

## **Homo sensualis y selfies: Narrativas de la seducción en la semiosis digital.**

## **Homo sensualis and selfies: narratives of seduction in the digital semiosis.**

**Mariana del Valle Prado**  
**mariana.prado@filo.unt.edu.ar**  
**Facultad de Filosofía y Letras, UNT.**

Doctoranda del Doctorado en Humanidades por la Universidad Nacional de Tucumán (UNT). Docente de la carrera de Ciencias de la Educación de la UNT. Integrante del Proyecto de Investigación “Semiótica e Interdisciplina: Perspectivas teóricas para el análisis de procesos de sentidos emergentes en Tucumán”, financiado y evaluado por el Consejo de Investigaciones Científicas de la Universidad Nacional de Tucumán (CIUNT).

### **Resumen**

El presente trabajo postula la emergencia del homo sensualis (concepto que refiere tanto a varones, mujeres, lesbianas, gais, bisexuales y transgénero), como resultado de los procesos de subjetivación juvenil que se tejen en el actual ecosistema comunicativo, al que denomino semiosis<sup>1</sup> digital. Se trata de un continuum semiótico en el que la experiencia vital se convierte en producción discursiva, donde convergen diversos sistemas semióticos y carece de sentido la diferenciación entre realidad y virtualidad. En este flujo narrativo el cuerpo y la dimensión de lo sensible cobran fundamental importancia, destacándose el valor central de la imagen, más específicamente de las (auto)fotografías o selfies.

Este artículo, en primer lugar, define al homo sensualis y lo ubica dentro de los estudios de la Semiótica interesados por lo sensible. En segundo lugar, explica por qué las selfies se configuran como signos del homo sensualis. En tercer lugar, el texto describe el proceso de narración de la sensualidad en la semiosis digital, se centra específicamente en la comunidad sensualium de Tinder, conformada por un grupo de estudiantes de tres carreras de grado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán, Argentina: Ciencias de la Comunicación (CC), Ciencias de la Educación (CE) y Trabajo Social (TS). Para ello, se adopta un enfoque teórico-metodológico elaborado desde corrientes de la Semiótica que, distanciadas del dualismo cartesiano, sugieren superar las dicotomías e integrar la dimensión sensible al estudio del sujeto y lo que comunica (con) su cuerpo.

### **Palabras claves**

Juventudes, sensualidad, selfies, semiosis.

### **Abstract**

This paper postulates the emergence of homo sensualis (a concept that refers either to men, women, lesbians, gays, bisexual and transgender persons alike), as a result of the processes of youth subjectivation

1 La semiosis es el objeto de estudio de la Semiótica de Charles Sanders Peirce y se define como un proceso triádico de inferencia mediante el cual un signo o representamen está en lugar de su objeto, que es a su vez otro signo, y cuya relación está mediada por un interpretante, que es también un signo, produciéndose una cadena infinita de signos.

that are woven in the current communicative ecosystem, which I call digital semiosis. It is a semiotic continuum in which life experience becomes discursive production, where various semiotic systems converge and there is no differentiation between reality and virtuality. In this narrative flow, the body and the dimension of the sensitive matter adopt fundamental importance, highlighting the central value of the image, more specifically of (self) photographs or selfies.

In the first place, this article defines the homo sensualis and places it within the studies of Semiotics interested in the sensitive matter. In the second place, it explains why selfies are configured as signs of homo sensualis. Finally, the text describes the narrative process of sensuality in digital semiosis as it specifically focuses on the sensualium community of Tinder formed by a group of students from three undergraduate degrees from the Universidad Nacional de Tucumán, Argentina: Communication Sciences (CC), Education Sciences (CE) and Social Work (TS). In order to do this, the theoretical-methodological approach adopted is elaborated from current trends in the field of Semiotics that, withdrawing from the Cartesian dualism, suggest the overcoming of dichotomies and the incorporation of the sensitive dimension to the study of the subject and what he communicates (with) his body.

### Key words

Youths, sensuality, selfies, semiosis.

### Homo sensualis y el estudio semiótico de lo sensible

Este trabajo se enmarca en mi investigación doctoral y parte del supuesto de que los y las jóvenes son productores de una narración de la sensualidad y, a su vez, son productos de dicha narrativa ya que sus acciones en la semiosis digital producen efectos de sentido en su configuración subjetiva. Emerge así un sujeto atravesado por las fuerzas de la sensualidad, al que denomino homo sensualis en oposición al homo digitalis, definido por Byung-Chul Han (2014) como un sujeto sin cuerpo y sin rostro que no actúa, solo teclea.

Para este estudio, en las narrativas transmedia el sujeto no está ausente, se presenta como instancia signica que deja huellas sensibles en sus discursos. El sujeto como un ser simbólico puede enmascarar su “yo”, pero no puede —en tanto enunciador— ocultar sus huellas. Esos indicios de su ser sensible, que los sujetos van dejando en sus discursos, son los que se busca develar a fin de revalorizar la dimensión sensible del signo y recuperar como base de análisis semiótico al cuerpo y sus pasiones. En un artículo publicado recientemente expuse una primera aproximación teórica el origen del concepto de homo sensualis:

El término sensualis viene del latín tardío y significa sensual (perteneciente o relativo a las sensaciones de los sentidos, que incita o satisface los placeres sensuales). En tanto, la categoría sensual en la especie homo indica la integración de lo sensible y la materialidad como dimensiones presentes en los procesos de subjetivación en la semiosis digital, donde la materialidad es encarnada por sujetos ubicados en un espacio y tiempo determinados. (Prado, 2020, p. 112)

El homo sensualis da cuenta del encuentro entre lo sensible y la materialidad en los procesos de subjetivación de las juventudes, superando la concepción realista-empirista que prevaleció durante el siglo XIX y parte del XX y que consideraba al signo como “un puente entre los dos mundos” (Verón, 2008, p. 214). Es decir, “los signos sólo dan cuenta de un mundo ya dado, que sólo puede ser reflejado especularmente, sin posibilidad de que esas representaciones incidan en la realidad” (Coviello, 2013a,

p. 1). Tal es el caso de la Semiótica estructuralista fundada por Ferdinand de Saussure, que consistía en una Semiología dedicada al estudio de las representaciones mediadas por signos lingüísticos que, al ser de naturaleza psíquica, provocaron una separación entre el mundo de los signos (Semiótica) y el mundo material (realidad).

