisión sexual/genital ¿Cambiarías tu perfil?	Buscas sexo esporádico ¿Cambiarías tu perfil?	

/ ANEXO III: CASOS PROPUESTOS

CASO 1



CASO 2



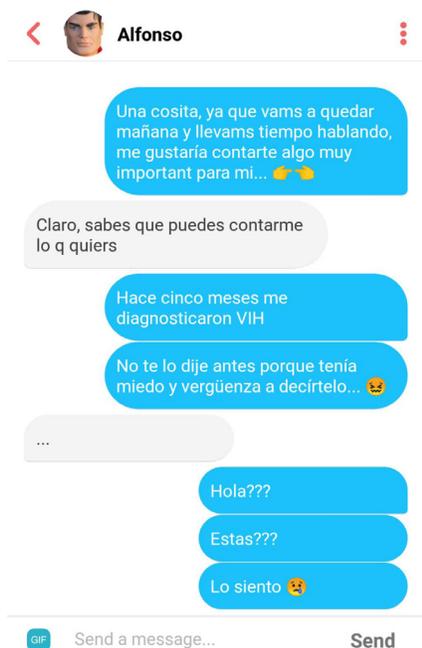
CASO 3



CASO 4



CASO 5



GLOSARIO

Adultocentrismo: Conjunto de creencias, comportamientos y actitudes que imponen que el “mundo adulto” es más importante que el “mundo joven” y en el que el estereotipo de persona adulta encarna el modelo a seguir. Para esto, se establecen diferencias entre ambos espacios al considerar que mientras que las personas adultas encarnan la racionalidad y el control, los jóvenes, por el contrario, son irracionales, violentos e inestables. La juventud, desde esta perspectiva, es una fase pasajera de la vida que debe ser encauzada, con lo que se resta importancia a sus propias necesidades y deseos.

Armario (estar en el armario): Coloquialmente se dice de la persona homosexual que no expresa su sexualidad públicamente. Sin embargo, esta expresión se puede aplicar a cualquier persona que, por diferentes motivos, decide ocultar un determinado rasgo de su identidad durante un periodo de tiempo más o menos largo. Se habla de “salir del armario” tanto con personas homosexuales como también trans e intersexuales cuando cuentan en su entorno familiar, laboral o personal “lo que son”. En todos los casos se refiere a la confirmación pública de un rasgo de la identidad que no entra dentro de lo considerado (hetero)normal y que, por lo tanto, necesita ser visibilizado.

Binarismo: Sistema de pensamiento que considera que la realidad humana es reducible a dos categorías, contraponiendo, por ejemplo, hombre/mujer, masculino/femenino o pene/vagina como conceptos excluyentes y complementarios. En este modelo, todo aquello que no entre dentro de uno de los dos elementos que forman el binarismo será rechazado e invisibilizado, negando la diversidad de vivencias, realidades, cuerpos y experiencias.

Branding personal/Marca personal: Términos que hacen referencia a la construcción de nuestra identidad digital en las apps de ligue y a cómo decidimos mostrar aquello que consideramos bueno de nuestras identidades para tener éxito con nuestros contactos. Como señala Pascal Lardellier (2014: 80): “en los sitios de encuentro (como en las redes sociales), muchas personas practican, consciente o inconscientemente, el ‘personal branding’. ¡Ellos deben ser su propia marca! ¡Y aquí una noción y un concepto que nuevamente nos reenvía al comercio!”.

Capacitismo: Conjunto de discursos que definen a las personas con diversidad funcional como menos válidas e incapaces. Este concepto surge de la necesidad de ampliar lo considerado “normal”, incluyendo otras vivencias y experiencias vitales en lo relativo al cuerpo y su funcionalidad. Desde esta perspectiva, las personas con diversidad funcional no son discapacitadas, sino que enriquecen el conjunto de vivencias humanas con sus propias visiones, capacidades y perspectivas.

Cisgénero: Dicho de aquellas personas en las que el sexo asignado al nacer

coincide con su identidad de género, es decir, con su percepción y vivencias subjetivas. La “coincidencia” debe ser entendida dentro de la normatividad de género en la que el pene se corresponde con el hombre y la masculinidad; y la vagina con la mujer y la feminidad.

Cisexismo: Formas de discriminación, invisibilización y violencia por las que se busca imponer como una verdad incuestionable la relación patriarcal entre el sexo y el género. El cisexismo reconoce únicamente como reales a aquellas personas en las que su sexo asignado al nacer coincide con su identidad de género, es decir, hombres con pene y mujeres con vagina, rechazando las realidades trans* e intersexuales.

Cuerdismo: “Actitudes y comportamientos que, a semejanza del machismo o racismo, estereotipan, prejuzgan y discriminan a las personas diagnosticadas o tachadas de ‘locas’ desde una perspectiva de superioridad ‘cuerta’”. Definición extraída de la Asociación para la salud mental Hierbabuena. Disponible en: [<https://bit.ly/31Tkz5i>].

Despatriarcalizar: Procesos, actitudes y comportamientos encaminados a romper con una forma hegemónica de masculinidad que impone un modelo social basado en la dominación de lo femenino a través de dicotomías como: razón/emoción, cultura/naturaleza, fuerza/debilidad, dominación/sumisión. Este concepto no solo incide en la destrucción del patriarcado como sistema colectivo, sino también en la necesidad de una autocrítica individual.

Emasculación: Ablación del pene y los testículos. Utilizado metafóricamente para referirse a la manera en la que muchos hombres perciben la adopción de características femeninas como una pérdida de masculinidad, hombría o virilidad dentro de un sistema de hegemonía masculina en la que esta es dotada con múltiples privilegios patriarcales.

Expresión de género: Manera en la que nos mostramos ante los/las demás, especialmente en lo referido a nuestro aspecto, vestimenta, gustos y comportamientos. Es la forma en la que construimos nuestra corporalidad y su expresión en función de nuestra percepción subjetiva del género, así como nuestros deseos, experiencias y necesidades.

Feminismo: Movimiento social, político y cultural con múltiples tendencias que, en términos generales, busca la eliminación de desigualdades, prejuicios, estereotipos y prácticas que legitiman las diferencias y jerarquías creadas por el binarismo de género entre los hombres y las mujeres y entre la masculinidad y la feminidad.

Fetichizar: Acción de convertir exclusivamente a una persona en un objeto de disfrute. Habitualmente lo trans* aparece en estas apps para aportar un plus de rareza o exotismo más que como una característica identitaria, reduciendo a las personas trans* a ser vistas como meros objetos de placer.

Género: Construcción cultural que define un “deber ser y hacer” para lo con-

siderado masculino y femenino atribuyendo roles, prácticas y comportamientos diferentes a hombres y mujeres, esto es lo que se conoce como “performance de género”. En la mayoría de los casos no es entendido como una imposición cultural (auto-mandato), sino como una expresión “natural” del sexo biológico acorde con la normatividad patriarcal.

Ghosting: Práctica que se da en las redes sociales y que consiste en dejar de hablar con alguien con quien se había establecido algún tipo de relación o conversación habitual sin dar explicaciones. Se utiliza la palabra inglesa “ghost” (fantasma) precisamente para resaltar la “desaparición” de la persona que hace ghosting.