El semiólogo italiano Paolo Fabbri (2004) propone dar un “giro semiótico” y que la Semiótica se interese por los modos en que se producen los sistemas y procesos de significación, considerando a los signos sólo como “estrategias como cualquier otra (...) para hacer que funcione el sentido, para articular la significación” (p. 36) y como elementos mediadores entre el sujeto que conoce y la realidad. Es decir, en el proceso comunicativo el hombre apela a un heterogéneo universo de imágenes sensibles. Actualmente, en ese flujo semiótico se destacan las fotografías o selfies y, en esa puesta en acción discursiva, el homo se construye y es construido como un *sensualis*. Este giro semiótico de la disciplina da paso al ingreso de lo sensible y la Teoría de la Narratividad de las acciones y pasiones, desarrollada por Fabbri (2004), convierte a la Semiótica en una teoría de la acción y, al añadir el estudio de las pasiones, fomenta la no escisión del sujeto y, con ella, la vieja caída en el dualismo cuerpo/alma. Así, podemos afirmar que el hombre recupera, en la genealogía del homo, la dimensión de lo sensible sin dejar de lado lo intangible, lo espiritual, lo emocional.

Por su parte, la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón (1998 y 2013) aporta fundamentos conceptuales para comprender la materialidad significativa de la construcción del homo *sensualis* ya que concibe a los fenómenos de sentido como conglomerados de materias significantes. Es decir, toda producción de sentido tiene una dimensión material, independientemente del soporte. En este caso, las autofotografías o selfies son narrativas, acciones comunicativas en las que el cuerpo del sujeto y su rostro comunican. De este modo, las selfies se configuran como un signo del homo *sensualis* en el que asume su condición o capacidad de seducir en la semiosis digital.

## Las selfies como signos del homo *sensualis*

Un elemento sumamente significativo del proceso de construcción de la seducción es la fotografía, se trata de una narrativa cotidiana en la semiosis digital. Como bien lo explican Ardévol y Gómez-Cruz (2012), la fotografía pasó de ser una práctica ritual, que se realizaba en momentos y contextos específicos (como testimonio u objeto de memoria) a ser una acción que puede realizarse en cualquier momento del día e independientemente de la ocasión. Las selfies, el autorretrato fotográfico considerado como el signo por excelencia de las subjetividades juveniles en la semiosis digital, constituyen una nueva práctica cultural de presentación social de sí. En este sentido, las selfies permiten ilustrar la relación de fuerzas que operan en la subjetivación juvenil.

La sensualidad, entendida como una cualidad natural que estimula la atracción o la reacción emocional hacia otras personas o hacia uno mismo, es una de las fuerzas que más acciones y pasiones moviliza en la subjetivación de las juventudes. Para Michel Foucault, la subjetivación es el pliego de la relación de fuerza, relación con uno mismo o *enkrateia*, que consiste en “aprender a gobernarse a sí mismo, afectarse uno mismo” (Deleuze, 2015, p. 107). Ahora bien, ¿qué sería una fuerza? ¿Qué acciones —u omisiones— operan como fuerzas en la semiosis digital? ¿Cómo sería una fuerza que se pliega sobre sí misma? Desde el punto de vista de esta investigación, aquello que pueda afectar algo o a alguien es concebido como una fuerza. Puede ser, por ejemplo, un sonido, una mirada, un meme, un emoji, pensamientos o sensaciones que producen pasiones sobre los sujetos.

En el caso de la fotografía, el sujeto ejerce una fuerza sobre ella al momento de la captura como así también la imagen acciona sobre el sujeto al convertirse en un fragmento de su subjetividad, en un signo. Según la clasificación de Charles Sanders Peirce, se trata de un signo icónico ya que

establece con el objeto una relación de semejanza, pero el signo no es considerado aquí como una mera representación del sujeto sino como un acto de sentido: desde las gramáticas de reconocimiento, la fotografía activa la apariencia y la existencia del sujeto (Verón, 2013). Las palabras de Roland Barthes (1980) ilustran la relación de fuerzas que operan sobre el sujeto desde el momento en que va a ser fotografiado: “Muy frecuentemente [...] he sido fotografiado sabiéndolo. Ahora bien, desde que me siento mirado por el objetivo todo cambia [...], una imagen —mi imagen— va a nacer: ¿me van a parir como un individuo antipático o como un ‘tipo bien’?” (p. 25).

Las narrativas juveniles de la seducción buscan producir insinuaciones, despertar interés y deseo en otros. Así también, la actualización periódica de la imagen de perfil en las redes sociales da cuenta del proceso dinámico de subjetivación del homo sensualis. De acuerdo con las identificaciones/diferenciaciones que el sujeto realiza, cuando ya no se siente más identificado con la imagen seleccionada anteriormente, escoge una nueva manera de mostrarse que indica, a su vez, una mirada renovada sobre sí mismo. Luego, a partir de las pasiones que los otros usuarios brinden como respuestas construirá una nueva identificación que expresará mediante otro signo de su self, que será una imagen diferente, devenida en forma de selfie o de una fotografía tomada por un tercero. Así también, las historias —contenidos transitorios de 24 horas que admite Instagram y que en otras redes sociales se denominan diferente, por ejemplo, en WhatsApp se llaman estados— dan cuenta de la identidad y la subjetivación como procesos dinámicos de permanente configuración: ahora se ven así, sienten y/o piensan de este modo, en algunas horas más tarde posiblemente ya no.

Si bien las selfies constituyen técnicas de producción de sí mismo, son también actos performativos que desempeñan una función conectiva y social. Es decir, las operaciones significantes de la semiosis digital ejercen fuerzas pasionalizadas que actúan sobre la subjetivación de otros jóvenes ya que este proceso no es individual. La multiplicidad de voces que se manifiesta en la semiosis actúa como “técnica de sí”, “tecnología del yo”, askesis o ascesis (Foucault, 1991) al modelar significativamente las experiencias del sujeto.