Gordofobia: Sistema de creencias y opresiones múltiples que se dan contra las personas gordas por el hecho de serlo. Se da a través de múltiples discursos que vinculan el cuerpo normativo, en cuanto estética, salud y estabilidad social, al cuerpo delgado. Como señala Magdalena Piñeyro en su obra *Stop Gordofobia y las panzas subversas* (2016: 48-49): “[h]ablamos de humillación, invisibilización, maltrato, inferiorización, ridiculización, patologización, marginación, exclusión y hasta de ejercicio de violencia física ejercidas contra un grupo de personas por tener una determinada característica física: la gordura. (...) Mi cuerpo gordo me hace sentirme encerrada en una jaula de cristal de la que no puedo escaparme nunca, me siento permanentemente observada, señalada y cuestionada a través de los cristales de mi peculiar cárcel. Una cárcel en la que además no me encuentro sola sino acompañada por cada una de las personas que comparten una misma y notable cualidad física conmigo (la gordura). Desde este lugar nuestros cuerpos son hipervisibles, pero nuestras vidas, nuestras voces y nuestros sentimientos son completamente invisibles. (...) “la diferencia entre la gordura y el resto de las características físicas citadas residía en el hecho de que no existe un sistema ideológico que produzca, reproduzca, garantice, difunda y refuerce CONSTANTEMENTE la discriminación, el odio y el rechazo de todo el colectivo de personas calvas, miopes, de pelo rizado, altas o con granos, y sin embargo sí existe tal sistema ideológico con estas funciones de cara a la gente gorda, un sistema ideológico que activa y hace funcionar la citada cárcel de cristal. La señalización de aquellas primeras peculiaridades físicas es individual, o a lo sumo circunstancial, pero no ocurre todo el tiempo, todos los días, con todas las personas, ni en todos los sitios, como sí ocurre –por el contrario- con la gordura”.

Heteronormatividad y heterosexismo: Sistema de creencias y comportamientos en los que se considera la heterosexualidad como la única orientación del deseo natural, normal y válida, ya que garantiza el binarismo y la jerarquía de género hombre/mujer. Puesto que funciona como un régimen cultural y social, la heteronormatividad despliega toda una serie de mecanismos, denominados heterosexismo, para garantizar su cumplimiento, en especial la sanción, marginación e invisibilización de aquellas personas que no se ajusten a ella.

Identidad de género: Percepción subjetiva de la identidad, es decir, es el género con el que te identificas: “yo soy/me siento hombre”, “yo soy/me siento mujer”, “yo soy/me siento agénero”, “yo soy/me siento género fluido”, “yo soy/me siento género no binario”, etc.

LGTBI+: Las siglas LGTBI+ (Lesbianas, gays, trans*, bisexuales, intersexuales y otras identidades) se refieren al movimiento político y social que defiende la lucha de diversos colectivos por sus derechos y libertades fundamentales, especialmente en lo relativo al reconocimiento de la diversidad sexual y de género como una realidad legítima y válida. La agrupación de estas identidades en un movimiento conjunto surge en los años noventa con la intención de unir fuerzas para obtener la legalización del matrimonio y la adopción entre parejas del mismo sexo, así como una ley trans* de carácter nacional.

LGTBifobia: Término que engloba el rechazo, prejuicio, discriminación y las violencias ejercidas contra personas que forman el colectivo LGTBI+. Se trata de distintas expresiones de odio que se materializan en la lesbofobia, homofobia, transfobia, bifobia y la intersexfobia, así como contra otras identidades.

Masculinización: Adopción consciente o inconsciente de atributos o marcadores de masculinidad —aquello que refiere a los hombres— dentro de un contexto cultural concreto.

Mascxmasc: Fórmula utilizada en aplicaciones de hombres gays, sobre todo en Grindr, con la que algunos usuarios buscan dejar constancia de que son hombres masculinos que buscan a otros hombres masculinos. Tiene un doble carácter: describe a la persona que lo incorpora a su perfil, así como sus gustos, pero también tiene un carácter excluyente, puesto que las personas que se sirven de esta fórmula rechazan vehementemente a los hombres femeninos o con pluma.

Mercantilización: Proceso que consiste en convertir algo en una mercancía, es decir, en un producto comerciable del que se puede obtener rendimiento económico. En el contexto de esta guía el concepto hace referencia a cómo las plataformas de ligue se aprovechan de las necesidades, deseos y aspiraciones de las personas usuarias para obtener beneficios económicos abundantes.

Patriarcado: Sistema hegemónico opresor en el que lo masculino es valorado como superior y deseable en oposición a lo femenino, que es entendido como complementario, pero en una relación jerárquica de inferioridad.

Pluma: Expresión de género, gestualidad, voz o cualquier otra característica considerada femenina cuando es realizada o encarnada por un hombre. De esta manera, “tener pluma” es entendido habitualmente como sinónimo de “ser afeminado” o de “parecer una mujer”.

Plumofobia: Rechazo, prejuicio o discriminación contra hombres que son femeninos/afeminados, sean homosexuales o no. El término cobra protagonismo dentro del colectivo gay para reflejar la discriminación interna y el auge de modelos

hipermasculinos evidentes, por ejemplo, en el “mascxmasc” utilizado en las apps de ligue.

Pornificación: Término que se refiere a la generalización de las estéticas, estilos y discursos propios de la pornografía en otros contextos cotidianos, incluidas nuestras maneras de ligar y de seducirnos, debido a la influencia de los medios de comunicación de masas y la industria del porno (Paasonen; Nikunen y Saarenmaa, 2017).

PrEP: “La Profilaxis Preexposición (PrEP) es una intervención biomédica dirigida a prevenir la transmisión del VIH en personas seronegativas para el VIH con alto riesgo de contraer la infección. La pauta aprobada por la Agencia Europea del Medicamento (EMA) consiste en el uso diario (una pastilla una vez al día) de un medicamento antirretroviral (Tenofovir disoproxil fumarato (TDF) + Emtricitabina (FTC)) antes de la exposición al virus, y debe acompañarse de un paquete de medidas preventivas para mejorar la adherencia e incidir en la adopción de comportamientos de menor riesgo”. Definición extraída del documento de consenso sobre la profilaxis preexposición al VIH en España elaborado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (enero 2018). Disponible en el siguiente enlace: [<https://bit.ly/2CqAiyM>].

Privacidad/intimidad: Elementos personales naturalmente compartidos por la propia dinámica de las redes sociales, convirtiendo a sus usuarios/as en personas públicas que ponen en riesgo su anonimato diariamente —consciente o inconscientemente. Ambos términos han cambiado de manera muy evidente y actualmente están siendo redefinidos, pues los límites entre lo público y lo privado, entre lo íntimo y lo externo son cada vez más difusos (Calvo González, 2017: 24-26).

Queer/transfeminista: Se denomina teoría queer a un conjunto de reflexiones sobre la identidad de género y la sexualidad, mostrándose especialmente críticas con la heterosexualidad y el binarismo de género como instituciones normales/normativas. Dentro del activismo, lo queer se define como: “personas que prefieren no identificarse en función de su sexo, género o sexualidad y se identifican bajo el término anglosajón queer (que podríamos traducir como ‘rarito’ o ‘rarita’)” (Pichardo Galán y otros, 2015: 11). El movimiento transfeminista por su parte, nacido en los años noventa, es una de las tendencias contemporáneas de los feminismos que incorpora parte de las ideas de la teoría queer (cissexismo) para criticar la exclusión de las mujeres trans* del feminismo de la segunda ola.

Seropositividad: hace referencia a la persona portadora de VIH, Virus de Inmunodeficiencia Humana, que destruye los linfocitos, células fundamentales en el buen funcionamiento del sistema inmunológico. VIH no es lo mismo que Sida. El sida, Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida, se desarrolla cuando el sistema inmunológico está seriamente dañado debido a la acción del VIH y aparecen las denominadas infecciones oportunistas. Información obtenida de la página web del Comité Ciudadano Antisida de Asturias (CCASIPA). Disponible en: [<https://bit.ly/2BYvbFb>]

Sexofobia: Actitudes negativas a todo aquello que esté relacionado con lo sexual. En concreto, buscamos hacer referencia a un tipo de sexofobia propia del patriarcado por la que se sanciona y limita la exhibición del cuerpo de las mujeres al considerarla algo obsceno —cuando no es para placer masculino. Una de estas vertientes puede observarse en las críticas que se lanzan contra mujeres que exhiben sus cuerpos de manera consciente, autónoma y reconociéndose a sí mismas como sujetos deseantes y deseables.