Las acciones sensuales que el sujeto realiza en la producción de una selfie se materializan en las imágenes, que provocan disímiles pasiones, tanto en otros sujetos como en uno mismo. Así, el proceso de tomarse una selfie puede ser considerado como enunciación de la sensualidad, a través de la cual el sujeto (auto) satisface las necesidades de placer sexual.

### | Narración de la sensualidad en la semiosis digital

En el proceso de narración de la sensualidad en la semiosis digital, identifico cuatro momentos: auto-sensual, auto-deseo, seducción y auto-satisfacción.

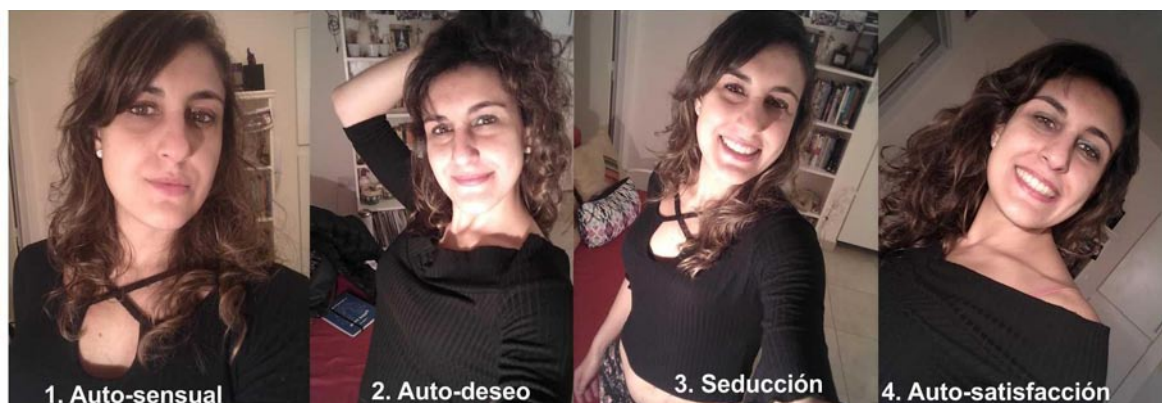


Figura 1. Narración de la sensualidad en la semiosis digital.

Fuente: Fotografías tomadas por la investigadora a fin de preservar la identidad y conservar la confidencialidad de los datos del grupo bajo estudio.

### 1° Auto-sensual

En la narratividad de la sensualidad, previamente al registro fotográfico, se desencadena una serie de operaciones de organización de lo sensible como la elección del vestuario, posición corporal, gestos, encuadre, ángulos, planos, filtros, tipo de cámara (frontal o trasera), entre otros. Luego, se produce un coqueteo del sujeto consigo mismo frente a la pantalla del dispositivo móvil. Se busca capturar una imagen que dé cuenta de su sensualidad destacando ciertos atributos del cuerpo o del rostro. Así, por ejemplo, en algunas fotos de usuarios de Tinder se observan solamente rostros; en otras, rostros con medio cuerpo o directamente, cuerpos sin rostros.

En el caso de las auto-fotografías del rostro, tal como puede observarse en la figura 1, la sensualidad se logra a través de una mirada fija, penetrante, intensa; muecas con los labios que insinúan un beso; gestos de acomodarse el pelo. Este modo de comunicación no verbal pretende provocar de manera inmediata diversas pasiones como simpatía, seguridad, confianza.

Por su parte, las selfies que exhiben torsos sin rostros destacan ciertos atributos, tales como abdomen, pechos, caderas, glúteos, etc. como puede observarse en las imágenes de la figura 2, que fueron tomadas de los resultados de búsquedas que arroja Tinder desde las cuentas del grupo bajo estudio. Cabe aclarar que las fotografías que proporcionaron no son personales, sino de los perfiles que ellos/as pueden ver, los cuales indican públicamente sólo nombre y edad. Luego, si ambas partes están de acuerdo, pueden compartir más información, intercambiar números de celular, etc. para comunicarse mediante otros servicios de mensajería más desarrollados para tal fin, como WhatsApp o Telegram.

Las fotografías de la figura dos son fragmentos de cuerpos, signos de sensualidad, huellas de un sujeto que integra la cultura de la imagen y rinde culto a lo físico. Ahora bien, ¿qué sentidos ponen en juego dichas imágenes? ¿Se busca la aprobación de los otros o de uno mismo con las fotografías?

El psicoanalista Luciano Lutereau (2019) aborda los comportamientos adolescentes vinculados a la sexualidad en la sociedad actual y explica que “en los trastornos de la imagen lo que se pone en juego es buscar en el espejo lo que no puede verse” (p. 97). En este sentido, ilustra con el caso de adolescentes narcisistas y afirma que “el reforzamiento de la imagen no es porque quieran verse, sino porque les cuesta mucho verse y necesitan controlar esa imagen para que no muestren algo que, en su interior, sienten que es feo o podría no ser aceptable” (p. 97).

Esa necesidad de controlar —incluso construir— la imagen de uno mismo que los demás pueden ver es lo que impulsa al sujeto a tomarse varias fotografías en un mismo momento, editarlas y colocarles filtros hasta quedar conforme con una de ellas. Recién cuando alcanza ese nivel de conformidad personal decide publicarla.

### 2° Auto-deseo

Al observar la propia fotografía se produce el auto-reconocimiento, que es cuando la fuerza se afecta a sí misma, es decir, se produce una subjetivación, que puede manifestarse mediante la aceptación o el rechazo de esa imagen. Claro que tiene mucha incidencia la valoración que cada uno tiene de su propia persona, más allá de lo que puede juzgar a partir de esa imagen en particular. Al seleccionar una fotografía para publicarla en alguna red social de internet actúan las fuerzas de la sensualidad movida por la atracción sobre el propio sujeto fotografiado, quien al observar su retrato

experimenta en primera persona las pasiones que desencadena esa imagen.

### 3° Seducción

Al seleccionar el público destinatario y las redes sociales en las que se publicará la fotografía inicia el proceso de circulación de esa narrativa autobiográfica, que opera como un laboratorio del propio “yo” dado que al posibilitar la interacción con los otros se moldea la subjetividad de acuerdo a la aceptación o el rechazo. “La relación con uno mismo deriva de la relación con los otros bajo la condición de una regla facultativa, que es el plegamiento de la fuerza sobre sí, el repliegue, el pliegue de la fuerza sobre sí” (Deleuze, 2015, p. 103). Es decir, quienes observan la selfie, la comentan y/o reaccionan producen pasiones que pueden, por ejemplo, estimular la autoestima y confirmar la subjetivación de ese sujeto como homo sensualis. Mientras que la fuerza que opera mediante la omisión, esto es, la falta de reacciones o comentarios, también acciona produciendo lo contrario a nivel subjetivo del individuo. Las pasiones producidas por tales fuerzas se materializan también a través del cuerpo, provocando, por ejemplo, excitación, sudoración y ruborización. Es decir, las fuerzas operan tanto sobre la dimensión pasional y corporal, provocando placer, alegría, ansiedad o angustia que se comunican, por ejemplo, mediante la postura (kinésica) y la distancia entre los cuerpos (proxémica).

### 4° Autosatisfacción

A través de las imágenes publicadas, se busca seducir a los sujetos que la observan y, a partir de las pasiones recibidas, el sujeto fotografiado se convierte en homo sensualis al confirmar su capacidad de seducir a otros. Incluso, la auto-satisfacción se produce con fotografías que el sujeto se toma pero que no sube a ninguna red social y tampoco las comparte con otras personas. Es decir, la propia cámara devuelve al sujeto una imagen diferente de sí mismo que le permite, por ejemplo, cambiar su estado de tristeza por uno de alegría al obligarse a sonreír ante la pantalla del dispositivo. En este punto radica el potencial que las selfies tienen como herramienta significativa en la configuración subjetiva ya que les permite a las juventudes mirarse, identificarse, descubrirse y construirse en ese encuentro íntimo que se produce entre la cámara y el sujeto.

### | La comunidad sensualium de Tinder

Resulta interesante observar cómo opera la narración de la sensualidad de los sujetos juveniles al integrar comunidades sensualium. Por ejemplo, Tinder es una aplicación para conocer personas que permite vehicular el sentido de emancipación sexual plena al desvincular lo sexual de lo afectivo. Respecto al modo de funcionamiento, primero se registra el usuario creando un perfil en el que puede subir fotografías y brindar datos (nombre y edad). Luego, busca personas registradas que tengan una ubicación real cercana. De las coincidencias compatibles que proporciona el algoritmo de la aplicación, los usuarios deslizan a la derecha para “aceptar/gustar” y a la izquierda para continuar su búsqueda. Si coincide la valoración positiva de ambos sujetos se marca con un corazón verde (match) y se habilita un chat. Cabe aclarar que se pueden generar de manera simultánea tantos match como coincidencias se produzcan. Es decir, la aplicación permite chatear y acordar encuentros con varias personas simultáneamente, incluso, continuar nuevas búsquedas.

Los y las jóvenes que participan de este estudio identifican a Tinder como una herramienta para la búsqueda de parejas ocasionales para “pasarla bien”. De hecho, su logo es el símbolo de una llama de fuego, invitando a sus usuarios a “desfogarse”, a vivir la pasión. Por ello, las citas o encuentros

cargan con connotaciones sexuales.

A continuación, las juventudes relatan, a partir de sus propias experiencias, las significaciones sobre esta comunidad semiótica.

Tengo una cuenta en Tinder desde hace como dos años atrás (2017), en la que hubo meses que estaba inactiva, es decir, desinstalada. Imaginate mi persecución y mi miedo que cuando lo descargo por primera vez, me puse a ver si Play Store no compartía las aplicaciones que yo descargaba como para que no sepan que había descargado Tinder. Era una tarde, en ese momento era la única posibilidad para interactuar con personas de tu mismo sexo. Al descargarlo, pongo para conocer hombres y mujeres, después lo sintetizo en hombres. Y comienzo a hablar con uno, que se hizo mi amigo. Actualmente, ya no lo es. Pero, en ese momento sí y comenzamos a compartir historias, a contarnos cómo fue, en qué etapa estábamos. Era la segunda persona a la que le cuento mi historia y sabía quién era yo. Entonces bueno, me abrí con el pibe. Pero no pasó nada, incluso, nunca nos vimos, todo fue por la aplicación y posteriormente, se pasó a WhatsApp. (...) Puedo darle una acepción positiva [a la aplicación] en el sentido que por ahí es una de las pocas formas que hay de conocer y, posiblemente, concretar con alguien. Por ejemplo, en el caso de los pibes que buscan otros son muy pocos los espacios en el que tienen cierta “seguridad” para poder ligar. Muchas veces son juzgados en espacios públicos. Por ese lado, podemos darle ese reconocimiento a la aplicación. Ayuda como una herramienta alternativa de conocer. Además, hablando por una aplicación, lo que implica no tener a ese/esa frente tuyo, te ahorras de malos ratos, como si fuera el caso de conocerlo/a en persona. Por ahí, con la aplicación te das cuenta cómo es, ya sea por su forma de hablar, escribir o expresar sus ideas. Otra herramienta que hay así para hacer match es Instagram. Ahora que se puede reaccionar en las historias es como una nueva fusión de WhatsApp y Tinder. Es lo que estaba pensando el otro día: con esto de las reacciones se puede llegar a hablar con las personas sin necesidad de hablarle así de una. Muchos y muchas que conozco cayeron por eso, por conocer simplemente. En mi caso, fue por curiosidad. Por ver qué me encontraba y también este subconsciente de encontrar a alguien. En mi situación, levantar a otro chico, hablando de frente con el otro, se me complicaba. Mucho tiempo he estado solo. Tenés la opción de buscar a alguien con quien estar, es decir, salir, conocerse y, en el futuro, tener una relación. O esto de pasar un rato: quizá tomar algo y ver qué pinta. Me tocó pibes que querían que nos conociéramos y ver qué fluye. Y otras personas que eran más de tomar algo y vemos qué pinta. Ese “qué pinta” ya te dice todo. Encontrás un poco de las dos cosas. Muchas veces es complicado tener lo mejor de dos mundos, haciendo una metáfora de la bisexualidad. En el momento en que hablás con alguien, cualquiera fuera su sexo, comienzan a cuestionar si intento tapar algo, o preguntan si estuve con un chico ya, o viceversa con las chicas. Al fin y cabo, una “etiqueta” condiciona cómo te ven, y posteriormente, te tratarán.