Sexting: “Práctica que consiste en compartir fotos y vídeos íntimos a través de Internet utilizando para ello principalmente el teléfono móvil. En estas fotos y estos vídeos pueden salir desnudos, o no, pueden hacerse en forma de ‘selfie’, pueden ser más o menos explícitos y, además, pueden estar implicadas una o varias personas. No es algo ‘malo’, ni un problema: es una práctica erótica consensuada entre dos o más personas (...)”. Definición extraída de la Propuesta Didáctica #Sextingpositivo, elaborada por Soraya Calvo González. Disponible en: [<https://bit.ly/2Juw64u>].

Trans*: Fórmula utilizada en los últimos años para referirse a las diferentes trayectorias e identidades que trascienden la normatividad cisgénero (transgénero, travesti, transexual, transformista...). El asterisco ha sido tomado del lenguaje informático: al introducir en un buscador web un prefijo con asterisco obtendremos como resultado todas aquellas palabras que incorporan dicho prefijo.

Transmisoginia: Formas de discriminación específicas dirigidas contra personas trans* y sus expresiones de feminidad. El pensamiento transmisógeno considera que solo existe una forma “verdadera” de feminidad y que es la encarnada por mujeres cisgénero. De este modo, la feminidad de las personas trans* es entendida como “irreal”, “falsa” y “menos válida”. Término utilizado por la autora Julia Serano en su libro *Whipping girl: a transexual woman on sexism and the scapegoating of femininity* (2007).

SERVICIOS DE ASESORAMIENTO SEXUAL GRATUITO PARA JÓVENES EN ASTURIAS

CONSEJO DE LA JUVENTUD DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS (CMPA): “ASEXORA” (ASTURIAS)

Atención a distancia (WhatsApp): viernes y sábados de 20:00 a 24:00h. Domingos de 17:00 a 20:00h.

Teléfono: 684 609 684.

Correo electrónico: asesora@cmpa.es

Redes sociales:

www.facebook.com/asesora

SERVICIO DE EDUCACIÓN Y ATENCIÓN SEXUAL ASEXOVI (OVIEDO). CRUZ ROJA ESPAÑOLA (CONVENIO CON EL AYUNTAMIENTO DE OVIEDO).

Atención presencial con cita previa (Hotel de Asociaciones Santullano; c/Joaquín Costa, 48). De septiembre a junio: lunes y jueves de 17:00 a 19:30h. En julio y agosto: lunes y jueves de 11:00 a 13:30h.

Atención a distancia (telefónica, WhatsApp, Instagram, Facebook y correo electrónico).

Teléfono: 678 438 978.

Correo electrónico: asesovi@cruzroja.es

Redes sociales:

www.facebook.com/oviedo.educacionyatencion.sex

www.instagram.com/asesovi

SERVICIO DE ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN SEXUAL SOISEX (GIJÓN). OFICINA DE JUVENTUD DEL AYUNTAMIENTO DE GIJÓN.

Atención presencial: martes y jueves de 17:00 a 19:00h. Durante julio y agosto: martes y jueves de 10:00 a 12:00h.

Edificio de la Escuela de Comercio; c/Francisco Tomás y Valiente, 1.

Teléfono: 985 181 095.

Correo electrónico: soisex@gijon.es

Atención a distancia (Instagram y Facebook)

Redes sociales:

www.facebook.com/soisexixon

www.instagram.com/soisexixon

CENTRO DE ATENCIÓN SEXUAL DE AVILÉS (CASA) (AVILÉS). SERVICIO MUNICIPAL DEL AYUNTAMIENTO DE AVILÉS EN COLABORACIÓN CON LA ASOCIACIÓN ASTURIANA DE EDUCACIÓN SEXUAL (ASTURSEX).

Atención presencial: martes de 17:00 a 19:00 h y viernes de 17:00 a 20:00h* (* de 18:00 a 20:00h DiverSex Espacio de Encuentro).

Edificio Fuero; c/Fernando Morán, 26.