(Bernabé)

Los prejuicios que giran en torno a Tinder se evidencian en las palabras de Bernabé cuando afirma la persecución y el miedo que sintió cuando la descargó, ocasionados, por un lado, por estar haciendo uso de una herramienta con mala reputación social, asociada al imaginario de sexo liberal y por otro, por querer conocer a personas del mismo sexo. Elegir cómo vivir la sexualidad, cuándo y con quién son decisiones que aún en el siglo XXI los sujetos no pueden realizar libremente, sin ser juzgadas

socialmente. Los prejuicios de la sociedad tucumana dificultan a los “amores diversos” poder tener citas en lugares públicos de socialización en igualdad de condiciones a las que podría hacerlo cualquier pareja heterosexual. De este modo, la aplicación contribuye en los procesos de construcción de las identidades de género, al presentarse como un refugio para actuar libre de estigmas y restricciones. Es decir, ofrece facilidad para conocer personas del mismo sexo, desde un ámbito privado, sin necesidad de exponerse a la mirada social, a la crítica, a la burla y a la estigmatización.

Por otro lado, hay que hacer una diferenciación entre quienes lo configuran con fotografías propias (ver figura 2) y quienes optan por ser “fantasmitas”, es decir, no publicar fotos que permitan identificar su rostro, para ello, seleccionan imágenes de paisajes, partes del cuerpo o la silueta de persona de Facebook (ver figura 3). Este anonimato en el que algunos miembros participan, especialmente mujeres, da cuenta también de la presencia de prejuicios y estigmatizaciones. La configuración del perfil con fotos propias constituye un segundo nivel de transgresión, es una forma de romper con esos estereotipos y animarse a vivir su sexualidad sin importar la mirada social.

A continuación, se presentan imágenes de perfil de usuarios varones (figura 2) y mujeres (figura 3) registrados en Tinder, que fueron provistas por jóvenes que hacen uso de esta aplicación. Es decir, las fotografías que proporcionaron no son personales, sino que fueron tomadas de los resultados de búsquedas que arroja la aplicación desde las cuentas de Tinder del grupo bajo estudio.



Figura 2. Perfil de Tinder de varones.  
Fuente: proporcionada por estudiantes.





Revista del grupo de  
Estudios SEMIO-DISCURSIVOS

Volumen 2  
año 2021

# “Semiótica y Narrativas”

Artículo

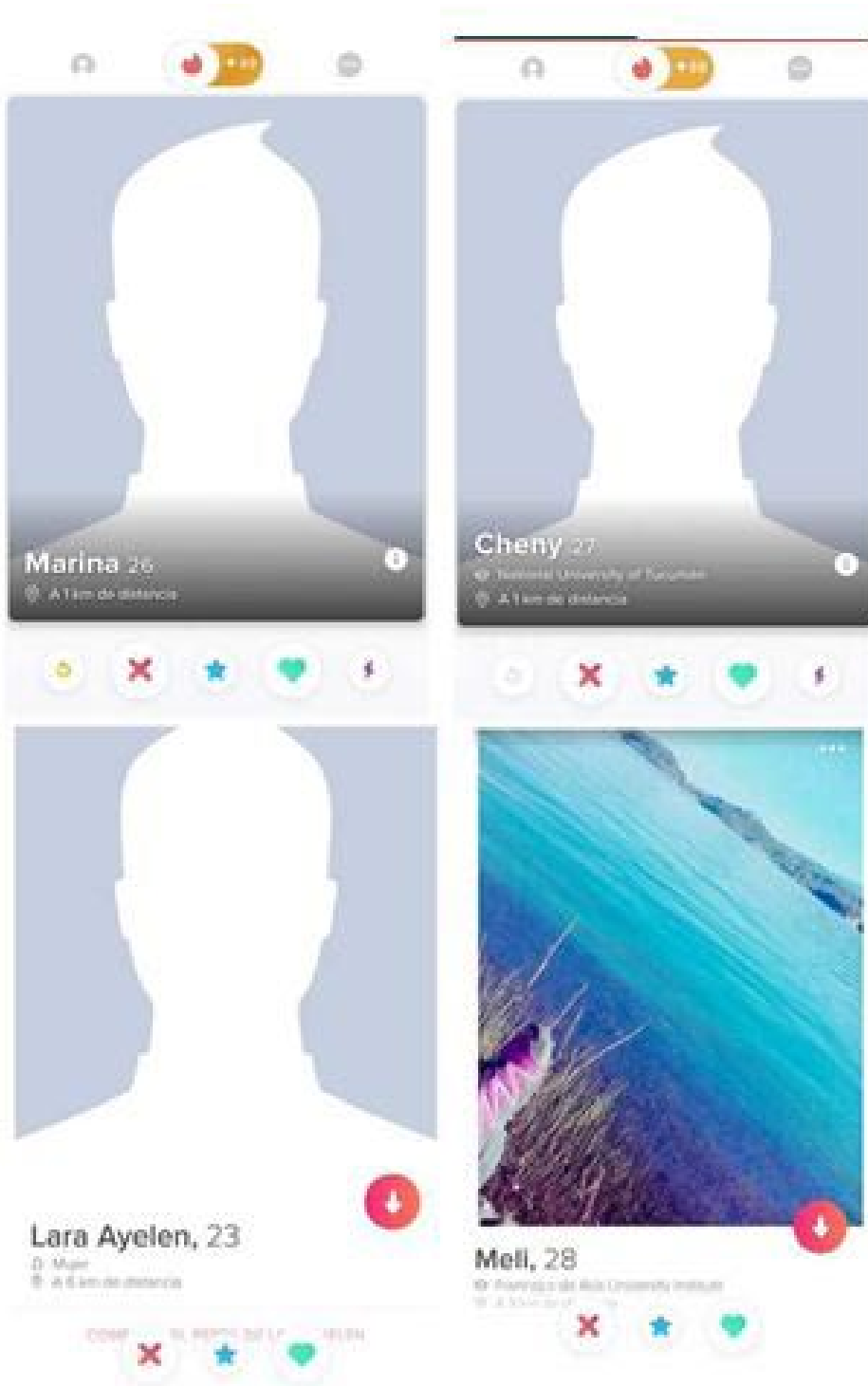


Figura 3. Perfil de Tinder de mujeres.  
Fuente: proporcionada por estudiantes.

En un primer nivel de lectura de las imágenes que componen la figura 2, se observa la exhibición de torsos sin rostros, destacando ciertos atributos, por ejemplo, la espalda o las piernas con músculos marcados. Se trata de fragmentos de cuerpos, signos de sensualidad, huellas de un sujeto que se construye subjetivamente como un sensualis y que no tiene dificultades para mostrarse ante los demás como parte de la comunidad de Tinder, asociada al disfrute, al goce y al placer de relaciones sexuales abiertas y libres. Distinto es el caso de las imágenes de perfil de las mujeres (figura 3), quienes optan por no publicar una foto personal, evitan mostrar su rostro, como el caso de la imagen en la que se ven los pies al costado del agua. Ante estas diferencias se hace necesario pasar a un segundo nivel de lectura, la que Barthes (1999) denomina lectura del mitólogo, que consiste en descifrar el mito, esto es develar la inocencia del sistema semiológico que no está oculta sino que está naturalizada.

A fin de revelar el sentido de este sistema semiótico, los testimonios juveniles de quienes integran esta comunidad sensualium son una pieza clave. Al respecto, Bernabé comenta a partir de su experiencia las diferencias observadas entre las fotos de perfiles de mujeres y de varones.

La mayoría de las chicas o chicos que les di like (corazón verde) tenía configurado su perfil con fotos o vinculado a su cuenta de Instagram. Pero, me ha pasado encontrar muchos perfiles fake, que tenían fotos de famosas/os o de la figura de perfil de Facebook (personita sin cara). Son los que yo llamo “fantasmitas”. Un día, estaba hablando con una amiga que tenía miedo de crearse una cuenta de Tinder. Se la crea y pone esa foto fantasma de Facebook. Y ahí llegué a la conclusión de que muchas se la crean para ver, para observar qué encuentra, por curiosidad, para mirar cómo es. Y no ponen su foto para estar en el anonimato porque no le interesaba buscar a alguien, sino para ver quiénes están y quizás reírse. Escuché incluso comentarios de las mismas chicas diciendo “mirala a la fulana, se está entregando por aquí, no le bastó por Instagram”. Fue sorprendente. Lo hubiese esperado al comentario más si venía de un varón. Creo que están un poco erradas. En algún momento, ellas también “van a caer” en esto y pienso ¿por qué los pibes no son entregados por estar ahí y las pibas sí? Yo creo que todos/as que “caen en Tinder” lo hacen porque están cansados/as de la soledad, por necesidad, o por el simple hecho de querer conocer a alguien, o por simple curiosidad y ver si hay alguien que le guste y bueno, ya está. Tampoco juzguemos la aplicación.

(Bernabé)

Por su parte, Petrona expresa con enojo la desigualdad de género y el abuso del poder machista al cuestionar, por ejemplo, el acoso callejero hacia las mujeres, una práctica que durante siglos ha sido naturalizada. Su relato de vida, construido en un núcleo familiar con un paradigma distinto al patriarcal en el que su madre es quien “lleva las riendas” del hogar, reclama la ausencia del concepto de igualdad en la sociedad.

La mujer siempre como oculta, temerosa, no se muestra como es. El hombre se puede mostrar en bóxer y está bien. El hombre siempre está mostrándose. En cambio, si una chica sube fotos en tanga ya te llegan mensajes de todo tipo, o te juzgan o te empiezan a acosar. Y si te pasa algo es porque te has estado mostrando. Cada día siento que me voy haciendo más chiquitita, hace unos días me teñí el pelo de color rojo y me han dicho de todo en la calle... No veo la diferencia entre lo que puede hacer el varón y la mujer. Pero no está el concepto de igualdad en la sociedad, siempre uno está más

arriba que el otro. Si supiéramos que todos somos uno y que estamos trabajando para vivir bien, no habría estas diferencias ni tanta maldad si nos pusiéramos a la misma altura.

(Petrona)

Los prejuicios acerca de la presencia de mujeres en Tinder se apoyan en el discurso que sostiene que deben establecer un vínculo de pareja estable, monógama y marital. De allí que está mal visto por la sociedad tucumana (al menos desde la mirada de estas jóvenes) pertenecer a esa red social, identificada para “pasarla bien” y “desfogarse”. Este pensamiento se alimenta del gran relato patriarcal, que domestica la subjetivación de las mujeres bajo procesos de disciplinamiento, de regulación de las pasiones y de represión del deseo. Así, históricamente, se reprodujo un modelo en el que las mujeres debían vivir la sexualidad, la sensualidad, el placer y el deseo con culpa, pudor y vergüenza.