Redes sociales:

www.facebook.com/centrodeatencionsexualdeaviles

www.instagram.com/centrodeatencionsexualdeaviles

REFERENCIAS

» Ardévol, Elisenda y Gómez-Cruz, Edgar (2012). "Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital". *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*. 67(1). Pp. 181-208.

» Bauman, Zygmunt (2006). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. México: Tusquets Editores.

» Beltrán Orenes, Pilar; Pérez-Ugena, Álvaro y Vizcaíno-Laorga y Gavilán, Ricardo (2010). "La adolescencia y la autonomía digital". En Antonio García Jiménez (Coord.) *Comunicación y comportamiento en el ciberespacio. Actitudes y riesgos de los adolescentes*. Barcelona: Icaria. Pp. 13-38.

» Bird, Sharon R. (1996). "Welcome to the Men's Club. Homosociality and the Maintenance of Hegemonic Masculinity". *Gender and Society*. 10(2). Pp. 120-132.

» Blackwell, Courtney, Birnholtz, Jeremy y Abbott, Charles (2014). "Seeing and Being Seen: Co-situation and Impression Formation Using Grindr, a Location-aware Gay Dating App". *New Media and Society*, 17(7). Pp. 1-20.

» Bonavitta, Paola (2015). "El amor en los tiempos de Tinder". *Cultura y representaciones Sociales*. 10(19). Pp. 197-210.

» Braidotti, Rosi (1993). "Embodiment, Sexual Difference, and the Nomadic Subject". *Hypatia*. 8(1). Pp. 1-13

» Burkhalter, Byron (2005). "Reading Race Online: Discovering Racial Identity in Usenet Discussions". En Marc A. Smith & Peter Kollock (Eds.). *Communities in Cyberspace*. Londres: Routledge. Pp. 60-75.

» Butler, Judith (2013). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

» Calvo González, Soraya (2017). *Nuevos modelos de comunicación en parejas jóvenes: propuesta para la intervención en entornos socioeducativos*. Disponible en: [<https://bit.ly/349E62P>].

» Calvo González, Soraya y San Fabián, José Luis (2018). "Redes sociales y socialización afectiva de las personas jóvenes: necesidades docentes en Educación Secundaria

Obligatoria". Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. 16(2). Pp. 5-20.

» Campbell, John Edward (2004). *Getting It on Online: Cyberspace, Gay Male Sexuality, and Embodied Identity*. Londres: Routledge.

» Casado, Elena (2014). "Tramas de género en la comunicación móvil en pareja". En Amparo Lasén y Elena Casado (Eds.). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pp. 59-76.

» Cornwell, Benjamin, y Lundgren, David C. (2001). "Love on the Internet: Involvement and Misrepresentation in Romantic Relationships in Cyberspace vs. Realspace". *Computers in Human Behavior*. 17(2). Pp. 197-211.

» Doncel Guzmán, Fabián Humberto y Morales Topahueso, Francisco Fernando (2017). "Seducción en Tinder: una nueva práctica comunicativa". Documento disponible en: [<https://bit.ly/2nMxdVo>].

» Enguix, Begonya y Ardévol, Elisenda (2012). "Enacting Bodies. Online Dating and New Media Practices". En Karen Ross (Ed.). *The Handbook of Gender, Sex, and Media*. Londres: John Wiley & Sons Ltd. Pp. 502-515.

» Enguix, Begonya y Gómez-Narváez, Erick (2017). "Masculine Bodies, Selfies, and the (Re)configurations of Intimacy". *Men and Masculinities*. 21(1). Pp. 112-130.

» Espinoza, Johan (2015). "Reconfigurando el amor: Mediación tecnológica y relaciones afectivas". *Question*. 1(45). Pp. 86-96.

» Fernández Fernández, Diego (2017). "Entendiendo relaciones de pareja en la era Tinder: análisis cualitativo y propuestas educativas". [Trabajo fin de Grado]. Facultad de Formación del Profesorado y Educación. Grado en Pedagogía.