Las mujeres eran fuertemente penalizadas si quedaban embarazadas antes de casarse o si no se casaban con el novio de toda la vida y tenían otra pareja. Rumores, insultos, chismes, humillaciones públicas... para nosotras suponía una degradación social, pero no para ellos. En los hombres no estaba tan mal visto el sexo prematrimonial: desde adolescentes los varones aprendían que tenían que “respetar” a sus futuras esposas, y mientras divertirse con trabajadoras del sexo. (Herrera Gómez, 2016, p. 66)

Este modo de percibir y vivir la sexualidad fue cambiando a partir de los años 60 del siglo XX, cuando se produce lo que se conoce como la “revolución sexual”. A partir de la planificación de la fecundidad, se reconoce el derecho al placer sexual de las mujeres. Así también, la influencia del psicoanálisis y de Freud permitió instalar la idea del “deseo sexual” y brindar nuevas miradas para abordar lo sexual. Las mujeres podían vivir su sexualidad libre de culpas, sin miedo al embarazo o a las enfermedades de transmisión sexual, y sin asumir un compromiso para toda la vida.

Sin embargo, en la sociedad de Tucumán se conservan algunos prejuicios, estereotipos de género y patrones de comportamientos que definen socialmente lo “correcto” y limitan el accionar sexual de las mujeres. Tal como lo expresaron las narrativas juveniles, las acciones vinculadas a la sexualidad continúan provocando pasiones de vergüenza y miedo. Además, a las mujeres les genera desconfianza salir con desconocidos y brindan importancia a la opinión social. Por ello, prefieren mantener su sexualidad en el ámbito privado. Mientras que los varones no tienen dificultades para mostrarse ante los demás como parte de una comunidad sensualium y compartir los valores asociados a la libertad de tener parejas sexuales múltiples, abiertas, casuales, donde el sexo se practique libre de culpa y de miedo. Estas diferencias de comportamiento pueden vincularse también con las percepciones de transgresión: acceder a citas a partir de la aplicación y tener relaciones sexuales casuales es un nivel más elevado de transgresión. Según un estudio realizado por Comas (2016), la transgresión en los varones se presenta por una “sobreevaluación de la oportunidad del sexo casual y morbosos, sin ninguna relación afectiva de por medio”, mientras que las chicas “sobreevaluaban su capacidad para seducir a cualquiera y en cualquier circunstancia” (p. 93). Entonces, cabe preguntarse si ¿realmente se producen encuentros sexuales casuales entre los y las jóvenes de Tinder o si es simplemente una construcción social en torno a la aplicación?

De acuerdo a lo manifestado por los y las jóvenes que integran esta comunidad sensualium los encuentros o citas que se concretan tienen la particularidad de realizarse en lugares más íntimos, por ejemplo las viviendas particulares. Principalmente, porque no quieren ser vistos socialmente “con cita” o con pareja para así poder seguir mostrándose “disponibles” y acordar encuentros con distintas

personas. La semiosis digital permite vivir la sexualidad libre de la mirada social que mantiene prejuicios sobre las prácticas sexuales no amorosas. Precisamente, un rasgo fundamental de esta comunidad es la conformación de parejas sexuales múltiples mediante un pacto que establece aceptar la no exclusividad y no vincularse afectivamente con las personas, incluso no conocer aspectos personales de sus vidas. Aquí radica el sentido de lo causal de estas relaciones, que indistintamente de la cantidad de veces que se repitan los encuentros sexuales con una misma persona se mantienen en el círculo de lo casual, esto es lo sexual como acción despojada de sus pasiones, de los efectos que produce sobre los otros.

Estas redes sociales para buscar citas muy pocas veces tuvieron flote para algo. Yo creo que se convirtió en un supermercado: tenés tu catálogo (todas las personas que la utilizan) y ves las ofertas (fotos), quizá no comprás ninguno, pero sabés que tenés ahí unas reservas que podés, o no, utilizar. Para mí un match se volvió un producto dentro de esta metáfora, como un conglomerado de chicas y chicos que buscan “pareja”. Hay muchas personas que no se bancan la soledad y buscan estar permanentemente en pareja o con alguien, sin involucrar una etiqueta, pero ahí, estar en compañía.

(Bernabé)

La metáfora de Tinder como un catálogo de cuerpos disponibles en el mercado expresa un discurso crítico sobre la mercantilización del sujeto y su cosificación, dimensión apenas mencionada en los relatos juveniles. Por un lado, la naturalización de sus prácticas en la semiosis digital obstaculiza la reflexión sobre el poder simbólico de las industrias culturales y por otro, al realizar una apropiación significativa de las herramientas digitales, se produce una mediación tecnológica de la comunicación que deja de ser meramente instrumental y posibilita “nuevos modos de percepción y de lenguaje, nuevas sensibilidades y escrituras” (Martín-Barbero, 2009, p. 24). Por ello, no son percibidas como mercancías sino como lo que Foucault denomina técnicas de producción de sí ya que operan en la subjetividad humana involucrando la inteligencia, la memoria, la sensibilidad, los afectos, las pasiones y la estesis.

Yo creo que las redes sociales se convirtieron en eso de mostrar y esperar los resultados de ver a quién atraigo, a quién atrapo y todo eso. Estamos muy dependientes, y me incluyo. Me di cuenta de que uno junta fantasmas, junta gente, fotos. Creo que Tinder se volvió ahora algo así como Instagram, sólo para ver fotos, tipo “vos si, vos no” y queda ahí. Una sola vez concreté para verme con alguien. Pero, fue una sola vez, hace un año y pico. El diálogo en la aplicación, con la mayoría de las personas no era muy fluido, era algo como: “Hola”, “Hola, ¿cómo estás?”, “Bien, ¿vos qué onda?, ¿qué hacés?”, “nada, aquí estudiando”, “Ah, ¿qué estudiás?”. Y era todo tan así, tan corto, tan de pocas palabras, tan de memoria, charlas monótonas. En la que llega un punto en que te aburrís de conocer personas así, puesto que era siempre la misma lógica. Y llega un punto en el que ya no sabes cómo remarla porque no hay temas en común o cosas es común. Es muy difícil llegar a concretar “algo”. Me pasó cuando me junté con esa persona de sentir que me quería ir porque no teníamos nada en común o no siempre funciona lo de tener algo en común. Pero, la charla era muy cerrada, muy cuadrada, muy esquemática. Me tocó una que otra vez tener una conversación un poco más distendida porque manejan el mismo dialecto que yo. Pero, no pasaba de ahí.

(Carmela)

La funcionalidad de este tipo de aplicaciones termina siendo para levantar la autoestima,

porque uno al principio junta tantos match que dice “bueno, me siento lindo”. Pero, llega un punto en que entrás a la aplicación y te preguntás: “¿qué hago? ¿qué busco? ¿para qué?”. Tengo tantas personas y no le hablo a ninguna o simplemente “le clavo el visto”. Todo se basa en entrar y ver fotos, como es Instagram ves y seguís a alguien, no te parás a analizar las fotos. Y últimamente, se convirtió en eso: entrar a ver fotos, decir vos sí, match, listo, salir y eso. Ya no está ni el interés de hablar.

(Cristóbal)

A su vez, los testimonios juveniles confirman lo expresado por Lutereau (2019): “hoy en día a veces se prefiere mostrarse como deseante en una imagen que realizar un deseo”. El psicólogo advierte que el peligro de esta tendencia “es que el deseo comienza a aplastarse y es preferible estar produciendo efectos (recibir likes) en lugar de soportar el conflicto y la eventual desilusión de una relación cara a cara” (p. 114). Por su parte, Comas (2016) señala que la política del deseo es la piedra angular del sistema de la sexualidad y que su permanente insatisfacción induce a una continua transformación del relato sexual. Y, precisamente, ese es el efecto que producen estas narrativas de la sensualidad.

## Consideraciones finales

El estudio del homo sensualis ha permitido la integración de la materialidad y lo sensible en las subjetividades juveniles. El presente trabajo buscó responder desde las reflexiones semióticas de qué manera operan las fuerzas de la sensualidad y la sensibilidad implicadas en las narrativas autobiográficas juveniles.

En tales procesos, el universo de plataformas y dispositivos digitales actúa como motor fundamental, potenciando la concatenación de acciones movilizadas por la sexualidad, la seducción y el placer. En la semiosis digital, se pone en juego una narrativa de la sensualidad que permite a las juventudes escapar de la prisión de los placeres sexuales que el sujeto históricamente ha ido aprendiendo a reprimir durante los procesos de socialización, en los cuales dominaba el disciplinamiento, la regulación de las pasiones y la represión del deseo. Las prácticas juveniles en la semiosis digital dan cuenta de nuevas formas de vivir la sexualidad vinculadas a relaciones no amorosas, donde lo sexual es despojado de las cargas afectivas.

No obstante, en algunos jóvenes del grupo estudiado se pudo observar que aún prevalecen ciertos estereotipos de género y prejuicios que siguen condicionando sus procesos de subjetivación, especialmente, en el caso de las percepciones de las mujeres sobre los usos y sentidos de Tinder, fundados en el discurso patriarcal que sostiene que deben establecer un vínculo de pareja estable, monógama y marital.

Finalmente, dada la importancia que las selfies presentan en la construcción del homo sensualis, se considera que no pueden ser ignoradas en los estudios académicos, porque los debates en torno a ellas pueden ser gestados desde diversas disciplinas interesadas en estudiar la condición humana, la imagen y los sistemas complejos de significación.

## Referencias Bibliográficas

Ardévol, E. y Gómez-Cruz, E. (2012). Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital. Revista de dialectología y tradiciones populares, LXVII(1), 181-208, enero-junio 2012. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4019176>

- Byung – Chul, H. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder
- Comas, D. (2016). La transformación del sistema de la sexualidad y las personas jóvenes: identidades insatisfechas en Jóvenes e identidades. *Revista de estudios de juventud*. ISSN: 0211-4364. N° 111, 75-102. Marzo 2016.
- Comas, D. (2016). La transformación del sistema de la sexualidad y las personas jóvenes: identidades insatisfechas en Jóvenes e identidades. *Revista de estudios de juventud*. ISSN: 0211-4364. N° 111, 75-102. Marzo 2016.
- Coviello, A. L. (2013a). “Las categorías de la narratividad en la teoría semiótica de Paolo Fabbri” en Séptimo Simposio Internacional de Narratología, Tucumán.
- (2013b). “La teoría de la narratividad y las pasiones de Paolo Fabbri: implicaciones, componentes y modos de comportamiento” en IX Congreso Argentino y IV Congreso Internacional de Semiótica de la Asociación Argentina de Semiótica, Mendoza, UNCUYO.
- (2014). *Términos Fundamentales de Semiótica*. Tucumán: Humanitas.
- (2017). *Semiótica de la memoria: estesis, enacción y afectividad, materialidad del sentido*. *Razón y Palabra*, Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación, 21 (4-99) octubre- diciembre 2017, 16-33. Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/download/1070/1067>
- Deleuze, G. (2015). *La subjetivación: curso sobre Foucault III*. Buenos Aires: Cactus.
- Fabbri, P. (2004). *El giro semiótico*. Barcelona, Gedisa.
- Foucault, M. (1991). *El sujeto y el poder*. Cecilia Gómez y Juan Camilo Ochoa (trads.). Bogotá: Ediciones Carpe Diem.
- Herrera Gómez, C. (2016). Sexualidad queer: gente “rara” y amores diversos. *Jóvenes e identidades*, *Revista de Estudios de Juventud*, 111, marzo 2016, 57-64.
- Lutereau, L. (2019). *Esos raros adolescentes nuevos. Narcisistas, desafiantes, hiperconectados*. Buenos Aires: Paidós.
- Martín-Barbero, J. (2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 10(1), 19-31. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201018023002>
- Prado, M. (2020). Del homo digitalis al homo sensualis: subjetivación juvenil en la semiosis digital en Semiobondi. Un viaje colectivo. Primera parada (pp. 110-127). [https://www.academia.edu/44126981/Semio\\_Bondi](https://www.academia.edu/44126981/Semio_Bondi)
- Verón, E. (1998). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- (2013). *La semiosis social 2*. Barcelona: Gedisa.
- (2008). *Signo en Altamirano Carlos (Dir): Términos críticos de sociología de la cultura*. Bs. As, Barcelona, México: Paidós.