» Fernández Fernández, Diego; Calvo-González, Soraya; Rodríguez-Pérez, Sara y Rodríguez-Menéndez, María del Carmen (2017). "¡Tienes un Match! Autorrepresentaciones y rasgos comunicativos de las interacciones de jóvenes en Tinder". *Revista Mediterránea de Comunicación*. 9(2). Pp. 173-187.

» Fortúnez, Cristóbal (28 de octubre del 2015). "Ligar en tiempos modernos". Artículo de opinión. *El País*. Disponible en: [<https://bit.ly/2WGwm50>].

» García, Antonio Agustín (2014). "Tecnologías del amor: masculinidades y vínculos mediados por tecnologías". En Amparo Lasén y Elena Casado (Eds.). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pp. 71-86.

» Gill, Rosalind; Henwood, Karen y McLean, Carl (2005). "Body Projects and the Regulation of Normative Masculinity". *Body and Society*. 11(1). Pp. 37-62.

» Gómez Beltrán, Iván (2016). "Resistencias estratégicas a la feminidad masculina en aplicaciones móviles (app) de contacto homosexual entre varones. 'Las plumas a otro lado'". *Arte y políticas de identidad*. 15. Pp. 137-154.

» Gómez Beltrán, Iván (2019). "Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la feminidad". *Estudios Sociológicos*. 37(109). Pp. 39-68.

» Halberstam, Jack (2008 [1998]). *Feminidad masculina*. Barcelona: Egales.

» Herrera, Coral (2013). *Lo romántico es político*. Colección Vol. 2. [Textos extraídos del blog: El Rincón de Haika]. Disponible en: [https://issuu.com/coralherreraagomez/docs/lo_rom_ntico_es_pol_tico_vol_ii_].

- » Jiménez, Rosa (20 de julio de 2016). "Tinder. Entrevista a Sean Rad, fundador y consejero delegado de Tinder". Artículo de opinión. El País. Disponible en: [<https://bit.ly/2ascl2e>].
- » Kendall, Lori (1998). "Meaning and Identity in 'Cyberspace': The Performance of Gender, Class, and Race Online". *Symbolic Interaction*, 21(2). Pp. 129-153.
- » Kendall, Lori (2002). *Hanging Out in the Virtual Pub*. Londres: University of California Press.
- » Lardellier, Pascal (2014). "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*. (29). Pp. 77-87.
- » LaSantamari(c)a (30 de marzo del 2017). "El virus del estigma". Artículo de opinión. Píkara Magazine. Disponible en: [<https://bit.ly/2minMN1>].
- » Lasén, Amparo (2014). "Remediaciones móviles de subjetividades y sujeciones en relaciones de pareja". En Amparo Lasén y Elena Casado (Eds.). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pp. 23-39.
- » Lasén, Amparo y Casado, Elena (2014). *Mediaciones tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas y Editorial Complutense.
- » Lauretis, Teresa de (1990). "Eccentric Subjects: Feminist Theory and Historical Consciousness". *Feminist Studies*. 16(1). Pp. 115-150
- » Lledó, Eulalia (2004). *Nombrar a las mujeres, describir la realidad. La plenitud del discurso. Formación y acreditación en consultoría para la igualdad de mujeres y hombres*, Vitoria: Emakunde y el Fondo Social Europeo, pág. 373-412.
- » Lloyd, Christopher E. M. y Finn, Mark D. (2017). "Authenticity, validation and sexualisation on Grindr: an analysis of trans women's accounts". *Psychology and Sexuality*. 8 (1-2). Pp. 158-169.
- » Lumbreras Insausti, Marta (2018). "Presentación y representación de las mujeres en Tinder". En María José Díaz Santiago y Francisco Javier García-Castilla (Coords.). *Una mirada desde la Sociología actual: análisis y propuestas del contexto social*. Madrid: Asociación Madrileña de Sociología. Pp. 135-152.
- » McKenna, Katelyn y Bargh, John A. (2000). "Plan 9 from Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology". *Personality and Social Psychology Review*. 4(1). Pp. 57-75.
- » Mesa-Medina, Óscar y Marfil-Carmona, Rafael (2018). "Diferencias de género en la relación socioafectiva virtual e implicaciones educomunicativas en la red Tinder". En María del Rocío Cruz Díaz; Francisco J. Caro-González y Antonia Ramírez García (Coords.). *Uso del teléfono móvil, juventud y familia*. Madrid: Egregius Ediciones. Pp. 65-90.
- » O'Brien, Jodi (2005). "Writing in the Body: Gender (re)production in Online Interaction". En Smith, Marc A. & Kollock, Peter (Eds.). *Communities in Cyberspace*. Londres: Routledge. Pp. 75-106.
- » Paasonen, Susanna; Nikunen, Karina y Saarenmaa, Laura (2007). *Pornification: sex and sexuality in media culture*. Oxford: Berg Publishers.

» Petersen, Soren Mork (2014). “Una banalidad ordinaria: el carácter afectivo de compartir fotos en línea”. En Amparo Lasén y Elena Casado (Eds.). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pp. 105-116.

» Pichardo Galán, José Ignacio; Barbero, Matías de Stéfano; Faure, Julia; Sáenz, Marina y Williams Ramos, Jennifer (2015). “Abrazar la diversidad: propuestas para una educación libre de acoso homofóbico y transfóbico”. Informe encuadrado en el proyecto CORE: Conociendo la discriminación. Reconociendo la diversidad. Instituto de la Mujer y para la igualdad de oportunidades.

» Piñeyro, Magdalena (2016). *Stop gordofobia y las panzas subversas*. Málaga: Baladre y Zambra.

» Preciado, Paul B. (16 de junio del 2015). “Condomes químicos”. Artículo de opinión. *El Estado Mental*. Disponible en: [<https://bit.ly/2W97130>].

» Proitz, Lin (2014). “Male-stream móvil. Un estudio de la estética y los significados de los anuncios personales masculinos en deiligst.no”. En Amparo Lasén y Elena Casado (Eds.). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Pp. 92-103.

» Qiu, Jack Linchuan (2007). “The Wireless Leash: Mobile messaging Service as a Means of Control”. *International Journal of Communication*. 1(1). Pp. 74-91.

» Sabater, María Carmen, Martínez, Ion y Campión, Raúl Santiago (2017). “La Tecnosocialidad: El papel de las TIC en las relaciones sociales”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1592-1607.

» Serano, Julia (2013). *Excluded: Making Feminist and Queer Movements More Inclusive*. Berkeley: Seal Press.

» Vidarte, Francisco. (2007). *Ética marica. Proclamas libertarias para una militancia LGTBQ*. Barcelona-Madrid: Egales.

» Whitty, Monica y Jeff Gavin (2001). “Age/sex/location: Uncovering the Social Cues in the Development of Online Relationships”. *CyberPsychology & Behavior*, 4(5). Pp. 623-630.

» Zapiain, Javier (2000). “Educación afectivo sexual”. *Anuario de Sexología*. 6. Pp. 41-56.

INFOGRAFÍAS

» Instituto Nacional de Estadística (2018). “Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares”. (Nota de prensa. Madrid: INE). Disponible en: [<https://bit.ly/2NJQO35>].

» GFK y nPeople (2019). “Estudio Anual de Mobile & Connected Devices: Top 10 de apps utilizadas en España”. Disponible en: [<https://bit.ly/2XbORj1>].

» Tinder Revenue and Usage Statistics (2018). Conjunto de estadísticas en torno a Tinder y otras apps de citas. Disponible en: [<https://bit.ly/2CKW0lv>].

» GFK (2019). “Estudio GFK sobre plataformas de citas online en España”. Disponible en [<https://bit.ly/35ZWEUT>].

» Latamclick (2018). “Estadísticas de Tinder año 2018: análisis y datos de uso de la app de citas”. Disponible en: [<https://bit.ly/2EM61eZ>].

» Tinder (2019). Datos oficiales de la plataforma Tinder. Disponible en: [<https://tinde.rs/2NJQ91B>].

